

# 中国经济的“半壁江山” (上)

## 如何走一条特殊的数字化之路?

国是直通车 | 国是访问

李勇坚

中国社会科学院大学平台经济研究中心  
执行主任



文/夏宾

2022年的中国经济“成绩单”显示，初步核算，当年服务业增加值638698亿元，比上年增长2.3%。服务业增加值占国内生产总值比重为52.8%。

占据中国经济的“半壁江山”，服务业同样也是就业的主渠道。数据显示，2013至2021年，服务业就业人员累计增加8375万人，年均增长3.0%，平均每年增加就业人员931万人。而服务消费的占比也越来越高。

中国社会科学院大学平台经济研究中心执行主任李勇坚在接受中新社国是直通车专访时称，在数字化的浪潮下，加快推动服务业数字化是服务业高质量发展的重要途径。数字化推动服务业需求扩大，提高服务供给效率，拓展生产可能性边界，同时也是数字普惠的重要体现，并且能提升服务业企业门店的价值，解决线上线下的冲突与矛盾。

但服务业的数

字化之路并非一片坦途。如何更好地推动服务业数字化?中国服务业数字化有何特殊之处?政府和企业该扮演什么样的角色?李勇坚为此建言献策。

以下为采访实录  
摘编:

**国是直通车: 当前中国服务业呈现出哪些独有的特性?这会对推进数字化产生什么影响?**

**李勇坚:** 中国服务业数字化具有特殊性，现有的数字化方案不能满足企业的需求，急需打造“中国式服务业数字化”。

从服务业的特点来看，服务业数字化转型既涉及到技术问题，也涉及到商业模式和生产组织形态；既涉及到服务流程和获客方式，也涉及到新消费场景搭建和新履约方式。现有的数字化转型方案大多是针对制造业而制订的，对服务的特性研究不透彻，不能适应服务业数字化的特点和需求。

从数字化基础来

看，中国服务业普遍存在着主体规模小、盈利能力弱、数据意识薄弱、数字化基础差等问题，服务企业数字化转型面临着成本和收益不清晰、不对称，需要有低门槛、低成本、低人力资本需求、成本收益更为透明的数字化方案。

从国际的经验来看，国外的数字化方案更多地强调数字化技术和数字化产品的运用，对服务企业迫切需要的渠道数字化、数字化拓客等较少涉及。

从数字化方案的供给来看，服务业大部分企业都是中小微企业，缺乏相应的数据基础和统一的管理流程等，使数字化解决方案本身的复杂度会增加，增加服务商的开发成本。

在方案运用过程中，还要根据服务业企业现有的管理规范等对数字化方案进行适用性修改，这样也加大了方案开发的成本，而服务业小微企业本身规模和财

力有限，不可能为数字化方案支出更高的费用，这种投入和产出的不对称，使数字化服务商并没有积极性为中小微企业提供富有针对性的解决方案。因此，在实践中，还没有完全形成一个系统的普适的服务业数字化方案。

因此，服务业数字化转型尚未形成一个普适的模式，不能照搬国外的现成模式，而是要根据中国企业的特点，更多地发挥平台、服务商、用户的作用，实现各方价值共创，从而形成中国式服务业数字化。

**国是直通车: “中国式服务业数字化”应该是什么样的?**

**李勇坚:** 具体而言，“中国式服务业数字化”是由平台、服务商、企业、消费者协同推进，根据不同企业特点提供低成本、低门槛、低人力资本需求、可信任、更精准的数字化方案，推动大中小企业协同数字化，使数字

技术普惠不同行业的中小微企业，缩小市场主体之间的数字鸿沟。

在这个过程中，通过产业互联网与消费互联网协同融合，实现“全渠道运营、全链路运营、全生态开放”，并最终形成各方协同的价值共创生态，从而实现服务业的低成本、低门槛、低人力资本需求、可信任、数字化的成本和收益可核算的高效数字化转型。

**国是直通车: “中国式服务业数字化”应该具有哪些特点?**

**李勇坚:** 中国式服务业数字化具备以下四方面特点。

一是通过流量与流程数字化协同，解决中小微商家对数字化信心不足和服务商高效触达中小微商家的问题。

中国式服务业数字化，平台汇聚了大量C端用户，通过协同服务商，能够为商户提供精准的客源流量，服务商提供高效的流量运营方案以

