

数字消费驱动产业升级的机制、障碍和路径

邓线平

摘要: 数字消费通过改变传统消费的消费安排、消费行为和消费目标,形成了与传统消费不一样的产业驱动力。数字消费推动了产业结构优化升级,促进了产业质量提升,加速了产业融合。数字时代,跨地域消费激发了产业竞争,促进了生产质量、产品质量和服务质量的提升,推动了不同产业相互融合。消费效率的提升推动了我国科技服务业的发展,有利于淘汰落后产能,引发了产业边界的系统性重塑,转变了产业发展模式。主动性消费促进了产业链重组,推动了产业智能化以及新兴产业发展,有利于加强服务业对产业生产的赋能和引导作用。当前,我国数字消费的发展存在诸多障碍,数字消费驱动产业升级同时面临诸多现实障碍。以数字消费驱动产业升级,要完善数字基础设施布局,推动数字消费技术创新;要引领数字服务业规范发展,保护消费者权益;要消除产业垄断,推动高水平数实融合;要推动产消互动,提升产业的消费吸纳能力。

关键词: 数字消费;产业结构;产业质量;产业融合

中图分类号: F724.6 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-0751(2024)09-0039-08

消费是驱动产业升级的有效力量,消费升级能够促进产业结构优化,消费升级的结构变化有利于推动产业升级。与传统消费不同,数字消费会形成不一样的产业驱动力量。现有研究大多强调数字技术可以连接消费与产业,从而功能性地驱动产业升级。数字消费的渠道线上化、偏好智能化、模式服务化变革,在加快产业结构转型、提高产业发展质量、促进产业融合方面起到了独特的作用^[1]。数字消费助推精准生产,促进高效流通,形成新型分配,创造场景融合^[2]。数字消费推动了数字产业化发展,数字经济发展有助于缩小国内市场与国际市场的差距,吸引消费回流。数字消费有助于增强创新能力,推动厂商参与国际竞争^[3]。数字消费驱动产业升级同样体现在数字技术对消费和产业产生的网格化影响上,数字技术网格化改变了消费过程安排、消费效率和消费目标,以及网格化改变了产业结构、产业质量和产业融合。满足消费需求是技术生产的目标,是技术价值的实现^[4]。本文着重从技术变革

角度阐述数字消费的革命性改变,探讨数字消费对产业结构、产业质量和产业融合的技术性影响。

一、传统消费、数字消费与产业升级

消费是人们利用社会产品来满足自身需要的过程,主要包括三个方面:一是消费安排,即通过什么样的过程实现消费。二是消费行为,即消费过程中精神、身体与产品的互动。三是消费目标,即消费指向什么。传统消费具有一定的地域性,消费者在一定地域范围内的消费与产品的地域获得便利性以及消费行为的相对固定有关。传统消费与传统产业生产紧密关联,消费安排对应的是一种实体技术消费。传统产业生产具有一定的地域性,生产技术存在地域限制,生产规模和生产内容都与地域范围有关。消费品从生产到被消费会在一定的地域范围内进行,形成群体性消费。本地有什么样的生产,消费者就会选择相应的产品进行消费;本地没有的产品,

收稿日期:2024-04-02

作者简介:邓线平,男,广东省社会科学院精神文明研究所研究员(广东广州 510635)。

在传统消费中就很难被消费,或者即使被消费,也需要较高的消费成本。消费的地域性决定了消费安排。传统消费体现在特定的消费习惯和消费产品中,消费者习惯于以特定的方式消费特定的产品,消费惯常路径与消费过程安排以及生产与消费的关系密切相关。不同群体消费者的消费能力不同,消费安排不同,其消费效率也不同。传统消费的目标指向与生活补偿有关,人们往往受限于现有产品消费,缺少选择。所谓生活补偿,不是对个别财产的财产价值补偿,而是对作为整体的人的生活的本身予以补偿。在生活补偿背景下,消费有固定路径,从而拉动相对固定的产业生产。在一定范围内产业生产安排具有规律性和稳定性。

数字消费使消费发生了革命性变化。数字消费的过程安排有明显的跨地域性,随着数字技术的发展,消费者轻点鼠标即可实现跨地域消费。跨地域消费的基础是数字技术将不同地域的产品以网格化的形式予以呈现,消费者面对网络即可轻松实现全域产品的消费。传统消费受实体产业生产影响较大,消费安排相对被动,消费路径相对固定,可选择的消费范围较小。数字消费的跨地域性极大地提高了消费者消费的主动性,更大范围的消费选择使消费者的消费规划更加灵活。数字消费促使产业生产通过灵活组合和灵活销售的形式进行,克服了产业生产的地域限制,也使得消费者在时间安排和产品使用上更加灵活,消费者有更充裕的时间安排重要消费,从而提高了消费效率。数字消费催生了更多的尝试性消费,也使不同的消费需求得到满足。数字消费既催生了线上消费,也丰富了线下消费。因为存在更多选择,传统固定的消费路径就会被突破,消费就更贴近消费者的真实需要。数字消费的发展使生活消费与工作消费联系更紧密结合。“数字消费促使消费结构从对物质的需求向精神层面的满足转变、推动消费层次由发展型向共享型和服务型演进。”^[5]

传统消费驱动产业升级体现在消费与生产安排的转变、消费量的改变、消费质的提升等方面。数字消费驱动产业升级在这些方面均有体现,但升级路径与传统消费不尽相同。传统消费与生产在一定地域范围内进行,具有相对固定的路径,大多数情况下是生产驱动消费,然后以消费量的增长反过来带动生产扩张。传统消费量增长的基础是收入增加提升了人们的消费能力和消费信心。在固定的消费模式下,消费量达到一定程度之后,消费效益会明显降

低。消费量的增加也表现在生产出的产品在更广阔的地域范围内被接受,或者有更多的下游产业。传统消费质的提升,既是收入增加的结果,也是创新消费的结果。埃弗雷特·罗杰斯的创新扩散理论^[6]认为,消费先驱是最早使用或采用新的消费品的人,他们对于消费质的提升起关键作用。对大多数消费者而言,实现消费质的提升需要消费者改变传统的消费习惯,这需要较长的适应过程,又或者集中于自身需求进行消费。在传统消费中,“产品拥有购买的最小单元和消费金额的最低门槛,产品价格、消费者的预算约束、产品的必要性程度共同决定和限制了消费者能够购买的产品种类”,这制约了消费产品品质的提升。

数字消费促进了消费与生产安排的转变、消费量的改变、消费质的提升。数字消费的消费对象是数字商品或数字化商品。“数字商品”是指产生于数字领域,并完全由数字技术支撑、构成的商品,如统计数据、社交软件、网络游戏、数字藏品、短视频等。“数字化商品”则是指原本不属于数字领域,却以数字形式存在的商品,该种商品在数字技术的支持下被转化为数字形式的商品,如网购商品、数字货币、线上会议、远程教育、数字图书等。数字化商品可以通过网络进行传输和交易,消费者可以在不受时间和空间限制的情况下购买和使用数字化商品,同时也可以有效避免制作实体商品所需的物质、能源和环境成本。随着科技的不断发展,数字化商品的需求不断扩大,市场前景广阔,为消费者带来了更为便捷和多样化的购物体验 and 生活方式选择。数字操作、数字交易、数字运输简捷高效,促进了数字消费量的改变和质的提升,带来不同于传统的消费与生产安排转变。数字消费拉动产业生产,促进了消费的网格化发展和生产的网格化发展,使得两者在更高水平上互动。消费网格化将消费者个人的消费行为纳入产业化发展轨道,与产业网格化对接起来。原先的内部消费行为转变成为推动产业生产的直接动力,刺激产业生产更加顾及个人消费需求。在传统消费中,消费品与产业生产不直接关联,其对生产的拉动作用并不明显。数字时代,原先的内部消费行为转变成为推动产业生产的直接动力。消费量的增加从特定时空范围内消费品数量的增加,转变为网络上的不同消费者在不同时空范围内的消费量的增加。产业生产由提供现实需要的消费品,转变为提供数字迹象显现的消费品。数字消费和传统消费中消费创新和消费文化改变引发消费质的提升。数

字时代,数字生产的多样化供给和数字消费的多样性选择推动了消费质的提升。消费质的提升从普遍意义上的地域消费品质量的提升,转变为消费者个性化选择中的质的提升。

二、数字消费驱动产业升级的机制

产业升级主要包括产业结构优化、产业质量提升和产业融合。产业结构优化是产业结构合理化和高度化的有机统一。改革开放以来,我国三次产业结构在调整中不断优化,工业及服务业比重不断提升。第一产业是指农、林、牧、渔业(不含农、林、牧、渔服务业)。第一产业是与自然界资源打交道的产业,该产业通常需要利用自然资源,产品来源于自然界。第二产业是指采矿业(不含开采辅助活动),制造业(不含金属制品、机械和设备修理业),电力、热力、燃气及水生产和供应业,建筑业。第二产业以资金密集型产业为主,生产过程中机械化程度较高,对技术的依赖程度也较高,因此产业技术对第二产业的影响较大。第三产业即服务业,是指除第一产业、第二产业以外的其他行业。第三产业是保证社会经济运行的主要力量,提供社会保障和服务,连接生产与消费。工业及服务业比重提升是产业结构优化的重要指标,离不开技术水平的提升,产业结构从受制于自然向依靠技术和消费服务方向转变。产业质量提升主要指生产质量、产品质量和服务质量提升。生产质量提升包括生产的稳定性和创新性水平提升,生产稳定供给是产业质量的重要保证。产品质量提升主要指产品使用体验的提升,有些产品重在使用过程体验,有些产品重在使用寿命体验。服务质量提升指从生产到消费、从消费到生产过程的整体质量提升。生产到消费主要满足消费者需求,消费到生产主要满足生产需求。产业融合指一、二、三产业的相互融合,通过产业融合可以简化生产到消费的各个流程,使技术得到精细化发展。

(一) 数字消费推动产业结构优化升级

互联网的发展使生产和消费打破了地域和时间的限制,实现了关键性要素、产品和服务的跨区域流动和有效配置。跨地域消费使服务业在三次产业中的比重不断提升。传统消费很大程度上依靠消费者的自主安排,很难推动产业化发展。传统消费服务聚焦于产品输出,围绕普遍性的产品输出进行产业布局。数字消费关注消费者对产品的输入,围绕产品输入进行个性化的产业服务布局。数字消费依赖

线上技术,将消费服务从实体店扩展到消费者家里,这在某种程度上增加了服务业在产业结构中的比重。互联网的发展可以推动生产和消费打破地域和时间的限制,实现关键性要素、产品和服务的跨区域流动和有效配置。数字消费不仅是跨地域消费,也是跨时间消费,消费者可以为未来定制消费。“数字消费将突破传统消费的单一性、滞后性和时空限制性。”^[7]由于可以满足消费者的个性化需求,近年来,数字消费服务相比于传统的消费服务的需求量剧增。与传统服务相比,数字消费服务与个性化需求以及个性化生产相连接,需要更精细的技术安排,这又推动了产业技术的升级。数字时代,数字消费服务与数字化生产通过网络实现一体化发展,以服务带动生产,以生产推动服务。

消费效率提升推动了我国科技服务业发展。实践中以消费实现的速度以及消费实现的完善程度衡量消费效率。数字消费不仅节省了消费时间,而且实现了从传统的一次消费向多次消费的转变,大大提升了消费的完善程度。想要客户多次消费,就要向同一个客户提供更多价值,围绕客户需求不断提升产品和服务的供给能力,向同一个客户提供更多的客户价值,实现多次交易。多次数字消费推动了产业发展的智能化变革和科技服务业的发展。产业的智能化变革拓展了产业发展的空间。传统产业围绕主导技术进行相关创新,智能化发展则围绕产业的分化组合进行创新。智能化发展是数字时代我国的主要发展方向,实体产业内部需要重组发展,实体产业链上下游同样需要重组发展。例如,华为、小米等企业通过其操作系统和智能管理软件,整合和连接空调、电视等各类家电产业,构建了智能家居产品体系。在智能化发展过程中,传统产业与数字产业联合程度加深,形成了更精细复杂的产业分类,科技服务业发展迅速。“消费偏好的智能化变革推动传统产业的技术进步从领域内和渐进式向跨领域、多方向、颠覆式转变,在改变产业发展方向的同时也加快了产业发展模式的数字化转型。”^[8]

主动性消费促进产业链重组,推动新兴产业发展。主动性消费意味着消费产品的选择更加多样,产品组合更加丰富。传统消费产品受产业生产限制,产品组合缺乏多样性。传统消费围绕产业生产展开,数字消费主要满足消费者个体生活需要。两者驱动产业发展的方向、过程和后果不同。传统产业在一定范围内进行技术创新,通过创新形成相对封闭的技术及产业领域。数字消费推动产业技术的

数字化变革,满足消费者的个性化生活需求。依靠数字技术,企业可以提供更多种类的个性化和定制化的产品和服务,并将产品和服务面向目标客户进行精准推广,一些新兴产业应运而生。与传统产业相比,数字技术引领产生的新兴产业朝生产服务一体化方向发展,将一些原有的贴近消费的生活技术纳入产业化发展过程中。

(二) 数字消费推动产业质量提升

跨地域消费激发了产业竞争,推动了生产质量、产品质量和服务质量提升。消费者选择更高质量的产品、更可靠的技术、更优质的满足灵活需求的服务,会促进产业竞争,推动企业实现高质量生产。数字化竞争与传统产业技术竞争存在差别。传统产业技术竞争是整体竞争,主导技术决定竞争成败。一项产品的主导技术存在优势,与主导技术附和的技术,即使存在单独竞争劣势,往往也会在整体的产品竞争中获胜。数字化带来的产业竞争是技术分化组合式竞争,优势技术通过网络相互连接,从而形成更大的优势,推动产业质量提升。跨地域消费使产业生产实现灵活组合。生产方面,通过优势的生产技术组合或者弹性的生产技术组合形成稳定的生产输出,满足数字消费的需求;在产品方面,通过技术优势生产更高质量的产品;在服务方面,通过从生产到服务各种优势的结合,形成更优质的服务。

消费效率提高有利于淘汰落后产能,转变产业发展模式。传统的被动消费及一次消费具有稳固落后产能的作用。传统消费中,受地域限制及消费模式限制,消费者对落后产能容易形成依赖。先进产能可能激发人们的风险意识及不习惯心理,使它短时间内难以替代落后产能。数字消费的尝试性和多次消费提升了人们对新事物的接纳能力,消费者在众多选择及多次尝试后,对优质生产、优质产品、优质服务有了更强的筛选能力。数字消费的发展有利于淘汰落后产能。传统产业大多由实体技术主导,由先进与落后技术共同作用形成。数字消费加速了实体产业的模式转变,推动了产业技术变革,促进了技术创新以及技术之间的优势连接。新的产业模式将优势技术及优势技术组合很快筛选出来,形成新的产业竞争优势,为提升产业质量打下坚实基础。同时,数字消费通过提供更加透明的市场环境,激发了产品质量竞争,进而提高了产业发展质量。

主动性消费促进了产业智能化以及新兴产业发展。“数字经济时代数字消费行为将呈现主导性加强特征。”^[9]消费者交叉灵活选择消费对象,促进了

生产及产业服务的精细化、智能化发展。传统生产及产业服务围绕主导技术进行,具有单一性和固定路径。数字时代的生产及产业服务打破了原有的技术模式框架,朝着智能化的灵敏生产方向迈进。智能化生产又促进了数字消费^[10]。智能化生产的核心要求是将实体技术及产业发展建立在数字智能之上,智能化生产突破了传统产业固有的路径,驱动了产业智能化以及新兴产业发展。

(三) 数字消费加速产业融合

跨地域消费在推动消费行为服务化的同时,也推动了不同产业的相互融合。产业融合推动了不同产业之间关系加强,有利于各产业相互促进、相互依赖。个性化消费要求一对一的生产和服务,推动了产业生产与消费服务的内部融合。传统产业生产在特定的区域内完成,形成了具有区域特色的产业生产与服务关系。传统消费与传统生产休戚相关,产业融合程度由生产技术融合程度决定。数字消费的跨地域性,将不同技术生产与消费置于同一平台,形成全方位互动态势。跨地域消费推动了产业的跨地域的整合,某个区域的工业产品可能需要另一区域的服务产品与之配套。在数字消费驱动下,工农业生产主动寻找与自己配套的服务业。不同产业相互配合,产业融合度提升。随着跨地域消费的发展,产业融合速度加快。“工业产业与数字技术融合是提高产业发展质量、补充产品智能化功能、加快服务化转型的必由之路。”^[11]

消费效率提高引发了产业边界的系统性重塑,推动了不同产业的融合。数字消费通过数字技术将不同类型的消费形式连接起来,从消费端重塑产业边界。传统消费具有明显的产业特征。在数字消费中,消费者通过网络完成大多数产品与服务的消费,数字消费实现了对产业边界的系统性重塑。“消费者通过社交网络、短视频分享产品信息和使用体验,加强了消费的网络效应。”为了完成统一的消费过程,工农业生产逐渐向数字化生产转变,农业工业化、数字化步伐加快,工农业生产技术加速融合。

主动性消费加强了服务业对产业生产的赋能和引导作用。主动性数字消费使服务业在三次产业中的比重提升。这种提升不是传统产业结构升级意义上的服务业比重提升,而是数字消费所带来的个性化服务引致的服务业占比增加。“年轻一代普遍热衷于年轻化、品质化和个性化的新产品、新体验。”^[12]数字消费服务对产业生产形成二次赋能和引导作用,不仅可以满足消费者灵活的消费需求,而

且可以满足消费者个性化的生活组合需要。满足消费者个性化生活组合需要,产业生产要从满足简单生产需要向满足产品生产的生活服务化需要转变。个性化服务要求个性化生产。个性化生产意味着要改变相对固定和单一的生产模式,并向灵活生产和生活生产转变。在这一过程中,新技术、新业态、新产业应运而生。“随着数字技术水平的不断提高,数字经济实现了高速发展,新技术、新业态和新产业不断涌现。”^[13]

三、数字消费驱动产业升级的现实障碍

当前,我国数字消费的发展存在诸多阻碍,数字消费驱动产业升级同时面临诸多现实障碍。

(一) 数字消费发展障碍

数字消费发展障碍主要表现为数字基础设施建设不完善以及数字鸿沟抑制跨地域消费,数字技术创新不足且与当地消费行为不匹配抑制消费效率提升,服务业发展水平不高且消费者权益得不到有效保障抑制主动消费。

1. 数字基础设施建设不完善以及数字鸿沟抑制跨地域消费

数字基础设施建设对经济社会发展起到战略性、基础性、先导性作用。数字基础设施包括网络基础设施,如5G/6G、卫星互联网、新一代通信网络、未来网络等;信息服务基础设施,如云计算中心、大数据中心、工业互联网服务平台、物联网服务平台、平台型互联网企业应用服务平台等;科技创新支撑类基础设施,如超级计算中心(智能计算中心)等;支撑社会治理、公共服务及关键行业信息化应用的重要信息基础设施等。数字基础设施对跨地域消费的阻碍体现在设施的地域布局上。我国幅员辽阔,地区之间由于地理、经济、文化等因素,数字基础设施建设存在较大差距。欠发达地区的网络基础设施、信息服务基础设施、科技创新支撑类基础设施以及支撑社会治理、公共服务及关键行业信息化应用的重要信息基础设施等建设不完善,发展较为滞后,无法满足数字消费发展的需要。数字基础设施对跨地域消费的阻碍同时体现在数字基础设施发展的产业区别上。2022年,我国农业、工业、服务业数字经济渗透率分别为10.5%、24.0%、44.7%,同比分别增长0.4%、1.2%、1.6%^[14]。数字基础设施布局要适应数字消费需求,但现在仍存在着数字基础设施在消费端供给不足的问题。对于一些较高水平的数字

消费需求,应配套供应高水平的数字基础设施。由于存在数字基础设施供给不足以及数字鸿沟等问题,我国数字消费发展受到限制,难以实现从传统消费到数字消费的跨越。

2. 数字技术创新不足且与当地消费行为不匹配抑制消费效率提升

数字消费效率与数字技术创新水平以及其与当地消费行为的适配程度紧密关联。数字技术水平越高,数字操作越便利,数字消费选择越丰富,数字消费效率越高。推动数字消费水平提升,需要数字技术的不断创新。数字技术创新不足,可能导致数字消费被限制在某一阶段或某一水平上,成为制约消费效率提升的关键因素。与此同时,数字技术与当地消费行为的适配程度越高,消费效率也越高。数字消费要融合生产与生活,同时表现出人文化和个性化特征。支撑消费的数字技术要贴合人文化需求,更好地将数字技术与消费行为结合,从而提升消费效率。现有的数字技术创新大多缺乏人文性特征,这可能抑制消费效率提升,如数字操作过于复杂可能会抑制消费。数字时代,消费表现出个性化特征,数字技术创新往往优先基于区域群体需要进行,很难与诸多消费者的个性化消费需求配套,这也可能抑制消费效率提升。

3. 服务业发展水平不高且消费者权益得不到有效保障抑制主动消费

数字消费最主要的目标指向是服务居民生活。传统服务业是指为人们日常生活提供各种服务的行业,大都历史悠久。传统服务业的需求是传统的,即其需求在工业化以前就广泛存在;传统服务业的生产方式是传统的,大多表现为“前资本主义生产方式”,如家仆服务和传统商业等,广大的个性化消费服务被排除在传统消费服务之外。近年来,数字消费快速发展,其人文化、个性化特征愈发凸显。但目前我国服务业发展总体较为滞后,可能抑制主动消费。一方面,有些地区数字消费服务提供能力有限,只限于提供简单的数字消费服务,满足居民简单的数字消费需求;另一方面,贯穿个性化生产到个性化消费全链条的数字服务发展相对滞后,抑制了消费者从生产到消费全过程追求人文化、个性化数字消费服务的热情。消费者权益得不到有效保障是抑制消费者数字消费主动性的重要障碍。传统消费维权具有地域便利性,但数字消费脱离了时空限制,消费者进行数字消费,其跨地域维权难度更大,亟须完善消费者权益保障制度。

(二) 数字消费驱动产业升级障碍

数字消费驱动产业升级面临诸多现实障碍,主要表现在服务业不规范阻碍产业结构优化、产业垄断阻碍产业质量提升、政策缺乏阻碍产业融合等方面。

1. 服务业不规范阻碍产业结构优化

随着数字技术发展以及数字消费兴起,我国消费服务业和生产服务业蓬勃发展。传统服务业主要依赖于传统产业生产,形成从生产到消费的垂直单线连接,服务业只是在技术创新的有限范围内促进产业结构优化。数字时代,生产到消费的扁平化结构特征愈发明显,数字生产将不同产业的生产技术进行数字化提取,在很大程度上打破了农业与工业之间的生产界限以及从生产到消费的产业界限。在这一过程中,规范的消费及生产服务可以有序推进产业结构优化,反之则会形成混乱,阻碍产业结构优化。服务业不规范主要表现为服务消费不规范以及驱动产业生产不规范。服务消费不规范,主要表现为盲目追求市场占有率、销量扩大、利润提升,忽视服务对象的人文化、个性化消费需求;盲目简化服务流程,忽视服务对象的权益保护和事后的服务追踪;盲目统一服务场景,忽视服务对象的个性化和高质量要求。服务产业发展不规范主要表现在盲目追求产业垄断,忽视产业创新和质量提升;盲目追求产业隔离,忽视产业沟通和灵活组合;盲目追求产业扩张,忽视产业有序成长和合规竞争。

2. 产业垄断阻碍产业质量提升

数字时代的产业垄断有两种:一种是数字技术垄断,另一种是实体产业数字化形成的垄断。数字时代,数字化成为传统产业壮大发展的必经之路。与数字企业相比,传统企业的数字技术相对落后,数字化进程相对缓慢。在实际发展过程中,数字企业依赖数字技术形成垄断,通过与落后产能结合,形成对实体制造业的逆向淘汰。数字企业依靠其技术优势,实现对实体企业的恶性竞争。传统实体产业实现数字化转型,要在实体生产的过程中进行创新,加强各环节的数字化连接,最终实现生产的数字化连接。既要在生产内部进行技术创新,适应数字化连接要求,通过技术数字化连接实现数字灵活生产,又要推进技术生产的智能搭载,实现智能驱动生产。“传统产业实现产品智能化需要为产品搭载智能管理系统、开发手机APP等终端智能管理软件,所需较高的数字技术能力使传统产业常借助数字科技平台企业的操作系统和管理软件实现智能化转型,而

科技平台企业的网络外部性则为垄断创造了条件。”^[15]

3. 政策缺乏阻碍产业融合

数字消费驱动产业融合,需要在更大范围内进行政策调整。数字时代的政策缺乏主要表现为,政策被限制在原有的产业融合范围内,以传统产业融合方式驱动数字化产业融合。原有的产业融合是传统技术创新限度内的融合,如果超出技术创新限度,各产业就会回到各自隔离的状态。数字化产业融合以数字连接驱动产业融合,推动技术创新。原有的政策倾向于在产业内部起作用,通过传统技术创新推动产业融合,通过产业发展和不同产业的相互博弈逐步推进产业融合。以数字化驱动产业融合,需要突破原有的产业融合路径。数字化引领产业融合是建立在扎实的制造技术创新基础之上的,形成了与传统产业融合不同的技术创新要求。数字时代,如果没有数字产业发展的明晰的政策指引,那么可能出现融合路径误置和“伪产业融合”等问题。

四、数字消费驱动产业升级的路径

针对数字消费驱动产业升级的现实障碍,要从数字消费及产业发展的两端以及它们之间的相互作用出发,做好数字服务与消费以及产业发展的连接,以数字消费驱动产业升级。

(一) 完善数字基础设施布局,推动数字消费技术创新

数字消费发展越迅速,其对产业升级的驱动作用越明显。数字消费受数字基础设施布局及数字消费技术影响。数字消费根本上是个性化消费,数字基础设施布局以及数字消费技术创新既要照顾到不同地区、不同产业各自的特点,推动其均衡发展,又要照顾到数字消费的个性化要求。数字消费的发展建立在传统消费发展的基础之上,同时又引领传统消费实现转型升级。要根据各地区的消费水平和消费习惯,完善数字基础设施布局,推动数字消费技术创新。要在地区内部实现差异化技术布局,允许不同消费水平的数字消费的存在。为此,要避免平均布局基础设施和数字消费技术。平均布局会提高数字消费的技术成本,容易造成浪费。

(二) 引领数字服务业规范发展,保护消费者权益

与传统服务业相比,数字消费服务在消费服务范围、消费服务即时性及消费服务满足程度等方面

更贴近消费者的实际需要。“线上消费场景需要消费者进行个人身份认证、提供电话和住址等隐私信息,以便邮寄产品、管理消费者账户、提供定制化服务。”传统服务业向数字服务业转变,服务的数量、质量、范围和时效性均发生明显改变。数字消费服务连接了数字消费和产业发展,要以数字化可追溯方式引领服务业规范发展,然后以规范的服务业推动实体产业发展。要避免两种不规范倾向:一是以服务消费者为借口,忽视产业发展的实际需要。消费可以拉动生产,生产可以驱动消费,但很多时候两者之间并不直接发生作用,中间需要各种服务业的填补。以服务消费者为借口,忽视产业发展的实际需要,可能引发产业生产的畸形化。二是单纯从产业发展需要出发,忽视真正的消费服务。数字服务若仅以满足生产为目标,可能导致实体产业主导网络销售,产生大数据杀熟、定向投喂等数字服务乱象。要将服务业规范发展与保护消费者权益紧密结合。消费者权益保护是协调消费与生产的核心所在,要以消费者权益保护为中心,推动消费、服务、生产协调发展。

(三) 消除产业垄断,推动高水平数实融合

数字消费可能引致产业垄断,引发产业层面的数字化垄断或者产业生产与消费层面的数字化垄断。消除产业层面的数字化垄断,要推动不同产业的均衡发展,避免单一的产业化以及单一的产业数字化发展。不同产业的数字化均衡发展,在于以数字服务业规范发展推动不同产业的均衡发展。消除产业生产与消费层面的数字化垄断,要做好从产业生产到数字消费不同环节的均衡发展,避免将消费者固定在特定的消费路径和消费环节之中。在数字消费驱动产业升级的过程中,数字化要起到均衡、引领、规范产业发展的作用,同时要与现实产业发展相匹配。实现高水平的数实融合,既要发挥数字化的均衡、引领、规范作用,也要照顾现实产业的发展节奏和路径。高水平的数实融合主要表现在两个层面:一是高水平的不同产业的数实融合,二是从生产到消费的不同环节的数实融合。

(四) 推动产消互动,提升产业的消费吸纳能力

数字消费驱动产业升级,需要在新的条件下打通从消费到生产的各个环节。传统的产业吸纳消费主要是在生产推动消费的基础上,依靠消费量的增加和质的提升促进产业增长,形成产业结构升级、质量提升和产业融合。数字化消费与产业连接的过程是实体消费的数字化过程、实体生产的数字化过程

以及数字化连接过程。通过数字化连接,个体消费形成了对产业生产的驱动作用。数字时代,推动产消互动,提升产业的消费吸纳能力,一要进行更广泛的数字化连接和更精细的数字化分类。通过更广泛的数字连接,推动消费与生产之间形成更广泛互动;通过精细化分类,推动消费与生产的连接和互动。二要推动消费与生产结合。传统的生产与消费是分离的,数字化推动了消费与生产的实时互动和虚拟结合。通过实时互动和虚拟结合,不断拉近消费与生产的距离,实现个性化消费与生产的相互促进。三要围绕生活主动性周期进行产业安排。消费与生产结合的最终目标是实现灵活生产和满足个性化需求,将传统的围绕生产周期进行产业安排改变为围绕消费者个性化、人文化需求进行产业安排。

结 语

当前,我国面临扩大消费和产业升级的双重压力。传统消费模式正向数字消费模式过渡,数字化和数实融合是产业升级的主要方向,数字消费对产业升级的驱动作用愈发明显。传统消费侧重于产业对生产的推动作用,而数字消费侧重于消费对生产的拉动作用。本文从数字消费与传统消费的产业升级驱动原理出发,从优化产业结构、提升产业质量、促进产业融合三方面,论述数字消费驱动产业升级的基本原理,在此基础上总结出数字消费的新特征及其对产业升级的驱动作用,从而推导出数字消费驱动下新兴产业的发展模式和发展趋势。具体而言,跨地域消费扩大了服务业的服务范围,提升了生产、产品及服务质量,促进了产业内部融合。消费效率提升可以推动灵活生产,淘汰落后产能,重塑产业边界。主动性消费促进了产业链重组,推动我国智能化及新兴产业的发展,增强了服务业对产业的赋能和引导作用。数字消费驱动产业升级存在诸多障碍。如果数字消费被传统产业发展所束缚,那么跨地域数字消费可能被抑制,不利于生产效率提升和主动性消费,从而阻碍产业结构优化、产业质量提升和产业融合。数字消费驱动产业升级的路径主要表现在完善数字基础设施布局,引领数字服务业规范发展,消除产业垄断以及提升产业的消费吸纳能力。

参考文献

- [1] 贺俊, 庞尧. 数字消费驱动产业升级: 理论机理、现实障碍和推进路径[J]. 技术经济, 2023(12): 28-34.

- [2] 赖立, 谭培文. 数字中国建设背景下数字消费的内涵、困境及发展路径[J]. 经济学家, 2023(12): 95-103.
- [3] 毛中根, 贾宇云. 把握数字消费高质量发展的着力点[J]. 东北财经大学学报, 2024(2): 3-13.
- [4] 邓线平. 消费促进技术进步的成因及途径分析[J]. 科学技术与辩证法, 2006(1): 78-81.
- [5] 高振娟, 赵景峰, 张静, 等. 数字经济赋能消费升级的机制与路径选择[J]. 西南金融, 2021(10): 44-54.
- [6] EVERETT M R. Diffusion of innovations[M]. New York: The Free Press, 1983: 357-373.
- [7] 张峰, 刘璐璐. 数字经济时代对数字化消费的辩证思考[J]. 经济纵横, 2020(2): 45-54.
- [8] 贺俊, 庞尧. 数字技术驱动的产业融合发展范式与面向融合范式的政策体系调整[J]. 湖南科技大学学报(社会科学版), 2023(4): 71-79.
- [9] 马香品. 数字经济时代的居民消费变革: 趋势、特征、机理与模式[J]. 财经科学, 2020(1): 120-132.
- [10] 李宗伟, 陈楚欣, 张艳辉. 住宅智能化、消费者异质性与支付意愿: 基于技术接受模型的实证分析[J]. 技术经济, 2023(7): 152-164.
- [11] 刘洋, 董久钰, 魏江. 数字创新管理: 理论框架与未来研究[J]. 管理世界, 2020(7): 198-217.
- [12] 马玥. 数字经济对消费市场的影响: 机制、表现、问题及对策[J]. 宏观经济研究, 2021(5): 81-91.
- [13] 韩庆龄. 数字经济推动消费升级及其路径探究[J]. 商业经济研究, 2022(10): 50-54.
- [14] 中国信通院. 中国数字经济发展研究报告(2023年)[R/OL]. (2023-04-30) [2024-02-20]. <http://www.caict.ac.cn/kxyj/qwfb/bps/202304/P020240326636461423455.pdf>.
- [15] 陈永伟. 平台经济的竞争与治理问题: 挑战与思考[J]. 产业组织评论, 2017(3): 137-154.

The Mechanisms, Obstacles, and Paths of Digital Consumption Driving Industries Upgrading

Deng Xianping

Abstract: Digital consumption has formed an industry driving force that is different from traditional consumption by changing the consumption arrangement, behavior, and goals of traditional consumption. Digital consumption has promoted the optimization and upgrading of industrial structure, improved industrial quality, and accelerated industrial integration. In the digital age, cross-regional consumption has stimulated industrial competition, promoted the improvement of production quality, product quality and service quality, and enhanced the integration of different industries. The improvement of consumption efficiency has promoted the development of China's science and technology service industry, which is conducive to the elimination of outdated production capacity, triggering the systematic reshaping of industrial boundaries, and transforming the industrial development model. Proactive consumption promotes industrial chain restructuring, promotes industrial intelligence and the development of emerging industries, which is conducive to strengthening the enabling and guiding role of the service industry in industrial production. At present, there are many obstacles to the development of digital consumption in China, and the upgrading of industries driven by digital consumption also faces many practical obstacles. To drive industrial upgrading through digital consumption, we should improve the layout of digital infrastructure and promote the innovation in digital consumption; lead the standardized development of digital services and protect the rights and interests of consumers; eliminate industrial monopoly and promote high-level integration of data and reality; promote the interaction between production and consumption and enhance the consumption absorption capacity of industries.

Key words: digital consumption; industrial structure; industrial quality; industrial integration

责任编辑: 刘 一