# 数字经济时代 企业转型升级应做到“有数”发展

1月12日，国务院印发的《“十四五”数字经济发展规划》（以下简称《规划》）提出，加快企业的数字化转型。引导企业强化数字化思维，提升员工数字技能和数据管理能力，全面系统推动企业业务数字化转型。

接受中国经济时报记者采访的专家表示，数字经济是新时代构建新发展格局的“关键力量”。不断做强做优做大我国数字经济，企业须主动作为，积极融入数字化发展的时代浪潮中。

企业应久久为功推进数字化转型升级

立白集团是较早向产业互联化、组织生态化、业务数字化迈进的传统企业，目前已逐步实现了“营销3.0”“供应链3.0”“管理3.0”的业务数字化升级改造，初步搭建了丰富的数字产品矩阵。

立白集团相关负责人告诉本报记者，从消费者洞察、研发、生产管理等环节，数字化带给立白集团实实在在的帮助。通过数字化建设，实现了新品敏捷创新，从而快速匹配消费者快速变化的新需求，研发周期也大大缩短，企业运营更高效、时间更省、更智能化、更绿色环保。此外，依靠数字化技术，立白集团对外衍生出日化智云平台，致力于提供研发、采购、生产、销售、金融、资讯、数据等全产业价值链服务，赋能日化企业解决经营痛点，实现降本增效，共同做大做强。

多点Dmall是第三方全渠道数字零售服务商，通过一站式全渠道商业SaaS解决方案，帮助零售商和品牌商推进实现全方位数字化、智能化升级。

Dmall总裁张峰在接受本报记者采访时表示，零售企业若要实现全面的数字化改造，要彻底进行全链条解构重构。一是线上线下会员管理必须一体化，门店80%的销售要通过数字化系统完成；二是商品运营必须高效率；三是企业对员工的管理必须全面数字化，真正做到数字驱动、任务到人、逐级解决、实时响应，以具体工作任务来对号每位员工；四是以数字化为核心，对营运进行彻底改造，提高营运效率；五是卖场设计必须利用数字化新指引。

国务院发展研究中心研究员周健奇告诉本报记者，企业类型不同，数字化发展的方式和途径不尽相同，但有一点是共通的，即在实际行动中贯彻新发展理念。企业数字化发展离不开持续不断的数字技术创新和模式创新，在新技术新产品新业态新模式中挖掘数字经济的价值。企业数字化发展还应从供给侧注重新老协同，实现新经济增量与传统经济存量之间的有机融合；从需求侧促进产消匹配，以消费者为核心，提升生产与消费之间的匹配度。企业数字化发展要坚持绿色低碳，通过低碳技术、低碳管理降低碳排放，同时自我约束短期利益导向的高碳行为。

有效规避企业数字化转型风险

“传统企业数字化转型面临巨大挑战，首先是企业内部意识形态及组织架构转变的风险，其次是确立符合企业发展需求数字化目标的挑战，第三是如何全面提升企业数字化能力，构建覆盖产业链上下游的数字化生态圈。”上述立白集团相关负责人表示。

在张峰看来，传统零售企业还在数字化经验、人力资源成本、资源利用效率等各方面遇到了较多困境，转型升级之路并不顺畅。

“随着国内流通产业从IT时代发展到如今以数据驱动的DT时代，传统ERP到SaaS的转变是必然的，基于云端的商业SaaS解决方案才是根本，是零售企业乃至整个流通产业数字化转型的最优解。”张峰表示。

中奥科技副总裁张亮告诉本报记者，网络安全和数据安全也是数字化发展中面临的重要议题。数据安全贯穿于整个数据生命周期，应从制度、组织和技术等多维度实施数据安全管理。

在周健奇看来，企业数字化转型还面临四大风险点。一是技术风险。规避技术类风险更多依靠企业自身的创新系统。二是模式风险。避免模式风险，必须强化战略管理，这是企业发展到一定阶段的必然选择。三是数据风险。避免数据风险，企业应维护国家利益，从优化数据管理流程、完善数据系统和数据中心软硬件设施等方面着手。四是平台风险。平台企业不仅要管好自己，还要管好平台生态。平台企业既要自律，也要共治，与生态中的主要利益相关者和政府合作治理平台生态。

中国宏观经济研究院产业所副研究员李子文则认为，企业的数字化转型升级不仅普遍面临内生动力不足、持续性不强的问题，还面临着数字化转型升级“底座不牢”的问题。

李子文建议，企业经营者必须把数字化转型作为“必选项”，一方面，抓住重点，聚焦核心业务进行自上而下的数字化转型，加快构建扁平化的组织架构、跨部门跨职能的决策机制、灵活敏捷的业务模式和数据驱动的企业创新文化。另一方面，要加速“人”的数字化转型，狠抓管理人员、技术人员、一线员工的数字技能培训，提升员工的知识结构和技能素养。

中国经济时报2022-1-17