案例引导

数字化转型推动服务消费深刻变革

服务消费数字化转型对释放消费潜力具有重要意义。数字化解决了供需信息不对称问题，供需两端通过互联网平台实现供需信息快捷搜索和撮合，释放潜在消费潜能；数字化实现了供需时空匹配，引导不同人群错峰消费和错时消费，大幅提升服务能力和服务效率；数字化更好满足了客户需求，通过为客户提供更多定制化服务，进一步提升客户满意度。随着数字技术向服务领域广泛渗透，我国服务消费数字化呈现两大新趋势。

第一，服务消费数字化从单点突破向全链条覆盖，孕育新的商业模式。在企业层面，数字技术正在从客户引流、在线订单、售后服务等前端环节，向供应链管理、人员管理、运营决策等后端环节渗透，打通前后端数据，增强联动效应，推动企业管理效能提升。在行业层面，数字技术正沿着产业链向上下游行业延伸，推动企业在物料采购、物流、加工、零售、配送和融资服务等全业务流程上数字化，通过数据整合实现资源配置效率提升，形成服务消费数字化生态。比如，伴随无人机配送、北斗导航、5G云端智能机器人等技术发展，零售环节包括生鲜食品等将实现即时点对点的供给，拓展电商直供、无人零售等新业态发展空间。再如，物料供给的整合力度加大，无缝对接趋势加快，供应链智能化水平不断提升，将带动供应体系的协同效率大幅提升。以餐饮行业为例，智慧餐厅的建设进一步推动智慧农业实现农产品溯源、智慧物流提升采购配送效率、金融科技提升中小企业融资便捷性等，进一步推动服务消费高质量发展。

第二，服务消费数字化从需求端向供给端扩展，推动上下游全链条数字化。随着用户对质量、效率等服务体验要求的提升，需求端数字化将倒逼供给端加快数字化转型，推动发展重心由消费互联网向产业互联网转移。与此同时，随着数字技术应用成本的降低、第三方服务供给主体的增加及更多成功案例的出现，供给端主动推进数字化转型的意愿不断增强。如果说过去一个时期我国消费互联网迅速崛起，形成了一批在全球位居前列的平台企业，可以预期今后一个时期供给端的产业互联网发展也将孕育一批大型平台企业。

资料来源：王一鸣. 服务消费是扩大消费新引擎[N].经济日报，2022-09-11（06）.