



数字全球化时代的五个 关键问题



Jacques Bughin, Susan Lund, James Manyika

全球化曾以跨境商品贸易和金融活动为主要衡量标准，而如今与数字化的融合日益紧密。电子邮件、社交媒体、电子商务、视频等媒介每分每秒传递着海量的数据和信息。在数字化网络遍布全球、连接你我、关系万物的时代，何谓全球化企业？这个问题值得企业再思考。为此，我们衡量了数字全球化变革的影响，并指出了管理层和领导团队应着手应对的五大关键区域。

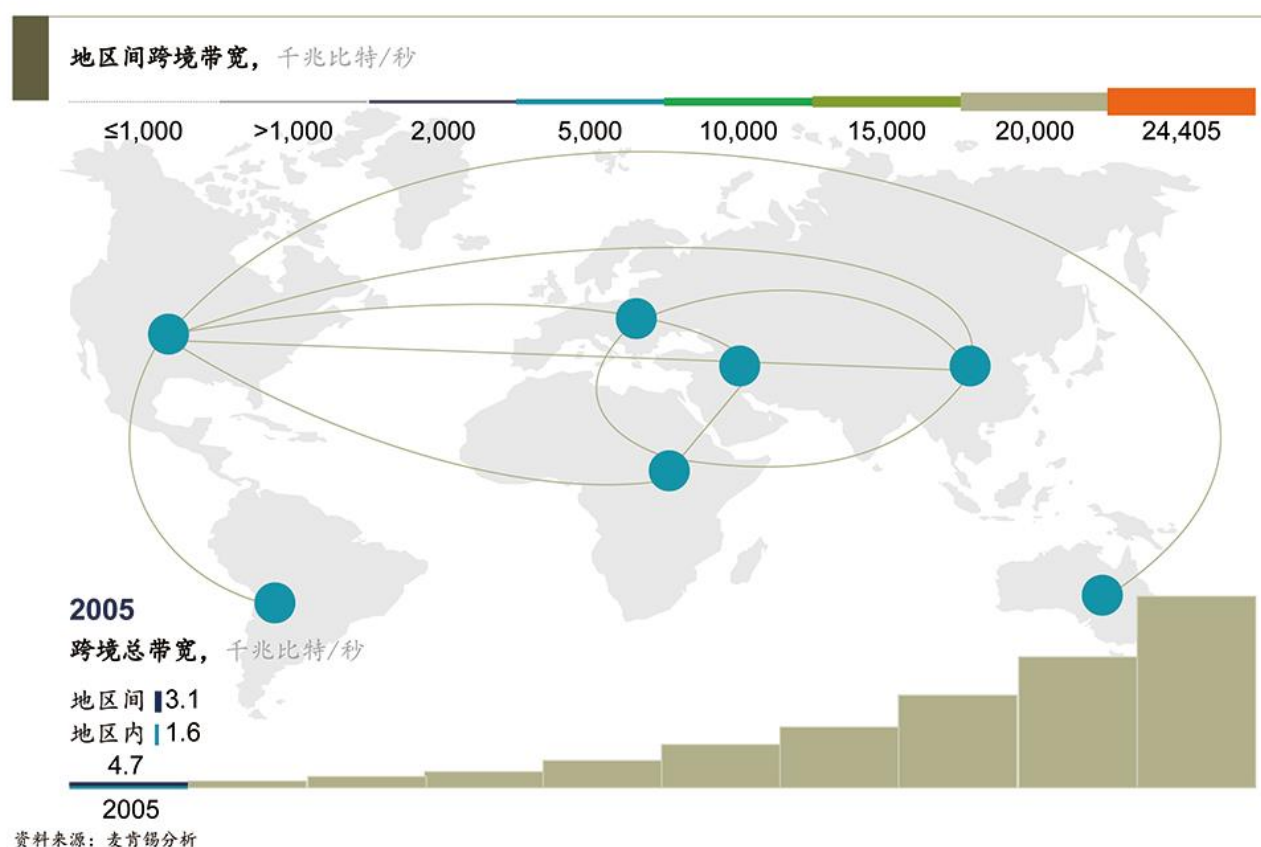
数据流下的全球贸易

为了衡量数字全球化的经济影响，我们利用全球 97 个国家的商品、服务、金融、人员和数据的流入和流出数据，构建了计量经济模型

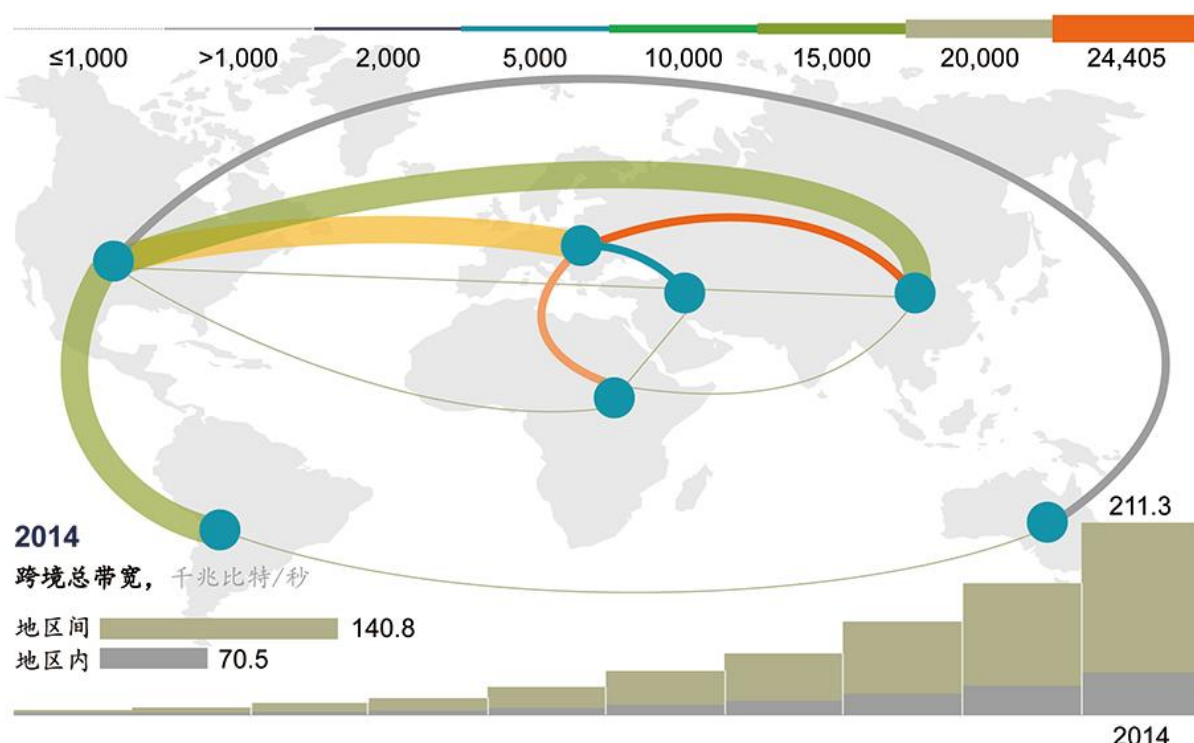
```
[fusion_builder_container                hundred_percent=" yes"
overflow=" visible" ][fusion_builder_row][fusion_builder_column
type=" 1_1"                background_position=" left                top"
background_color=" "        border_size=" "        border_color=" "
border_style=" solid"    spacing=" yes"    background_image=" "
background_repeat=" no-repeat"                padding=" "
margin_top=" 0px"    margin_bottom=" 0px"    class=" "    id=" "
animation_type=" "                animation_speed=" 0.3"
animation_direction=" left"                hide_on_mobile=" no"
center_content=" no"    min_height=" none" ][1]. 研究发现，十多年
```

来上述流动共拉动了全球约 10% 的 GDP 增长，仅 2014 年总价值便高达 7.8 万亿美元。其中数据流直接创造的价值为 2.2 万亿美元（占总值的近 1/3），高于外商直接投资；此外，数据流还通过间接促进其他类型的跨境交流，为全球经济创造了 2.8 万亿美元[2]。因此，综合考虑其直接和间接作用，数据流对 GDP 的贡献已超过全球商品贸易。在短短的 15 年间，跨境数据流从几乎可以忽略不计增长至此，实在令人惊叹。这十年来，宽带使用量暴增 45 倍，支撑起生机勃勃的商业活动，预计在未来五年还将增长 9 倍（详见下图）。

全球数据流动与交流



全球数据流动与交流



数据流不仅创造价值, 还改变了传统商业。全球一半的服务贸易已经数字化, 该比重还在不断增长。12%的全球商品贸易也是通过国际电子商务实现的。此外, Airbnb、TripAdvisor 等网站还为人们提供便于出行的信息, 说明数字化可促进人员流动。

另一方面, 商品贸易的增长却渐趋平缓。主要原因为需求疲软和商品价格大幅下跌, 此外金融危机也有影响, 自危机后制成品和中间产品的贸易都陷入停滞。同时, 众多公司正在重新评估长供应链带来的管理风险和复杂性, 更加注重产品投入市场的速度和其他业务成本, 对劳动力成本的关注相应减少, 因此会在消费量大的国家增加生产。未来, 3D 打印技术将

进一步颠覆国际贸易。

开放平台、虚拟商品和“数字化包装”

大企业纷纷搭建平台管理供应商、联系客户、方便内部交流和信息共享。一些为内部专用，但规模最大、最出名的仍是开放平台：电子商务、社交网络和数字化媒体平台不断扩展，联系着亿万名全球用户。

这些开放平台蕴含着可观的客户基础，使企业直接与客户互动，同时打造透明高效的全球市场：消费者只需轻点鼠标，便可获取产品、服务、价格和全球各地供应商的详细信息。减少了中间环节和中介，大幅提高了市场效率。

此外，得益于数字化平台，主营数字化产品和服务的企业无需实体网点，也能进军新的全球市场。数以百万中小型企业得到新的出口渠道。例如，eBay 调查了 18 个国家后发现，88%~100%不等的中小企业依靠 eBay 平台出口，而在传统企业中该比例不足 25%。

电子书、应用程序、网络游戏及音乐下载等虚拟产品和流媒体、软件及云计算等虚拟服务的贸易也逐年扩大。3D 打印技术的成本降低将带来贸易新领域——也许日后，企业只需发送电子文件，商品便可在当地打印生产。实际上，现在不少企业已经在边远地区 3D 打印零部件和替换件。

许多企业利用数字技术“包装”产品和服务，从而提升价值。以物流公司为例，可以利用传感器、数据和软件追踪运输过程。某项研究发现，

射频识别技术（RFID）可节省高达七成的库存成本，大幅改善效率。在德国的案例研究（样本包括宝马和惠普）显示，该技术减少了 11%~14% 的运输损失[4]。

开启数字化探讨

20 世纪全球化的商业模式在数字时代或已不再适用。企业领导者在权衡得失利弊时，可从以下五个问题入手，开启数字化讨论。

1. 我们是否清楚竞争现状？

数字化平台打破了规模和地域的限制，让更多企业可以迅速推出产品、扩展新市场，竞争因此日益激烈。亚马逊现有 200 万第三方商户，而阿里巴巴平台更是吸引了 1000 万商家。美国大型跨国企业占总出口的比重已由 1977 年的 84% 降至 2013 年的 50%，体现了该国最为明显的趋势——“微型跨国公司”蓬勃发展。全球各地的新兴数字化公司参与到竞争中，带来了价格压力，使得产品周期缩短了。

2. 我们目前是否具备数字化能力？

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_46862

