

1983年《时代周刊》的一篇封面文章最早使用“新经济”，用来表达从重工业向以技术为基础的经济转型。从诞生到进入中国的话语体系，新经济依托自身发展和各国实践，具有内在的演化逻辑。

技术逻辑：以信息科技为核心，数据成为生产要素

和传统经济相比，新经济“新”就新在信息科技上，这是新经济的核心。在不同的发展阶段，信息科技依托的标的物略有差异。比如以互联网为标的。最典型的是20世纪末美国的互联网经济，雅虎等门户网站、亚马逊等电子商务平台相继出现。美国经济也受益于新经济的发展，1991年美国GDP增长率尚为负增长，但在2001年互联网泡沫前，GDP最高增长率达到4.69%，通货膨胀率维持在2%—3%上下，失业率逐年下降，2000年美国失业率只有4%不到。再比如以物联网为标的。物联网可表示为“物+互联网”，也可表示为“物+物”，旨在通过智能感知、识别技术等方式连接万物。德国工业4.0就是万物互联的典型例证，中国电信物联网分公司曾预计，我国未来3年会有超百亿的物联网连接。还有以大数据和云计算为标的。大数据，顾名思义，首先表现为数据规模的庞大，此外还有数据流转的迅速、数据类型的多样和价值密度的低下等特征。大数据需要大计算，二者类似于硬币的两面不可分割，大数据必须依托云计算的分布式数据库、分布式处理和云存储等技术。当然，还有其他多种多样的标的物，比如人工智能、虚拟现实、基因工程、新材料等等。但不管是互联网，还是物联网，抑或是大数据和云计算，背后都是信息科技，因而从某种意义上说，新经济依托的标的物并无完全明确的界限，各标的物之间有着或多或少的紧密联系。

经济逻辑：以分工深化和融合互动为特征，提升生产要素配置效率

与传统的劳动、土地、资本等生产要素相比，在新经济时代，数据已然成为重要的生产要素。2014年，习近平总书记在中央网络安全和信息化领导小组会议上强调，“信息资源日益成为重要生产要素和社会财富”。从狭义上理解，这里的信息资源即为数据。企业可以通过数据运算研究消费需求，提高产出和消费效率。以新零售为例，诸如天猫商城等新零售平台，以数据为生产要素对下游可分析消费者需求，承担消费者的组织者与采购者角色；以数据为生产要素对上游为供应商提供精准的市场需求信息，作为供应商生产研发和市场推广活动服务的供给者。平台利用数据为上下游提供服务，参与了价值创造的过程，因而数据已经成为新经济下重要的生产要素。

商业逻辑：以多元形态为依托，由简单向复杂转变

产品形态，由实体向实体与虚拟融合转变。在传统的工业经济时代，企业创造出的产品和提供的服务大多为有形的实体产品。但在新经济时代下，除了有形的实体产品，更多会出现物理实体和数字虚拟相融合的情况。比如浏览新闻客户端作为一种实体提供资讯阅读服务，可根据消费者的浏览习惯数据，自动优先推送相关新闻。这里的实体资讯服务，与虚拟的数字相结合，更有针对性地为消费者提供产品。

业务形态，由企业主导向消费者主导转变。传统的工业时代，虽说企

新经济的演化逻辑

□ 王学凯



业生产是以市场需求为依据，但其实企业并不能完全掌握市场的真正需求，只是通过某些碎片化或小规模的信息，制定生产计划。但在新经济时代下，基于大量的数据、连接、计算等，通过信息科技的连接，企业可以通过大数据分析消费者习惯，动态调整生产进度与流程；消费者则可以通过数据传输，反馈真实而个性化的需求。传统的业务流程，即研发、生产和销售三界变得模糊，研发不再只是企业的工作，消费者可能参与其中，生产和销售也不再是单向面对消费者，也有消费者反向的信息反馈。

产业形态，由线下向线下与线上融合转变。以零售行业为例，传统的零售讲求优势的地理位置、敞亮的门面装修、或大或小的规模等等，由此形成便利店、社区店、大型超市、购物中心等多种形态。但在新经济时代下，新零售将以大数据、云计算等为基础，采用“线下+线上+物流”的模式提升零售效率的新业态，实现“线

上+线下”的双向融合是其核心。比如家用电器的销售，一般在线下开设体验店，消费者可在实体店看到产品的具体情况，但实际购买可能更多是通过线上下单，线上线下商品和价格是统一的，再通过物流系统，消费者将在极短时间内完成消费。

消费逻辑：以平台共享为特征，实现低价高效目标

平台化和共享化，是新经济消费逻辑的重要特征。一方面，新经济的消费是基于平台搭建。在传统的工业时代，企业营销部门需要通过多年的努力，才可能形成一批相对稳定的客户群体。客户积累过程的缓慢，也使得企业发展速度相对缓慢，一个企业可能需要耗费几十甚至上百年，才能做成行业领先。但在新经济时代下，通过搭建数字化的平台，可以快速吸

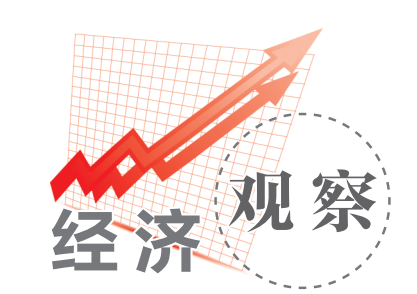
引大量的生产者与消费者。并且，二者具有正吸引效应，即假如平台上的生产者越多，消费者认为该平台越正规可信，就有更多的消费者在平台上进行消费；假如平台上的消费者越多，生产者也认为是更为广阔的市场，也会增加产品或服务供给。比如各类打车软件，软件公司不提供任何车辆，但依靠建立的买卖双方交易平台，可以让消费者打到相对满意的车辆，让车辆拥有者获取一定的收入。再比如电商平台，电商平台公司可能没有任何仓库，但消费者却可以在平台上购买到商品。另一方面，平台上的消费兼具共享的含义。共享，表示资源更为充分的使用。在平台上进行消费，本身就是生产者与消费者共享一个平台，更大程度提高生产和消费的效率。借助平台，将生产者的各类资源和消费者的各类需求进行整合，通过大数据、云计算、人工智能等科技手段检索信息、匹配供需、调配资源，助力消费。

基于平台化和共享化的特征，新经济下的消费还可达到低价高效的目标。低价消费方面，其一，传统的工业经济时代，从企业购买原料，到生产，再到多层中间商销售，最后产品到达顾客，层层加价；但新经济时代下，企业为消费者直接沟通，省去中间环节的加价，消费者可以用更低的价格获得更优质的产品和服务。其二，新经济依靠的是信息科技，运用的是大数据、云计算等，和传统的生产方式、营销手段都不同，新经济下的生产、销售边际成本极低，有的甚至可以达到边际零成本，同样有助于消费者实现低价消费的目标。高效消费方面，消费者与企业通过某一平台建立直接的连接，企业精准掌握某一群甚至每一个消费者的需求，精准制定产

品和服务；消费者根据自身个性化需求，精准选择平台上的企业。这样，消费者节省了时间精力，实现了高效消费的目标。

完善新经济发展的制度环境

新经济作为进入我国话语体系不久的词汇，其演化逻辑还不只是技术、商业和消费逻辑这三个层面，随着经济不断发展，将呈现更多层面的演化逻辑。仅就以上层面的逻辑，应从三方面着手推动新经济的发展。一是要加强信息科技基础设施建设。提高以互联网为中心的基础设施建设规格与投资规模，提前布局新一代互联网；引入竞争机制，调整准入限制和退出门槛，形成“优胜劣汰”的机制；建立国家级大数据研发机构，设立专门的监管机构，促进大数据平台的生产、分享与维护。二是要鼓励商业形态多元发展。允许新的商业形态在一定范围内试点，可借鉴金融监管中的“沙盒监管”方式；已经相对成熟的商业形态，要逐步建立不同商业形态标准，分领域分区域实施；清理不规范的商业形态，比如“大数据杀熟”等现象。三是保障消费群体切实利益。加强消费者信息保护，新经济下的消费者信息是极其重要的生产要素，要防止被不正当利用；督促平台建立消费者保障机制，首先由平台处理日常消费纠纷事宜；完善消费者保护相关法律，作为最后一道防线，应根据时代发展，实时修订消费者保护的法律法规。



服务业高质量发展要解决四大问题

□ 刘 涛

在经济增长缓中趋稳的背景下，我国服务业保持了较快发展。随着我国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段，服务业在规模扩张的同时，更迫切的是要提提高“含金量”，实现发展的提质增效。

总体上讲，服务业发展是不是高质量，可以从四个方面来判断。一是服务业结构是否优化。要使知识密集型生产性服务业、满足发展享受型需求的消费性服务业较快增长，占整个服务业的比重不断提高，为产业升级和人民美好生活提供有力支撑。二是服务业动力是否转换。要使服务业发展从依赖生产要素大规模、高强度投入转为更多依靠创新驱动，塑造更多发挥先发优势的引领型发展。三是服务业效率是否改善。要使服务业生产率拉近与标杆国家的距离，在更少、更绿色投入的基础上实现更高、可持续的产出。四是服务业企业是否壮大。要使企业基于提供质量更优、标准更高的产品或服务，获得收入和利润的增长，使一些具有领先优势的企业通过提供有竞争力的服务解决方案等，拓展全球布局，利用国际优质资源增强自身实力。

人才的培养培训和有效激励

人才是服务业特别是轻资产服务行业高质量发展的核心资源。近年来，我国服务业人才结构有所改善，但也要看到，我国服务业高层次、高技能人才缺口仍然较大，产业升级引发的人才需求变化与人才培养之间不相匹配。随着新兴技术的广泛普及和深度应用，从业者专业素养和技能不适应发展需要的问题也日益突出。不少服务业企业对人才培训不够重视，培训方式陈旧，效果不明显。此外，人才发展在收入分配、人事管理、职称评定等方面还存在一些体制机制障碍。

为此，要进一步强化服务业人力资本投资，推动要素资源向激励人才的方

向倾斜，创新产教融合、工学结合、校企合作的人才培养模式，促进教育、科技、医疗等领域人才的有序自由流动。着力加强数字技能教育和职业培训，推行人才培训福利计划，鼓励应用型、技能型、复合型人才脱颖而出。细化落实以增加知识价值为导向的分配政策，支持人才以知识、技能、管理等多种创新要素参与分配。加大国际服务业人才吸引力度，整合政策资源，为海外人才来华工作、居留和出入境创造更加宽松有利的条件。

产业的分工深化和融合互动

产业的分工深化和融合互动是服务业高质量发展的重要路径。受“营改增”及其他市场因素的驱动，近年来很多制造业企业对外经营原先仅自给自足的生产性服务业务，部分服务企业获得来自制造业企业更多的业务外包，促进了专业化分工。平台型企业的业务裂变也衍生出一批有影响力的企业，成长为互联网金融、电子商务、云服务等行业发展的新动能。与此同时，服务创新不断涌现，加深了服务业与其他产业的融合。2017年，我国服务业500强中综合服务业企业（以服务业为主、含有制造业）数量比上年增长41.7%，营业收入增长1.3倍。服务业与农业也形成了休闲农业、乡村旅游等融合模式。在服务业内部，一些行业通过“互联网+”探索了多样化的产业链垂直整合模式。

但现阶段一些制造业企业剥离组建生产性服务业企业意愿不强，国有企业服务体系社会化改革有待推进，服务业细分行业的分工还需进一步深化。另外，服务业与其他产业的关联效应不显著，生产性服务业在制造业中间投入的占比与发达国家有较大差距。一些服务领域跨界融合的同质化竞争较为严重，过度依赖烧钱扩张的模式难以持续。

一方面，要支持制造业企业主辅分离，促进生产性服务业务专业化发

展，加快剥离国有企业办社会职能，推动服务业细分行业的要素优化配置，鼓励政府和企事业单位购买外包服务。另一方面，以产业升级需求为导向，增强服务业对先进制造业、现代农业的全产业链支撑能力，构建交叉渗透、协同共进的产业生态系统。创新多样化金融服务，在服务实体经济中实现金融业的稳健发展。

市场准入和监管制度的完善

公平、规范、高效的市场准入和监管制度是服务业高质量发展的基本保障。随着“放管服”改革不断深化，5年来国务院部门行政审批事项削减44%，地方政府行政审批事项也大幅压缩，非行政许可审批彻底终结，中央及地方政府定价项目分别缩减80%、50%以上。外商投资由审批制转向负面清单管理，2017年修订的《外商投资产业指导目录》保留63条外资限制性措施，比上一版（2015年）减少30条。事中事后监管也在逐步加强，这些对推动服务业高质量发展起到了重要作用。

然而，与市场主体期望和高质量发展要求相比，我国在服务业市场准入和监管方面还需进一步改进。一是准入制度不完善，不少服务业初创企业遇到“准入不兼容”问题；二是对以“互联网+”为依托的服务业新业态、新模式发展采取“包容审慎”监管原则的同时，缺乏动态监管机制，针对新出现的不规范价格行为、垄断行为等缺少法律法规；三是事中事后监管能力不足，方式较为落后，利用大数据等现代技术手段不够充分；四是除政府监管外，企业、消费者、社会组织等多元主体共同参与治理的格局有待建立。

要发挥市场准入负面清单制度改革的牵引作用，清理修改不合时宜的法律法规和规范性文件，推行承诺式准入，推进“照后减证”，提高审批透明度 and 可预期性。对处在不同发展阶段的服务业新业态、新模式进行分类

细化管理，构建以服务质量为导向的动态监管机制。进一步完善价格管理、预防和制止垄断行为等相关法律法规，加快企业信用监管制度改革。此外，要以政府机构改革为契机，实现部门内监管流程再造和跨部门协同监管，健全有效的多元共治模式，加强与平台型企业的数据合作对接，打通全流程数据并加以利用，提升监管效能。

服务业与服务贸易的统筹发展

在开放条件下，服务业是服务贸易发展的产业基础，服务贸易为服务业发展提供更大市场空间和更多要素组合。统筹两者的协同发展，是服务业高质量发展的关键举措。近年来，我国计算机和信息服务、建筑服务等具有一定竞争优势的行业快速发展，2013—2017年这两个行业出口年均增长12.9%、22.4%，带动了整个服务贸易的增长，服务出口总额稳居世界前五。同时，新兴服务进口增长较快，2013—2017年知识产权使用费年均增长8%，弥补了国内紧缺的中间投入品供给，一定程度上促进了相关服务业的发展。“一带一路”建设等国际经贸合作网络的扩展，也深化了双边多边的服务业合作。

要理清进一步扩大服务贸易开放的重点领域和关键措施，落实新修订的外商投资负面清单，倒逼国内服务业相关体制机制改革。客观理性看待现阶段的服务贸易逆差，适当扩大新兴服务进口，充分发挥技术和知识溢出效应，改善国内服务业供给结构。提高自由贸易试验区建设质量，推广贸易便利化、投资体制改革、事中事后监管等方面的试点经验。大力推动商业存在模式的服务贸易发展，创新贸易新业态和新模式，培育质量竞争优势，提升国内增加值贡献度。加强对服务业企业“走出去”的指导，改进相关的外汇管理、人员出入境、金融支持、境外投资服务，强化与中国制造“走出去”的有效协同。

（上接1版）

善用新闻评论，统一思想推动工作

习近平总书记十分重视党政干部运用新闻推动工作的能力建设，特别是善于运用新闻评论统一思想、推动工作。在福建宁德工作时，他就明确提出：“善于运用新闻推动工作，实际上是一种领导水平和现代工作方法的表現。”他认为，领导者与人民的联系不外乎两种形式，一种是神秘化，一种是公开化。神秘化往往同封闭落后相联系，公开化往往跟文明进步相联系。长期以来，习近平总书记一直倡导公开化的联系形式。2003年，已经担任浙江省委书记的习近平同志，亲自为《浙江日报》的“之江新语”专栏撰写评论，从2003年2月至2007年3月，先后发表短评232篇，将领导干部和群众的联系方式提高到了一个新的高度。

习近平同志在“之江新语”专栏发表的评论语言简练、观点鲜明、形式活泼，每篇谈一个具体问题，内容涉及浙江省经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设等方面，既谈思想认识，也谈工作方法，既有统一党政领导干部的思想认识问题、改进工作方法问题，也有回答现实生活中人民群众普遍关心的民生问题。在谈论经济建设时，提出《从“两只手”看深化改革》《从“两只鸟”看结构调整》；在谈论政治建设时，提出《心无百姓莫为“官”》《主仆关系不容颠倒》；在谈论文化建设时，提出《文化是灵魂》《文化产品也要讲“票房价值”》；在谈论社会建设时，提出《凡是为造福福的事一定要千方百计办好》《认真实施关系亿万家庭切身利益的民心工程》；在谈论生态文明建设时，提出《从“两座山”看生态环境》《绿水青山也是金山银山》。4年间，232篇“之江新语”在报纸上刊发出来，在浙江大地上传播开来，统一了党政领导干部的思想，凝聚了人民群众的力量，使得“八八战略”等改革新政走进千家万户，推动了浙江省改革开放事业全面深化。

善讲中国故事，推动党的新闻舆论工作全面创新

党的十八大以来，习近平总书记

站在实现中华民族伟大复兴的战略高度，统筹国内国际两个大局，提出了“讲好中国故事、传播好中国声音”的新任务；针对新闻舆论工作不能适应媒体格局、舆论生态的深刻变化，不能适应受众阅读习惯和信息需求的深刻变化等突出问题，提出了“做好党的新闻舆论工作，营造良好舆论环境”的总要求。习近平总书记敏锐地把握了新时代的脉搏，提出了“做好党的新闻舆论工作”这一新使命，将传统的新闻宣传工作拓展为新时代的新闻舆论工作，把新闻舆论工作定位为党的新闻舆论工作，扩大了工作范围，丰富了工作内涵，提高了工作定位，并且深刻论述了党的新闻舆论工作的历史方位、职责使命、方针原则等重大课题，形成了体系完整、内涵丰富、科学系统的习近平新闻思想，科学回答了党的新闻舆论工作要做什么和怎样做的问题。

习近平新闻思想既是对我们党新闻理论的继承和创新，也是对我国改革开放实践的总结，是做好新时代党的新闻舆论工作的科学指南，为新时代新闻舆论工作指明了前进方向、提供了根本遵循，其所揭示的党的新闻舆论工作基本规律和主要理论包括：一是突出强调坚持党对新闻舆论工作的领导；二是突出强调坚持新闻舆论工作的人民性；三是突出强调遵循新闻舆论工作的规律性；四是突出强调新闻舆论工作的创新性；五是突出强调做好网络新闻舆论工作；六是突出强调推进国际传播能力建设；七是突出强调加强新闻舆论队伍的建设。

同时，特别需要重视的是，习近平新闻思想不仅对党的新闻舆论工作具有指导作用，而且对党的执政工作也有指导作用；不仅是新闻舆论工作者做好本职工作的根本遵循，也是每一位党政领导干部做好本职工作的根本遵循。习近平总书记要求党政领导干部要增强同新闻媒体打交道的能力，善于运用媒体宣讲政策主张、了解社情民意、发现矛盾问题、引导社会情绪、动员人民群众、推动实际工作。总体来说，面对新闻媒体，领导干部要学会尊重媒体、尊重新闻传播规律，充分运用好媒体这一平台，对内对外讲好中国故事、传播好中国声音，推动党的新闻舆论工作全面创新。（作者系中央党校“习近平新时代中国特色社会主义思想”理论研修班学员，国家新闻出版署新闻报刊司副司长）