



京东十五年 深耕全国智能电商物流网络 >D3

科大讯飞蜕变：“人工智能第一股”初养成 >D5

百度浮沉19载：从搜索巨擘到发力AI >D6

主编/雷士武 编辑/张靖超 美编/谢楠 校对/宛玲 leishiwu@cbnet.com.cn 611982653@qq.com

创新驱动激发高质量发展

中国进入后工业化时代

本报记者 李正豪

近几年，经济学界逐渐形成一种共识，认为中国经济的工业化阶段基本完成，逐渐向后工业化阶段过渡。

比如，北京大学光华管理学院名誉院长厉以宁早在2015年10月就表示，“我国过去增长之所以那么

从制造大国到制造强国

政府对中国经济的认定口径是处于工业化的中后期，还提出了以振兴战略新兴产业、以“中国制造2025”为代表的制造强国战略。

在这其中，工业和信息化部原部长、中国工业经济联合会会长李毅中的解读极具代表性。李毅中2018年5月在《中国经济大讲堂》公开指出，后工业化应该有三个判断标准：一是高科技产业在全世界领先，二是制造业在全球价值链高端，三是城镇化已经成熟、中产阶级已经成为社会主导。

“我们高科技制造业在全世界只占工业的12.7%，不可否认有个别领域是领先的，但总体上仍属于中低端，正迈向中高端。我们的城镇化率是58.5%，人均GDP是8000美元，中产阶级并不是社会主导。”李毅中据此认为，“我们现在是工业化的中后期。”

李毅中还说：“我建议任何一个

地方都不要宣布已经工业化了。工业化是全国的概念、全局的概念，我们现在是工业化的中后期，2020年基本工业化，2035年全面工业化。大家要优势互补、相互依存、互动互助、协同发展。”

工业和信息化部部长苗圩去年也公开表示：“从全球范围看，发达国家常常被称为工业化国家，说明现代化与工业化密不可分。国际金融危机以后，发达国家重新聚焦实体经济，纷纷实施‘再工业化’战略，加强针对先进制造业的前瞻性布局，在人工智能等新兴领域加快部署，谋求占领全球产业竞争的战略制高点。反观一些发展中国家，工业化中后期由于未能坚持发展制造业，现代化进程严重受阻。”

苗圩认为，随着新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步推进，各行业对装备升级的需求、人民群众对消费品质和安全的需求、国防建

设对装备保障的需求，都要求有更先进更强大的制造业做支撑。

年的投资高速增长，资本积累的过程基本完成了，工业化的过程也基本已经完成了。”

厉以宁认为，我国工业化基本完成以2015年第三季度我国第三产业占比超过50%为标志。许小年认为，中国经济个位数的增长速度是其标志。

统计数据显示，1952年我国一二三产业占比为51:20.9:28.2，此后第一产业占比逐步降低，到2018年已降至7.2%；第二产业占比先升后降，2006年达到最高点47.9%，随后降低到2018年40.7%；第三产业占比稳步提升，2015年第三季度首次突破50%，2018年已提升至52.2%。



本报资料室/图

设对装备保障的需求，都要求有更先进更强大的制造业做支撑。

苗圩还指出，当前我国制造业新动能培育已经取得新进展，持续实施“工业强基工程”让一大批“卡脖子”的问题得到解决；传统产业改造提升已经取得新成效，比如在化解产能的过程中，“地条钢”产能已经全部出清，电解铝、水泥、平板

玻璃等一大批过剩产能得到化解；制造业与信息技术融合发展已经迈上新台阶，“互联网+”“智能+”正在快速推进；制造业发展环境已经有了新改善，各地方政府根据《中国制造2025》与地方实际情况制定并贯彻实施方案，基本形成了横向联动、纵向贯通、各方协同的制造业政策体系。

苏宁进化史：三次零售“创业”的青春秘诀

一部零售史 半部看苏宁

本报记者 李立

每年的苏宁之夏，员工最期待的节目莫过于董事长张近东的节目。

“很想一生跟你走，就算天涯海角多少改变，一生只有风中追寻”，2019年的苏宁之夏，张近东一口粤语，深情演绎了1993年香港十大金曲张学友的《只想一生跟你走》。张近东说，借这首歌“感谢一直以来陪伴苏宁发展的25万员工，感谢支持苏宁事业的合作伙伴，也借新中国成立70周年之际，祝福伟大祖国繁荣昌盛”。

2019年对于苏宁意味良多，即将迎来30岁生日，正式迈入万店时代。当百度在转型困顿中摸索，阿里巴巴在下沉市场阻击拼多多，苏宁成为这一年当仁不让的主角，拿下万达百货、吃掉家乐福中国。伴随一系列凌厉进攻，一个庞大线上线下零售生态体正在浮现：线上以苏宁易购、天猫旗舰店为核心，线下布局苏宁易购店、苏宁小店、零售云等多场景的智慧零售格局。

得益于邓小平的南巡讲话，在改革开放的浪潮中创业，三十年来苏宁自我主导了三次重要转型，一直跑在零售行业第一阵营。谈及背后的原因，张近东认为源于居安思危，长期坚持创业的精神。

从1990年算起，苏宁一共经历了三次惊心动魄，没有参照物的“创业”。

1990年，张近东手握10万元正式“下海”，在南京宁海路一间不足200平方米的小门面里创立了电器专营店——苏宁。

1998年亚洲金融危机，大多数企业都忙于收缩业务，张近东决定从专业零售转型综合连锁零售。“当时要一下子砍掉超过50%的批

需求推动进化

表面上看，苏宁的三次转型是商业模式的进化，更深刻的变化却发生在苏宁内部。从品类的不断丰富到场景多元化、服务方式的迭代，苏宁进化也成为智慧零售最典型的样本，见证了零售业态的变迁。

1990年，苏宁初创，开始了空调专营的门店经营。90年代初，中国的城镇住房制度开始走改革之路，拉动了消费者对住房的需求，随之则是对家用电器的强烈需求。苏宁也迎来了自己的历史发展机遇。

1995年以后，中国家电市场出现供大于求状况，许多制造商直接渗透零售市场。为此，张近东逐渐缩减批发业务，开始自建零售终端。

零售的未来

“1949年，新中国成立，国家开始对私营工商业进行社会主义改造，在全国初步形成了以国营商业为主，以合作商业和个体商业为补充的社会主义商品流通体系。很多老百姓记忆中的百货商店和供销社就诞生在这一时期”，张近东关于零售业的记忆也是从这里开始的。

1978年以后，改革开放打通了中国零售业在现代化生产格局下的命脉，90年代中国零售业业态进入了史无前例的繁荣阶段，而苏宁

发业务，很有点儿破釜沉舟的意味”。经历了第二次创业，苏宁成为了国内最大的综合连锁零售企业之一。第三次创业则是从2009年开始的主动拥抱互联网，探索全新的线上线下融合的互联网零售模式，苏宁正式提出要做“沃尔玛+亚马逊”的模式。

“一个很重要的节点是1999年。那一年在中山陵开会，集体讨论是继续做空调批发，还是去做综

端。百姓的生活水平和消费需求逐渐提高，凭借敏锐的市场洞察力，苏宁的家电业务也开始从单一空调逐步增加到综合电器。

1999年是苏宁电器转折年。这一年苏宁停止开设单一空调专卖店，全面转型大型综合电器卖场，喊出3年要在全国开设1500家店的连锁进军口号。随后开始的全国标准化开店之路，苏宁战略聚焦在“综合电器升级，连锁扩张提速”。

随着互联网时代的到来，围绕消费者消费习惯的转变，苏宁做了新的互联网转型尝试。2009年，苏宁易购成立，基于互联网采购、销售、运营、服务的逻辑独立生长，远超苏宁线下业务每年30%~50%的

正诞生于这一时期。

2017年3月9日，全国政协十二届五次会议在人民大会堂举行第二次全体会议，张近东就未来零售发展做了题为《大力推动实体零售向智慧零售转型》的发言，第一次明确提出未来零售就是智慧零售。

在张近东看来，苏宁真正形成差异化在于苏宁做全场景，从一二线城市到下沉市场，线上线下苏宁正在建立最丰富的场景。

在Y轴上，线上的苏宁易购，线

合电器的家电连锁，还是说我们直接切入到互联网”。现在看来，1999年互联网已经进入张近东的视野，不过最终的决定是连锁零售。

苏宁正式决定拥抱互联网是在2009年春天，彼时张近东在北京开两会，却认定转型迫在眉睫，“抽空和大家开视频会，会议从下午开始，一直开到次日凌晨四五点”，张近东回忆，“讨论是继续走粗放式发展道路，还是利用新技术提升企

业，在采购以及用户方面进行精细化运营和服务，是继续简单地复制原来的线下连锁，还是走上线上线下融合发展的路径”。

从早期专业零售，到连锁转型，再到互联网转型，引领智慧零售发展模式，苏宁三次转型式创业看似水到渠成，背后却是重压之下的胆气与决断。

全球零售业的发展史大体经历了三个阶段，以连锁经营为代表

入主场。2017年，张近东抛出了“未来零售就是智慧零售”的观点，加速扩张线下。

苏宁小店和针对下沉市场的零售云是苏宁再次扩张线下的两个重要分支，苏宁的线下布局也从连锁零售的简单开店转向全面赋能。通过零售云，对下沉市场的中小零售商们实行“加盟店直营化管理”模式，共享苏宁品牌、商品、销售运营、物流服务、IT、金融等能力，苏宁对外输出“智慧零售能力”。

从数量扩张到质量提高

尽管在工业化中后期以及后工业化的认定上略有偏差，但在发展内涵上主管部门和经济学界的认识是相同的。

“在高质量发展阶段，制造业必须以创新驱动发展为根本路径，努力实现从数量扩张向质量提高的转变。”苗圩强调。

而许小年也表示，尽管当前中国经济增长率没那么高，但这是一种高技术含量、高质量的增长，也是一种创新驱动的增长模式。

而创新驱动发展也是推进战略新兴产业、“中国制造2025”向前发展的应有之义。国家发改委在2017年1月25日发布的《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》显示，我国战略性新兴产业可以分为5大领域8大产业40个重点方向174个子方向将近4000项细分产品和服务。

其中8大产业包括新一代信息技术产业、高端装备制造产业、新材料产业、生物产业、新能源汽车产业、新能源产业、节能环保产业、数字创意产业。其中数字创意产业则是首次被列入战略性新兴产业。

而作为我国实施制造强国战略的第一个十年的行动纲领文件，《中国制造2025》确定了制

造业创新中心(工业技术研究中心)建设、智能制造、工业强基、绿色制造、高端装备创新五大工程，以及新一代信息技术产业、高档数控机床和机器人、航空航天装备、电力装备、新材料等十大发展领域。

总体而言，上述文件都要求中国经济走上创新驱动新模式，走上高技术含量、高质量发展之路。

2019年9月20日，工业和信息化部在国务院新闻办公室专门举行新闻发布会，介绍新中国成立70周年工业通信业发展情况，苗圩以移动通信产业为例介绍了中国经济的创新发展之路——我国在经历了“2G跟随、3G突破”之后，实现了“4G同步”“5G引领”的历史性跨越。而这种历史性的跨越，就是以我国5G标准必要专利数量位居全球第一为衡量标准的。

正如苗圩在发布会上所说，“站在新的历史起点上，我们要以更加奋进的姿态，坚定不移地走中国特色新型工业化道路，着力推进制造业高质量发展，加快制造强国和网络强国建设进程，为我国实现‘两个一百年’奋斗目标、全面建成社会主义现代化强国做出新的更大贡献。”

的实体零售阶段，以电商为代表的虚拟零售阶段，以及正在到来的线上线下融合的智慧零售阶段。苏宁的三次转型，也都恰好敏捷捕捉到零售行业的重要变化与风口。

无论是亚马逊、阿里巴巴，还是百思买、家乐福，没有哪一家像苏宁这样，有如此丰富的业态与经历。

“一部零售史，半部看苏宁”，零售业人士提到苏宁总是喜欢这样形容苏宁的独特位置。

零售行业摸爬滚打出来的经验，甚至具体到店面的灯光、动线设计，每层货架上放几个商品最好，“不是简单的线上逻辑可以覆盖”。

据此前公布的苏宁大开发的三年计划：2018年新开店目标5000家，三年要实现1.5万家店，2020年总店数达到2万家。眼下苏宁正处于智慧零售的关键阶段，门店数的激增已经不再是当年做电器连锁时代的单纯扩张，更代表苏宁线上线下能力的快速复制。

这种能力正从线下转向线上的零售公司不具备，亚马逊、阿里巴巴、京东等电商公司尚在摸索中，苏宁被认为是最有可能实现弯道超车的公司。

在2013年张近东就预见这种变化，“未来的发展就是不是对手的成了对手，不是同行的成了同行”。

“原来的竞争对手非常聚焦，现在竞争对手变得不清晰。苏宁本身也在不断碎片化，把自己的业务和资源不断地进行碎片化再进行输出”，在孙为民看来，“苏宁的态度说明一切，‘就是开放，坦然拥抱变化’”。

零售行业三十年屹立不倒，苏宁正青春的秘诀是永远在路上，一直在创业。