



万物皆数据时代,数字经济是降本增效的良策,参与者通过链接形成生态。精准的数字化让服务如同自来水一般随叫随到。数字技术不是顶替人,因为没有人的数字化一切无从谈起。没有好服务的数字化是一场失败的转型。从当下开始,看长期投入,才能衡量数字化值得与否。

## 数字+未来



| 扫码观看视频 |



居然之家董事长 汪林朋

### 传统商企做数字化,资金与人才缺一不可

数字化是现在所有企业转型升级需要面临的重要内容,也让我们的生活方式发生很大改变。把所有商品的信息、顾客的需求展现在产业链上,所有参与者的信息数据化,所有产品形成一个生态,使整个行业效率提升,消费者

的服务体验改善。以家居行业为例,原来装修前期量房需要花费非常长的时间,过程也十分复杂,现在量房就很简单,在线就可以量房、设计,通过设计与卖场、厂家、经销商、物流建立连接。

值得买科技副总裁 豪斯巴依尔

### 数字化生态需要多方共建共赢

如今数据已经呈现爆发式增长,进入万物皆数据的时代。人们使用数字工具的门槛也明显降低,相比开发App,市面上很多企业都能提供小程序工具供个人和商家使用。数字化生态需要各企业共同来建设,促成一个共赢机

制,让多方都能获得感受到数字化的收益。因为数据只有转动起来,形成一个生态,才会达成一个效应。如果企业封闭自身,不仅会限制自己的发展,还会面临其他竞争对手的抢食。

物美集团COO 于剑波

### 数字化体系避免同行价格战

数字化可以缩短企业对顾客的响应时间,能够提高效率、降低成本、提高顾客体验。同时,制造型零售业可以根据顾客需求变化,推出原创级的差异化单品或者爆品,来克服商品的同质化和不可避免的价格战。未来:“打倒”线下实体

店的不是电商,而是率先理解了数字化的理念方法,率先大胆使用互联网、数字化技术工具的同行们。未来,企业不会有线上线下之分,只有数字化企业之分。一切企业都会实体化,一切实体企业都会数字化。