

随着数字化应用不断深化，数字化实践持续获益，数字化转型逐渐成为服饰品牌企业的共识。未来，数字化将发展成为服饰行业的基础设施，一方面极大提升了服饰零售的效率和体验，另一方面也将企业间的竞争从局部的数字化改造程度引向更高维度的整体数字化运营决策的能力。

服 饰 行 业 数 字 化 进 程 及 表 现

3 随着数据维度不断拓宽，数据颗粒度不断细化，基于数据的管理和决策模式将大大降低人工建立和干预的程度。尽管人工智能模式可能产生企业无法理解的“黑箱”，但智能化决策将更为精准、高效，也更易标准化并为行业所复制。

2 在数据充分积累的前提下，品牌自主或通过专业零售数字化服务商驾驭数据，赋能从生产到交易的各个环节。企业间的竞争从品牌经营层面的竞争变为数据如何有效实施应用的竞争。

1 能够自主掌握数据、调度产品和库存、充分理解消费者的品牌直营或者类直营模式将成为主流，具备先发优势的企业将在较短时间内迅速拉大与跟随者的差距。

数据智能化应用

数据充分应用

数据广泛获取