

“ 数字经济传播形式更加丰富,也拉近了媒体与受众的距离。不过数字经济对媒体的内容生产提出考验,要求媒体在信息输出与制作上更加灵活高效,要多样化的呈现形式。”

——中国经济传媒协会会长赵健

“ 目前的数字化简单满足了人们及时需求,企业都在思考如何快速地对消费者需求作出反应,下一步应该更多对消费者有引领作用,能够对未来的消费趋势作出预测。”

——北京商业经济学会会长王成荣

“ 全面推进数字化转型是北京作为超大型城市治理体系和治理能力现代化的必然要求。北京作为超大型城市,具有复杂的特征,必须充分运用数字化探索超大型城市社会治理新路子,回应人民对美好生活的新期待。”

——北京市商业联合会会长傅跃红

“ 北京老字号企业数字化转型应该包括以下方面,一是便利化,除了获得本身想要的服务外,还能有增值服务。第二是创新化,要和文化创意产业相结合。第三是服务的全方位发展,对消费者需要的,进行全方位提供。”

——北京老字号协会会长陈文

“ 企业数字化的关键应从三个方面进行优化。第一是优化运营效率。通过数字化改造供应链效率,降低成本。第二个就是优化客户体验,通过大数据分析客户画像。第三个是扩展市场的边界,打破时间、空间、地域的障碍。”

——北京京商流通战略研究院院长赖阳

“ 中国零售业转型最难的部分是组织转型。数字化转型不只是工具改变,更需要有战略目标的转变,包括整体的内部制度等。如果只是引进工具,那这种数字化转型是达不到目标的,反而会造成内部资源浪费,最终拖垮企业。”

——中国人民大学商学院教授黄江明



作为全球个人保养品和营养补充品领先品牌, NU SKIN 的使命是要在世界各地凝聚一股苦的力量,凭借优越的事业机会、不断创新的优质产品和充实积极的优良文化,赋予人们提高生活品质的力量。

广告