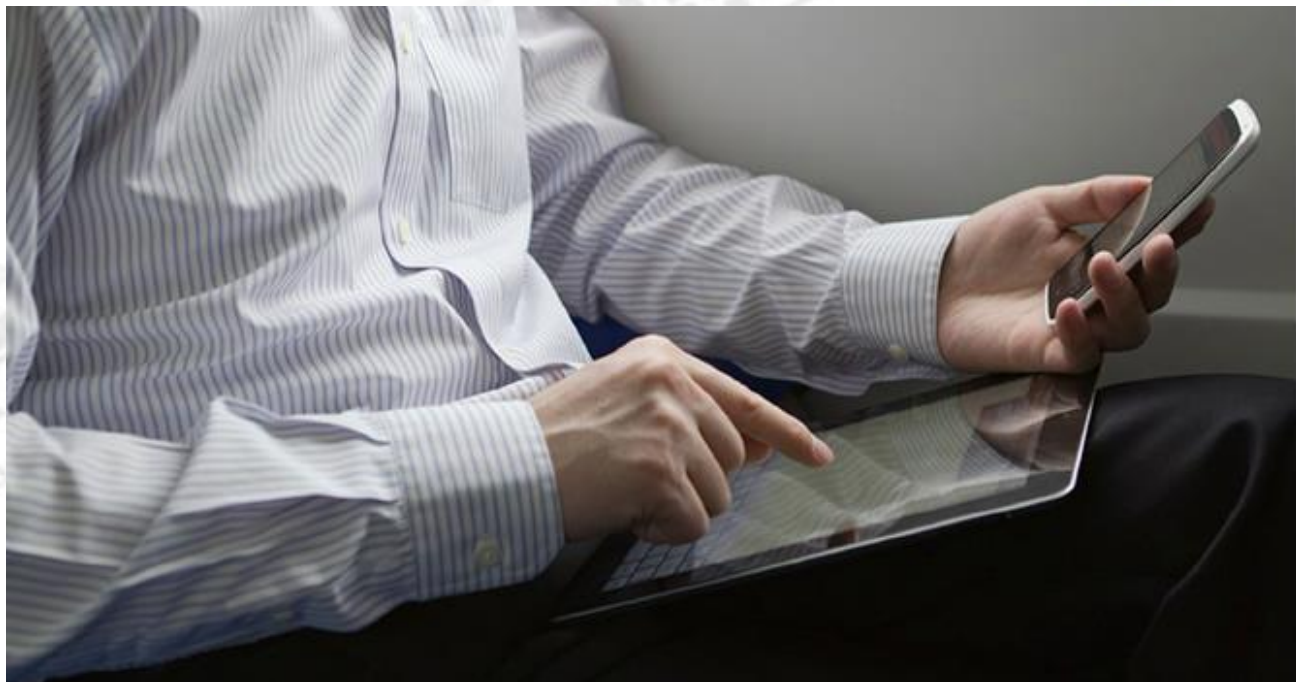




中国的数字化转型



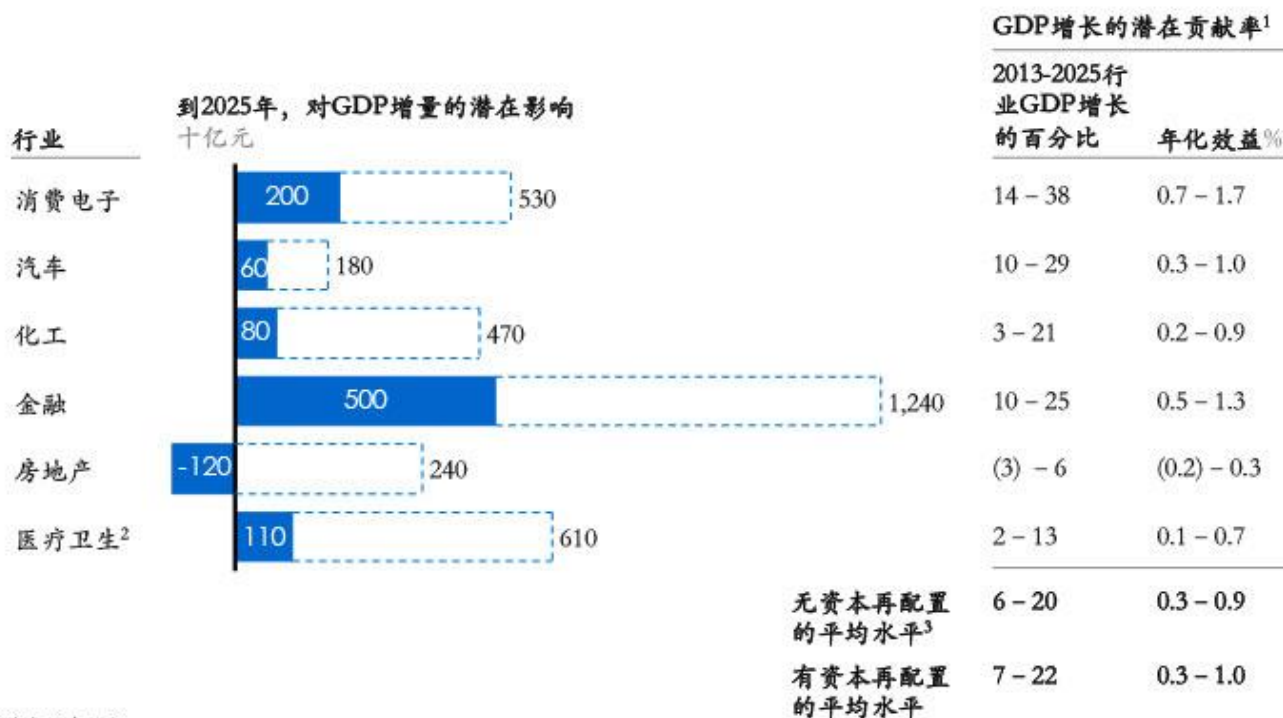


随着企业拥抱互联网技术程度的提高，它们的运营将会越高效，并最终转化为生产效率的提升——从产品开发到供应链管理，从市场营销到提高客户互动的能力。对于中国的小企业，数字化的提升帮助他们提高劳动生产率，寻找新的协作方式，并使其可以利用电子商务扩大其经营范围。预计在未来的十几年中，互联网将有可能在中国 GDP 增长总量中贡献 7% 到 22%。

然而，互联网不只是自动化的工具，它更是快速拓展市场的力量。如果政府和行业采取恰当的措施支持其发展，互联网将可以带来全新的产品和服务，同时能更有效地分配资源，甚至提升整个国民经济的总需求。麦肯锡全球研究院预计，互联网能促进年 GDP 提高 4 万亿-14 万亿元人民币（6400 亿-2.26 万亿美元）。2025 年的年度 GDP 中近 10 万亿（1.6 万亿美元）能否实现将取决于互联网应用的速度和深度。

至2025年，互联网应用对GDP增长的贡献为7%-22%

■ 较低情形
□ 较高情形



¹ 包括溢出效应

² 此处指医疗支出节省量。此类节省量不能直接转化为GDP增长，因为国民核算中公共和准公共部门的GDP衡量方式有所不同。政府和医疗行业的GDP基于支出，而非产出价值

³ 计算平均水平时不包括医疗支出

资料来源：麦肯锡全球研究院分析

麦肯锡深入研究了互联网的发展对消费电子、汽车、化工、金融服务、房地产以及医疗卫生六个代表性行业的影响，并对其所带来的经济价值进行了量化。而这六个行业都在经历着一些彻底的改变。

互联网为消费电子类产品释放出巨大的创新动力，包括智能家电和网络电视等连接设备。借助互联网，中国二手车市场拥有巨大的增长潜力。互联网还能帮助化工企业提升研发能力，促进与客户及外部专家的合作。网上货币市场基金、折扣券商和第三方在线市场开始出现。中国的购房者和租房者越来越倾向于在网上搜索理想居所。互联网更改变了商业地产的需求，网络零售降低了实体网点的需求，却提高了拥有先进物流的现代

仓储地产的需求。互联网还能利用电子健康记录和临床决策支持系统等创新技术提升医疗质量，而病人可以通过在线预约工具和点评平台了解医疗服务提供商的资质评级。

中国政府面临着驾驭互联网增长的多重政策挑战。一方面要放开市场，一方面要适时介入监督，允许积极竞争，从而加速生产率的提高。打造更为完善的网络基础设施对增加上网人数、促进行业发展至关重要。建立一套均衡的法规体系明确企业可以共享的信息种类、获得许可的使用方式，以及消费者必须同意的信息类型，这样才能消除采用大数据的种种限制。为了缓解劳动力市场的断层和错位，政府可以与企业合作，开展劳动者新能力培训。还可以通过调整学校课程，培养学生数字化技能，打造真正的从毕业到就业的通道。

对企业而言，互联网将激化竞争，面对富于创新的后来者，传统企业必须做出快速应对。任何行业的企业都必须反思自己的运营、必须加强客户引导；企业家和首席执行官都需要深入地参与，因为他们的决策对变革公司的业务模式至关重要。各行各业都将面临人才短缺问题，规模较大的

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_46918

