



尚品宅配总经理李嘉聪：
家居行业数字化的本质是提效降本、提升服务品质

数字化已经深入到家居行业经营的全链条，全面的数字化正在提速。伴随家居行业加速分化、竞争加剧的趋势下，数字化可以带来更多流量转化的可能性、提升营销效率、实现标准化变革，从而带来新的增长方式。整合家居产业链、价值链，从消费端、服务端到生产端、交付端，形成一个全数字化协同管理的服务流程，提升效率、节约成本，实现客户满意度提高和盈利能力提升的“双赢”局面。



58同城副总裁李子健：
基建薄弱令数字化举步维艰

我国目前的企业数字化发展整体特点是处于产业链下游阶段的行业率先跨入数字化经济门槛且发展较快。从完整产业链层面来看，则仍未实现真正的数字化。由于基础设施的薄弱和人才的缺乏导致这类企业的数字化举步维艰，只有各产业链中的商业应用及行业的专业人才融合进来，才可能真正将数字化落地到实体经济中去，解决行业实际问题，贡献实际商业价值。



霸王科技创始人张天一：
数字化的前提是标准化

数字化为餐饮行业的发展起到增收、降本与提效的作用。数字化的前提是“有数”，在此基础上才能运用和分析数据，包括霸王部分业务链条中，还存在许多需要积累的数据。以霸王为例，霸王能够通过用户中台了解到店用户的消费偏好，分析在电商平台中霸王用户的偏好、喜好、复购率等，这也是当今许多连锁企业需要去探索和优化的方向。同时，数字化的前提一定是标准化，通过系统来固定相关业务决策逻辑，再进行周而复始的循环，不断去推动、反复执行。对于今天中国的连锁企业来讲，数字化、标准化还有很长的路要走。



银泰百货CEO陈晓东：
传统商业要向零售商和数字化经营转型

整个零售行业最大的变化，是“地基”发生了改变，而零售行业的地基就是消费者。消费者习惯、喜好、消费方式的改变对零售行业带来的改变持续而且长久。传统零售的一系列经营行为，并没有涉及到零售的本质，而更多的是提供硬件，打造一个线下的“场”。当地产商向零售商转型的时候，要充分涉入到“货”的领域。所以，银泰百货的转型，一方面要从地产商向零售商转型，另一方面要从“模拟经营”向数字化经营升级。

什么是数字化？商业模式会发生怎样的变化？数字化下企业的机遇和挑战是什么？未来整个消费格局及产业链发展又会怎样？

经济加速发展之下，数字化成为了企业刺激消费的有力推手。在过去几年间，企业发力数字化对于自身业务找到了新的发力点，并且数字化比重仍在不断提升中。在疫情常态化的影响下，数字化更是赋能行业企业发展，探讨行业经营新思路、营销新方式。