

数字经济系列报告之二

数字经济体： 普惠2.0时代的新引擎

2018年1月



前言

2017 年，全球数字经济继续高歌猛进。

2017 年，7 家互联网科技公司，历史性地跻身全球市值 TOP10 之列。

1 年前的 2016 年 8 月 1 日，市值 TOP10 中的前 5 名都已经是互联网科技公司。

10 年前的 2007 年，市值 TOP10 的公司中只有一家互联网科技公司。

2017 年，也是中国数字经济迅猛发展的一年。

从整体来看，中国经济的互联网化程度全球领先，2016 年 eGDP（BCG 主导开发的衡量互联网经济规模的指标）比例达 6.9%，居全球第二位。麦肯锡的研究也发现，中国的数字生态系统已经能够对全球经济产生显著影响。尽管中国的国际服务贸易仍为逆差（2015 年为 1820 亿美元），但在数字服务领域则已实现了净出口，在过去五年连续保持年均 100-150 亿美元的贸易顺差。

在数字经济的发展过程中，以阿里巴巴、谷歌、苹果、腾讯等为代表的数字经济体的浮现，正在成为数字经济高速发展的表征，同时也是拉动全球经济发展最重要的新引擎。

数字经济体这一全新经济组织的崛起，必然对原有的经济体系、制度框架带来全方位的影响。由此，近年来出现了三种不同的声音。第一种声音是各界对数字经济体高速发展的赞誉，第二种声音是由于对这一现象的“看不清”所带来的“困惑”，第三种声音则是对其勇于担当更多普惠责任的期待。

如何把握当前数字经济发展的主流脉络？如何思考和看待全球范围内数字经济体的浮现？为什么数字经济体才是认知、推动数字经济的“主要抓手”？

如何让数字经济体更好地助力于“数字鸿沟”的消解，并创造更大范围内的普惠价值？换句话说，在全球经济均衡和普惠发展的跋涉之路上，数字经济体如何才能发挥作为“普惠发展新引擎”的独特价值？具体到当前的中国情景，数字经济体对于推动解决“发展的不平衡不充分”能发挥哪些“新担当”？

以及，数字经济体已经发挥出了哪些普惠价值？其内在的动力机制可能是什么？

最后，面向未来，数字经济体又将向何处演化？

这些宏大的主题，远非一份报告所能容纳。因此，就以上问题，本报告只是进行了一些起始性的、框架性的讨论。我们期待和欢迎更多的研究者，与我们一起，共同加入到对数字经济体的讨论中来。



普惠 2.0 时代的新引擎

普惠 2.0 黄金时代

在约 200 年的时间里，工业革命、公司制、大生产，让少数工业国家进入了普惠 1.0 时代。而数字技术、数字经济、数字经济体，则有望助力全球最大多数的主体，逐步迎来一个普惠 2.0 的黄金时代。

用得起、用得上、用得好

别了，“无人知是荔枝来”的快递场景！今天，由数字经济体所激发和带动起来的普惠化的技术和商业服务，已经让最大多数的小企业、消费者，都能够“用得起、用得上、用得好”了。

百年尺度的文明级贡献

未来 20-30 年，全球经济竞争将越来越体现为数字经济体之间的竞争。同时，中国如能培育出全球最大的数字经济体，也将为全球的数字化转型，做出百年尺度上的、文明级别的贡献。

目 录

前言 1

一、数字经济体的浮现 6

 （一）新时代、新组织 6

 （二）四条演化路径 7

 （三）三大特点 8

 （四）中国：数字经济体的沃土 8

 （五）围绕数字经济体的迷思 9

二、助力普惠 2.0 时代 10

 （一）大历史：普惠 2.0 的黄金年代就在前方 10

 （二）受益主体：更多元，更包容 12

 （三）区域普惠：全球共享数字经济体的服务 17

 （四）发展方式更可持续 20

三、普惠 2.0 的动力机制 22

 （一）数字经济体推动技术的普惠化 22

 （二）数字经济体推动商业服务的普惠化 24

 （三）组织方式：从“公司”向“数字经济体”的演化 24

 （四）制度创新的推动 25

四、未来展望 27

 （一）如何认知数字经济体的作用？ 27

 （二）三大预测：数字经济体的 2030 28

作者与致谢 30

一、数字经济体的浮现

我们认为，在纷繁复杂的脉络中，数字经济体的浮现，是理解、把握、看待数字经济的最佳视角。

（一）新时代、新组织

全球上市公司市值 TOP10 的变化，是数字经济体崛起的最直接的体现。而各界对这类新型、巨型的商业组织方式的称谓，也正在从“商业生态系统”逐步演化到“经济体”等称谓。在“公司”这种经济组织方式占据主导地位的上个世纪，随着公司规模规模的扩大、相互之间连接和互动的频密化，已经出现了以生态学、生物学隐喻去分析商业领域的趋势，“商业生态系统”正是这样一种分析框架和视角，它一度被广泛用来分析沃尔玛、微软、英特尔、思科等大型公司的结构与运作过程。2007 年，当时的阿里巴巴也提出了要“建设一个开放、协同、繁荣的电子商务生态系统”。

但在互联网的网络效应下，一些全球领先的互联网公司，已经触及到了全球越来越广泛的地区和领域。在自身规模、分工协作、价值创造、规则发育等多个方面，都已经超出了过去“商业生态系统”的概念范畴。“在线经济体”、“互联网经济体”、“平台经济体”、“数字经济体”等多个对这种新型组织形态的新称谓，也由此应时而生。

图 1：数字经济体的浮现

规模庞大	<ul style="list-style-type: none"> ● 2015年阿里巴巴零售成交额超过3万亿，比肩工业时代零售代表沃尔玛 ● Facebook月活用户超过20亿，微信用户超过9亿
超级分工与大规模协作	<ul style="list-style-type: none"> ● 阿里巴巴零售平台卖家约1000万，买家超过5亿；服务商几十万家，物种（分工）多样性高，自组织化（协作）程度高；并涉及到了零售、制造、金融、物流、技术、文娱等多个领域
巨大经济社会价值	<ul style="list-style-type: none"> ● 阿里巴巴创造就业机会超过3300万 ● 2014年Facebook催生了450万个就业岗位
网规的成长与溢出	<ul style="list-style-type: none"> ● 阿里巴巴平台上大众评审、多元主体之间的协同治理等持续创新 ● 线上治理已经开始带动线下治理的转型

资料来源：阿里研究院

数字经济体的浮现是近年来全球数字经济进入新时代这一大的历史进程的一部分

数字经济体的浮现，既是其自身不断发育的结果，同时，一系列标志性事件也在说明，这也是近年来全球数字经济进入新时代这一大的历史进程的一部分：

- 人口：2016 年，全球约一半人口成为网民；
- 技术：以人工智能为代表的新技术群落，逐步进入爆发期；

- 组织形态：平台模式、平台组织、平台经济（如：阿里巴巴 3 万亿成交额比肩沃尔玛）、平台治理全面崛起；
- 资本市场：2016 年互联网科技公司历史性占据全球股市 TOP5，2017 年更有 7 家跻身 TOP10 之列；
- 规则：eWTP 写入二十国集团领导人杭州峰会公报。

另从演化经济学的视角来看，一波大的技术革命，通常都可以分为两个阶段，前二三十年称为“导入期”或“安装期”，后二三十年则是“拓展期”或“发展期”。如果从 1994 年互联网的商业化开始算起，则最近几年正处于“前二三十年”与“后二三十年”的转换期。过去的 20 多年来，全球已经在互联网技术和基础设施上进行了大量的“导入”和“安装”，而今也的确正在转入全新的发展时代。

（二）四条演化路径

就目前可见，数字经济体的出现，可能拥有四条演化路径：

第一是互联网的原生路径，正如我们在《数字经济 2.0》报告中所写：“Google、Facebook、阿里巴巴、腾讯等都是出生于互联网，不以产品作为战略导向，而是着力建设平台、培育生态，在很短的时间内获得爆发性增长。”

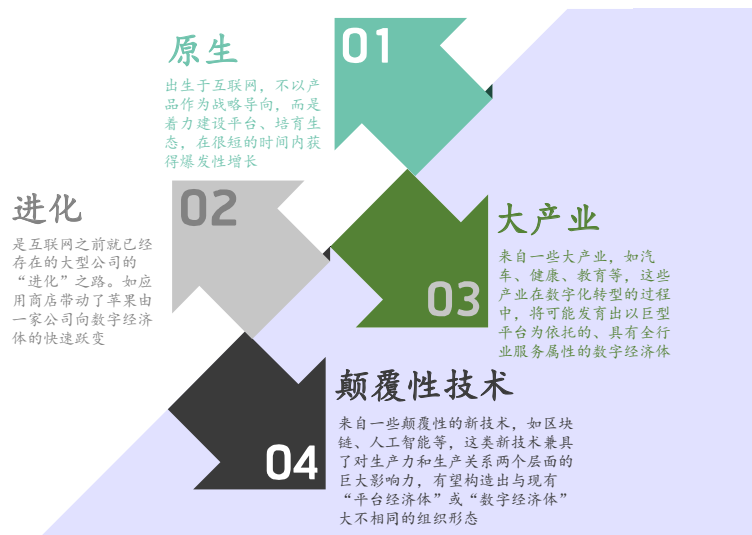
第二是互联网之前就已经存在的大型公司的“进化”之路。如应用商店带动了苹果由一家公司向数字经济体的快速跃变。

第三可能来自汽车、健康、教育等一些大产业，这些产业在数字化转型的过程中，将可能发育出以巨型平台为依托的、具有全行业服务属性的数字经济体。

第四则可能来自一些颠覆性的新技术，如区块链、人工智能等，这类新技术兼具了对生产力和生产关系两个层面的巨大影响力，有望构造出与现有“平台经济体”或“数字经济体”大不相同的组织形态。

区块链、人工智能等，这类新技术兼具了对生产力和生产关系两个层面的巨大影响力，有望构造出与现有“平台经济体”或“数字经济体”大不相同的组织形态

图 2：数字经济体的演化路径



资料来源：阿里研究院，2018

各大数字经济体之间已经呈现出了“互为平台”的趋势

（三）三大特点

在《数字经济 2.0》报告中，我们重点分析了这类新型经济体的三大特点：

平台化：依托“云网端”新基础设施，互联网平台创造了全新的商业环境，各种类型、各种行业的中小企业通过接入平台获得了直接服务消费者的机会。平台在经济体中，承担了倡导者、推动者和参与者的角色。数字经济体之间的“互为平台”，比如，通过对数据进行跨平台的整合与分析，以及各大数字经济体之间在事实上的分工协作，各大数字经济体之间已经呈现出了“互为平台”的趋势。

数据化：数据的流动与共享，推动着商业流程跨越企业边界，编织全新的生态网络与价值网络。今天人工智能的崛起是源于数据、计算和算法的同步发展。

普惠化：“人人参与、共建共享”，普惠科技、普惠金融和普惠贸易都已经大面积展开。

（四）中国：数字经济体的沃土

中国拥有全球规模最大的网民群体，全球规模最大的中产消费者群体，拥有在多个领域全球第一的生产加工能力，中国在数字经济领域的政策环境也保持了“鼓励、包容”的导向。也正因此，中国以阿里巴巴、腾讯等为代表的数字经济体，也已经在不长的时间里实现了与美国同行的并行格局。

从分领域来看，中国电商交易额在 10 年前还不到全球总额的 1%，而今占比已超过 40%，据估算已超过英美日法德五国的总和。2016 年，中国与个人消费相关的第三方移动支付交易额高达 7900 亿美元，则相当于美国的 11 倍¹。

从市场估值来看，截止 2017 年 6 月 30 日，在全球市值 TOP10 的互联网上市公司中，中国公司一度曾经占据五席。全球 262 家“独角兽”（估值

图 3：全球数字经济高地的分布



资料来源：阿里研究院，2018

1、麦肯锡全球研究院，《中国数字经济如何引领全球新趋势》，2017

超过 10 亿美元的非上市初创公司）中，中国公司占据了 1/3，占总估值的 43%。

也正因此，今天中国经济的面孔，已经不再只是“人口大国、制造大国、出口大国”，而是已经开始被认为是“数字经济大国、消费大国、创新大国。”从全球商业数据的汇聚和流动来看，中国的北京、杭州、深圳以及美国的西雅图、硅谷，也成为了这个星球上全新的数字经济高地。

图 4：中国经济的新面孔



资料来源：阿里研究院，2018

（五）围绕数字经济体的迷思

数字经济体的指数式增长、持续卷入大量企业和消费者的黑洞式效应，在全球经济蹒跚振兴的今天，尤其令人印象深刻。

面对数字经济体这样一种全新经济组织方式的浮现，全社会的态度也呈现出了多样化的局面：赞誉、困惑、期待、怀疑、批评……，不一而足。试举几大广为流行的“迷思”：

- 技术发展将消灭绝大部分的就业机会？
- 数字经济体是一种脱离实体经济的虚拟经济？
- 平台治理就是治理平台？
- 数字经济的鸿沟效应远大于普惠效应？

100 多年前，工业时代“公司”这种经济组织方式在美国崛起，曾在当时的社会中激发出了持续热烈的讨论：热爱、欣赏、疑虑、反对、接受、投入、支持……，无论如何，“公司”最终成就了工业时代美国经济的全球崛起。那么，100 多年后的数字时代，面对“数字经济体”这种全新经济组织方式的崛起，今天的人们又该如何去看待和思考呢？

宽泛的讨论，不如回到事实本身。让我们回到社会经济和生活的具体运行，看一下数字经济体究竟创造了怎样的价值。

中国的北京、杭州、深圳以及美国的西雅图、硅谷，成为了这个星球上全新的数字经济高地

100 多年后的数字时代，面对“数字经济体”这种全新经济组织方式的崛起，今天的人们又该如何去看待和思考呢？

二、助力普惠 2.0 时代

在推进普惠 2.0 的进程中，数字经济体正在发挥越来越重要的作用。

（一）大历史：普惠 2.0 的黄金年代就在前方

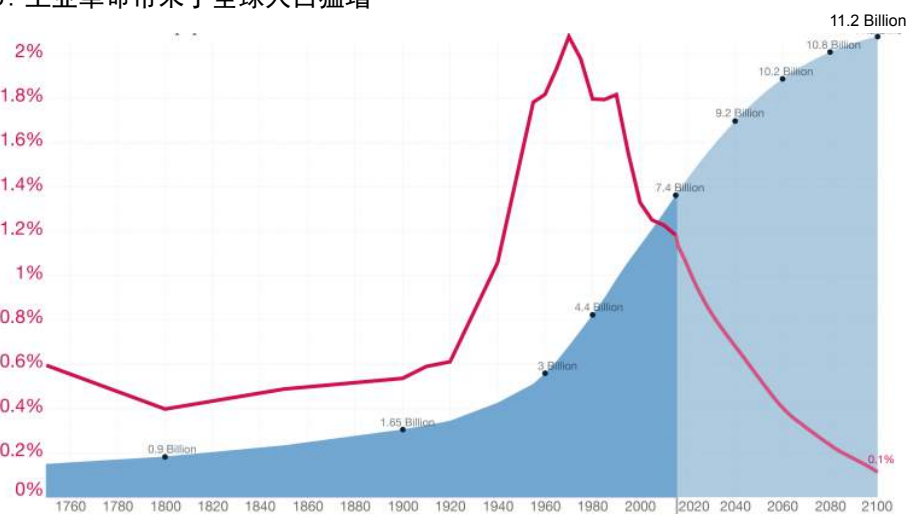
普惠的英文直译是“包容性”，在很大程度上，它是指最大多数的主体能够有机会参与和分享经济社会发展的成果。从大历史的角度来看，人类社会确乎正在开始一个普惠化程度进一步飞跃的大的历史进程。

在农业时代的几千年时间里，社会生产力水平低下，社会发展成果较为有限，很难称得上具有“普惠”属性，直到 18 世纪工业革命出现，尤其是第二次工业革命之后，“公司”这种经济组织方式与“流水线大生产模式”的出现，才使得主要工业国家的社会生产力得到了突飞猛进的发展，全社会的普惠化程度有了极大的提高：温饱问题在主要工业国家早已解决，人口数量、人均 GDP、预期寿命等也有了大幅提高。从大历史的角度来看，这足以称得上是人类发展史上的普惠 1.0 时代。

到了今天的数字时代，当互联网把全世界的人口、企业、国家连接在一起，一个全新的黄金时代——普惠 2.0 时代，也已经隐约可见。

在过去十余年的视野尺度下，全球约一半的人口和众多企业，已经实现了向互联网的历史性大迁移。在百余年的视野尺度下，我们正处于工业文明向信息文明的快速转换期。那些成功登陆数字新大陆的个人、企业和国家，有望在机会空间的历史大转换中，收获数字技术所拥有的社会经济潜力。

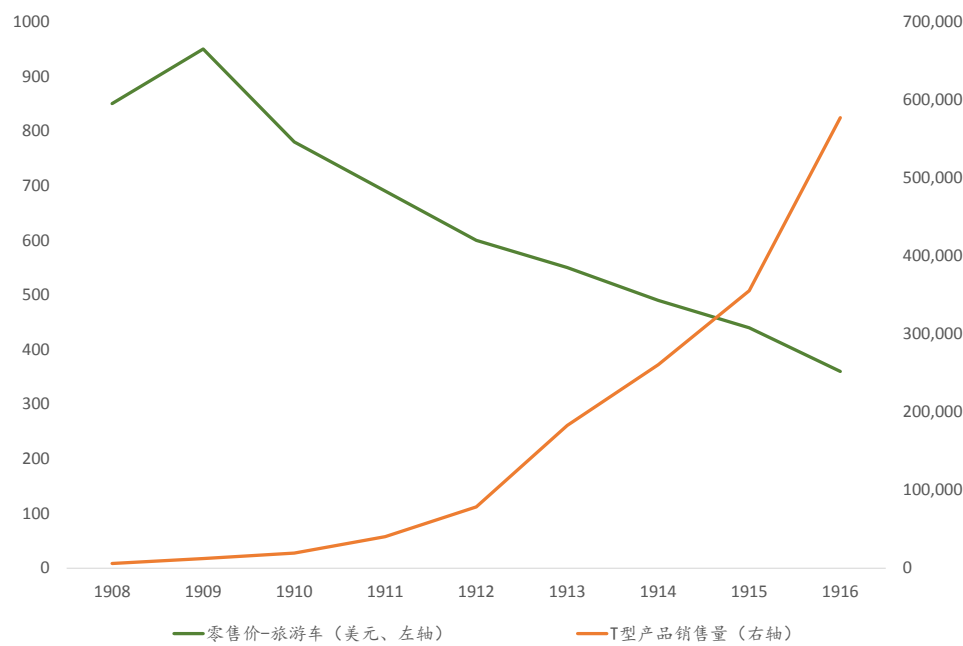
图 5：工业革命带来了全球人口猛增



资料来源：UN、HYDE、Our World in Data

按照著名演化经济学家卡萝塔·佩蕾丝的观点，ICT 范式（数字经济的范式）在经历 2008 年的金融泡沫后，如果得到政策等制度框架的创新支持，将有望迎来它的黄金年代。这一时期，将是新范式在整个经济体系中得到广泛传播和应用的年代。也即在商业和社会之间、在人类和地球之间建立起“正和关系”的年代。此前的这类黄金年代，还有英国维多利亚时代的繁荣、法国的美丽年代、二战后的繁荣等等。

图 6：福特公司开创流水线大生产



资料来源：约瑟夫·派恩著，操云甫译，大规模定制：企业竞争的新前沿，中国人民大学出版社，2000:17

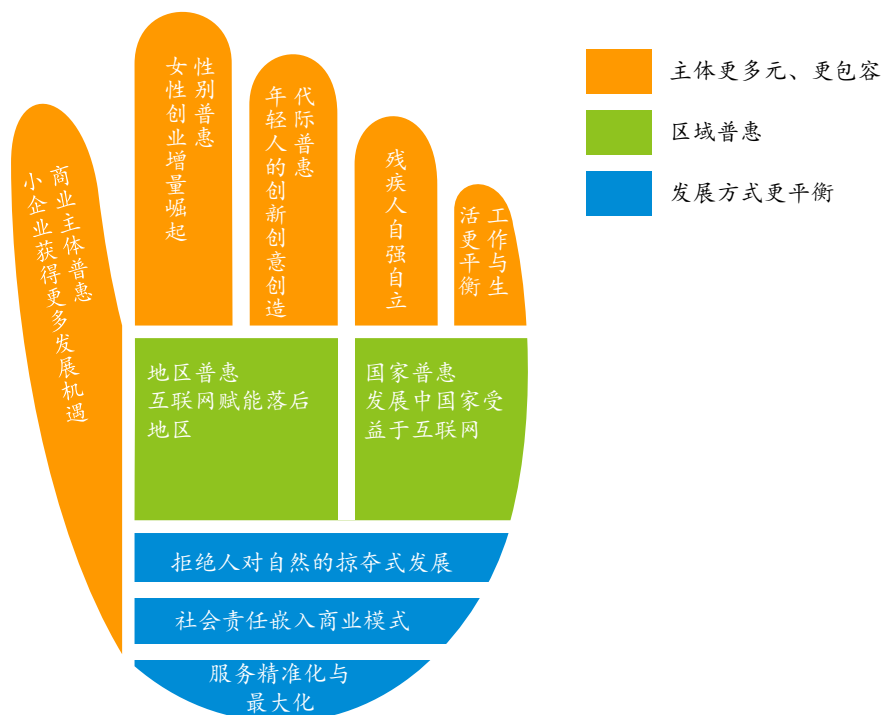
图 7：从普惠 1.0 到普惠 2.0



资料来源：阿里研究院，2018

（二）受益主体：更多元，更包容

图 8：普惠 2.0 的十个方面



资料来源：阿里研究院，2018

1、商业主体普惠：小企业获得更多发展机遇

据世界银行成员国际金融公司（IFC）对 155 个国家和地区的中小微企业进行的调研，全球共有 1.63 亿中小微企业（不包括自雇佣）。过去十年，全球中小微企业数量年均增长 5.2%。其中，发展中国家中小微企业数量为 9600 万。全球中小微企业数量占比均在 90% 以上。

大公司主导的经济发展模式，客观上会引导资源向少数地区集中，农村及边远地区的中小企业缺乏发展的空间

在第一轮的信息化、数字化浪潮中，大企业投入巨额资金，构建了庞大的信息管理系统，形成了高效的内部资金、货物、信息流动体系。那时，大公司把持了 80% 的国际贸易。而小企业想要加入国际贸易则非常困难，监管、交易、支付、物流、渠道、市场等能力都存在瓶颈。小企业因为没有资金和能力建设相同的系统，IT 鸿沟开始凸显。小企业要想生存，只能依附于大企业，成为大企业供应链的一部分；独立发展、规模进一步扩张则非常困难。这种大公司主导的经济发展模式，客观上会引导资源向少数地区集中，农村及边远地区的中小企业缺乏发展的空间。

日益完善的数字经济基础设施为中小创企业带来了诸多便利，在基于互联网的新型数字经济体内，市场门槛及运营成本极大降低，小企业开始享受技术的普惠、金融的普惠、物流的普惠等等。小企业开始拥有与大企业相同的能力，海量小企业将以蚂蚁雄兵之势重塑贸易格局、主导全球贸易。“微型跨国公司”已是普遍的现实：随着创业成本的降低，未来将会有更多的小

企业诞生，并成为跨国公司。

全球消费者爆发式增长，带来了市场更加多样化的需求。传统大公司标准化、大批量的生产模式无法满足新的市场需求。而数据技术能够让中小微企业和消费者无缝连接，让小微之间高度协同，快速灵活地满足消费者需求。通过算法服务，全球的小微企业可以知道自己需要在什么时间点、提供什么产品、并以什么样的价格给到消费者，随时随地的智慧贸易成为现实。当有机会进入新市场时，中小企业往往比大企业能更快速灵活地应对，因此可以在创新方面发挥关键作用。中小企业参与贸易可以提高生产率，帮助创造就业机会，刺激经济增长和减少贫困。

我们的研究发现，阿里云上的创业者有 60% 是首次创业，选择采用公共云平台后，计算成本降低了 70%，创新效率上升高达 300%。未来，创新劳动将真正成为每个人自我实现、自我表达的手段。预计未来 20 年，50 % 的劳动力会通过网络实现自我雇佣和自由就业；未来 30 年，小企业 / 个人将主导 80 % 的全球贸易。

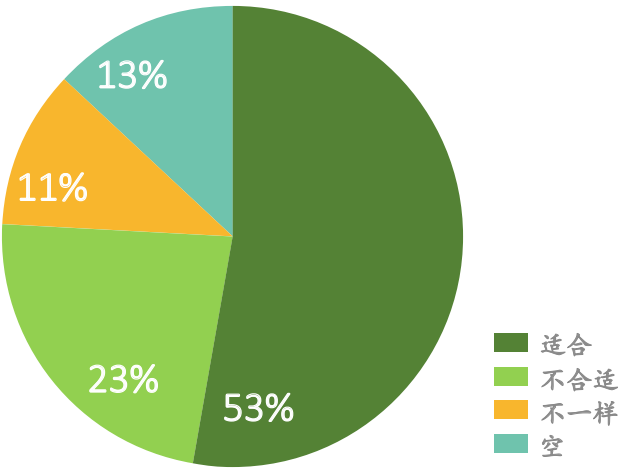
预计未来 20 年，
50 % 的劳动力会通过
网络实现自我雇
佣和自由就业

2、性别普惠：女性创业“增量崛起”

纵观历史，中国女性创业经历了“花木兰式”的“农业世”、“女汉子式”的“工业世”，当前正进入“黑科技”的“DT 世”。《她时代：来自未来的 Lady Data》（2017.7）报告显示，在阿里云的推动下，超六成的女性创业者“正在或者计划采用云计算、大数据、人工智能等创业”。女性利用大数据、云计算、人工智能等前沿科技，突破传统边界进行的商业创新，符合“DT 世”创业“增量崛起”的特征。超半数女性创业者认同“女性擅长科技型创业”。高科技、智能化的时代到来了，最适合脑力劳动的女性的时代到来了。

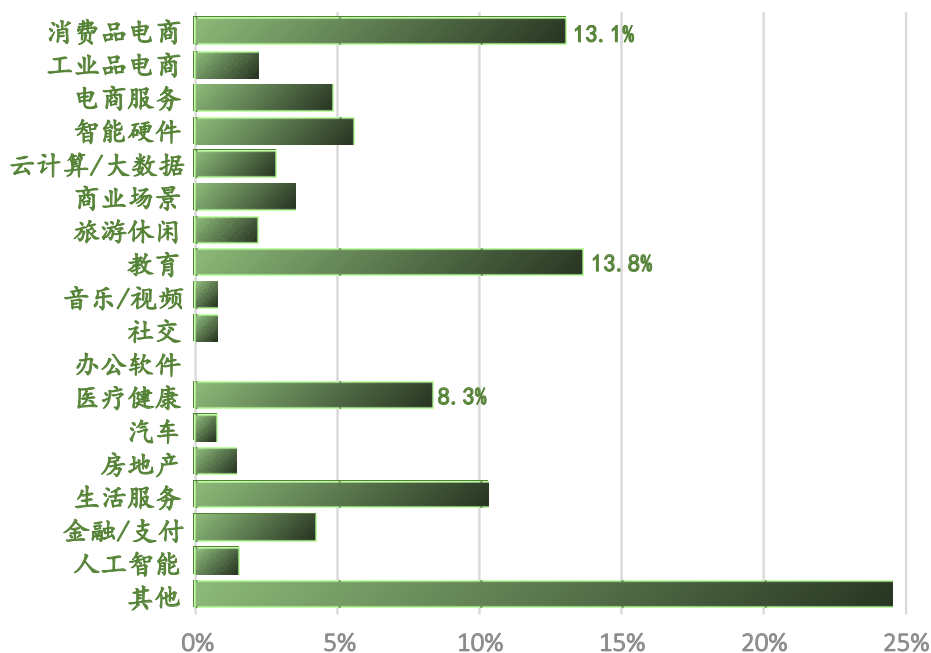
DT 时代的女性创业选择更多元，分布的行业也更加比较广泛。女性更追求创业的个性化和与个人能力与资源的适配性，不盲目追求风口。在这一点，走上创业路的女性或许比男性更加理性。女性创业比较集中的领域为消费品电商、教育、医疗健康和生活服务，还有人工智能等领域。

图 9：女性是否擅长科技型创业



资料来源：阿里研究院，2017

图 10: 从普惠 1.0 到 2.0 女性创业领域更加多元化



资料来源：阿里研究院，2017

“DT 世”女性创业者身上，有着不同于“前辈”的独特标签：她们是一群来自未来的 Lady Data，让科技和商业融入了更多想象力、艺术和直觉能力，是女性原力的觉醒与释放，推动未来元素和人性力量的真正融合。

这一“世”的最大特征，是数据已经作为一种生产要素，全面深度介入到财富创造的过程。从 IT 到 DT（信息技术到数据技术）的升级，让数据成为一种链接的基础，数据为商业赋能，数据成为经济发展的“核动力”。

基于数字经济的创新、创业，开始越来越呈现出多元化、国际化的生态。在“DT 世”的创业，受传统因素的掣肘最少，因而展现更强的活力。“增量崛起”，是这个时代创业的显著特征。

3、代际普惠：年轻人的创新创造被互联网放大

数字经济 2.0 时代的经济体，为年轻一代大大地降低了代际的差异

农业和工业经济时代，经验或资本是最大的财富，每个人的价值也往往因此而体现出差异，大量的年轻人因为经验和初始资本的不足，需要经过多年的积累才有可能实现自己的梦想，而数字经济 2.0 时代的经济体，则为年轻一代大大地降低了这种代际的差异，使得他们更有机会利用世界最前沿的技术进行创新创造。

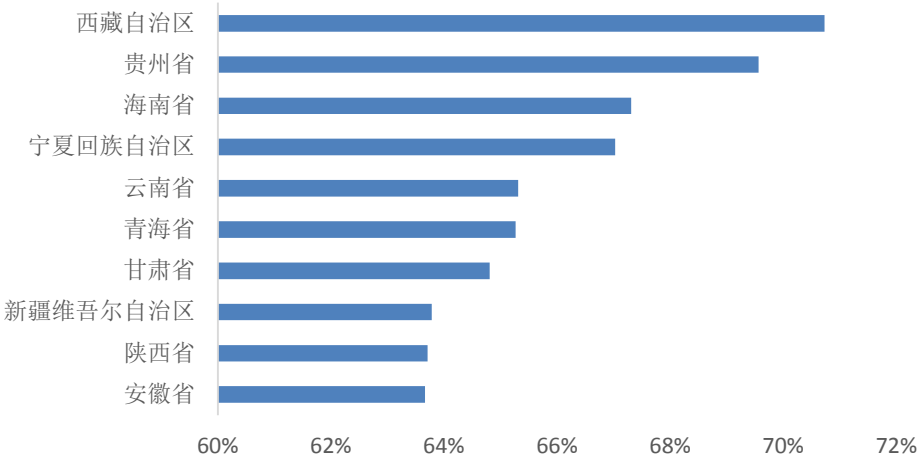
据国家统计局和阿里研究院的数据分析显示，在互联网时代成长起来的 Z 世代（1995-2016 出生的人数）占到全国总人口的 27%，这一代人都是典型的数字原住民，是“屏幕依赖一族”，技术成为了他们生活的一部分。他们不仅喜欢社交媒体和分享，而且有着超强的创造力，希望能够用他们自己的力量创建新的世界，而数字经济体的发展则为他们这种愿望提供了更平等的机会和更低的门槛。

这一代人能够非常快速地适应网络环境，因此对于互联网平台的认知要比上一代深入的多，互联网平台上大量年轻创业者的崛起显示出这一代人的力量，独角兽中的很多创始人都非常年轻，比如 ofo 的创始人戴威只有 26 岁，他借助云计算和扫码技术不仅创造了人人可用的“小黄车”，月度活跃用户已经超过 4000 万人，同时还把小黄车推广到了国际市场。

在数字经济高速发展的今天，偏远或贫困地区的年轻人能够与发达区域一样地进行创新创业，他们不必远离家乡就有机会利用数字经济体内的云计算、物流、电商、金融等商业基础设施实现自己的梦想。在刚刚发布的全国 2017 年 2100 个淘宝村中，卖家平均年龄 33.7 岁，其中 30 岁及 30 岁以下年轻人占比 51.8%。根据阿里零售平台 2017 年数据显示，全国 30 岁以下网商占比最高的前 10 个省份都分布在中西部省份，而且占比都超过 60% 以上。

全国 30 岁以下网商占比最高的前 10 个省份都分布在中西部省份

图 11:2017 年 30 岁以下网商占比前 10 大省份



资料来源：阿里研究院，2018

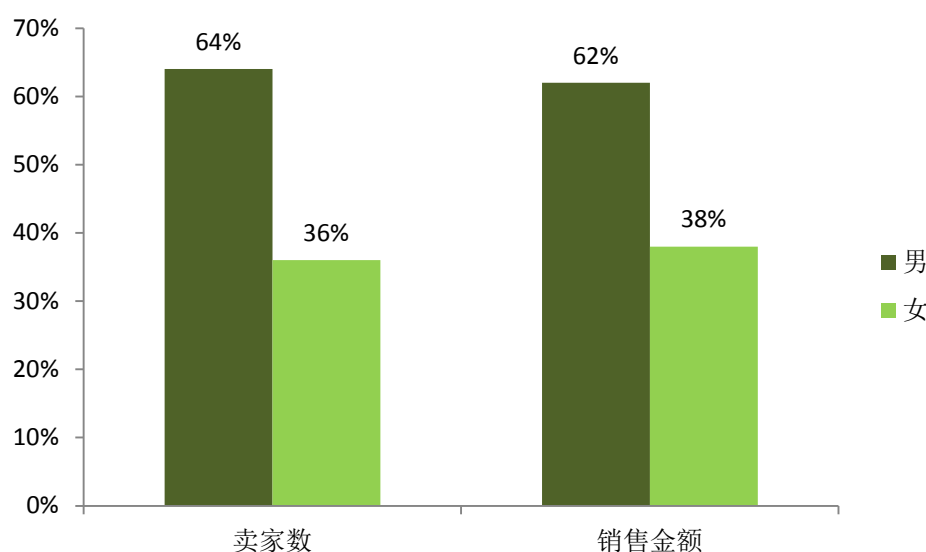
4、越来越多的残疾人借助互联网实现自立自强

根据中国残联、阿里巴巴《网络时代助残：普惠与创富》（2017.3）报告显示，淘宝网上有 16 万家残疾人网店实现销售，销售额 124 亿元，销售额在 3 万元以上的商家约 2.7 万家。全国涌现出一批残疾人创业的带头人，如安徽合肥的“旗袍先生”崔万志，从创建旗袍品牌“蝶恋”到“2016 中国创业榜样”，湖北武汉黄银华从“魔豆妈妈”到校长，全国篮球冠军郑然成就“轮椅上的电商梦”，“最美乡村人”身残不忘助人的陈益武，用三个指头按下人生“成功键”的农村淘宝合伙人普俊光……。

从年龄分布来看，36-50 岁残疾人卖家比例最为集中，残疾人卖家平均年龄显著高于非残疾卖家年龄。淘宝网已经成为年长者赖以生存的环境。

从学历来看，大专以下学历的残疾人店主占总体的 89%，销售额占比为 92%。经营好淘宝店对于学历要求并不高，中小学文化的残疾人就能够经营。

图 12: 不同性别残疾人卖家数及销售情况



资料来源:《网络时代助残:普惠与创富》(2017.3)

淘宝平台上残疾人卖家数中,肢体残疾人群数量最多,接近七成。残疾等级影响了开店,一、二级重度残疾开店占比为 1/3,三、四级中轻度残疾卖家占比接近 2/3。

互联网也给残疾人的消费带来了便利。在统计期内,淘宝网上共有 246 万残疾人进行购物,网购规模 221 亿元,让残疾人同正常人一样享受无差别的网购福利,减少了出行不便的负作用。

阿里电商平台也让弱势群体享受到了数字经济带来的红利。2011 年,阿里巴巴成立信息无障碍小组,帮助天猫、淘宝平台上的视障用户与明眼人一样,享受平台应有的福利和体验。6 年来,信息无障碍小组成立了常态化项目组,建立无障碍文档中心,引入开源无障碍测试工具,推动相关团队陆续开发了语音验证码引擎、建立了盲人卖家旺旺群、开发了盲人用户专用的旺旺、开发无障碍 App……。

5、个人幸福度:工作和生活更平衡

工作与生活的割裂,是工业时代所有人的宿命

人类的生产方式,就是不断摆脱空间和时间束缚的过程。最初的农业和家庭作坊只能白天作业,工场只能设置在煤矿附近。在工业大生产的时代,每个人也只能遵从机器和流水线的节奏。电影《摩登时代》里“工人被零件化”的处境,正是典型的写照。工作与生活的割裂,是工业时代所有人的宿命。

但到了今天,在新技术的支撑和共享文化的推动下,基于数字经济体的灵活就业则呈现出了规模化的趋势。从“公司+雇员”到“平台+个人”已经是一个显见的事实,比如,截止 2017 年 10 月,滴滴平台为 2100 万专(快)车、顺风车和代驾司机提供了灵活的就业机会,极大地补充了社会运力缺口。此外,数字经济体所激发出来的创业,也已经带动了更多的工作机会。面向未来,波士顿咨询的研究²预测,2035 年中国整体数字经济规模接近 16 万亿

2、波士顿咨询,《迈向 2035:4 亿数字经济就业的未来》,2017

美元，数字经济渗透率 48%，总就业容量达 4.15 亿。该报告以阿里巴巴为例，假设其 2035 年创造就业占中国数字经济整体就业比例与 2015 年相同，预计 2035 年将创造国内就业 1.12 亿；同时，阿里巴巴未来新兴业务（云计算、数字娱乐等）与数字经济强相关，预估其未来业务占中国数字经济整体份额会持续增加，加之国际业务，整体带动数字经济就业规模将超过 1 亿。

进一步地看，在灵活就业的情况下，当个体的工作与生活不再跟从大机器节奏，将迎来怎样的工作方式与生活方式？我们认为，个体被机器和组织“异化”的状态，将有望得到很大的改善——这是信息文明带给我们的一个了不起的礼物。这是因为，在宽泛的意义上，未来人人都将是知识工作者，人人也都是某个领域的专家，这将让个体的工作与生活更加柔性化。一方面，个体的潜能将得到极大释放，每个人的特长都可以方便地在市场上“兑现”，而不一定要全职加入某一组织。另一方面，工业时代那种工作、生活、学习割裂，个体无法柔性安排工作与生活状态也将得到很大改变，类似于工作、生活、学习一体化的 SOHO 式工作、弹性工作等新形态将更为普遍。当然，对于个体来说，“人人都是专家”、“柔性化地工作和生活”的前景的确令人心仪，但它也意味着每个人都要成为自己的 CEO：自我驱动、自我监督、自我管理、自我提升。

“人人都是专家”、“柔性化地工作和生活”的前景的确令人心仪，但它也意味着每个人都要成为自己的 CEO：自我驱动、自我监督、自我管理、自我提升

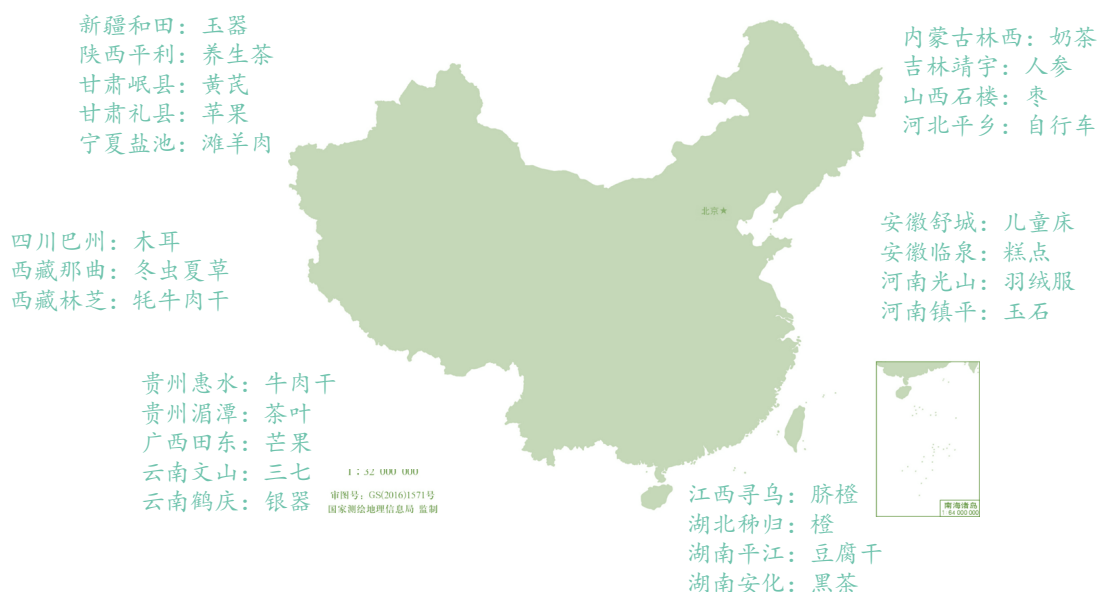
（三）区域普惠：全球共享数字经济体的服务

6、地区普惠：互联网赋能贫困地区

数字技术创新、普及应用，让贫困地区在连接新市场、新技术、新服务、新知识等方面，获得了更加均等的机会。近年来，中国贫困地区电子商务持续、快速发展，非常好地展现出了数字技术、数字经济体对贫困地区普惠发展的促进。

从 2013 年到 2016 年，在阿里零售平台上，国家级贫困县的网络销售额在 2014、2015 年先后突破 100 亿元、200 亿元大关，2016 年接近 300 亿元，是 2013 年的 3.4 倍。在部分贫困县，电子商务初步显现出规模效应。2016 年，在阿里零售平台上，280 多个贫困县网络销售额超过 1000 万元，41 个贫困县网络销售额超过 1 亿元，如河北平乡、安徽舒城、河南镇平、陕西丹凤、云南文山等。贫困县的创业者、小企业，通过电子商务将特色产品销往全国各地甚至海外，比如贵州湄潭的茶叶、江西寻乌的脐橙、新疆和田的玉器、河南光山的羽绒服、吉林靖宇的人参等等。移动支付也让贫困地区获得了更多机会在 832 个国家级贫困县和连片特困地区县中，蚂蚁金服服务了 795 个，为其提供便捷的支付、信贷等服务。

图 13: 贫困县电商特产地图

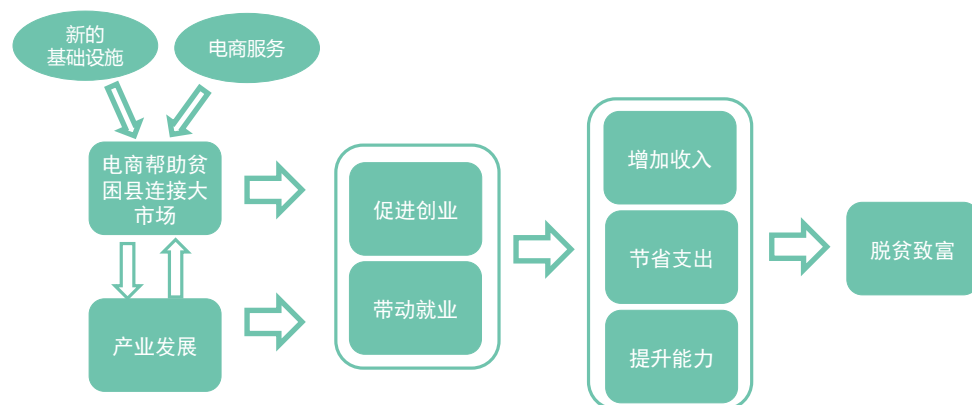


说明: 图中为部分贫困地区特色产品, 不完全举例。
来源: 阿里研究院, 2017 年

数字经济体助力减贫的作用机制是: 帮助贫困县连接大市场, 促进产业发展, 帮助贫困人群就业创业, 提升能力, 增加收入, 最终脱贫致富

数字经济体助力减贫的作用机制是: 帮助贫困县连接大市场, 促进产业发展, 帮助贫困人群就业创业, 提升能力, 增加收入, 最终脱贫致富。山东曹县是省级贫困县。近年来, 村民们跟随电商带头人, 纷纷开通网店销售演出服, 有力地带动了设计、制造、物流等产业链上下游发展, 创造多样的就业机会, 并惠及众多贫困人口。2016 年, 全县电子商务销售额达 65 亿元。约 45000 个网店, 电商从业人员约 147000 人, 带动约 20000 名贫困群众脱贫。

图 14: 电商减贫作用机制



资料来源: 阿里研究院, 2017

整体来看, 数字经济体给贫困地区带来了三大普惠价值。第一是帮助贫困地区连接大市场。2016 年, 在阿里零售平台上, 国家级贫困县的商品覆盖超过 8000 万网购用户, 一个贫困县的商品平均销往 280 个地级城市, 即覆盖绝大部分城市。第二是在贫困地区激活大众创业。2016 年, 在阿里零

售平台上，国家级贫困县活跃网店超过 33 万个，接近贵州全省小微企业总数。第三，在直接创造就业的同时，带动产业链促进更多人就业，如客服、快递员、裁缝、木工等。其中很多就业岗位具有“多样、灵活、就近”等特征，妇女、老人、残疾人等能找到适合的工作机会。

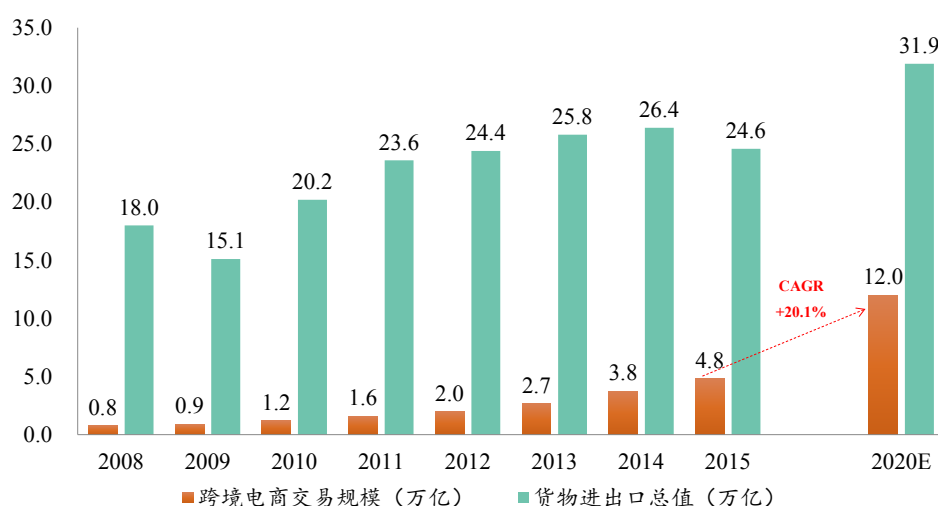
7、国家普惠：发展中国家受益互联网

工业时代，世界经济贸易发展体现出强者恒强的态势，只有很少的国家突破瓶颈，晋升高收入国家。发达国家的资本、技术、人才，使得发展中国家只能作为发达国家全球产业链的一颗螺丝钉，全球发展红利不均，贫富分化始终未能显著改善。而数字经济体这种全新的经济组织方式，推动国际贸易主体、贸易形态、商业模式、组织方式都在发生重大变革。这促进了世界经济贸易的普惠发展，驱动了传统产业的转型升级，为中小微企业发展创造了历史性的机遇，为消费者购买海外商品提供了便利选择，也对全球贸易规则和公共政策提出了新需求和新挑战。

中国的跨境电商实践是数字经济体普惠发展中国家的典型案例。跨境电商搭建起一个自由、开放、通用、普惠的全球贸易平台，在这个平台上，亿万消费者可以买全球，中小企业可以卖全球，真正实现了全球连接、全球联动。2015 年，尽管全球贸易增速放缓，中国跨境电商却在逆势增长，进出口贸易中的电商渗透率持续提高。2015 年，中国跨境电商交易规模达 4.8 万亿元，同比增长 28%。预计 2020 年，中国跨境电商市场交易规模将达 12 万亿元，在 2015-2020 年区间复合年均增长率有望达到 20.1%。2015 年，跨境电商交易额占中国进出口总额的 19.5%，预计到 2020 年占比将达到 37.6%。

2015 年，尽管全球贸易增速放缓，中国跨境电商却在逆势增长，进出口贸易中的电商渗透率持续提高

图 15：中国跨境电商交易额、进出口总额变化情况



资料来源：商务部、海关总署、艾瑞、易观、阿里研究院分析

为了更好地帮助中小微企业发展，促进全球普惠贸易和数字经济增长，孵化互联网时代的全球化贸易新规则，阿里巴巴集团于 2016 年提出了世界电子贸易平台（Electronic World Trade Platform，简称 eWTP）倡议。2016 年 9 月，eWTP 作为二十国集团工商界活动（B20）的一项核心政策建议，得到二十国集团（G20）领导人的回应和支持，被写入领导人杭州峰会公报。

2017年3月22日,阿里巴巴集团董事局主席马云和马来西亚总理纳吉布宣布,首个eWTP 试验区在马来西亚落地,双方共同建设“数字自由贸易区”(eHub)。“数字自由贸易区”将被打造成物流、支付、通关、数据一体化的数字枢纽,成为发展数字经济的基础设施,成为马来西亚和东南亚中小微企业通向世界的窗口。

(四) 发展方式更可持续

8、发展方式：拒绝“掠夺式”增长

工业时代的发展方式,很多时候都是一种以公司为主体、人类对自然进行“掠夺”的增长方式,到了今天,数字经济体与可持续发展有着必然的良性互动关系吗?

对环保、节能、可持续发展的关注,并非始于信息时代。上世纪1972年,罗马俱乐部发表的《增长的极限》,正是最典型的体现。到了今天,数字经济体的发展,则为可持续发展、为人与自然的平衡,创造了更大的可能性,并已经开始有所展现。

第一,从消费者角度看,数字经济体让消费者更容易购买绿色环保产品,进而有助于实现环保、可持续的消费方式,并倒逼制造业向绿色化的转型。相比传统商务,2016年阿里巴巴平台的网络零售,因节省能耗和物耗而让全社会减少排放约3800万吨二氧化碳,约相当于709万亩森林、近两个太湖水域所产生的绿色效应。此外,2016年,阿里零售平台上的“绿色消费者”人数已超过8000万,在平台活跃用户中占比超过18%。

第二,从宏观经济来看,数字经济体有助于推动“低库存经济”的出现。工业时代,由于生产者和消费者互动效率的低下,库存成为了工业经济无法摆脱的顽疾。而随着大数据所驱动的产消互动效率的持续提高,“低库存经济”将有望显现。

第三,从全球来看,互联网连接了全球的消费者和生产者,数字经济体则是这种连接网络中的最大节点所在,并正在以跨境电商、eWTP等形态和方式,推动一个广深的、基于互联网的新型全球化市场的出现。这种广深的全球化,所带来的将是一个真正无疆界的巨型市场,并将为更多环保产品在全球寻找和匹配到它的消费者。

9、社会责任：嵌入商业模式

公司,是工业时代最基本的组织构件。公司的内外关系,也经历了多次的磨合和调整。政府与企业:19世纪中叶左右,由最初的政府授予“特许权”转变为“成立公司是一种权利”。企业与企业:20世纪初,由自由竞争,转向了通过反垄断法等进行规范。企业与员工:20世纪后各国通过《劳动关系法》等调整劳资关系。企业与社会:美国由镀金时代转入进步年代后,公司行为受到限制,后来的企业社会责任等理念和实践开始出现。

数字经济体的浮现,在上述多个领域内,也将带来新的改变。就社会责任和公益领域来看,由于高度透明、海量聚集、便利操作等特性,数字经济

这种广深的全球化,所带来的将是一个真正无疆界的巨型市场,并将为更多环保产品在全球寻找和匹配到它的消费者

体中的各个角色，同样有着令人眼前一亮的表现。

2016 年用户通过阿里公益平台产生网络捐赠 4.88 亿元，其中，通过淘宝公益产生的捐赠笔数达到了 43.9 亿笔。2017 财年，阿里公益平台带动了全社会近 47 亿人次参与公益活动，其中累计有超过 3.1 亿买家和 177.8 万卖家通过阿里公益平台投身公益。同时，已有 5.4 万卖家的公益捐赠超过了其营业额的千分之三。阿里公益平台上的捐赠具有明显的长尾效应，呈现出以小额捐赠为主的趋势。从公益网店的捐款来看，单笔捐款在 100 元以下的用户占到了 81.4%。涓涓细流，汇聚成了人人参与的公益之海。

数字经济体中的公益行为，具有明显的平台化和生态化的趋势。2017 年 4 月，阿里巴巴公益基金会发布了“XIN 伙伴计划”，将在过去 5 年环保资助实践的基础上，全面提升对中国环保公益组织长期战略性的资金和资源支持。具体来看，该计划将在环保组织数据库的基础上，搭建环保组织发展的资源库平台，为更多环保机构提供服务。

10、各类普惠服务：大规模、低成本、个性化

“奢侈品－必需品－日用品”，是大部分商品和服务的必经之路。典型如服装定制，从中世纪的贵族化定制，到工业时代的中产阶级的成衣，再到今天的大规模个性化定制。数字经济体的普惠服务则进一步呈现出了多样化、大规模、低成本、个性化等特点。

多样化：普惠化的技术、普惠化的物流服务、普惠化的金融服务等，都已经成为了大面积的现实。在芝麻信用的案例里，大数据技术重构了信用评分。经由越来越多的数据来源和分析，芝麻信用已经可以为越来越多的用户，提供越来越多场景下的越来越优质的信用服务，如：租车、租房、骑行、酒店、就医、司法、借书、签证等。

大规模：以金融领域为例，发展中国家尚有 20 亿人没有银行账户，在中国传统征信体系中，有信贷记录者占比仅为 35%，而美国这一数字则是 92%。数字化的普惠金融，在中国的实践已经证明，它可以为最大多数的小企业、创业者、农村提供大规模的金融服务。

低成本：蚂蚁金服的贷款流程中，小微企业主只需要花 3 分钟在网上填写申报材料，1 秒钟就可实现贷款到账，且整个过程中零人工干预。

个性化：个性化的搜索服务，个性化的商品推荐，不胜枚举。

发展中国家尚有 20 亿人没有银行账户，在中国传统征信体系中，有信贷记录者占比仅为 35%，而美国这一数字则是 92%

三、普惠 2.0 的动力机制

数字经济体创造巨大普惠价值的背后，其实是数字技术和数字经济价值的集中体现。据中国信息通信研究院《中国数字经济发展白皮书（2017）》，2016 年中国数字经济规模达到 22.6 万亿，占 GDP 比重达到 30.3%。中国数字经济指数 DEI 则表明，“数字经济增速显著高于我国宏观经济指数，成为拉动经济增长的重要引擎。”而数字经济体，则是最直接地激发和拉动技术普惠、商业普惠、组织效率创新、制度创新的新引擎，也是让海量主体能够“用得起、用得上、用得好”的新引擎。

（一）数字经济体推动技术的普惠化

一部信息技术的发展史，就是不断走向普惠化的历史。

一部信息技术的发展史，就是不断走向普惠化的历史

承载数字经济发展的信息通信技术的源头需要回到 70 多年前。1946 年，世界上第一台通用计算机“ENIAC”诞生，这台计算机最初是美国国防部用它来进行弹道计算，是个庞然大物，用了 18000 个电子管，占地 170 平方米，重达 30 吨，耗电功率约 150 千瓦，每秒钟可进行 5000 次运算。

1964 年，IBM 发明 System/360 大型计算机，这个时代的计算机开始走向商用，但价格昂贵，使用门槛高，只有丰厚经济实力的企业或机构才能用得起，当时最主要的目的是替代手工操作，以主机 / 终端的计算模式为主，数据和应用以集中的方式保留在主机，在主机进行计算和处理，终端主要是界面的作用。

信息通信技术开始走向普惠的标志性时间点是上世纪 60 年代末 70 年代初，1969 年 Internet 的前身 ARPANET 诞生在美国国防部，1971 年 Intel 处理器的出现为计算机走入寻常百姓家奠定了基础，几乎在同一时间段，今天依然还在影响世界的微软、苹果公司诞生了。

20 世纪 90 年代初期，WWW 的出现，推动着互联网开始走向商业化。1994 年，中国开启互联网进程，开始通过互联网连接世界。而到了 1998 年左右，第一波互联网创业浪潮开始，阿里巴巴、腾讯和百度这三家今天在全球市值进入前十的公司都诞生在那个时代。2000 年 3 月 10 日 NASDAQ 指数到达 5048.62，泡沫达到最高点，之后快速下跌，其中只有 50% 的互联网公司存活过了 2004 年。这也体现了互联网技术“安装”到全社会的进程中，技术与资本等商业社会系统相互调适的过程。

互联网的发展使得人与人之间的距离不再遥远，社交、消费和娱乐变得更加便利。但移动互联网和智能手机的诞生，尤其是 2007 年推出的 iPhone 成了划时代的智能手机产品，使得触摸屏成了重要的输入方式，而这意味着手机的使用更加便捷，快速推动了移动互联网的普及和快速发展，同时移动网络基础设施从 2G、3G 到 4G，今天全球的移动互联网用户数已经超过 30 亿，几乎成了互联网本身的代名词。

直到 2006 年左右，云计算技术的出现和发展使得成千上万台廉价的服务器能够通过虚拟化和分布式计算等技术随需提供计算和存储能力，推动着

云计算成为类似于水与电这样的公共基础设施服务，大大降低了技术创新创业的成本，提高了创新效率，使得数据流动起来。数据要素的投入和云计算的应用，使得全要素生产率获得提升，激发新的生产力产生。云、网和端形成数字经济 2.0 时代的新基础设施，推动数字技术与实体经济的深度融合进程。

2016 年，AlphaGo 的出现昭示着计算、数据与算法三者叠加出的人工智能技术的里程碑。人工智能这个过往遥不可及的技术开始走下神坛，只要有智能终端，你就有机会享用人工智能的普惠价值。智能音箱、工业大脑、智能客服、城市大脑、医疗大脑等各种应用场景都有人工智能技术的影子。

从历史来看，服务器、存储、网络带宽、手机成本的迅速降低以及相应处理能力的增强，共同成为数字技术普惠化的推动力量，也使得数据成为今天数字经济 2.0 时代的生产要素，并从 1.0 时代的封闭走向开放，从独享走向共享和融合。

图 16：“用得起、用得上、用得好”背后的创新主导者



资料来源：阿里研究院，2018

而从信息技术创新的主体来看，近年来，数字经济体的浮现和发展，所面对的是全新的技术难题。在解决这些技术难题的过程中，他们也创新性地发展出了自身很强的技术能力，然后又把这种技术推向了全社会。在很大程度上，数字经济体正在替代传统的 IT 公司，成为全球数字技术创新的重要源头和创新高地，同时也是推动数字技术普及化的先锋。典型如亚马逊和阿里云推动了云计算的商业化，让越来越多的小企业、创业者和个人，能够跟大企业一样用上高性能、高性价比的云计算服务。再如，谷歌、阿里巴巴等对人工智能技术的持续投入，也使得这一技术在越来越多的行业和企业得到了应用。

在很大程度上，数字经济体正在替代传统的 IT 公司，成为全球数字技术创新的重要源头和创新高地，同时也是推动数字技术普及化的先锋

（二）数字经济体推动商业服务的普惠化

农业时代，在“无人知是荔枝来”的场景里，应用畜力这一能量来源，采取接力快递的物流方式，让极少一部分人在当时享受到了高效的快递服务。

工业时代，已经发育出了一些高品质的物流服务、个性化的金融服务、一对一的外贸供应链服务、高效率的 IT 服务、人力资源服务等等。但通常情况下，只有少数大企业、大机构才可以用得起、用得上、用得好。

到了今天，数字经济体自身就是众多商业模块的集合体，它集成了众多的商业流程，连接的也是一个庞大的全球大市场，大市场才能孕育大分工，因此，在数字经济体的大市场上，众多个性化、低成本、大规模的商业服务都已经发育出来。

淘宝之所以能够创造这样的奇迹，是因为淘宝最终演化出一个社会协同的大平台

以淘宝网为例，正如曾鸣教授对淘宝网的分析：“淘宝之所以能够创造这样的奇迹，是因为淘宝最终演化出一个社会协同的大平台。……（我们）只提供最基础的旺铺功能，免费给所有卖家使用，然后把个性化的旺铺模板设计开放给社会。所以淘宝第一次出现了一批独立的软件工程师帮卖家设计店铺，后来发展成为盈利的软件企业，又衍生出各种各样的软件服务商，比如存货管理、客服管理、在线客户管理。今天的淘宝卖家已经可以在线同时和几百个服务商合作，你只需要有一个 API 的链接都可以调动相关的数据、服务，可以打通微博社交渠道、蚂蚁金服的金融服务后台、第三方开发的营销工具等等。淘宝本身就是一个复杂的协同网络，这个协同网络带来巨大的社会化价值创造。”

淘宝网所汇聚的商业服务，并非淘宝网所有，而是这一数字经济体的其它角色所提供，但其普惠价值，却为约 1000 万卖家和 5 亿多的消费者所共享。如，普惠的物流服务让贫困县实现“快递县县通”。各大物流服务商开通超过 20 万条快递路线连通贫困县与全国城市。2016 年 9 月，位于西藏定日扎西宗乡的菜鸟驿站开通，海拔 4119 米，成为全球海拔最高的快递服务站。未来的发展方向是实现“快递乡乡通”、“快递村村通”。普惠的金融服务也在贫困县支持创业者和小微企业。截至 2017 年 3 月，网商银行向 1540 万贫困县用户累计提供超过 1400 亿元信用贷款，户均贷款金额约 9000 元。

（三）组织方式：从“公司”向“数字经济体”的演化

若干年后的人们将会越发确信，2015 年阿里巴巴零售平台成交额比肩沃尔玛，其实绝不只是两家公司之间的此消彼长，而是“数字经济体”的组织方式与“公司”组织方式之间的竞合。

工业时代的公司，所遵从的基本是“泰勒制”的、线性的（价值链、产业链、供应链等）组织方式和流程。而数字经济体所取得的成绩，则与它“云端制”的组织方式直接相关：超级平台 + 数亿用户 + 海量商家 + 海量服务商——这是一种超大规模、精细灵敏、自动自发、无远弗届的大规模协作的组织方式，也是一种人类历史上从未达到过的“分工 / 协作”的高水准。

图 17：从“公司”向“数字经济体”的演化

	“公司”在不同领域的极致形态			数字经济体的雏形
	大规模生产	大规模零售	大规模定制	C2B模式
代表企业	福特汽车	沃尔玛	DELL	互联网平台
出现时间	20世纪初	20世纪60年代	20世纪90年代	21世纪初
市场环境	供不应求	大量消费	供过于求	个性需求勃兴
代表性的商业基础设施	公用电厂、铁路网络、电话网络等	现代通信网络、现代物流、IT信息技术	现代通信网络、现代物流、IT信息技术	云计算中心、智能物流、大数据处理等
竞争基点	低价	低价、多样	速度、体验	体验、速度、海量
价值交付	企业以产品为载体向消费者交付价值	企业以产品为载体向消费者交付价值	企业以“解决方案”为载体，向消费者交付价值	以体验为载体，企业与消费者共创价值
产消关系	生产商主导	零售商主导	消费者适度参与	消费者主导
消费者角色	孤立、被动、少知	孤立、被动	部分参与设计或生产	见多识广、相互联系、积极主动、深度参与
主流的供应链形态	线性、精益供应链	线性、精益供应链	线性、敏捷供应链	巨型的社会协同网
商业形态	小品种、大批量	多品种、大批量	多品种、小批量、快反应	海量品种、小批量、快反应

资料来源：阿里研究院

中国社会科学院信息化研究中心副主任叶秀敏，进一步分析了平台这一组织方式的价值创造机制。她认为，在经济活动中，一定要有资源投入，而社会资源的有限性，则约束了生产可能性³的边界。平台为平台之上企业的生产和经营活动降低了成本：如，节约了实体店铺的投入和信息搜索成本，工业云平台降低了研发成本，服务平台降低了企业管理成本，等等。平台之上的企业，可以利用节约的资源再次投入到经济活动中，从而可以生产和经营更多的产品，进而拓展了生产的可能性边界。

（四）制度创新的推动

创新是进步的源泉，制度创新是释放发展活力的根本保障。中国改革开放 40 年的历史，是一部不断通过制度创新适应和推动生产力发展的历史，仅 2012-2017 年在国家层面就推出了 1500 多项改革举措。改革与创新已经成为中国迈向新时代的国家基因，这也是中国这些年数字经济取得快速发展的重要保障。2012 年以来，国家制修订网络安全、反不正当竞争、中小企业促进、消费者权益保护、网络信息保护、信息网络传播权保护、计算机软件保护等法律法规，印发推动互联网+、电子商务、云计算、大数据、人工智能等发展和应用的一系列政策文件，实施了网络强国、数字中国、智慧社会等一系列战略。特别是，推动简政放权、放管结合、优化服务，降低准入门槛，推进大众创业、万众创新，确立了创新发展、审慎包容的数字经济治理原则，营造出数字经济良好的成长环境。

正是在这些制度创新和政策设计的激励下，数字经济治理理念、治理方式、治理手段不断创新，不断适应技术和经济发展的新要求，大量年轻人投身于数字经济，催生出大量新的经济活动主体，2013-2016 年全年新登记企业分别达 250.3 万户、365.1 万户、443.9 万户、552.8 万户，其中很大部

3、生产性可能性边界，是指在一定的技术水平下，最大程度利用各种资源所生产的各种物品按不同比例组合的可能最大产量。

分属于在数字经济领域的创新创业企业。通过这些年的发展，中国才能成为了全球第一电子商务大国（2016 年，中国电子商务交易额达 26.1 万亿元，约占全球电子商务零售市场的 39.2%⁴）、第一移动支付大国（2016 年，中国移动支付市场规模达 9 万亿美元，是美国的 90 倍⁵）、第一智慧物流大国（2016 年中国快递物流件达 313 亿件，占全球的 40% 以上⁶）、第一数字经济就业大国（仅电子商务及相关产业直接和间接带动就业人数已达 3700 万⁷）。

4、商务部《中国电子商务报告（2016）》。

5、《华尔街日报》2017 年 9 月 23 日报道。

6、国家邮政局。

7、商务部《中国电子商务报告（2016）》。

四、未来展望

作为一种全新的经济现象和组织现象，今天的数字经济体尚只是雏形初现。但它的未来，却值得全球的期待。

（一）如何认知数字经济体的作用？

1. 当前：从高增长到高质量的新引擎

中国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。在这个转换的过程中，数字经济已经成为新时代推动中国经济发展的新动能，数字经济体成为转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的新引擎。

数字经济体促进高效增长。从电子商务、网络约车、O2O 生活、互联网金融等数字经济形态看，平台 + 个人 / 小微 + 用户，成为数字经济体组织形态的新组合。云计算、大数据、人工智能的数据和和技术的应用，为增强信息对称，提高决策速度和科学性，提高流转效率，提供了新的可能，为整个经济实现高效运行提供了强大支持。

数字经济体促进绿色增长。根据中国社会科学院中国循环经济与环境评估预测研究中心、阿里研究中心测算，我国网络零售能耗相当于每亿元销售额减少二氧化碳排放 1021 吨。以 2017 财年阿里巴巴零售平台上 3.767 万亿网络零售额计算，相当于减排二氧化碳 3845 万吨。数据中心作为数字经济体运行的重要基础设施，也是耗电大户，千岛湖数据中心利用深层湖水制冷，年平均能源效率指标（PUE）低于 1.3，最低时 PUE1.17，比普通数据中心全年节电约数千万度，减少碳排放量一万多吨标煤。

数字经济体促进高质量就业。这些年来，在解决结构性就业矛盾、解决性别歧视、身份歧视等问题的过程中，以阿里巴巴为代表的各类平台型、高科技型数字经济体，以鲜明的市场化特征和充分的灵活性和公平性，成为解决就业问题的重要力量。一方面，数字经济体创造了更加广泛的就业机会，如淘宝店主、客服、物流、网约车司机等灵活就业形式，打破 8 小时工作制和聘用制，不依赖固定单位，以自我雇佣和自由就业为主，这对于克服转型期的暂时性失业、实现个人收入增长具有重要作用。另一方面，新经济提供的就业岗位具有鲜明的中高技能导向和青年导向特征，更具有包容性，更能提升社会就业结构的升级。新经济所创造的就业岗位进入门槛低且工作时间灵活，已经成为女性、青年人就业的重要平台，也为残疾人就业提供重要机会。阿里巴巴数字显示，在网店就业人群中女性店主的占比为 49.4%，八成物流从业人员来自农村，残疾人网店达 16 万家，农村淘宝覆盖全国 29 个省的 700 个县，有效帮助了农民工返乡创业就业。

2. 未来 20-30 年：全球竞争的新主体

近现代以来，公司成为市场中最活跃的主体，成为推动技术变革、经济增长和社会进步的重要力量，也是对国家和公众影响最为深刻的活动主体。特别是，从全球范围看，在不同的历史发展阶段，公司成为国家竞争的主力

军。比如在工业化时代，美国的福特、通用，欧洲的雀巢、西门子，日本的三菱、丰田，成为行业霸主，引领行业发展数十载。又如在 IT 时代，美国的 IBM、微软、思科、摩托罗拉，欧洲的爱立信、诺基亚，中国的联想、华为等企业。这些跨国公司，依靠巨大的规模效应，成为国家的一张重要名片和竞争力的重要来源。

随着互联网的兴起，特别是云计算、大数据、移动互联网、人工智能、物联网等科技和产业发展，人类迈入数字经济 2.0 时代。在更短的时间内，成长出一批巨型数字经济体，如美国的谷歌、Facebook、亚马逊、苹果，中国的阿里巴巴、腾讯、百度，深刻地改变着人们的生产、生活和学习方式，对国家竞争、市场竞争产生深刻影响。预计，未来 20-30 年，全球范围内国家之间的竞争，很大程度上将表现为数字经济体之间的竞争。中国如能培育出全球第一大数字经济体，将极大提升中国未来的经济竞争力。而良性竞争，将推动全球的进步。

3. 百年：中国对全球的文明级贡献

中国经济十多年来的发展形势，具有增长迅速、规模巨大、影响力巨大的特点。从全球经济史来看，只有 19 世纪末 20 世纪初的美国经济与之具有一定的可比性。在比较期内，两国都拥有广阔的国内市场，都与海外市场有着紧密的联系，也都对全球价格体系、经济格局都产生了重要影响。

19 世纪末 20 世纪初的美国经济，所发展出的不只是一个全球经济大国，更让“公司制、福特制、泰勒制”得到了长足的发展，而这三个方向上的创新，正是工业时代的美国对工业时代的全球商业文明所做出的重大贡献。

中国宏观经济的稳定发展，中国数字经济的全球领先，已经让今天的中国成为了数字经济体的沃土。如果中国能够发育出全球最大、最具竞争力的数字经济体，那么中国将有望对全球做出属于信息时代的、商业文明级别上的贡献。

（二）三大预测：数字经济体的 2030

云计算、大数据、物联网、人工智能、移动互联网技术的大规模普及，将推动数字经济体不断升级，释放核聚变般的经济力量。我们预测：

1. 数字经济体服务全球 70 亿消费者

数字经济体将为全球各国消费者提供均一、优质的服务。2030 年，数字经济体将服务全球 70 亿消费者，占全球人口总数的 82%。

2. 数字经济体为全球提供 17 亿就业机会

小微、个人将充分利用数字经济体提供的商业基础设施，更加灵活、柔性地获得就业机会。2030 年，数字经济体将为全球提供 17 亿就业机会，约为世界 500 强雇员总数的 20 倍。

3. 全球最大的智能经济体出现在中国

中国新一代数字技术、商业基础设施建设领先全球，数字经济体引领中国数字化进程。随着数字经济体生态复杂度日益增强，大数据和人工智能相互正向加强，进一步地，全球最大的智能经济体将出现在中国。智能经济体将呈现类生命的特征，高度智能，自组织，自生长，自驱动，自修正。

中国发展迈入新时代，社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。数字经济发展迈入 2.0 时代，网络、数据、智能透过数字经济体，触达经济社会各个角落，触达社会各个阶层，将给社会带来更多普惠的服务。中国亟待抓住这一机遇，把支持培育数字经济体发展，作为推动数字经济、实现普惠发展的重要抓手。

预测未来的最佳方式，是创造未来。让我们一起，携手创造普惠共享的大未来！

作者及致谢

指导：

高红冰（阿里巴巴集团副总裁、阿里研究院院长）

作者：

宋 斐（阿里研究院资深专家）

潘永花（阿里研究院高级专家）

程 欣（阿里研究院高级专家）

杨 健（阿里研究院副院长）

郝建彬（阿里研究院高级专家）

盛振中（阿里研究院高级专家）

崔瀚文（阿里研究院专家）

蒋正伟（阿里研究院高级专家）

万红杰（阿里研究院高级数据工程师）

致谢

马旗戟 中国商务广告协会营销研究院院长

叶秀敏 中国社科院信息化研究中心副秘书长

韦柳融 中国信息通信研究院政策与经济研究所 ICT 产业研究部副主任

王超贤 中国信息通信研究院政策与经济研究所博士

视觉设计：

左佳鑫



阿里研究院
www.aliresearch.com