



磨砺以须，倍道而进

新技术驱动、可持续增长的新精益运营

——2022品牌商数智化升级白皮书

FY22 零售行业解决方案



序言



戴涛

阿里云智能 - 零售行业总经理

前几年，我们不断重复如何在不确定时代，通过新零售理念去推动泛零售企业的数字化转型。在双循环大趋势下，中国的经济发展已经进入“确定性”的新常态——在从中高速增长转向更高质量的发展。对于广大泛零售的消费品行业而言，需要回归商业本质去思考如何在确定性的趋势下，通过数字化技术去推动企业的数字化转型，以更好的构建全新组织能力，进行数字化变革，并在可持续经营道路上迈出坚实的步伐。

我们相信下文提到的数字化解决方案会帮忙品牌企业更好的应对未来的发展趋势：

1. 盘活消费者资产：数字化的消费者洞察是未来构建品牌力的基石。未来的企业需要构建全渠道与全域性消费者运营，包括从研发&设计、采购&生产、分销&流通、营销&零售到服务全环节；
2. 推动DTC能力构建：从2B到2C不是指商业模式而是经营理念的转变，具备DTC能力的企业在各个环节不断提速，在持续增长方面存在巨大竞争优势，是大消费时代下的未来发展方向；
3. 助力细分行业零供新关系：数字化引领了新一代的品牌化发展浪潮，会驱动细分行业零供新关系，随之应运而生新的启示与破局之道。从长周期看新品牌现象级崛起，是数字化给积累多年的中国消费品制造业插上了新翅膀。

序言



安琳

阿里研究院 – 数字经济中心主任

中国消费市场正在进入新的发展阶段，在需求升级、人口代际变迁等因素下，新的消费空间不断生成和替代传统的消费模式，而地区间城镇化发展的不平衡，又给个性化的消费升级带来更多结构上细分特征。

综合作用下，品牌商今天所面对的市场，其复杂性大大增加，需求变化的速度也大大加快。领先企业正在塑造全新的竞争范式，以敏锐洞察细分市场机会和及时完成有效供给为核心能力，数字技术为他们打造新竞争力提供了关键助力。

序言



彭建真

中国连锁经营协会 – 秘书长

当前，零售业正在经历着一场伟大的数字化变革，云计算、大数据、人工智能等日新月异的新技术正在重塑零售行业新格局。作为零售业重要的参与主体--品牌商尤其是传统品牌商，如何在数字化浪潮下持续快速发展面临诸多挑战。

此次，中国连锁经营协会与阿里云联合发布《2022品牌商数智化升级白皮书》，系统总结了品牌商数字化转型升级所需的关键能力要求，并结合从商品制造到终端消费者全流程的核心场景，详述了典型企业的实践案例，为品牌商未来数智化转型升级提供了重要参考。

目录

1 趋势认知：品牌商增长破局之道

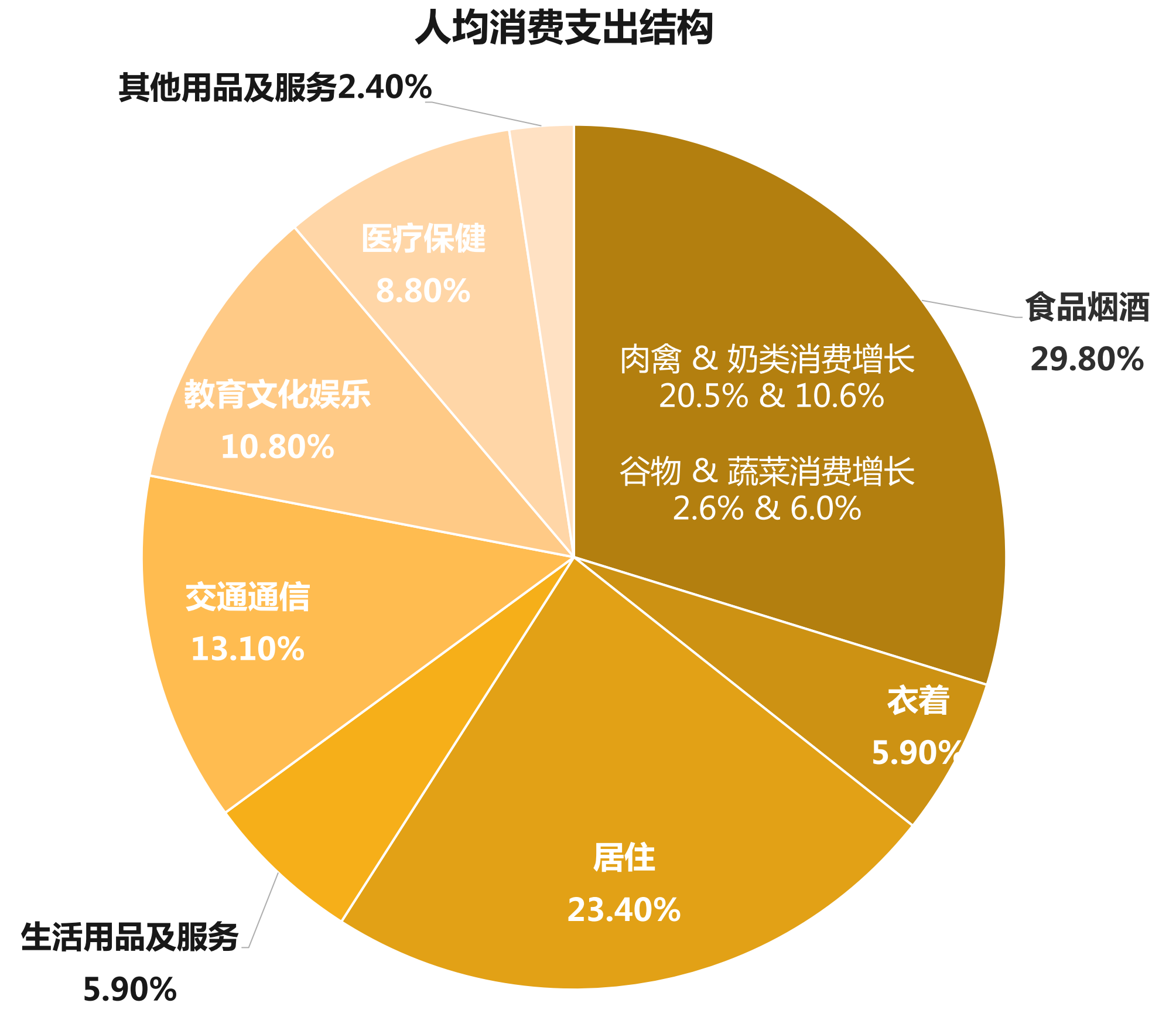
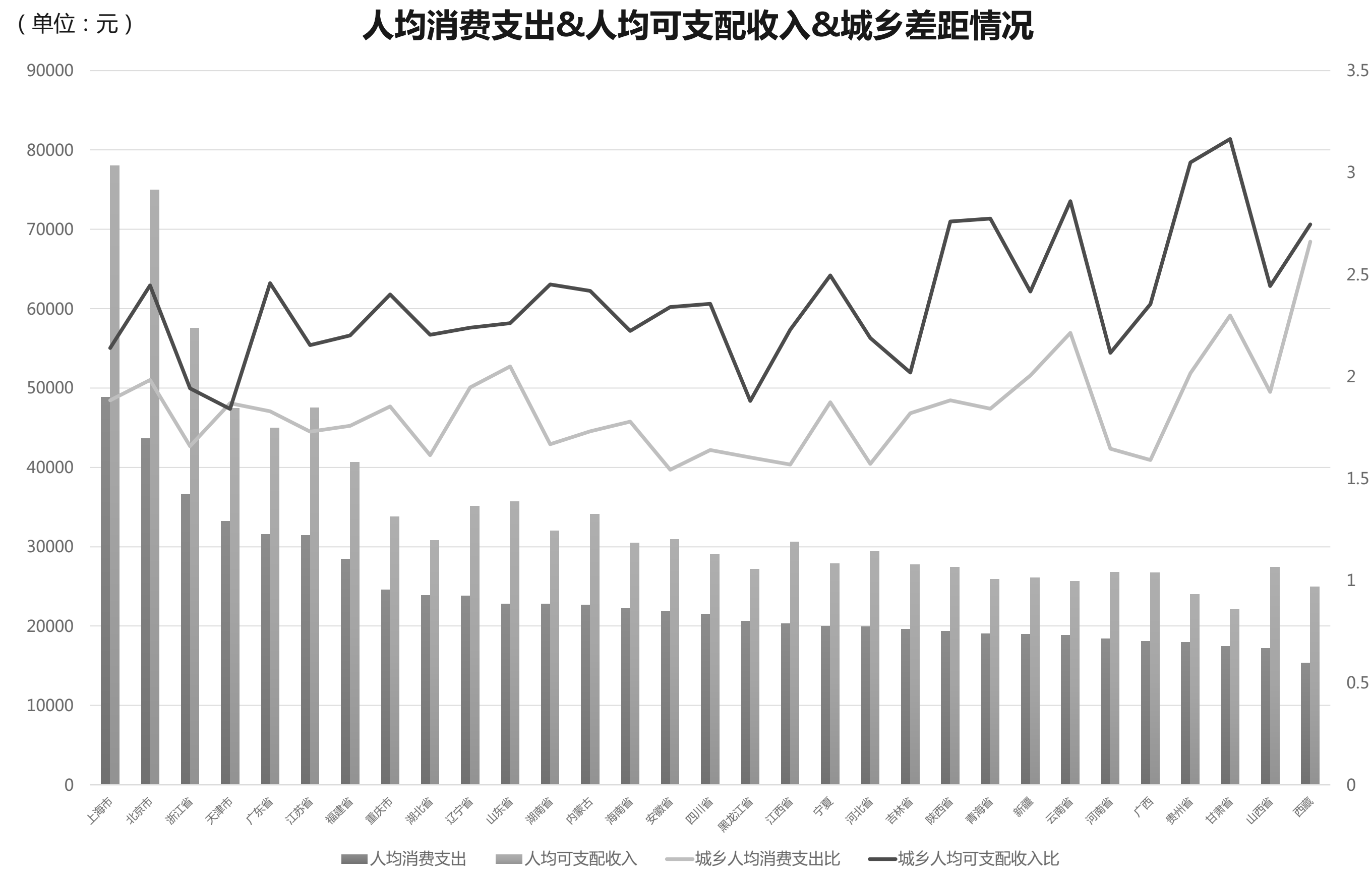
2 转型路径：品牌商数智化关键能力

3 落地实践：品牌商数智化核心场景与案例

市场企划—销售—供应链—制造与服务—财务与内控

FY22 零售行业解决方案 

观察1 消费支出的结构持续分化，消费升级伴随着需求细分



- 全国居民恩格尔系数

29.8%
- 人均服务性消费支出增长

17.8%
- 饮食服务增长

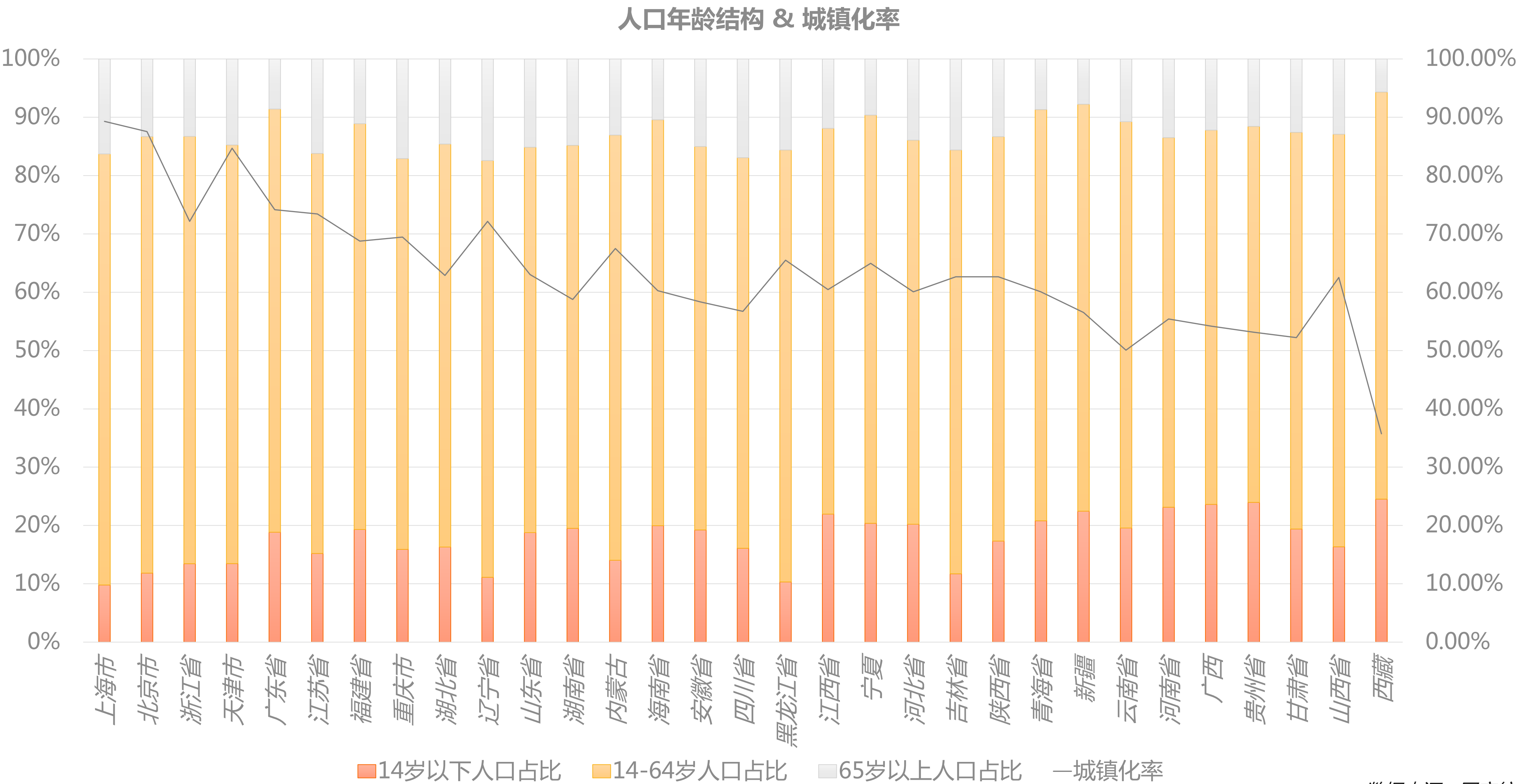
38%
- 交通通信服务增长

14.3%
- 医疗保健服务增长

14.8%
- 教育文化娱乐增长

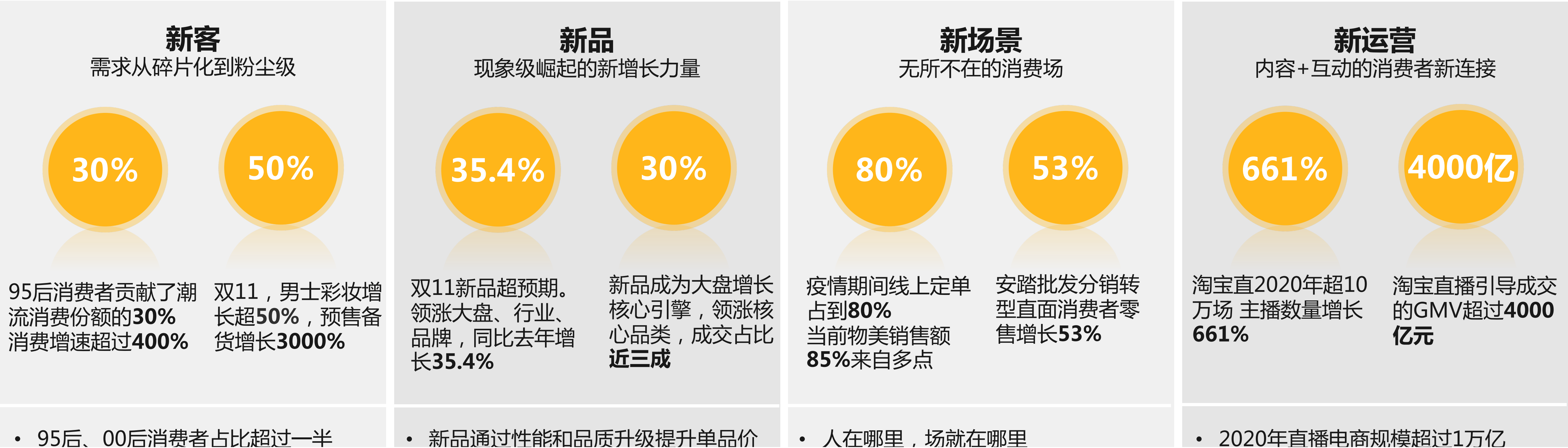
27.9%

从小康社会奔赴全面现代化社会的进程中，中国经济增长的最大空间就是消费升级



反映在微观层面，企业所面临的市场需求态势已经发生了不可逆的革命性变化

近年来持续崛起的消费者主权，被疫情进一步放大，新客、新品、新场景、新运营现象级爆发



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_45140

