

因为数字经济所涉及的领域无所不在，数字经济的发展需要各个领域具有互联网思维的人才。

裘涵认为，从面上看，人才需要通过建设高等院校、科研院所来获得，但更深入来看，一座城市是否能吸引更多的年轻人参与进来，本质上需要城市变得更加“性感”。

城市是否性感首先来自于其人文生态。在互联网时代，任何的内容、产品、服务得以传播，绝不仅仅取决于技术，而是取决于这个产品、这个内容是否有温度，是否能引起人们的互动与共鸣，是否能击中人们内心的向往与需求，城市也是一样。

这些年来，许多人说宁波不如杭州，赶不上杭州的发展速度，表面上指的是GDP、产业、人口流入。但从更深层次看，杭州通过多年的打造、经营，首先成为的是一座人文城市、宜居城市与有温度的城市。

“作为宁波人，我深知宁波有着悠久的历史底蕴与丰富的、可挖掘的文化内容，但在网络上，宁波的宣传总是比较骨感、刻板，不够性感。”他说。

其次，一座城市的性感与温度来自于公平、公正的社会环境。如同柏拉图写的《理想国》中所描述的“乌托邦”，他的目的不在于创造“理想”的城市，而在于追求“公正”的城市。当然宁波本身就做得很好，但数字经济的发展会使资源的配置、社会的管理更加趋向于公正。

同时，一座性感的城市应该是快速发展、蓬勃向上的城市。裘涵有自己的一套名为“三力模型”的理论——分别是趋势力、竞争力、差异力。

趋势力，就是城市应奔向未来发展的方向。如今，未来的方向很明确，就是数字经济，而数字经济的发展有着可循的轨迹——“产业数字化、数字产业化、城市数字化。”

竞争力，就是城市最核心的优势。宁波核心的优势是港口与制造业，应思考如何通过数字经济的发展，更好地运用港口资源，数字赋能港口的同时，让港口与城市发展更好地互动起来。同样，制造业如何借助数字经济更好地建设自己的供应链，更好地推广自己。

差异力，就是要看到与杭州、苏州、南京、无锡等同线城市的比较优势。比如杭州在C端互联网有了先发优势，而互联网下半场将集中在B端，恰恰拥有大量民企的宁波就是产业互联网发展的沃土。

3

企业要做平台，不要做头牌

当然，数字经济发展的主体还是企业。因此，政府在制定规划的同时，要注重企业个体的作用。

“从杭州的发展、阿里的发展来看，政府不能过多干预新经济发展的具体方向与具体产业。而是要出让更多的创新资源给企业与市场，政府则做一些基础性的服务。”裘涵说，就比如制约宁波数字经济发展的另一个要素，资本问题。政府就需要建设产业引导基金与风险投资基金，在基础技术研发的前期给予企业帮助，再适时退出，帮助企业、创客度过前期社会资本不愿进入的阶段，扶上马，送一程。

从企业角度来说，同样是要解决认知上的问题。宁波的民营企业是改革开放进程中发展最快的群体，但许多工业企业的思维仍然是停留在规模生产扩张的时代，仍然停留在要做行业头牌的时代。做头牌就意味着要集聚行业资源，意味着竞争与零和博弈。

而数字经济时代是利他的时代、共赢的时代，应该拿出资源共享，赋能他人、做大市场。阿里巴巴就是个最典型的例子，其使命是让天下没有难做的生意，自己搭台给别人唱戏；如今的阿里云平台建设，也是为企业搭建基础的网络与服务，让企业更好地进入数字经济时代，最后阿里云也自然而然地从中获利。

其次，企业要解决的是生态建设的能力问题。在数字经济时代，企业一定要有生态思维。

“亚马逊的生态构建就是行业中最出色的案例之一。”他说，

FBA业务、AWS云服务以及Prime会员服务被称为亚马逊的三大业务支柱，其所构建的的生态系统也是世界顶尖水准。

FBA(Fulfillment by Amazon)，就是指卖家把自己在亚马逊上销售的产品库存直接送到亚马逊当地市场的仓库中，客户下订单，就由亚马逊系统自动完成后续的发货。

除了在线零售商的角色外，亚马逊突出平台职能的典型事例是，2007年引入了FBA(亚马逊物流，Fulfillment by Amazon)服务，即亚马逊将自身平台开放给第三方卖家，将其库存纳入到亚马逊全球的物流网络，为其提供拣货、包装以及终端配送的服务，亚马逊则收取服务费用。

而亚马逊AWS(Amazon Web Services(AWS))是亚马逊提供的专业云计算服务，于2006年推出，以Web服务的形式向企业提供IT基础设施服务，通常称为云计算。其主要优势之一是能够根据业务发展来扩展的较低可变成本来替代前期资本基础设施费用。

亚马逊网络服务所提供服务包括：亚马逊弹性计算网云(Amazon EC2)、亚马逊简单储存服务(Amazon S3)、亚马逊简单数据库(Amazon SimpleDB)、亚马逊简单队列服务(Amazon Simple Queue Service)，以及Amazon CloudFront等。

现今的市场里面，有不少初创业务市场的初期规模太小，大公司觉得这些业务不值得做，小公司又没有足够的精力去开发这个市场。亚马逊则选择通过自己本身的需求去开发跟自己相关的小众细分市场。亚马逊让自己的业务直接面对市场的考验，让每一个业务都面临着市场的冲击，进而不断地完善自己的产品。

亚马逊把自己的每个业务都像一个机械上的模块一样单独发展，这样的好处就是为亚马逊上的商家提供无数与其对接的接口，不仅仅让Prime业务更加超值，也让在亚马逊平台上的商户们更加离不开亚马逊，进而能够让亚马逊的飞轮转得更快。这就是构建生态的意义。

此外，企业需要有极客思维，也就是极致创新的思维，需要有狂热兴趣并投入大量时间钻研。阿里巴巴、海尔都是这样的企业。

当然，在宁波也有这样的企业，比如博洋，近几年孵化出了艾夫斯、果壳、德玛纳等细分品牌。对于这样的企业，媒体应该多宣传，政府应该多引导。

“归根结底还是那句话，数字经济需要的是认识、是思维、是共识。需要全社会一同参与、投入、分享与获得。”裘涵说。

2