

经济日报携手京东发布数据——

区域消费迸发新活力

为产业带增添数字化能力

升级，产业带经济迸发新活力，更多中小企业搭上产业升级“快车”。但与此同时，区域间竞争加剧，也引发了一些以规模为导向的低水平重复建设，带来发展质量不高不可持续等难题。如何为产业带增添数字化能力，实现生产要素高效配置，增强新发展动力？这是一道新课题。

首先，产业带集聚形成是区域经济发展的显著特征之一。产业带是一条产业集聚区域，是相关或相同产业的基地，在此区域内可以形成产业集聚效应，更好壮大产业实力。对产业带健康发展而言，效率提升是基本前提，跨界融合则是必要条件，而数字化刚好可以实现上述要求。一方面，产业带数字化可以促进竞争模式重构，助推传统产业带供应链提质增效，加快产业带转型升级。另一方面，数字化产业带形成，可以带动地方构建企业咨询、数字化培训、电商运营、直播等新产业生态，增添产业发展活力。

其次，作为国民经济“毛细血管”，点多面广的个体工商户和小微企业等已成为吸纳就业的主要蓄水池，也是我国经济韧性的重要支撑。疫情期间，线下消费加速转向线上，不少中小商家由于缺乏数字化运营能力，获客渠道受阻，经营陷入困境。因此，深耕数字化，赋能中小企业发展就显得至关重要。

为产业带增添数字化能力，不仅可以帮助中小企业搭建营销新场景，深入了解快速迭代的市场需求，还能通过大数据推动中小企业反向定制，提高创新能力。更重要的是，从中小企业着手实现数字化升级，可以推动地方产业升级转型、提质增效，并向产业链、产业集群快速拓展。

总体来看，以互联网为载体，用数字化为产业带赋能，将极大丰富线上供给，打通消费难点、堵点、断点，大大提升产业发展活力与韧性，进而构建健康良性产业生态，夯实实体经济发展根基。

（作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员）

说数

“授人以鱼不如授人以渔”。在助农道路上，要加快整合销售、营销、供应链等全渠道资源，打造产业链、供应链、生态链闭环。同时，还要加深当地政府、平台与经营者合作，重点培养农业电商人才，从而推动生鲜农产品上行可持续发展。

企业要发展，首先要取得消费者信任，为后期销售转化做铺垫。因此，企业要更加注重产品体验与服务。中小企业应借助上线契机，加速企业数智化改造和柔性化升级，融入产业生态圈，与自身供应链产生深度协同，强化、提升在各自领域的技术服务能力，从而实现强链效果。

产业带应当兼修数字化、终端化、集聚化内功，着力驱动产业效率提升、推动产业跨界融合、重构产业组织竞争模式，从而赋能产业升级。同时，绿色消费、服务消费已是大势所趋，各地应当围绕这两个新增长极，形成绿色和服务产业集群，完成从量变到质变的过程。

中小企业活跃度不断提升，起到重要供给保障作用

中小企业线上采购情况

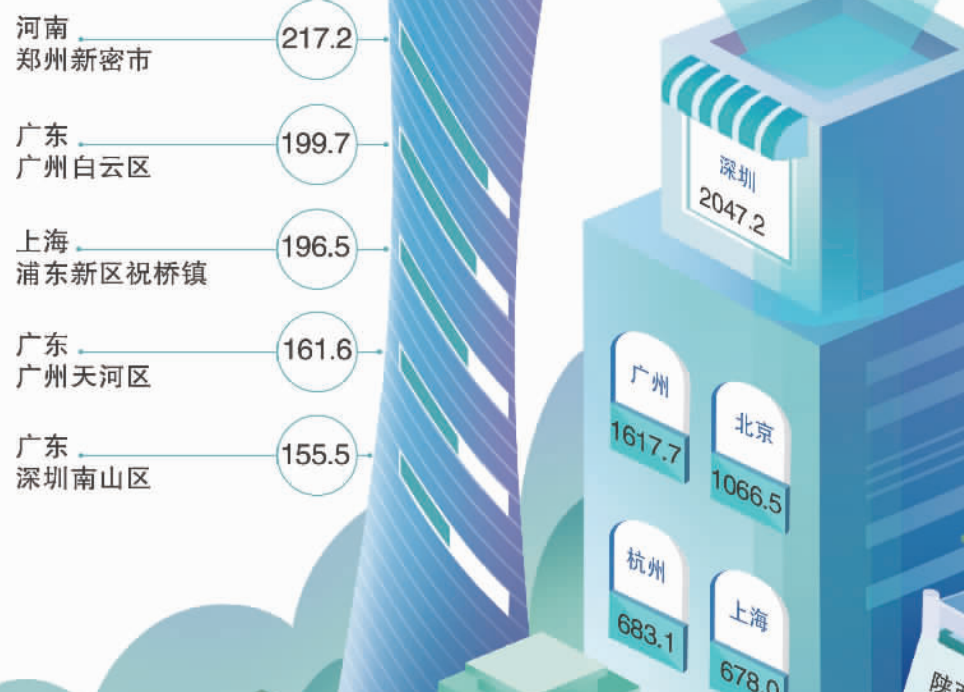
线上消费金额指数

注：指数越高表明当地中小企业采购需求越大



商家活跃度

活跃商铺数量指数排名
注：指数越高表明当地线上活跃商铺越多



在城市消费向好的同时，农村消费取得长足发展。特别是随着收入水平提高，农村居民消费能力进一步增强

消费能力明显增强

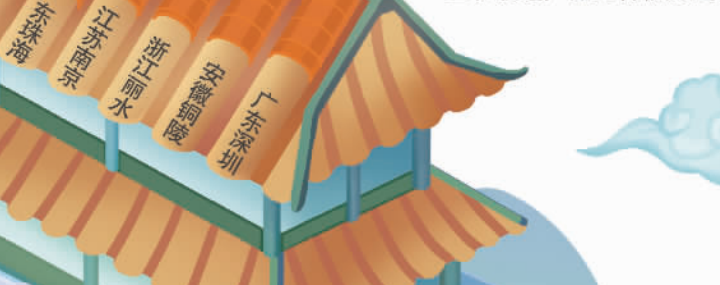


下沉市场消费增长指数
注：指数越高表明当地下沉市场消费越活跃



销购比指数

注：销购比指数越高表明当地工农制造产品上行能力越强



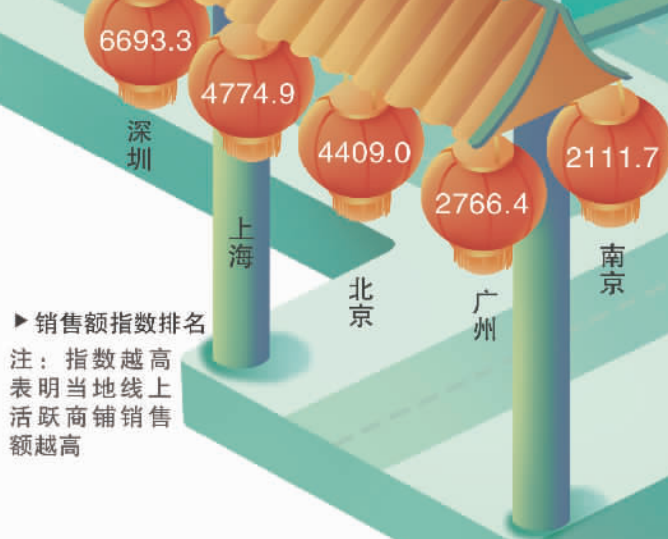
重点帮扶县特产销售指数

注：指数越高表明当地特产销售越好



销售额同比增长指数
注：指数越高表明当地中小企业活跃度越高

销售额指数排名
注：指数越高表明当地线上活跃商铺销售额越高



特色消费成长较快

从供给端看，随着集聚效应增强，各地特色产业带快速发展；从消费端看，绿色消费、服务消费成为新增长极

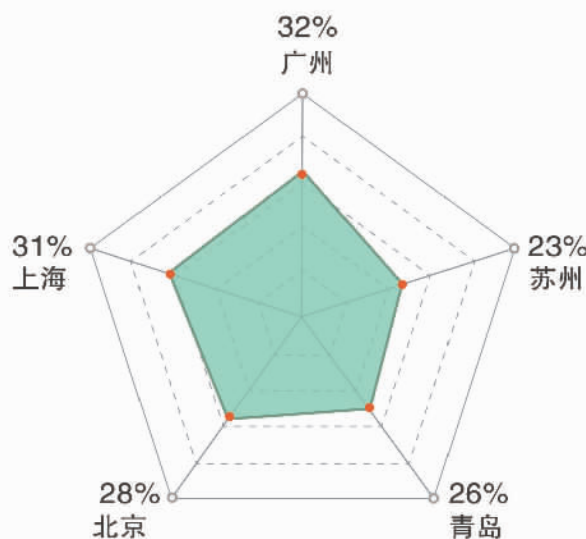
各地产业带发展情况

销售金额同比增长



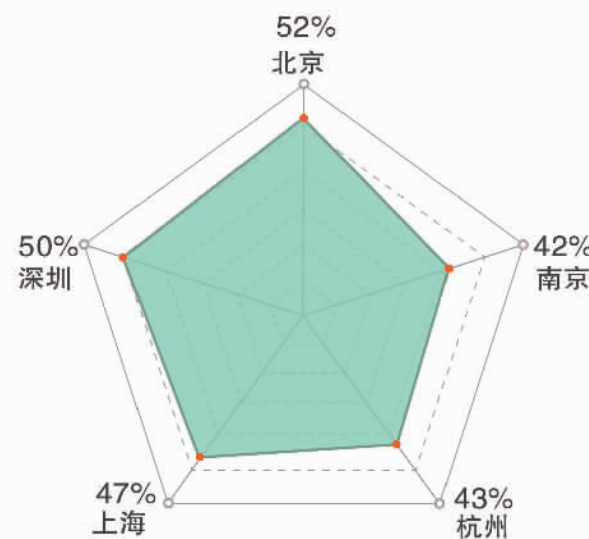
服务消费渗透率TOP5城市

注：渗透率越高表明当地消费者对服务消费接受度越高



绿色家电渗透率TOP5城市

注：渗透率越高表明当地消费者购买家电时越注重绿色环保



更多内容 扫码观看



数据周期：2022年上半年