



毕马威



共奏数智华美乐章

2020消费品生态全链路数智化转型白皮书



序言



张建锋
阿里巴巴集团首席技术官
阿里云智能总裁

从产业升级的角度看，中国经济正在经历前所未有的由人口、消费红利驱动，向技术、智能驱动的转型。一方面，云、大数据、AIoT和移动化技术引领时代，尤其是云计算，作为一项新兴技术，经历过去10年的发展，已经在成本、稳定、安全和效率等关键技术和应用规模上实现对传统IT的全面超越，加速了实体经济与数字技术的深度融合；另一方面，数字经济的蓬勃发展为商业带来全新想象空间，技术变革不断推动商业创新。

对于包括消费品品牌在内的众多企业而言，商业创新的本质其实来源于技术变革。通过利用云计算这样的新兴技术，构建7×24小时能够提供可靠服务的基础设施平台，用互联网技术改造和升级现有的技术体系，并进一步实现应用的数据化、智能化，是企业当前需要思考的关键路径。

在数字经济时代，阿里巴巴是数字经济的商业基础设施，而阿里云是数字经济的技术基础设施；新消费时代来临，阿里云新零售技术赋能帮助传统零售企业数字化转型，从而可以更好的抓住新消费时代，用技术创造新商业！

序言



肖利华 博士
阿里巴巴集团副总裁
阿里云智能新零售总裁



刘松
阿里巴巴集团
副总裁



毛健
毕马威中国
数字化和客户业务合伙人

中国消费互联网已经全球遥遥领先，消费者已经全面在线，倒逼企业组织在线、沟通在线、业务在线、协同在线、产业生态在线；数字化消费者资产成为衡量企业能否迈向未来成功的重要要素。在线化、数字化只是第一步，智慧化才能带来化学反应。技术和数据驱动的数智化带来的各行各业商业创新裂变将在端到端全生命周期、全链路、全渠道、全要素、全场景发生！

数智化带来的触达和连接的几何级增长，与消费等各个产业的交叉碰撞，正在成为企业带来百年不遇的机会，同时也成为横在许多企业面前的数智化转型鸿沟。阿里巴巴商业操作系统致力于联合各行各业生态伙伴一起赋能品牌商和零售商加速全链路数智化转型升级，提升消费者体验，开源、节流、提效、创新以提升商业运营效率和效益！

全链路数智化转型升级的数智经济时代正在扑面而来，精彩才刚刚开始，让我们一起携手拥抱和共创这个伟大的时代！一起造风前行，共赢未来！

科技进步推动产业升级。从产业升级的角度看，我们正在由“信息分发变革”进入到“认知变革”的新阶段，数据革命和算法开始对人的认知产生重大影响。

现在人类所有科研体系里面，近一半的研究依赖于数据和算法的革命。AI、IoT、5G这几种技术的快速发展，以及与消费品等各个产业生态的交叉碰撞，正在成为这个时代最大的红利。任何一个企业，都存在全新的发展可能。

对于企业家们来说，技术已经走到了舞台中央。无论是否身处传统行业，都需要理解技术世界，用数字化、智能化的方式与外部世界发生链接。数字化生态的边界在本质上决定了未来一个企业的边界，这对于横跨产业全链路的消费品企业尤为重要。

借助阿里巴巴的数字经济基础设施和新兴技术，中国的消费品品牌类企业完全有机会打造出自己的创新范式，实现全链路的生态升级！

消费者已经发生了深刻的变化，而技术的演进速度也是一日千里。而反观我们的消费品生态，经过过去几年探索和实践，中国消费品企业在消费端的数字化领域已经有所成效，但供给端的数字化和智能化发展远远落后于需求端需求，从全链路视角看，供给端数智化转型需求将会开始极大爆发。

中国消费品企业需要准确把握转型思路，数字技术使得全链路产业各核心商业要素都有机会透过数据智能与消费者直接产生链接，关键能力和未来模式将被重新定义，且具备迭代优化的可能，以突破体验、收入增长和成本效率瓶颈。同时，组织、金融、物流和技术等产业要素透过数据智能与核心商业要素进行深度融合及协同发展，数智化能力真正被内化到每个环节。以上这些都是我们需重点探讨思考的领域。

在如此风起云涌的数智经济时代，最好的转型启动时间永远是昨天，今天也为时不晚，关键是我们得切实行动起来，从顶层位思考，从薄弱点切入，挖掘生态资源协同价值，共奏未来数智华美乐章。

目录

1 商业生态的全链路数智化转型

2 全链路数智化加速器——五部曲

3 五部曲赋能产业全链路价值重构

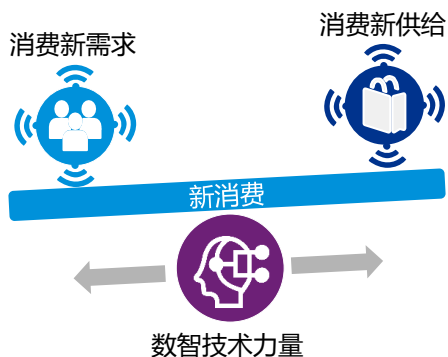
4 消费品生态数智化转型方法论



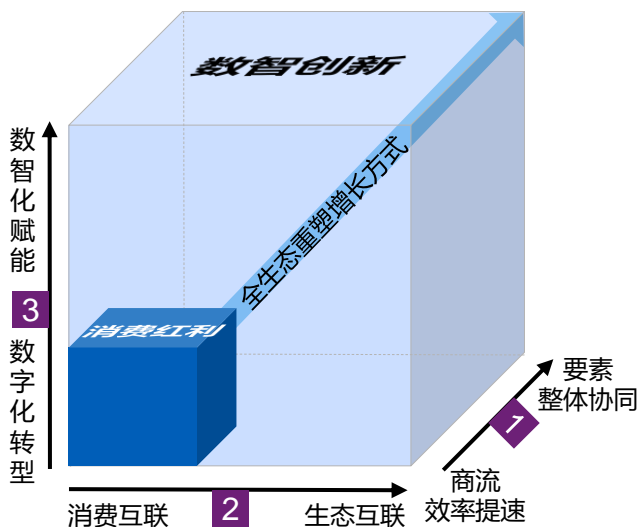
中国商业正在由“消费红利”经济向“数智创新”经济进化，发展思路从单节点成本和效率提升，进化为消费品全生态重塑增长方式，数智技术触发了商业生态的全链路数智化转型

技术驱动供需动态平衡和有机链接

- 技术同时作用于消费和供给两端，但随着技术持续演化，重点作用对象持续发生动态交替变化，从改造供给端到赋能消费端，再到赋能供给端
- 供给和需求间达到动态平衡和有机链接
 - 技术赋能消费者，使消费需求更体验化、个性化和多样化，呈现新需求
 - 技术赋能供给端，使其更柔性化、智能化和生态化，以满足持续动态变化的消费新需求，形成新供给
 - 数智技术驱动新需求和新供给之间达到新平衡和新链接，催生新消费



中国商业正经历消费红利向数智创新进化



商业生态的全链路数智化转型

	“消费红利”	“数智创新”
发展思路	单节点成本和效率提升	全生态重塑增长方式
商业生态进化三个路径 (关键变化)	1 单向商流效率提速 关注产品生产和商品售卖的单向商流效率，透过成本集约、效率提升和货架毛利挤压利润	全链路要素价值共振 以消费者为中心重构商流价值链，组织、技术、金融和物流与商流充分融合，形成增量式协同创新
	2 消费互联 关注消费者与商品/服务以及渠道触点/场景之间的链接关系，注重提高存量商品售卖效率	生态互联 消费端拉动供给端的资源整合和优化配置，充分调动全产业链中各角色的动能，实现全产业链效率提升
	3 数字化转型 通过技术实现信息化，提升流程效率和数据一致性、透明度，提高作业和管理效率	数智化赋能 通过技术实现数据资产化，数据价值实现，推进运营和决策能力持续迭代优化，实现全产业链可持续发展

关键变化一：链接价值被重新定义，从单向商流效率提速进化为全链路要素价值共振，实现增量式协同创新

中国商业从以产品为中心的传统单向链式价值链重构为以消费者为中心的环式价值网，由消费者定义业务能力和数字技术，各产业要素均可透过数据智能提升能力

重新定义全产业要素与消费者构建的深度链接，全产业协同消费者进行协同创新

零售服务终端与存量消费群体构建单向供给关系，满足存量需求，价值在于通过售卖提高商流效率。



单向供给关系

多边链接关系

全产业要素与更多增量消费群体构建链接关系，价值在于创造更多新需求，寻求协同创新的机会。



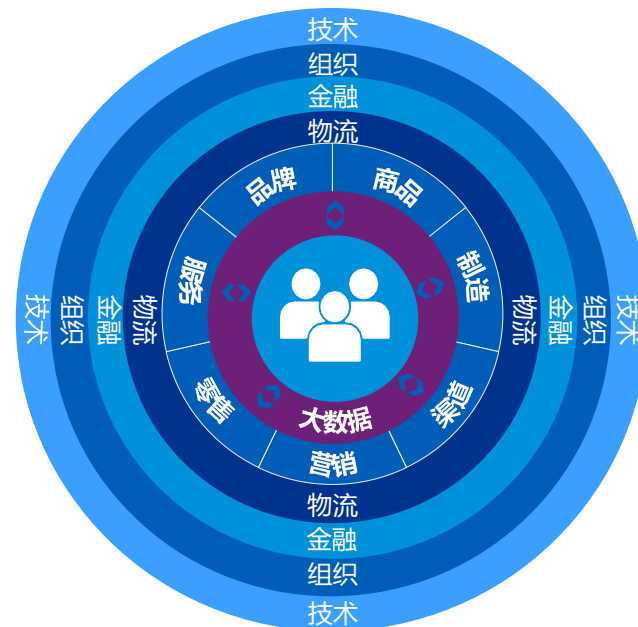
单向链式价值链

通过质量、性价比、占有率提升获取高潜在消费者，满足存量消费群体和潜在需求，通过研发、规模化生产、批发、批发+零售、折扣满足需求，提高销售收入，提高效率并降低库存。



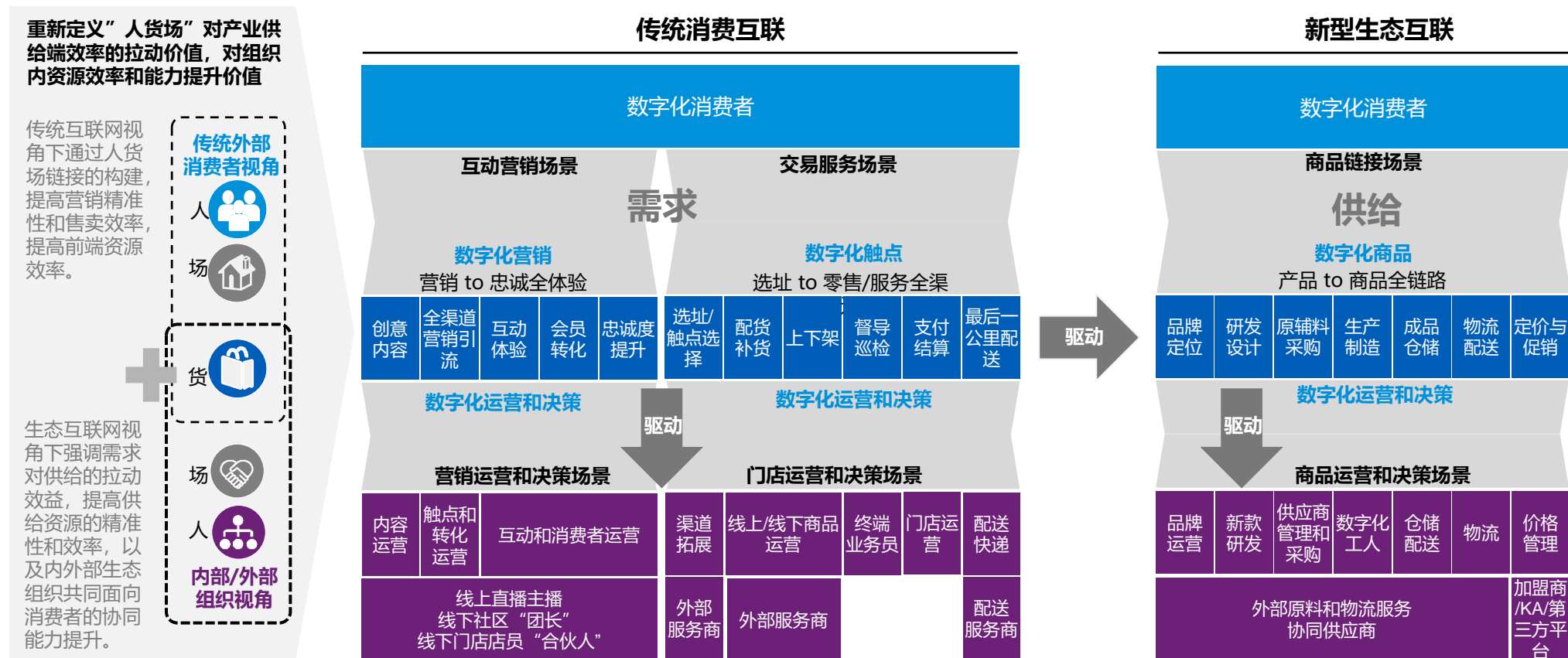
全链路环式价值网

全产业各个要素均透过大数据参与构建与消费者的链接，发挥各自的优势及能力所长，共同通过场景、互动、链接、体验、定制来洞察消费者需求，最优化产业资源配置，基于敏捷感知和生态服务满足和创造新需求。



关键变化二：人货场价值被重新定义，消费互联进化为生态互联，实现全生态效率提升

在原有传统互联网环境下的人货场定义（外部消费者视角）基础上，从跨越到生态互联网视角，赋能内部组织、外部协同合作关系角度扩大和衍生内涵，深度运营消费者、员工和产业合作伙伴高体验和能力提升需求，重新定义“货”和“场”，驱动产业全链路数智化进程



关键变化三：技术价值被重新定义，从支撑企业数字化转型进化为赋能产业数智化转型，实现全生态可持续发展

在AI、云计算等技术驱动下，传统实体行业从信息化与数字化转型逐渐向数据智能创新过渡，总体呈现正向相关

重新定义技术对产业能力的迭代优化的价值，发挥技术对产业可持续性发展的驱动价值

自动化技术实现规模化生产，交易效率提高，高速网络设施、社交技术满足客户互动需求。



数字化产品与服务、感知、边缘计

数智技术



中国产业数智化转型成熟度比较 2019



互联网行业在整体数字化成熟度和智能创新程度上均显著保持领先，但是传统行业在具体应用领域已经可以观测到明显的智能化应用增长。新兴互联网公司利用掌握的数字智能技术服务于传统行业，加速了这样的进程。

零售及消费品行业体现出较高水平的整体数字化成熟度，但在智能化应用上尚有大量进取空间。改善消费者关系与提升运营效率是零售消费行业数据智能创新的两大主要维度；供应链等“偏后端”的改善存在大量需求。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38002

