

新经济、新动能：阿里研究院解读政府工作报告

2016年3月

一、“新经济”思维指导经济发展实践

3月5日全国人大十二届四次会议开幕式上，政府工作报告对外发布，受到全世界关注。各界均希望从中了解中国经济、社会发展的未来动向。首次出现在政府工作报告中的“新经济”一词成为热点，在论述“十三五”期间全面实现小康社会目标的着力点时报告指出，“经济发展必然会有新旧动能迭代更替的过程……当前我国发展正处于这样一个关键时期，必须培育壮大新动能，加快发展新经济。”

“十三五”揭开序幕的关键时点，“加快发展新经济”显然不是局部考量，而是在“经济新常态”局面下的重大战略选择，是贯彻党的十八届五中全会提出的“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念的行动号召。

习近平主席在2014年国际工程科技大会上即指出“信息技术成为率先渗透到经济社会生活各领域的先导技术，将促进以物质生产、物质服务为主的经济发展模式向以信息生产、信息服务为主的经济发展模式转变，世界正在进入以信息产业为主导的新经济发展时期”。

这一次的政府工作报告不是简单的从文字上提及“新经济”概念，而是从整体上突出了“新经济”思维，值得深入领会。

二、“新经济”的突出特征

从全球经济、社会发展的脉动中，我们能感受到“新经济”蓬勃兴起的力量。

1. “云、网、端”新信息基础设施逐渐形成

政府工作报告中体现了：在重视传统的工农业基础设施建设基础上，特别关注包括互联网、物联网、云计算和大数据在内的新信息技术的广泛应用。

“云”是指云计算、大数据基础设施；“网”不仅包括原有的“互联网”，还拓展到“物联网”领域；“端”则是用户直接接触的个人电脑、移动设备、可穿戴设备、传感器，乃至软件形式存在的应用，是数据的来源，也是服务提供的界

面。新信息基础设施正叠加于原有农业基础设施（土地、水利等）、工业基础设施（交通、能源等）之上，发挥的作用越来越重要。

2015 年“云计算”服务走向成熟：第三财季亚马逊 AWS 营收增长 78%，微软 Azure 营收翻番；阿里云营收第二季度增长 106%，第三季度增长 128%。而传统 IT 公司业绩持续下滑。2020 年中国数据量将会从 2014 年 909EB，增加到 8.06ZB（约 8 万亿 GB），全球占比增长至 18%。截至 2015 年 6 月底，中国网民、手机网民数分别达到 6.68 亿及 5.94 亿，网民群体渗透更加广泛。2020 年中国将有 54 亿件设备接入物联网，全球占比为 20%。

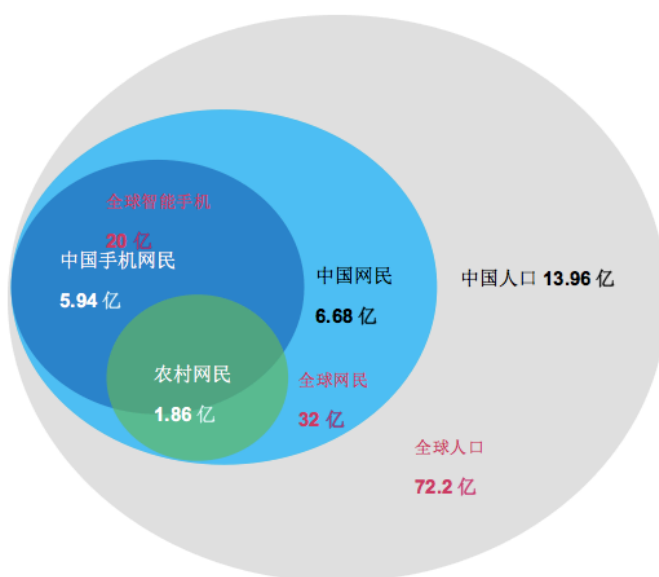


图 1 中国网民规模（截至 2015 年 6 月底）

2015 年双 11 当天系统交易创建峰值达到每秒钟 14 万笔，支付峰值达到每秒钟 8.59 万笔。大幅超越了维萨和万事达的实际处理能力，比二者实验室数据都要高出许多。支撑技术来自阿里云计算多项技术创新：全球最大规模混合云架构；全球首个核心交易系统上云；1000 公里外交易支付“异地多活”；全球首个应用于金融业务的分布式关系数据库 OceanBase。

2. “数据”新生产要素持续投入

政府工作报告中体现了：强调提高投入要素的使用效率，依靠创新提高全要素生产率，同时倡导绿色生产生活方式和生态环境保护。

数据成为像资本、劳动一样的独立生产要素，历经了近半个世纪的信息化过

程，信息技术的超常规速度发展，促成了数据量和处理能力的爆炸性增长，人类社会也步入了“大数据时代”。

数据除了作为必要成分驱动业务外(如金融交易数据、电子商务交易数据)，数据产品的开发(通过数据用途的扩展创造新价值，如精准网络广告)更是为攫取数据价值开辟了新源泉。经济、社会领域海量数据的积累与交换、分析与运用，产生了前所未有的洞见和知识，极大的促进了生产效率的提高，提供了超乎寻常的创新力量。

随着云计算和大数据技术及应用的兴起，计算资源正变得成本极低、随处可得，数据正挣脱原有的束缚，加速流动和分享。可以持续的从量的角度增加数据投入，从质的角度深挖数据富矿获得新知识模式，技术进步产生，生产率提升获得了新空间，跨界创新融合源源不断。以集中控制为标志的 IT（信息技术）被以激活生产力为目的的 DT（数据技术）取代。

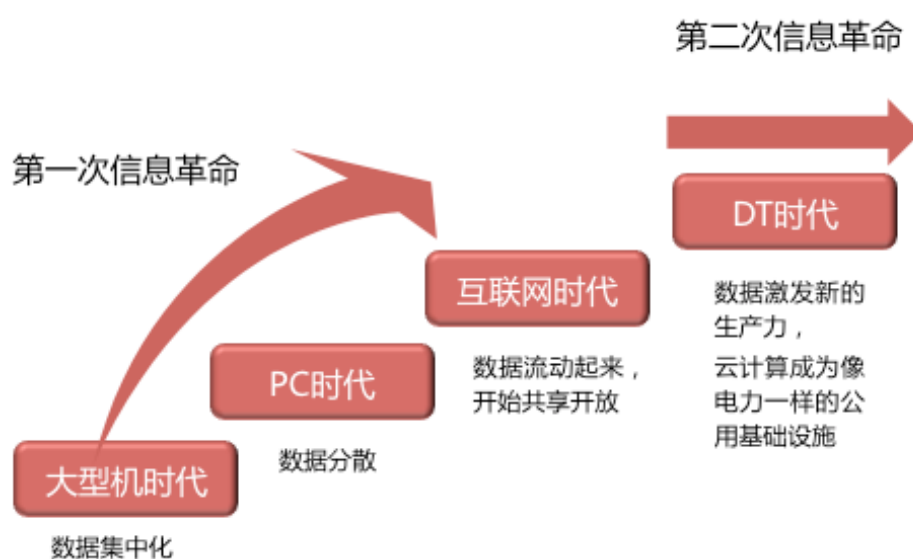


图 2 信息技术发展的四个阶段

3. “平台经济”、“共享经济”和“微经济”三位一体、相辅相承

政府工作报告中体现了：持续突出对创新型领军企业发展的有力支持；明确部署了促进分享经济发展，推进共享平台建设的任务；以及继续通过“互联网+”释放大众创业、万众创新的活力与能量。

“平台经济”是基础、“共享经济”是实质、“微经济”是土壤。紧密联系的三者将构成中国新经济的基本形态。

(1) “平台经济” 贡献愈加显著

平台将相互依赖的不同群体集合在一起，通过促进群体间高效互动，创造了独有价值。近年来，平台经济的崛起则是互联网技术与应用强力渗透的结果。玛丽·米克尔发布的《2015 年全球互联网趋势报告》指出，截至 2015 年 5 月，按照市值计算的全球 15 大互联网公司均为平台型公司，其中美国 11 家，中国 4 家。这 15 大互联网公司的市值接近 2.5 万亿美元，是 20 年前的 144 倍。互联网平台的力量可见一斑。

互联网平台引领着新商业生态的生成。作为创新业务的开拓者，形成了与众多合作伙伴的“共同创新”。

互联网平台推动着新型就业大量涌现。根据 BCG 报告，受雇于特定企业的“传统就业”，正向通过互联网平台与市场连接的“平台型就业”转变。按照人力资源部与社会保障部统计，仅以网购平台天猫淘宝为例，就直接创造了 1000 万新的工作机会。

互联网平台汇聚必备资源、抹平地区落差、加速创意流动。在 2015 年阿里云大会，2 万多名年轻的创业者让人们领略了互联网平台带来的创新浪潮。

互联网平台释放共享经济、微经济的潜力。互联网平台显著降低了各方沟通成本、直接支撑了大规模协作的形成，向全社会共享能力，从而激发微经济活力。

互联网平台为传统产业的转型升级赋能。2015 年之前是互联网公司快速发展的“增量崛起”阶段，未来十年，将是互联网平台帮助传统企业拥抱互联网、实现向线上迁移的“存量变革”阶段。

互联网平台间竞合成效突出。正的网络外部性令互联网平台成长迅速，其业务涉及多个相关方，用户在不同平台间自由选择，形成了良性的竞合氛围，市场逐渐扩大，服务创新不断推出。

(2) “共享经济” 价值持续体现

“分享行为”悄然兴起，其赋能者是互联网平台，其参与者是个人、企业、非盈利组织和政府部门，其目的是超量物品和服务的流通、分享和重新使用。但“分享行为”其视野仍局限于资源范畴——超量物品和服务，显然过窄。支撑新经济发展，能力范畴——强大的商业基础设施能力，通过“共享平台”实现面对

海量人群、规模化输出才是关键，此意义上的“共享经济”规模更大，对人类生产、生活方式的塑造也更具变革性。从“分享行为到共享经济”，既是思路上的拓展，更是供给侧能力的有力释放。

“共享经济”的深刻影响体现在其对经济发展的全局贯穿性，令多层次主体卷入其中，提供了超越单一所有权的向其他层次在服务、产品、才能、制度等方面的扩展性接入。现代农业、现代制造业、现代流通业等新业态均建立在这一基础之上。以山东曹县淘宝村为例，演艺服装小企业，在众多服务商（物流、营销、运营、设计等）的帮助下，在淘宝网电商平台的依托下，在能力充足的电信网络支撑下，其创业热情得到激发、财富显著增加。“共享经济”能量的释放，建立在贯通的数据流动以及良好的社会环境（制度、法律、政策等在内）之上。

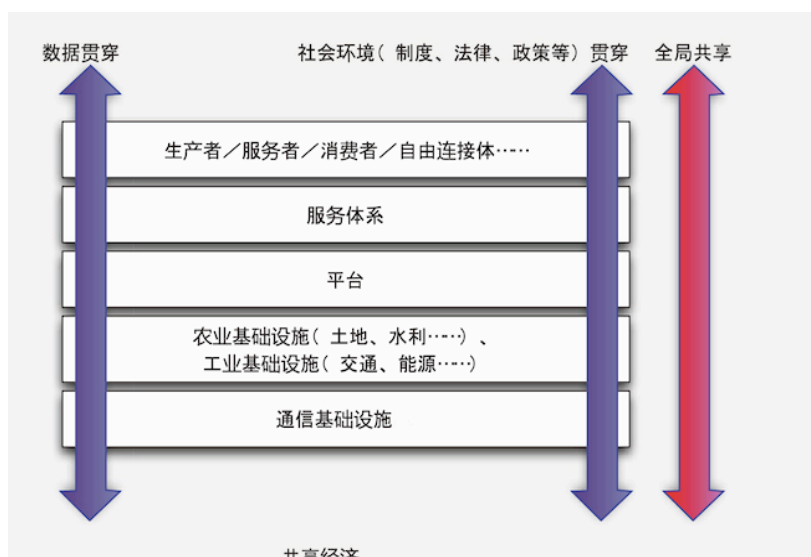


图 3 共享经济的全局贯穿性

(3) “微经济”模式强势涌现

纵观生产、就业、消费、市场和分配方面，微经济的涌现已成为重要的经济发展动向。

- 在生产上碎片化趋势明显，中型和大型企业的数量逐渐减少。
- 在就业上个性化特色突出，大量劳动者会在新型服务业中实现自我就业。
- 在消费上多样化需求迫切，不仅在实体消费方面，而且是在投资、理财等虚拟消费方面。
- 在市场上透明化效果显著，时间、地域、场景都不能成为交换的障碍，

信息不对称成为历史。

- 在分配上福利化程度提高,不但总体收益会增加,而且分配也更加公平。



图 4 中国企业规模的变化

根据调查数据及预测,中国小企业总数会显著增加,企业的密度会提升,即企业小型化趋势明显。

消费者日益呈现出新特点,即需求个性、见多识广、相互联系增多和更加积极主动。他们的转变倒逼了商业组织向着“平台+小企业(个人)”的方向去演化,这样才能“接得住”大量“小多快”的需求。因此大企业内部也体现出“微经济”的特点,企业会将自身看作平台,内部员工组成类似于中小企业的创新小团体,企业的任务就是为这些员工团体和个人服务,调动这些“创意精英”,更好的满足市场需求。由于员工的信息向社会公开、透明,企业之间的较量便转变为“平台+创新小团体(个人)”之间的竞争。延伸到组织外部,围绕着互联网平台,会形成众多“平台+小企业(个人)”的组合。

4. “跨境经济”重塑全球贸易格局

政府工作报告中体现了：**切实推进高水平对外开放，促进跨境电子商务、综合外贸服务的发展。**

近年来以电子商务为突出代表的信息经济实践,充分体现了在重塑全球贸易格局中“跨境经济”兴起的态势。

信息技术的进步、沟通效率的提高以及商业功能的拓展,让交易匹配、跨境支付、国际物流,更大程度上由数据驱动、打破了地理空间的限制,从国内的统一大市场,逐渐延伸至“无国境”的全球市场。目前全球领先的平台企业,通过加强国家和地区覆盖,已成为“跨境经济”的重要枢纽。

以我国的电子商务为例,通过第三方交易平台(批发及零售平台),不但实

现了“卖全球”即促进外向企业出口的目的，而且达成了“买全球”即扩大进口、提振消费、平衡外汇的效果。通过“卖全球”，让我国的生产能力利用更充分，通过“买全球”，让国外企业发现我国市场的巨大价值。更重要的是建立了国内外企业之间的联系纽带，国外企业更了解当地的需求，从出口商品到我国，进而发展为从我国进口商品到该国或地区，进出口将实现良性的正反馈。

具有优势的平台企业，通过共享输出新信息基础设施及电商平台服务等能力，将可以帮助其他发展中国家的中小企业一起成长，实现全球经济的“普惠性”增长。依托信息技术变革的“跨境经济”将重塑全球贸易规则，体现出旺盛的活力。

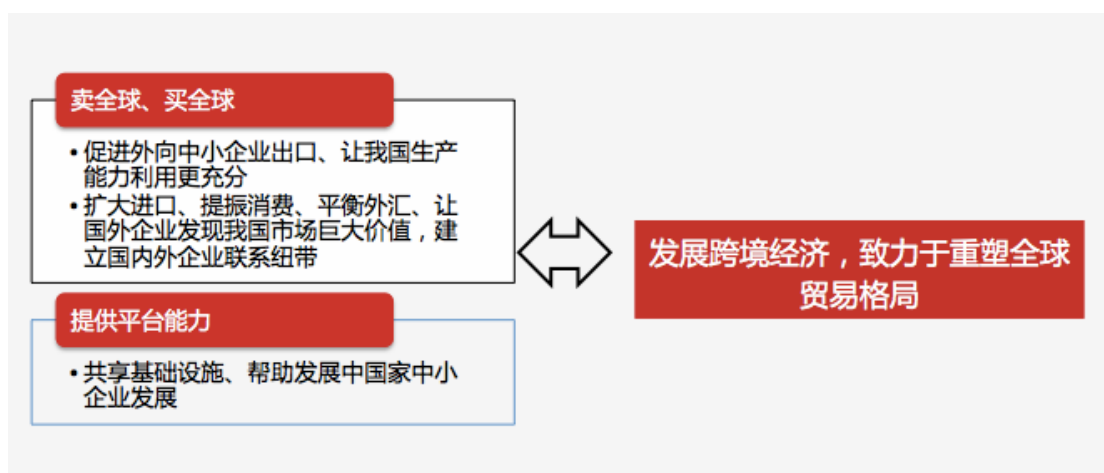


图 5 “跨境经济”重塑全球贸易格局

5. “C2B” 运作日趋主流

政府工作报告中体现了：着力优化制造业和服务业结构、提升产品和服务的质量及水平，提振消费、满足需求，推动个性化定制、柔性化生产。

C2B 不仅是个性化定制，也不局限于消费品生产领域，其代表了由互联网所驱动的技术—经济范式的转变，其核心构成体现在如下方面：

客户定义价值：产品和服务的价值，只能由最终用户来决定。传统企业虽然声称以消费者为中心，但没有技术手段可以保证这一点。互联网、社交网络提供了与客户对话沟通的平台。如通过建立“消费者社区”，让客户反馈意见，甚至鼓励其参与到产品的研发设计、生产制造和品牌传播中来。

捕捉客户碎片化、多样化需求：社交网络营销基于社会关系和特定场景，实现了营销的精确化；而在线广告网络，基于大数据技术，将商品信息准确投放送给受众，实现了品牌商与消费者的“你情我愿”。

拉动式的运作机制：C2B 要求数据全流程共享，产供销密切配合。零售端以多品种、小批量、快交货来满足市场需求，供应链根据不同品类实际需求水平完成连续补货，保证不断货、无冗余库存。这对仓储、物流也提出了很高要求。

柔性化的生产：小批量可以做，需要大批量翻单、补货也能快速实现，而且无论大单、小单能做到品质可控，成本可控。这需要克服传统的“大批量生产”观念，在信息协同、品类规划、物料准备、生产线改造和管理方式等方面开展彻底改造。

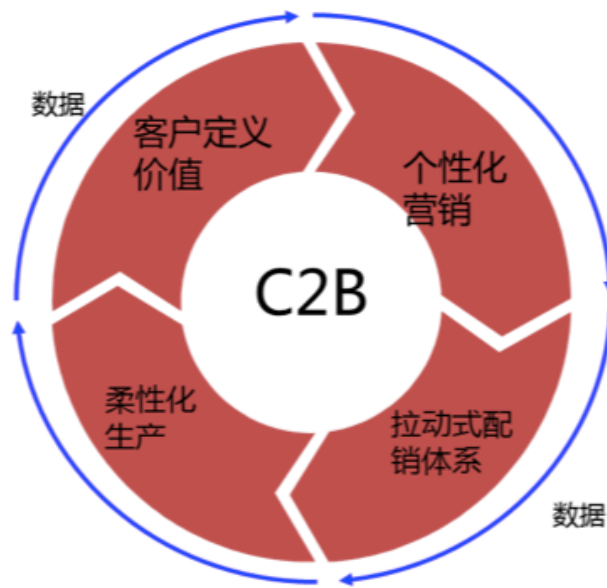


图 6 “C2B” 运作的核心构成

6. “协同治理” 机制已成共识

政府工作报告中体现了：有效提升政府治理的现代化水平，稳步提高民生福祉。

在互联网高速发展、平台经济蓬勃兴起的今天，我们所面对的国内、国际互联网经济治理挑战，也是前所未有的。“多利益相关方协同共治”是为各方认可的应对方式。

互联网已经打破了原有的工业体系，把“简单”的交易体系放大成“复杂”的交易场景。不同于传统企业，互联网平台联系着数量众多的利益相关方。原有的监管政策、监管手段甚至监管队伍对平台经济的管理已经难以胜任。

为应对新局面、解决新问题，应要求平台充分自律，发挥已经受了实践检验、符合新经济发展规律的“网规”的作用，与行业监管、政府管理和社会监督一道实现协同共治。

在国际互联网治理上也遵循同样原则。ICANN 与巴西互联网指导委员会和世界经济论坛联合发起成立全球互联网治理联盟。联盟致力于建立开放的线上互联网治理解决方案讨论平台，方便全球社群讨论互联网治理问题、展示治理项目、研究互联网问题解决方案。2015 年 12 月，在乌镇举行的第二届世界互联网大会上，习近平主席提出“国际网络空间治理，应该坚持多边参与、多方参与，由大家商量着办，发挥政府、国际组织、互联网企业、技术社群、民间机构、公民个人等各个主体作用，不搞单边主义，不搞一方主导或由几方凑在一起说了算。”即倡导多主体的治理模式，这体现了物理世界、数字世界和生物世界相互融合的大背景下，对未来全球互联网治理的积极探索和责任承担。

三、新动能：“新经济”的价值释放

近年来中国经济增速下降，步入了非高速增长的“新常态”。一系列问题亟待解决：原有的经济增长动力失效，一些行业的产品或服务附加值低、竞争力不强，区域之间发展不平衡，生态环境代价过高等。

原有增长动力遭遇挑战之际，为促进生产要素升级和分工结构优化、形成生产率持续提升，把握信息技术革命带来的难得机遇、全面推进“新经济”发展，就成为新时期中国经济增长的关键。

以互联网为依托的“新经济”将带来持续的技术进步和商业创新，在如下六个方面发挥重要作用，从而为中国经济发展注入新动力。

1. 促进传统要素的有效投入

一段时期以来，劳动力、资本及自然资源等传统要素在投入量上不断扩大，而利用效率却难以令人满意——局部用工紧张、土地空间有限、企业融资困难、物流成本居高不下、库存积压严重、低质产能过剩。

而通过电子商务等方式，消除了“时间”和“空间”的限制，打破了地域之间的界限、行业之间的壁垒，实现了这些生产要素的流动和优化配置。

电子商务依托平台形成了商业体系的生态化发展，设计、生产、销售、服务

环节可以实现“分布式协同”，以利用各地在劳动力、土地空间、制造能力、服务水平上的比较优势；网络贷款降低小微企业资金使用成本，以促进其扩大再生产；网上订单为基础的物流体系取代了长途大规模的无效流通；“以销定产”“小批量、多批次”模式，避免了盲目生产和库存；直接触达用户、满足其个性需求的企业，能获得更好的收益，产能上也实现了优胜劣汰。

此外，依托平台，众多小企业（个人）互动的网络化生产体系，取代了旧有的围绕少数大企业的链式生产体系，激发了任何一方均无法独立完成的“开放协作式创新”，降低了大规模经济波动的风险。

2.加速国内消费潜力的释放

进入新世纪，许多中国企业快速成长，“WTO+外需”模式功不可没，其弊端也日益凸显，如“过度依赖海外市场导致需求不稳”、“技术含量不高、产业低端化，导致企业无品牌、无渠道”等。为应对这种挑战，建立扩大消费需求的长效机制、释放居民消费潜力，被提高到国家战略高度。

在拉动内需增长上，互联网发挥出越来越重要的作用。

- 根据国家统计局的数据，2014年我国网上零售额同比增长49.7%，达到2.8万亿元，占同期社会消费品零售总额的10.6%。
- 麦肯锡报告显示：约61%的线上消费是对线下零售的替代，剩余的39%则是新增消费，没有网络零售则不会产生的这部分消费，这一比例在三四线城市更高达57%。
- BCG报告预计到2020年，网络购物规模将达到约1.9万亿美元，42%的私人消费增长将来自于网络消费。

“互联网+内需”模式，正在帮助大量中国企业实现从“外”向“内”的转型。传统商业流程将被数据驱动改变，新商业模式和分工协作体系将被确立。中国经济转型将面临一次难得的机遇。

3.实现生产要素的升级

“云、网、端”新信息基础设施，“数据”新生产要素喷薄而出，将为中国经济发展带来前所未见的机遇。

我国市场广大、应用场景繁多，互联网与各产业正充分融合，由此积累与不

断生成的“数据”资源非常丰富。中国互联网企业动辄千万乃至上亿用户，这对于其他国家是无法想象的。曾经有国外的发展经济学家指出：信息技术演进方向是不是反映了发达国家的意志，发展中国家的科研活动也在为发达国家服务？如今在我们兼备了“数据”场景丰富，用户众多的时候，我们的科技实力增长具备了巨大潜力（如阿里云，现在是国际上少数能提供超强能力通用云计算服务的企业），国外企业也在围绕中国市场需求进行开发（如国外著名的支付机构，也在帮我国商业银行开发针对中小企业的贷款系统）。

以中国制造业为例，经过长期发展，在产品品质、生产管理和基础设施等方面积累了丰富的经验，是值得信任的高性价比制造集群。依托云计算和大数据平台，对用户使用偏好数据的记录、分析与共享，将形成中国制造业集群的整体优势；合力形成事实标准，众多生产厂商可以在可穿戴设备、移动终端等高端信息设备生产上进一步取得优势。同时电子商务平台借助外贸全流程数据的积累，可形成供应链上的组织优势，向国外买家输出强大的制造能力。

4.达成结构优化的目标

新型工业化——世界范围内，“工业化”的发展已经进入到新阶段，不论是“第三次工业革命”、“工业互联网”，还是“工业4.0”的观念与实践，均离不开对互联网的重视和对新一代信息技术的依赖。发挥数据的深层利用价值，推动工业生产能力的提升、产品附加值增加、创新速度加快和能耗水平降低，是各国的核心追求。定制化、柔性化、智能化应是我国新型工业化的发展方向，只有强化工业中面向互联网的信息技术含量，才能将中国制造业“优势”转化为成为未来世界制造业基础设施的“胜势”。

新型城镇化、区域一体化——一方面以云计算、大数据、物联网为依托的“智慧城市”建设，为集中式城镇规模的扩大，乃至区域一体化提供了前所未有的管理和控制能力支撑；另一方面通过电子商务交易普及和电子商务服务分工深化，广大农村地区可以实现分布式的、以产业为支撑的、另一种形态的城镇化。互联网为新型城镇化提供了可选择的路径。

国际化——如上文所述，电子商务引爆了“跨境经济”成长，中国经济与世界结合更为紧密，国际化步伐也将随之加速。新经济时代，以平台为代表的我国企业也将从贸易规则被动接受者，向积极引领者转变。

5.推动经济管理制度的变革

新信息基础设施为提升政府治理能力提供了新途径，数据驱动的科学决策、社会管理和公共服务，取得了丰硕成果，从“集中控制”到“服务赋能”，适应新经济特点的“协同治理”机制的推广，为新时期经济发展创造了良好环境，也为集合各方力量解决公共难题给出了示范，如通过电子商务实现精准扶贫、利用“云网端”实现环境实时监测等。

制度的供给方除了政府部门之外，还包括身处经济发展潮头的创新型企业。在新经济发展过程中也是如此。面对这一崭新的经济形态，企业通过不断试错，努力创造着新的规则和制度，解决了旧有治理体系难以克服的问题，最终达成了社会的普遍共识。

以网络治理规则为例：平台企业为主的商业生态推进了网规的实践。其间有适应与调整，也有互动和摩擦。网规的演变也在悄悄发生，从交易到支付、从网商到平台、从信用到消费者保护、从量变到质变，形成了一套行之有效的内生、自治规则。

以信用体系为例：电子商务平台企业通过建立买卖双方的评价制度和第三方支付方式，“自底向上”建立了可靠的信用体系，为中国电子商务的爆发式增长创造了良好的信用环境。

以面向小微企业的小贷业务为例：互联网企业依靠其掌握的大量真实交易数据，通过测算可以将风险控制在合理水平，从而激活了整个小贷市场。

“新经济”不仅从技术层面革新了社会和经济面貌，而且也不断满足着新时期对经济管理制度变革的需求。

6. 培育创新发展的温床

作为跟随者，落后国家可以通过与领先国家的贸易，利用差距带来的机会，提高自身发展速度，中国长期以来的经济增长和赶超正是如此。中国已成为世界经济的引领国家，原来的办法显然行不通，不断创新才是根本。

新经济在培育创新主体，研发新技术，形成新产业，催生新业态，开发新区域，孵化新模式，创造新品牌上作用显著。

新主体：互联网为创新主体提供了低成本试错成长的绝佳环境。如在天池大数据竞赛上，阿里巴巴通过“数据工厂”，为参赛的青年才俊提供了强大的云计算能力、数据开发工具、及天猫 5.7 亿条脱敏交易数据，获胜队伍的算法直接应用于天猫 APP “我的双十一”栏目，交易额提升显著，显示了数据的价值和平台

的力量。

新产业：互联网为新产业形成提供了难得机遇。电子商务在去除了流通中的不必要环节后，以电子商务平台为依托，专业化的电子商务服务涌现出来，即“再中介”，以深化分工提高运作水平，电子商务服务从最初的物资网络服务，逐渐拓展到资金网络服务、信息网络服务、IT 服务、广告营销服务、消费者服务、人力资源服务、咨询服务等种类，更好地支撑了网络交易。以数据收集、交易、分析、处理、审计为业务核心的大数据服务业也在蓬勃兴起。

新业态：互联网还促进了线下与线上的融合，O2O 业务潜力巨大。实现了实体零售业“人、货、场”的数据化，即人是可识别、可连接、可交互的，货是库存可见，场是线上、实体、移动等全渠道营销。依托平台的打车、租房、任务外包等各种服务能力得到充分共享。

新区域：互联网为区域创新给出了新选择。中国各地产业集群在积极寻求转型，而电子商务成为最佳选择。从产业集群内的企业自发“触电”变身为网商，到整个产业集群在政府、服务商的支持下抱团上网，转身成为“在线产业带”，中国正在掀起一股“在线产业带”热潮。如阿里巴巴与浙江湖州的“童装名镇”织里镇达成合作意向，双方共同打造“中国童装产业示范基地”。到 2015 年初，织里镇已有 34%的商家入驻阿里巴巴，在“产业带”注册卖家超过 2000 家。

新模式：互联网为商业模式创新提供了良好平台，创意实现更容易、协作更方便。如 2012 年来自深圳的 5 位援疆青年和维吾尔族青年阿穆一起，通过组织农业合作社开办了淘宝网店“维吉达尼”，帮助维吾尔族农户将优质的农产品卖到全国各地。维吉达尼通过合作社组织农技培训，与农户签署合同，他们的收购价比市场价更高，同时在产品质量上也有更高要求，通过加入维吉达尼，维族农户们提高了收入。

新品牌：互联网大幅度增加了新品牌脱颖而出的机会：线上营销推广成本不仅低且高效；线上分销辐射范围广，层级少，可以高效地锁定分散客户；线上建立品牌店铺比线下费用节省更多。贝恩报告指出：2011 年——2014 年，阿里零售平台上销售商品的“品牌化率”提升了 7 个百分点，形成 1 万亿人民币的新增品牌销售额。大品牌之外，区域品牌和淘品牌的复合年增长率为 74%，非知名品牌达到 69%，市场占有率分别增加了 6%和 4%。

7.促成向 C2B 的全面转型

李克强总理在 2016 年 1 月的国务院常务会议上指出，“所谓的 C2B，就是消费者提出要求，制造者据此设计消费品、装备品。这是一场真正的革命：一个企业不再是单个封闭的企业了，它通过互联网和市场紧密衔接，和消费者随时灵活沟通。”

C2B 模式是 DT 时代的商业模式，是传统产业转型升级的正确方向。向 C2B 全面转型是传统产业拥抱新经济的有效抓手。

- 在前端，它们或是提供相对标准化的模块供消费者组合，或是吸引消费者参与到设计、生产的环节中来；
- 在内部，它们提升组织能力，以平台+前端等方式去对接个性化需求；
- 在后端，它们积极调整供应链，使之具备更强的柔性化能力。极致设想：为消费者的每一个个性化需求，定制一条供应链。

红领、海尔、尚品宅配、索非亚等在 C2B 之路上都取得了突出成效，基于这种新理念、新方法、新实践，中国企业将在新经济时代脱颖而出。

“壮大新动能、发展新经济”的关键是深入贯彻创新驱动战略。

习近平主席指出“创新始终是推动一个国家、一个民族向前发展的重要力量。我国是一个发展中大国，正在大力推进经济发展方式转变和经济结构调整，必须把创新驱动发展战略实施好。实施创新驱动发展战略，就是要推动以科技创新为核心的全面创新，坚持需求导向和产业化方向，坚持企业在创新中的主体地位，发挥市场在资源配置中的决定性作用和社会主义制度优势，增强科技进步对经济增长的贡献度，形成新的增长动力源泉，推动经济持续健康发展。”

让创新的思维融入血液，勇于探索、锐意进取，用好“新动能”、抓住“新经济”带来的难得历史机遇，中国经济将迎来更好的未来。