



报告发布|安筱鹏：高频竞争时代的 企业蝶变之道



近日，阿里研究院副院长安筱鹏，发布《高频竞争时代的企业蝶变之道》报告。



图为阿里研究院副院长 安筱鹏

报告认为，数字化将企业带入唯快不破的高频竞争时代。面对用户表达权、话语权、参与权、选择权的崛起，需求进入个性化、场景化、实时化、内容化、互动化的新时代，面对需求巨变带来的高度不确定性，只有那些能够对需求变化做出实时响应的企业才能更好的生存和发展。数字化正在重新定义企业的竞争优势：实时洞察客户需求，实时满足客户需求，转型成为客户运营商（DTC）。

这需要构建基于数据+算法驱动的需求实时响应与资源实时优化新体

系，其核心是四个关键词：在线+闭环+高频+全局，企业竞争的焦点越来越转向需求洞察是不是可以更快、试错成本是不是可以更低、个性化产品是不是可以更丰富、研发周期是不是可以更短、生产批量是不是可以更小、库存周转是不是可以更快、财务决算周期是不是可能更短、商品履约交付是不是可以更及时.....

高频竞争时代正在来临，对于今天的企业而言，其本质是数据驱动的高频决策更高效地优化企业资源配置效率，其基础是构建基于云化、中台化、SaaS 化、移动化、IoT 化的新型数字基础设施，其价值是打造面向客户实时运营的新竞争优势，其路径是构建一套全新的数字化理念、战略、组织与方法论（请持续关注阿里研究院，获取报告全文）。

AliResearch
阿里研究院

CAICT 中国信通院

阿里云
新零售事业部

高频竞争时代的 企业蝶变之道

面对十多年来越来越难以捕捉的消费需求，以及近年来快速变化的国内外经济环境，特别是2020年突发疫情所带来的冲击，企业家群体比过往更加真切地感知到了数字化转型的迫切性。如何才能借力数字化，找到抓手和发力点，以更好地应对日益增加的不确定性？这已不仅是CIO、CDO需要处理的问题，更成为了CEO需要面对和核心议题。

高频 竞争

数字化变革的 核心命题

场景化。“场”是物理环境（时间 + 地点 + 环境），
“景”是情景状态（交互 + 心理 + 情绪）。消费场景的变化带来了需求的细化和分化。

实时化。消费者需求和消费心理变化更为频繁。企业越来越重视能否在第一时间发现和精准响应实时需求。

互动化。年轻消费者更加注重消费过程中的参与感，提升社交体验，融入并形成圈层文化。直播也成为商家与消费者高频互动的新模式。

2. 技术之变 从IT到DT

IT 时代“经验 + 流程”的运行范式，已经无法适应当今复杂变化的需求，DT 时代“数据 + 算力 + 算法”全新智能范式正在主导潮流。企业必须以数据的自动流动来化解复杂系统的不确定性，将正确的数据在正确的时间转化成正确的结果，驱动资源实现最优化配置，带来更高质量、更低成本、更好体验。

3. 竞争焦点之变 转型成为客户运营商

企业竞争焦点正从关注产品本身的质量、成本，向着洞察消费需求、提升消费体验转变，从产品功能导向向着引导消费者文化认同转变，从关注海量消费群体到关注个性化消费群体转变。面对消费者主权崛起，企业需升级为客户运营商，将客户资产作为核心资产，实时洞察满足客户需求，与客户持续交互、持续服务，在每一个环节创造价值。

三、路线图 数智能化战略决胜高频竞争

面对需求的快速变化和不确定性，所有的企业都希望成为智能企业。只有实现闭环迭代的高频，才能实现资源优化的高效，才能实现对需求的敏捷响应，构筑数字时代的核心竞争优势。

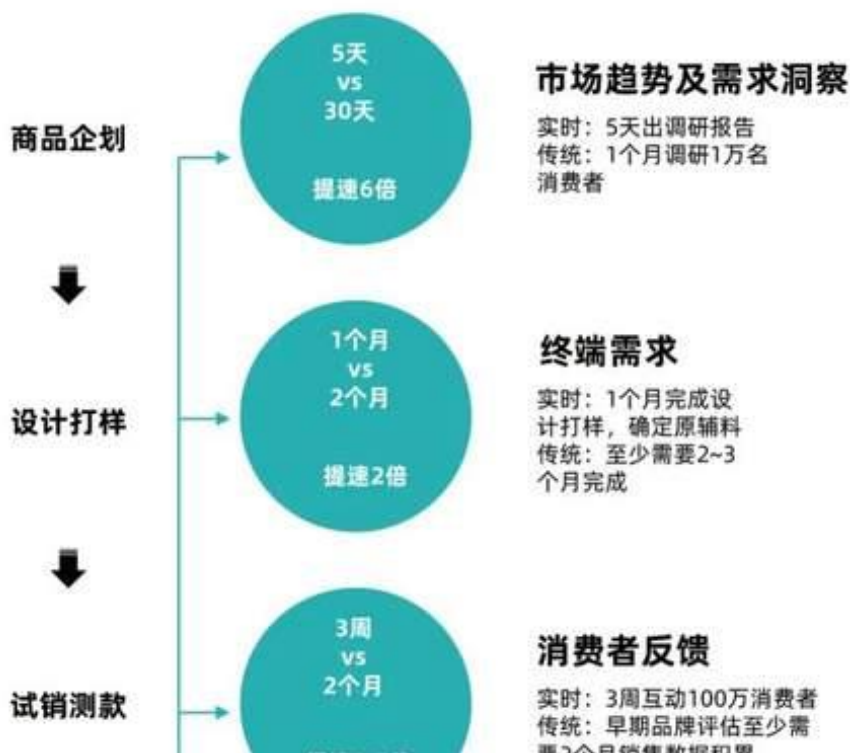
1. 高频迭代优化是走向智能的重要标志

高频竞争是数字时代本质特征。从工业经济走向数字经济，就是摒弃冗余思维、静态思维，走向精准思维、动态思维；就是从业务开环决策走向闭环持续优化；就是从低频资源优化走向高频资源优化；就是面对不确定性需求，实现实时响应变化、拥抱变化，以动态优化策略应对各种不确定性。

数字化将我们带入高频竞争时代：唯快不破

重新定义竞争优势：

实时洞察客户需求，实时满足客户需求，成为客户运营商（DTC）



数智化转型 | 实时运营 再造竞争优势

数智化转型基于DT技术平台，实现企业内部数据资源汇聚和业务共性需求沉淀，通过数据业务化、能力共享化支撑企业决策智能化、创新敏捷化，并进而驱动企业运营理念、组织方式深刻变化。



DT系统支持企业实时运营



DT与传统IT系统从叠加走向融合

2.数据资产：实现全域数据融合的资产化

数智化转型以实现数据资产化为前提。数据资产化过程可总结为“全、统、通、用”。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38181

