



# 抗“疫”提速生活服务业 “新基建”



此次疫情的发生，让服务业数字化升级的紧迫性回到政府和业界视野。服务业数字化原本就是我国服务业实现更高质量发展的题中应有之义：去年年底召开的中央经济工作会议上，“服务升级”是焦点议题之一，其中的服务业数字化新图景更是引发了广泛讨论；疫情发生后，数字化的生活服务凝聚成抗“疫”的坚实力量，互联网领军企业的表现得到了社会的一致认可；近期，中央密集点题部署“新基建”，互联网、信息类的基础设施在其中占据主要位置；3月17日，李克强总理主持的国务院常务会议再次明确指出，“要对‘互联网+’、平台经济等加大支持力度，发展数字经济新业态”、“发展线上线下融合的生活服务业”。在此背景下，生活服务业“新基建”的概念呼之欲出。

### 一、生活服务业“新基建”的重要意义

现阶段，我国已迈入了消费主导经济的新时代：第三产业增加值占GDP的比重超过50%，最终消费支出对经济增长的贡献率超过60%，人均GDP于2019年首超1万美元，享受型消费快速增长，2019年居民在教育文娱和医疗保健等生活服务业的支出占比分别较2012年上升了1.2和2.5个百分点。服务业数字化“新基建”正是来自于更好服务于消费升级、更好满足人民美好生活需要的内生需求。

但同时，也应注意到，服务业整体的数字化程度较低，研究机构测算的服务业数字化比率在20%左右。而其中，本地生活服务的互联网渗透率属于低中又低。麦肯锡全球研究院在2017年发布的《数字时代的中国：

打造具有全球竞争力的新经济》报告中对我国各行业数字化水平的测度结果显示，与批发零售、娱乐休闲等服务行业相比，“个人与本地生活”服务在国民经济中的占比明显更高，但数字化水平则与农业、建筑业等同属最低一档。

生活服务业数字化程度低的原因，可以从供给和需求两端来看。供给方面，从事生活服务业的经营主体以小微企业为主，面广、量大、规模小、资金少，普遍难以通过自身能力实现数字化转型，数字技术的软硬件应用成为其扩宽获客渠道、参与市场竞争的壁垒。需求方面，首先是普惠不足，线上生活服务在不同群体中的渗透率差异极大，银发群体和下沉市场存在新数字鸿沟，需求挖掘不足，服务能力存在短板弱项；其次，即便在数字化程度较高的一线城市，也存在着资源分散、平台割据且封闭的局面，各类线上生活服务繁杂，且质量参差不齐。因此，强调平台经济、推进生活服务“新基建”就成为了服务业数字化升级的必然选择和必由之路。

## 二、生活服务业“新基建”的内涵与实践

生活服务业“新基建”包括平台、硬件和软件。平台是连接供给和需求、商户和消费者的中枢，基于大数据、云计算等数字技术赋能商户、调度运力、为消费者提供服务。硬件包括智能取餐柜等末端交付设备、配餐车等运输工具、智慧餐厅管理终端等。软件则包括放心码、健康码、食安封签、终端及网络软件服务系统等。

### 1、平台

基础设施建设具有强外部性和公共产品属性，在经济和产业发展中起到了福及范围广、规模效应强的托底作用。而平台经济的核心价值在于通过信息对接来实现资源配置的降本增效。可以说，在互联网经济时代，平台本身就是必不可缺的“基础设施”之一。从过去两年的实践来看，阿里巴巴在本地生活服务数字化领域建立的“数智中台”，可以很好的诠释平台角色的重要意义。“数智中台”建立了从选址、供应链、预定、点单、配送、支付、评价在内的全链路数字化体系，形成了服务于平台各类商户的数字化新工具：工具能够赋予每个商户独立中台，商户能够管理饿了么、口碑、支付宝、淘宝等多渠道流量入口，实现阿里生态内的账户、营销、交流和流量的“四通”。2020年，阿里本地生活致力于为100万商户搭载匹配“数智中台”，全面提升生活服务业中小微商户的数字化能力。

#### Ø 案例：汉堡王与阿里经济体多平台互动带来新增长

汉堡王通过与阿里经济体内的多个平台联动，实现了线上和到家场景的打通：支付宝侧重新客户触达，天猫侧重引入电商侧用户流量，饿了么负责到家配送，口碑则侧重于门店营销。通过阿里生态内流量、自运营工具和商业能力，实现了全链路的数字化闭环，获得了纯增量流量。2019年，汉堡王通过阿里经济体获得新增会员用户超过700万；“双12”期间，汉堡王推出的“买套餐送小皇堡以及薯霸王”引爆支付宝，400万支付宝会员领取优惠，汉堡王经由此渠道吸纳了200万品牌新会员，销售额达到1000多万。

## 2、硬件

此次疫情迅速推进了各类数字化设备在生活服务领域的应用和普及，以餐饮行业为例，我们看到了智能无接触取餐柜、无人配餐车、智慧餐厅管理设备等逐渐成为生活服务的载体。

智能无接触取餐柜。功能和应用场景类似于目前在快递末端配送中广泛使用的智能快件箱。柜体布设在人口密集在社区、校区、商区外围的露天或半露天区域，外卖骑手通过手机客户端扫描取餐柜屏幕二维码，根据提示信息将外卖放进指定柜格，整个过程在 10-30 秒；取餐柜第一时间向下单客户拨打电话和发送短信，客户接受到信息后至取餐柜输入提供的取餐码或手机号码后 4 位进行取餐，整个过程在 5-15 秒。对消费者而言，“一单一柜”解决找餐难题、有效避免接触和丢失错拿风险，联络取餐的方式和时间灵活多样；对小区物业而言，外卖取餐交接零等待、无滞留，减少人员进出，提升了小区管理品质和形象。

无人配餐车。由阿里巴巴菜鸟 ET 实验室完全自主研发的新一代低速无人驾驶车 G3 系列，目前也已经试点应用于本地生活的外卖配送服务当中。车辆具备定位、感知、规划、决策、控制等技术，可实现复杂地形的通行、感知避障、规划调度等功能，能使实现实时监控，全方位安全保障。在快递的无人配送场景中，无人车已在上海交通大学等多所高校提供常态化服务，包裹收取时间从常规的 2 小时降低到平均 30 分钟左右。疫情期间，无人车也为被隔离社区和酒店提供配餐服务，为有效提升单位时间的配餐效

率、极大降低交叉感染风险发挥了重要作用。

智慧餐厅管理硬件设备。包括智能收银和门店管理机、自助下单收银机（立式、移动式）以及厨房管理系统搭载的各类硬件设备。智能收银和门店管理机可以实现称重、扫描商品码、打印价签和账单、扫码收银等功能一体化。自助下单收银机与门店管理系统对接，实现点单结账、会员信息收集、卡券发放、消费记录和个性化推荐等功能。

### 3、软件

智慧餐厅管理系统。(1) 智能 POS+SaaS 系统。基于数据库和算法支持的智能 POS+SaaS 系统，赋能商户归集订单信息、实时生成立体化个性化的数据经营报告，辅助商户的线上产品设计、原材料储备、定价等经营决策。(2) 后厨管理系统 KMS。自动分配档口，统筹订单制作，优化后厨流程，各厨位备餐信息清晰展示，菜品合计和倒计时系统提高出餐效率(3) 基于 RFID 和图像识别的自助结算系统。餐盘加装 RFID 后，消费者将餐盘放置在对应区域即可秒级识别、快速生成账单；亦可通过图像识别对所选菜品进行结账，同时可以扫码观看餐食制作过程。

**预览已结束，完整报告链接和二维码如下：**

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_37989](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_37989)

