



洞见未来：中国数字经济创新六大趋势



在相对较短的时间内，中国一跃成为了全球最大的数字经济体之一。得益于近十亿网民的支持，2020年中国的电子商务销售额升至1.7万亿美元，约占全国零售总额的30%。

但规模并非故事的全部要义，创新和颠覆才是关键。在全渠道零售、社交媒体、按需服务、出行、金融科技、健康科技等领域，这个国家都孕育了许多前沿的创新。

岁末年初之际，麦肯锡中国区数字化咨询业务总结了未来几年中国数字创新的六大趋势，希望这些洞见能为在华企业高管提供思考战略的依据。

数字创新第一大趋势：大零售整合

分散的零售领域将会继续整合，全渠道零售和按需经济、社交经济和零售供应链都将结合起来。零售和社交领域将迎来大规模的无缝整合。社交电商继续蓬勃发展，在电商成交总额（GMV）中所占比例进一步增长。提升消费者体验会是这一趋势的发展方向；对便利和效率的渴望，使得按需电商和传统电商之间的差距迅速缩小。

与此同时，消费者也会继续利用其信赖的渠道获取产品信息，包括短视频、社交媒体、论坛、手机、网页和电视等渠道。交易机会变得更为直接，投在社交和品牌建设上的经费能够对GMV产生举足轻重的正面影响。

在抖音、哔哩哔哩等视频分享平台上，以及今日头条等以内容服务为主的平台上，内容电商将突飞猛进。虽然直播和短视频仍只占电商销售额

的一小部分，但随着中国进入 5G 和物联网时代，这一情况或将改变。

大零售整合的最后一环是提高供应链的敏捷性。供应链必须要更敏捷才能满足更频繁、更多样的按需订单，并更好地预测消费趋势和需求来源。

数字创新第二大趋势：服务虚拟化

正如电子商务席卷整个中国一样，线上渠道服务也将逐渐步入舞台中心；这部分是因为受疫情影响，消费者对此的接受度大增。服务领域的数字化进程因此加速。医疗和教育服务的虚拟化正在推进，不过在提升效率、解决资源分配普遍失衡等方面，数字创新仍有巨大潜力可挖。

与此同时，中国将继续探索如何利用人工智能创造个性化、互动性、沉浸式的学习体验。随着 5G 的普及，人工智能将实现自适应学习，根据个体的学习方式和偏好提供更为个性化的服务。

医疗行业也是如此，数字创新才刚刚开始解决一流医生资源分布严重不均的问题。中国约有 80% 的医疗资源都集中在 20% 的医院，偏远、低线城市的诊所和医院缺乏高质量资源。目前，只有不到 5% 的问诊通过在线方式进行，如何降低患者长途跋涉前往大城市就医的意愿，并缓解由此带来的大医院人满为患的问题，解决这些难题的过程也就是在挖掘增长机遇。

即便是看房这样的传统线下体验也在疫情期间转到了线上。

服务虚拟化的进程步履不停。一大批原本需要面对面互动的领域将开启数字化进程，政府服务和法律咨询或将追随这一趋势。如果引入公共评

级系统来加大供应商透明度，则有利于激发竞争并提高标准。

由于数字化的支持，服务提供者可以在任何地方工作，彻底改变了服务的可及性和质量。随着各类服务机器人在以服务为导向的消费市场上登台亮相，自动化的角色将更加重要。

数字创新第三大趋势：出行革命

电动汽车和联网智能汽车的推广应用，将继续赋能中国高度发达的共享出行网络，全自动驾驶车队将不再遥远。随着出行解决方案背后的硬件逐步商品化，数字创新将成为争夺市场份额的关键，这将推动软件、解决方案和服务等方面的创新，并为敏捷而有创造力的公司带来新机遇。

中国的消费者适应能力强、对创新有热忱，这会为汽车行业带来颠覆。市场新秀正在引领趋势，蔚来、理想和小鹏等本土“造车新势力”的崛起便是例证。他们不受传统商业模式和网络的束缚，确立了新的客户体验标准（例如，蔚来将客户运营制度化，并通过体验中心和换电站增加消费者互动），即便在传统车企的竞争压力下，他们也会矢志不移地推进。车载技术有望持续提升，围绕着互联性、安全性来优化智能特性，并通过空间下载技术（OTA）实现车辆升级。

在宏观层面，中国优势源于国家对智能交通的支持。今后，“汽车连接一切”（V2X）技术可能会进一步部署，这包括车辆之间的连接，以及车辆与基础设施之间的连接。地方政府通过与网约车服务商合作，分析道

路使用者数据，可以利用人工智能将交通拥堵减少 10%-20%。

人工智能在交通和自动驾驶领域的应用，将推动“出行即服务”（MaaS）的加速发展。值得注意的是，北京计划到 2035 年将乘用车交通使用量减少 30%。这需要发展以电动汽车为重点的 MaaS 服务商业化。中国承诺到 2030 年前实现碳达峰、到 2060 年前实现碳中和，这或将推动电动汽车 MaaS 服务再攀新高。

下一个发展阶段是自动驾驶的商业化进程。到 2030 年，中国城市的 L4 级自动驾驶渗透率预计将达到 20%。

按照政府规划，未来十年自动驾驶电动汽车将实现规模化应用。鉴于此，滴滴与广汽埃安将共同开发了一款无人驾驶新能源车型并推进量产，目标是在 2025-2030 年通过其平台运营 100 万辆无人驾驶出租车（robotaxi）。

政府的目标是到 2035 年实现无人驾驶出租车和 L5 级（完全自动化）自动驾驶的大规模部署和商业化。因此，商业化会比预期更早来临：到 2030 年，在上海、北京等一线城市，无人驾驶出租车的里程可能会占共享出行总里程的 22%。自动驾驶将催生全新的出行体验，乘客获得的不只是从 A 点到 B 点的结果，还可以在旅程中体验各种活动。将汽车当做轮子上的娱乐工作站的时代即将来临。

在电动汽车、无人机、无人驾驶货车、环保包装的共同作用下，配送

速度将会加快，成本和排放都会降低，基础设施和运力也将逐步共享。这一变化将顺势推动中国零售和电商生态系统的进一步整合，使之更加智能、更有效率。

上述发展最终可以解决服务成本居高不下的问题。例如，继疫情期间推广无接触配送取得成功后，北京向京东、美团、新石器三家公司颁发了无人配送车车身编码，首次给予无人配送车相应路权。

数字创新第四大趋势：社交生活数字化

许多畅销小说中都描述过人们在虚拟世界生活的情景，如今这正在慢慢变成现实。中国消费者的社交和休闲活动日趋转向虚拟空间。越来越多的线下活动通过线上社群来组织，虚拟和现实的社交活动实现融合。生活朝着 O2O 的方向发展，更多的线下会面源于线上形成的社群和连接。这种情况在低线城市可能更受欢迎，因为当地人们的线下人际网络较为封闭。

在上海，一个靠 APP 连接起来的骑行社群已经将活动拓展到其他社交领域。在虎牙、斗鱼等游戏直播网站上，人们因为对某款游戏、某种体裁或某个主播的喜爱而聚在一起，并且还将聊天室互动带到现实生活中，组织瑜伽课或跑步俱乐部。腾讯这种顶尖数字化企业正在建设融合游戏、电商和社交等元素的产品组合，创造一个去中心化、有竞争力、对创作者友好的生态系统——你也可以称之为“元宇宙”——这将对我们的现实生活产生实质性影响。

围绕着社交 APP 将衍生出更多的社群：麦肯锡最新的中国汽车消费者调查显示，生活方式 APP（包括那些帮助特定品牌车主线下联谊的应用）是第二受欢迎的增值服务，也是电动汽车车主最期待的服务——较第二名遥遥领先。

数字创新第五大趋势：工业物联网/供应链数字化

我们探讨了数字创新如何推动快消行业分销方式的变革，但相比于数字化在简化 B2B 运营和流程方面的巨大潜力来说，上述改变还只是冰山一角。

这可以视为中国数字化发展的前沿领域，因为随着工业物联网 (IIOT) 的大规模部署，数字化制造、供应链发展以及基于区块链的库存管理发生转型，B2B 运营方面的效率提升空间是巨大的。

例如，在医药领域，2021 年 2 月医药供应链服务平台药师帮处理了 160 万个订单，是 2020 年同期的三倍。随着越来越多的药品订单通过在线渠道完成，这类平台有望继续繁荣发展。

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_36870

