

# 未来新零售发展趋势

Future Trends of New Retail

曾鸣

阿里巴巴学术委员会主席  
湖畔大学教育长



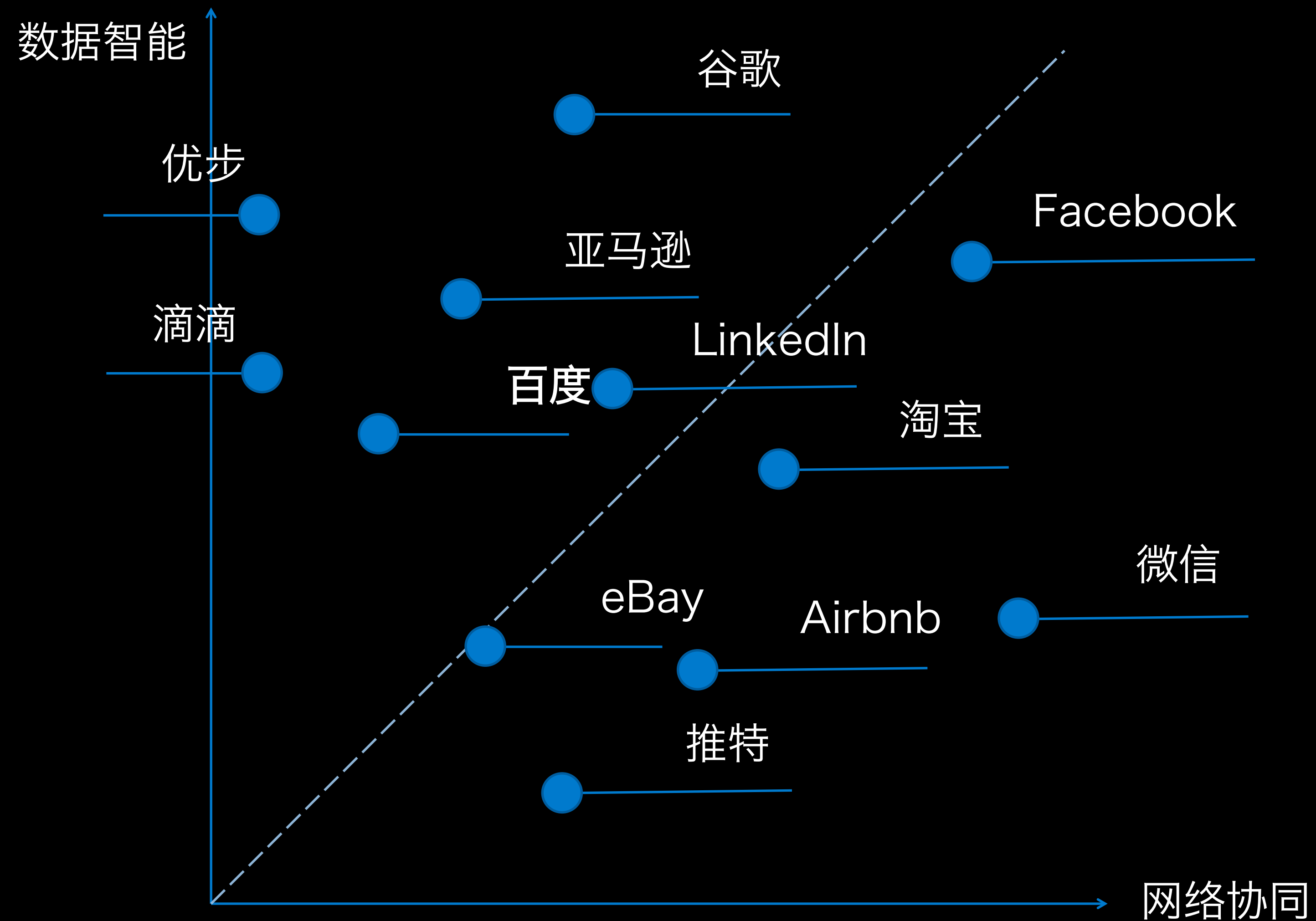
# 新零售提出的大背景

- 新零售，新制造，新金融 （新零售是新商业的有机组成部分）
- 基于新能源和新技术 （新零售是技术创新驱动）
- 线上线下一体化的可能性和必要性
- 消费升级的巨大机会

新零售，新品牌、新营销、新物流，新制造等一系列传统商业领域所有环节的打散和重组，是商业的重构。

- 新零售的创新层出不穷
- 但它的本质，驱动，趋势是什么？
- 产业终局：智能商业的未来

# 智能商业大赢家



# 新商业就是智能商业

- 智能商业是新的生存方式。网络协同和数据智能是新商业文明DNA的双螺旋。DNA的意思是说，任何新物种都必须有这样的DNA才能发展起来，不论大小。新零售的每个环节都需要完成网络化和智能化的过程，不管你从厂商，渠道商，物流商，零售商还是电商平台的角度来看，都必须如此。所以，任何在新零售领域试图创新的企业，都必须有这样的基因。
- 这样的基因越强，成功的可能性越高。因为你参加的是升维竞争。你拼的未来的大图。不管你从哪个角度切入，切入点是大是小，最后都是all in的竞争。

- 网络协同和数据智能
- 全世界领先公司都基于此

# 新零售的未来

- C2B：一切以客户为中心，客户驱动
- 需求的发现，满足，优化必须通过持续的互动，不断地动态优化
- 互动的全方位不断加强就是一个协同网络不断深化扩张的过程
  - 不仅仅是所谓的omni channel（线上线下一体化，线上线下本身也在不断的创新，如拼多多和云集；河马和新物种）
  - 还是omni marketing (如网红， 场景创新？)
  - 更是omni supply chain (?)
  - 最终是omni business: 全链条重构成在线协同网络
- 动态的优化就是数据智能不断升级的过程
- 谁先实现双螺旋， 谁先实现新商业的升维

# 几个努力的方向

- 客户驱动
- 所有业务环节尽可能在线
- 活数据闭环
- 机器决策



# 足够新

- 马云提出一个新概念，往往是十年左右的思考。而且他的思考自然也是不断迭代发展的。而阿里内部往往也需要三四年的积极探索，才能大致找到比较靠谱的战略方向和执行的路径。不能简单地从他现在的讲演来想当然地理解未来，或者阿里的发展。
- 新零售当然是线上和线下的结合。只是此线上非彼线上，此线下更非彼线下。创新的线上线下融合体验我们现在还没有看到，还在探索阶段。但有一点是肯定的：你的模式如果不够新，肯定走不到未来，最多只是过渡期的喧嚣和热闹。

# 借势造风

短期的热闹/热点/风口，和长期的价值往往没有太大的关系。真正有长远价值的是造势的能力，而不是跟风。虽然最终是“时势造英雄，但真正的英雄肯定是最能借势造风的人，而不是跟风的人”。现在很多短风口要停了，而真正的大风还没有起来。



# Vision决定未来

- 大变革的时代，战略最重要的基础是Vision. 是对未来前瞻性的判断。一个创业者能否在大浪淘沙中最终脱颖而出，Vision是个至关重要的因素
- 另一个是学习和自我突破的能力
- 创业当然很辛苦和繁杂，但抬头看路是必须的。Vision并不神秘，经常看，认真想，慢慢你就会比别人站得高，看得远