



食品饮料行业：数字化从需求和供给两端重构消费行业



消费品企业拥抱数字化转型，数字经济成为拉动经济增长和促进消费的关键动力。

在大数据、物联网、移动支付、人工智能等技术潮流驱动下，以数字产业化和产业数字化为标识的数字经济已全面渗入消费行业方方面面，深刻影响改变了消费行业的发展面貌和寻常百姓的日常生活。消费品企业均在抢抓科技革命和产业革命机遇，大力发展数字经济，试图触达更多的消费者，增加消费者的购买粘性。在网络购物、共享经济、互联网直播等新模式拉动下，中国数字经济领域就业岗位达到 1.91 亿个（中国信息通信研究院测算数据），占全年就业总人数的 24.6%。2020 年，中国数字经济规模达到 39.2 万亿元，我国“十四五”规划纲要中提出，到 2025 年，我国数字经济核心产业增加值占 GDP 的比重有望由 2020 年的 7.8% 提升至 10%，让数字经济成为拉动经济增长和促进消费的关键动力。

数字化从需求和供给两端重构消费行业，为消费者提供更为便捷的购物体验。11 月 25 日，人民日报以《奈雪的茶：茶饮数字化服务，为消费者提供便捷生活体验》为题，记录报道奈雪的茶拥抱数字化转型的案例。从需求端来看，奈雪借助“奈雪点单”微信小程序等数字化工具，引导消费者灵活点单，改善顾客体验，为消费者提供更好的服务；从供给端来看，奈雪通过数字化门店管理，实现原材料自动订货补货、员工自动排班、优化操作动线设计、优化茶饮制作标准流程等精细化运营措施，大大降低操作难度和运营成本。从数据来看，奈雪在全国门店数超 700 家，截至今年

11月，奈雪已拥有近4200万会员，2021年第三季度复购率达32.40%，奈雪依靠数字化转型获得了广大消费者的认可和喜爱。

我们认为，数字化消费创造新的增长空间，未来会有越来越多的消费品企业拥抱数字化转型。在5G技术、人工智能技术加持下，数字化消费正在发生质的变化，从过去的连接信息转变为链接消费行为，网上购物、线上支付已经渗透到我们生活的方方面面，我们每个人既是数字经济的参与者，也是数字经济的推动者。对消费品企业而言，从产品开发到供应链管理，从市场营销到售后服务，越来越多的企业意识到数字化转型的重要性和迫切性。尤其是经过此次疫情洗礼之后，消费品企业对人工智能、大数据、云计算等数字技术的有用性、易用性有了更加全面和深刻的认知，这种认识破除了技术认知障碍，将进一步加速数字消费时代的到来。

风险提示：疫情反复对经济增长及国内消费形成冲击等。

关键词：5G 云计算 人工智能 大数据 微信小程序 物联网 疫情 直

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_30352

