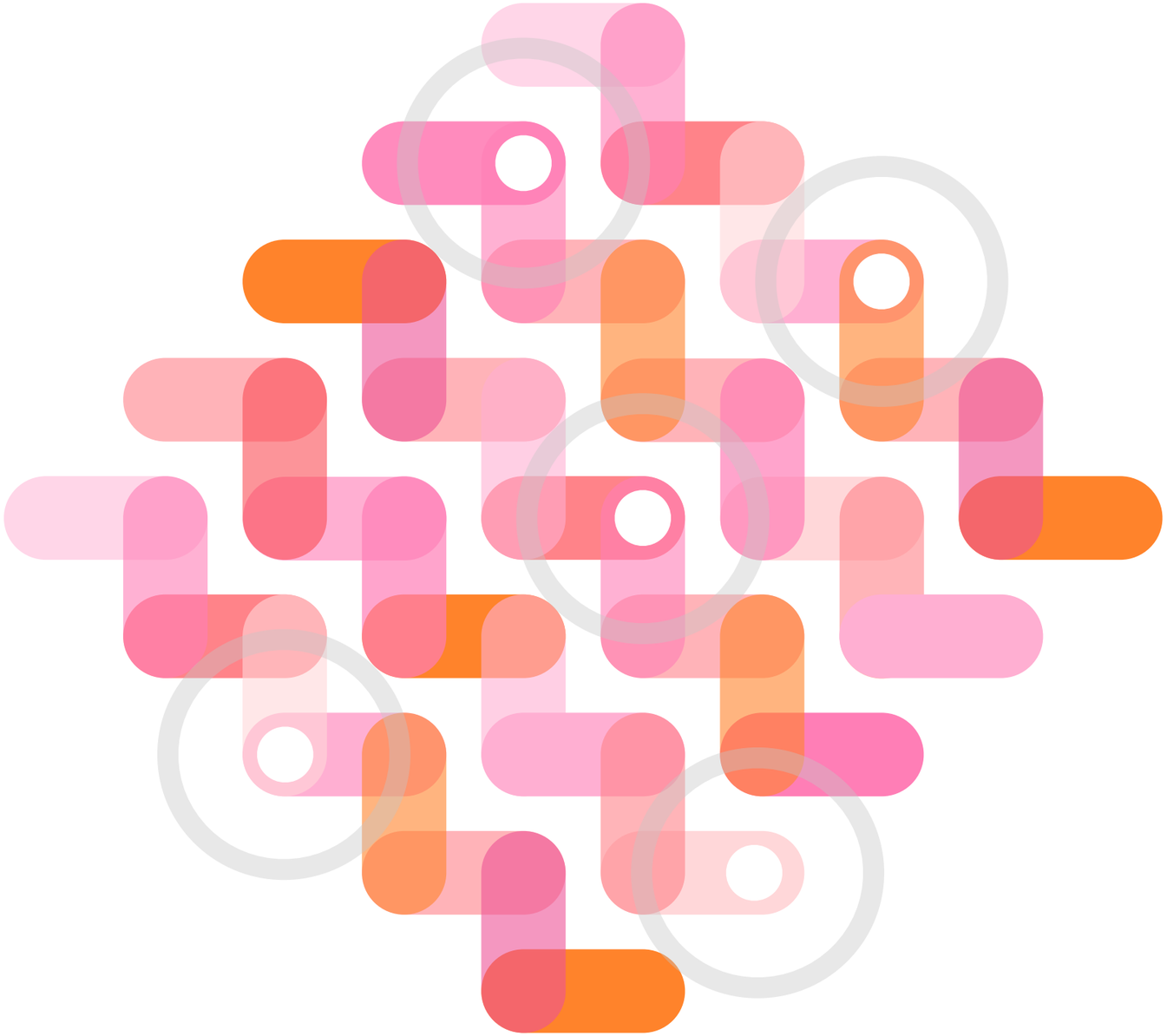
2023 年五大趋势

直面混乱，掌控变局



大变局

1. 人才短缺和薪资压力阻碍增长

2. 个人隐私和个性需求令客户关系变得复杂

3. 诸多供应链威胁呼吁持续韧性

4. 可持续发展战略应发挥影响力并落在实处

5. 网络攻击面呈指数级扩大

着眼战略，着手要害

大变局

2020 年的变局促使企业领导者迅速果断地采取了行动。这不仅加速了创新，还促使企业以前所未有的方式推动转型。但也有一些企业未积极拥抱变化，现已落后于人。[1]

2023 年，快速响应将成为新的标杆。不确定性将成为常态，复杂性也将持续增长。随着新的威胁从多个方面接踵而来，企业领导者不仅需要更加地迅速将洞察转化为行动，更要能够利用精准的情报来规避未来可能发生的风险。

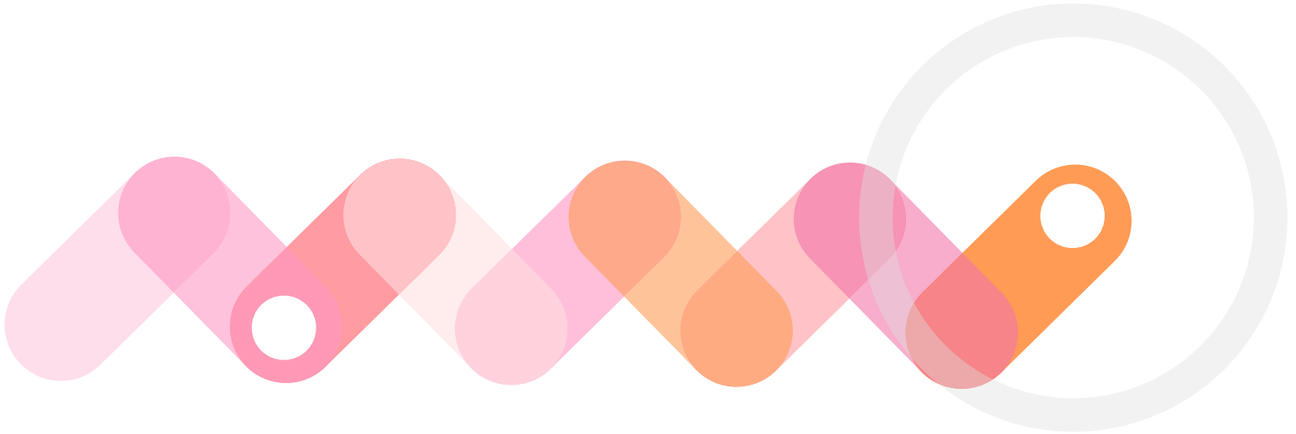
为了防患于未然，企业高管需要尝试预测未来。全球即将迎来经济衰退？极端天气事件会继续造成广泛的破坏吗？地缘政治冲突是否会降温？还是会爆发全新的战争？威胁出现的方式、地点以及多种威胁的交织叠加将对全球企业产生深远的影响。

例如，乌克兰战争将继续对供应链、人才库和业务运营造成多长时间的中断仍然还是未知数。然而，企业不仅要竭力面对各种不利影响，而且还必须应对通货膨胀造成的日益增加的成本压力。2022 年 10 月，国际货币基金组织 (IMF) 预测全球通胀将在 2022 年第三季度达到 9.5% 的峰值 — 一些经济学家担心价格飙升可能会持续下去。[2]

与此同时，企业正在竭力实现宏大的可持续发展目标，而这就需要跨通道和生态系统开展协作。2022 年，全球 CEO 将可持续发展列为其组织预计在未来两到三年内面临的首要挑战 — 而可持续发展在 2021 年还只位于第六位。[3] 此外，理念驱动型消费者（即在选择产品和品牌时以其价值观为决策依据的消费者）现已成为比例最大的购物者群体 (44%)。[4]

面对波诡云谲的大变局，企业领导者必须时刻保持清醒的头脑。企业领导者需要战略性地应对威胁并明智地选择战场。为帮助企业高管确定正确的优先事项，IBM 商业价值研究院 (IBV) 预测了 2023 年将影响业务形势的五大趋势，以及组织可以把握哪些重大机遇，在动荡中勇毅前行。

面对波诡云谲的大变局，企业领导者要保持头脑清醒，做到“不畏浮云遮望眼”，“乱云飞渡仍从容”。



大变局

1. 人才短缺和薪资压力阻碍增长

2. 个人隐私和个性需求令客户关系变得复杂

3. 诸多供应链威胁呼吁持续韧性

4. 可持续发展战略应发挥影响力并落在实处

5. 网络攻击面呈指数级扩大

着眼战略，着手要害

1 人才短缺和薪资压力阻碍增长

招聘经理在 2023 年将肩负重任。

全球范围内的雇主都在竭力填补空缺职位，到 2030 年预计将有 8500 万个空缺职位。Korn Ferry 估计，这种劳动力短缺可能会在相应时间段内转化为大约 8.5 万亿美元的未实现年收入。[5]

2022 年 9 月，美国有 1070 万个空缺职位 — 几乎是美国求职者数量的两倍。[6] 自 2020 年以来，欧盟地区和新加坡的职位空缺率增加了一倍以上，澳大利亚职位空缺率的年复合增长率达到 41%。[7] 这种普遍的职位空缺限制了增长机会，并加剧了通货膨胀的影响。[8]

随着人才投资停滞不前，技能短缺也推高了薪资需求。IBV 研究表明，2022 年，56% 的员工认为薪资比任何其他员工敬业度因素更重要。[9] 38% 的首席供应链官 (CSCO) 表示，在过去两年中，薪资上涨导致了严重的供应链中断。[10] 然而，美国 2023 年的薪资预算预计仅增长 4% — 大约是 2022 年通货膨胀率的一半。[11]

灵活性也是 2023 年的首要因素，因为超过三分之一 (35%) 的员工表示在求职时不会考虑完全未提供远程办公选项的职位（见图 1）。[12] 三分之二的员工希望与雇主共同确定其工作安排。然而，在目前提供混合办公选项的公司中，有 77% 的公司计划在 2023 年改变其政策。有 40% 的公司表示会要求员工每周在办公室工作四天，13% 公司的计划让员工完全回到办公室办公。[13]

随着员工需求的转变，以及许多组织开始抵制变革，员工忠诚度也在不断降低。在美国，员工敬业度在 2022 年下降至 61%，延续了 2021 年的下降趋势。[14] 在全球范围内，IBV 研究发现，69% 的员工表示其工作比雇主更重要，大约一半 (52%) 的员工表示为上一任雇主工作了四年或更短的时间。[15]

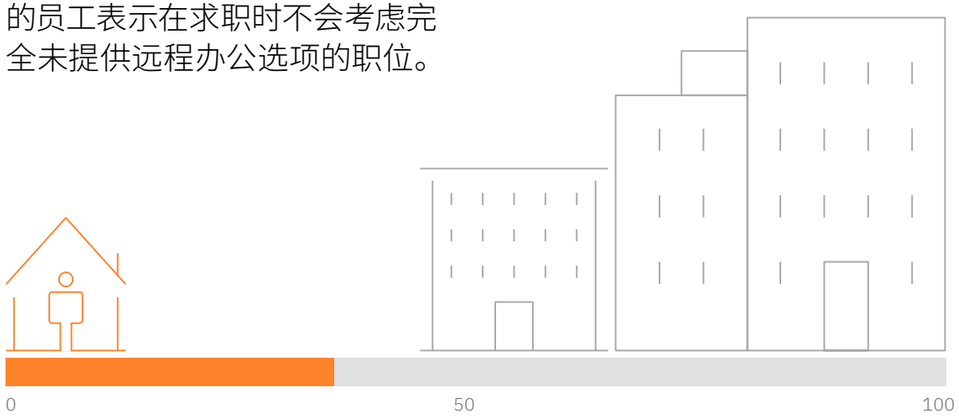
图 1

远程控制

灵活性是 2023 年吸引人才的首要因素。

35%

的员工表示在求职时不会考虑完全未提供远程办公选项的职位。



信息来源：IBM 商业价值研究院针对 16349 位员工开展的全球调研，2022 年 3 月。

大变局

1. 人才短缺和薪资压力阻碍增长

2. 个人隐私和个性需求令客户关系变得复杂

3. 诸多供应链威胁呼吁持续韧性

4. 可持续发展战略应发挥影响力并落在实处

5. 网络攻击面呈指数级扩大

着眼战略，着手要害

弥合人才缺口

为了吸引合适的人才并实现盈利性增长，雇主需要设法满足不断变化的员工需求，同时避免预算超支。下面列出了三种举措，可帮助公司在 2023 年重塑人才战略并从竞争中脱颖而出。

1

扩大合作范围并挖掘“隐藏人才”。

与生态系统合作伙伴共享技能和资源，并将一些工作流外包给合作伙伴，从而提高管理效率。挖掘内部运营和员工数据，发现现有员工队伍中尚未发掘的技能和才能。寻找拥有合适技能的人才，而不是只看学位。

2

实现个性化混合办公。

与员工共同设计和定义满足独特需求的混合办公模式。允许员工自定义工作安排并采用可支持安全远程办公的技术。

3

采用创新方式为员工创造价值。

尽管组织无法总是靠增加工资来吸引人才，但可以通过多种方式帮助员工改善生活质量并节省时间和资金。探索减少员工支出的途径，例如提供个性化的工作安排，从而降低育儿和通勤成本。

大变局

1. 人才短缺和薪资压力阻碍增长

2. 个人隐私和个性需求令客户关系变得复杂

3. 诸多供应链威胁呼吁持续韧性

4. 可持续发展战略应发挥影响力并落在实处

5. 网络攻击面呈指数级扩大

着眼战略，着手要害

2 个人隐私和个性需求令客户关系变得复杂

创新者的未来愿景很少能完全转化为现实。他们做对了一些事情，但技术将以何种方式改变生活是由大众决定的。

谷歌眼镜的失败就是一个典型的例子。[16] 自 1980 年代以来，智能眼镜一直存在于科幻小说中。但隐私保护和审美问题阻碍了谷歌将这一愿景变为现实。近十年后，许多公司仍然难以在智能眼镜方面有所突破。

但是，正确利用沉浸式技术可以实现许多优势。2022 年，元宇宙市场大约为 400 亿美元。2022 到 2030 年间，这一市场预计将保持 39% 的复合年增长率。[17] 为了充分把握这一市场机会，组织需要提供富有想象力的卓越体验，并成功解决安全和隐私问题，从而建立持久的客户关系。

随着沉浸式客户体验的日益普及以及购物活动扩展至多种不同的数字平台，安全性变得至关重要。2022 年，思科发现 43% 的消费者表示无法保护自己的个人数据 — 缺乏数据透明度是首要原因。五分之四的消费者表示无法确定公司在如何处理他们的数据。总体而言，37% 的消费者曾为了保护隐私而选择更换了品牌。这个比例在印度跃升至 68%，在中国为 43%，在墨西哥为 47%。[18]

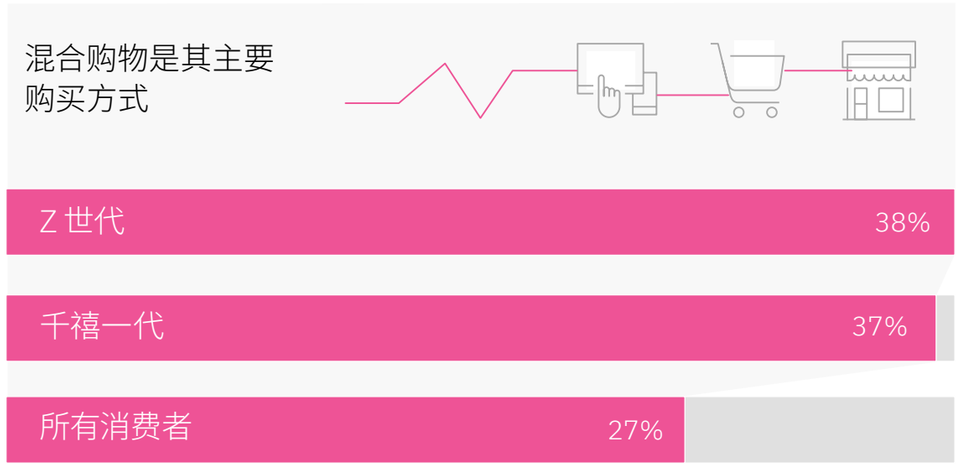
此外，企业领导者还需要能够区分短期热点和长期大势。为了做出能够推动可持续增长的明智选择，企业领导者首先要了解消费者希望从其购买的产品和所支持的品牌中得到什么。

例如，无论是在实体渠道还是数字渠道中，消费者都希望获得无缝的购物体验。根据 IBV 研究，结合使用数字渠道和实体渠道的混合购物是目前增长最快的购物方式，并且是超过四分之一 (27%) 的全球消费者的主要购物方式。Z 世代的这一数字跃升至 37%，千禧一代的这一数字跃升至 38% — 并且可能会继续上升 (参见图 2) 。[19]

图 2

混合购买是未来的方向

超过三分之一的年轻消费者倾向于结合使用实体渠道和数字渠道来进行购物。



信息来源：“Consumers want it all”，IBM 商业价值研究院，2022 年 2 月。

大变局

1. 人才短缺和薪资压力阻碍增长

2. 个人隐私和个性需求令客户关系变得复杂

3. 诸多供应链威胁呼吁持续韧性

4. 可持续发展战略应发挥影响力并落在实处

5. 网络攻击面呈指数级扩大

着眼战略，着手要害

赢得客户芳心

企业需要优先考虑提供数字优先的产品和沉浸式客户体验，从而帮助其从竞争中脱颖而出 — 而企业领导者则需要理解消费者的优先事项，以便做出正确的投资决策。2023 年，企业领导者可以通过以下三种方式增强其品牌的吸引力。

1

明确区分客户群。

区分关注理念、价格和性能的客户，并精准锁定最符合公司产品和价值观的客户群。推出与消费者的价值观最相符的产品。通过部署 AI 和自动化功能来提高效率，快速生成大规模、数据驱动的洞察。

2

提供独特且直观的体验。

提供易于使用的功能来丰富客户旅程，建立差异化优势。识别并优先建立支持和编排安全、互联的沉浸式客户体验所需的技术能力。

3

赢得客户信任。

期待并拥抱客户对其数据拥有更大掌控权的世界。认识到消费者会在隐私保护与个性化之间做出权衡，并选择可帮助他们取得适当平衡的企业。明确定义数据安全、隐私和恢复策略，并允许消费者选择不共享个人信息。

大变局

1. 人才短缺和薪资压力阻碍增长

2. 个人隐私和个性需求令客户关系变得复杂

3. 诸多供应链威胁呼吁持续韧性

4. 可持续发展战略应发挥影响力并落在实处

5. 网络攻击面呈指数级扩大

着眼战略，着手要害

3 诸多供应链威胁呼吁持续韧性

如何度过一场似乎永无止境的风暴？答案是需要灵活性、创造力和广阔的合作伙伴网络。

2022 年，面对地缘政治冲突、劳动力短缺和自然灾害频发，各行各业的企业都严重依赖于这些能力。企业需要发挥创造力，确保可靠地采购长期供不应求的产品和材料，从半导体、药品到牛奶，全面保障一切物资的可靠供应。

2023 年，企业领导者预计供应链中断将继续威胁业务连续性。IBV 研究表明，在未来两到三年内，全球 CSCO 们预计宏观经济和环境因素将成为影响其组织的首要外部力量。[20]

例如，在各种自然灾害的驱动下，许多企业领导者已经开始重新思考其供应链模式。仅美国在过去三年中平均每年因灾难造成的损失就达到 90 亿美元，而在 1980 年代平均每年约为 30 亿美元。[21]这些极端天气事件可以摧毁供应链中的关键环节，从而对依赖于供应链的公司产生严重影响。

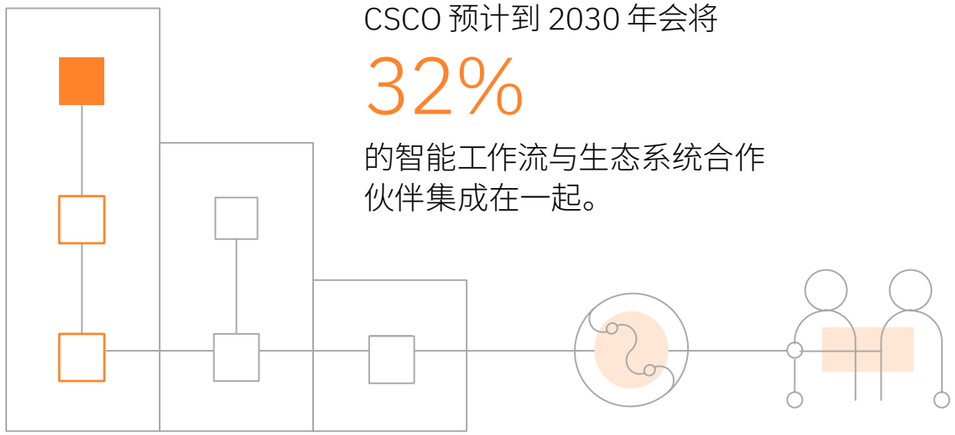
地缘政治冲突带来的中断也是如此。2022 年，乌克兰战争促使全球范围内的企业开始重新思考其合作伙伴生态系统。三分之一的 CSCO 表示，其组织在过去三年中已经开始与新的国家或地区的供应商开展合作 — 我们预计这一比例将继续上升。[22] 他们还计划在这些不断发展的业务生态系统中引入自动化。总体而言，CSCO 预计到 2030 年会将其 32% 的智能工作流与生态系统合作伙伴集成在一起（参见图 3）。[23]

此外，许多企业领导者也在重塑其供应链，以应对日益严重的气候变化威胁。近 50% 的 CSCO 预计可持续发展计划将在未来两到三年内显著改变其供应链模式。[24] 在整个企业最高管理层中，38% 的高管预计会根据其可持续发展状况来更换供应商，32% 的高管计划在未来三年内转型为低排放、低污染和低浪费的采购模式。[25]

图 3

更智能的弹性

企业正在不断发展的业务生态系统中引入自动化。



信息来源：“The resilient digital supply chain”，IBM 商业价值研究院和 Celonis，2022 年 4 月。

大变局

1. 人才短缺和薪资压力阻碍增长

2. 个人隐私和个性需求令客户关系变得复杂

3. 诸多供应链威胁呼吁持续韧性

4. 可持续发展战略应发挥影响力并落在实处

5. 网络攻击面呈指数级扩大

着眼战略，着手要害

构筑因机而变的供应链

面对持续不断的威胁，企业应当专注于提高敏捷性和弹性 — 但更大的压力也带来了新的机遇。2023 年，企业领导者可以通过以下三种方式构筑成功的供应链。

1

通过智能工作流加速获取洞察。

自动化可以为运营和决策流程引入更高的可预测性、灵活性和洞察力。此外，集成 AI 还可以帮助组织几乎实时地监控质量、跟踪绩效以及生成更准确的预测。

2

采用业务连续性设计。

3D 打印、智能机器人和开源硬件等技术可以为企业领导者赋予更大的控制力。这些技术可以在供应链中融入弹性，并帮助组织更快地适应变化 — 但前提是要拥有适当的技能型人才。

3

采用可持续的供应链模式。

明确简单、透明的指标，并联合整个业务生态系统，共同定义通用标准和术语。与合作伙伴携手合作，共同为消费者、董事会成员和投资者发布跟踪数据和进展报告。

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_51163