

数字化技术冲击传统商业模式,目前90%的工作需要人们具备某种数字技能

“亚马逊效应”颠覆性改变职业

在风云变幻和充满颠覆性力量的商界,预见趋势可以发现商机,顺势而为是获得成功的途径。但是,山外有山,预见和把握趋势才能在更大的市场获得成功。“亚马逊效应”带来的或许正是这样的启示。

2017年,电商巨头亚马逊公司在全球动作频频,不仅成功推出人工智能终端,还涉足线下,掀起了新型零售的篇章。

不过,在世界上最大的电子商务市场中国,亚马逊却似乎没有太大影响,这又是什么原因?对这些问题的思考,或许有助于我们观察全球商业的变革方向。



链接

“使用而不占有”的共享理念日渐流行
千禧一代
改变世界经济面貌

上一轮科技和产业革命所提供的动能不断消减,新的经济形态和发展模式逐渐形成并演进。在这场演变中,共享经济等新业态成为亮丽的风景线,以灵活多变的方式为撬动陷于困境的传统经济提供新思路,其中不乏千禧一代的印迹。

各国对千禧一代的界定虽略有不同,但大致上指20世纪80年代中期至90年代出生的人群。美国人口普查局统计显示,截至2016年,千禧一代约占美国人口的26%,已超过“婴儿潮”一代,成为美国人口数量最多的一代人。据法国统计和经济研究所数据,到2020年,法国将有一半就业人口是在1980年以后出生的。

韩国大学生金始源认为过上“普通”的生活已成为最大的挑战。“原本恋爱、结婚、生子都是再普通不过的事,但现在迫于高物价、高学费、高房价的压力,越来越多的年轻人抛弃了这些基本的生活。”

近年来,教育费用高、购房压力大、求职难、收入低已成为千禧一代口中的高频词。

专家指出,千禧一代存在较高的心理诉求与其消费能力无法匹配的问题,而这催生并推动了共享经济的发展。千禧一代倾向于应用技术以更高效和更具有成本效益的方式利用资产,对消费和资产所有权的态度也发生了变化。“使用而不占有”的理念越来越流行。

目前,千禧一代已成为共享经济的主要参与人群和生力军。普华永道的一份调查报告显示,千禧一代参与共享经济的比例为53%,半数以上的千禧一代推崇共享经济的原因是可负担性和方便性。在千禧一代的助力下,共享经济正在蓬勃发展。据预测,到2025年全球共享经济的市场规模将增长至3350亿美元。

未来已来,千禧一代作为消费市场的主导力量、社会的中坚力量,推动着经济发展,同时也在重置经济的生长模式,改变着世界经济的面貌。

■来源:新华社

在美威力频现 变革商业模式

美联社在盘点美国公司2017“大赢家”时,第一个列出的就是亚马逊。

2017年6月,亚马逊宣布斥资137亿美元收购全美最大的天然和有机食品连锁零售商全食超市,其他食品零售商的股价应声而落。特别是在亚马逊去年8月24日宣布收购即将完成、部分热门商品最大降价幅度高达43%后,全美六家主要食品零售商市值一天内共蒸发近120亿美元。

2017年8月,零售巨头沃尔玛与互联网巨头谷歌宣布,将合作推出语音购物服务,联手对抗双方共同的敌人亚马逊。但亚马逊的市场份额仍不断攀升,圣诞旺季,在美国有超过6000辆拖车和32架亚马逊飞机忙于派送订单。

美国威登研究公司策略师迈克尔·珀维斯认为,亚马逊带来的变革可能瓦解已有数世纪历史的商业模式。

以技术为核心 数据引领未来

亚马逊的威力来自哪里?美国汤普金斯国际咨询公司副总裁迈克尔·扎库尔的答案是:“亚马逊成功地把技术放在一切业务的‘核心’位置,愿意启用大量资金开发自己的技术和设备。”

谈及亚马逊先进的技术平台,芝加哥大学商学院教授史蒂文·卡普兰说,亚马逊经过十多年的发展,累积了大量的大数据,“它把这个技术平台优势运用到了每一个领域”。

大数据是“一场发生在决策、消费者行为以及几乎所有领域的颠覆性革命”,《大数据主义》一书的作者史蒂夫·洛尔这样说。

“现在的各类商业集群如果没有大的创新发生,恐怕其中很多都难以为继。”日本法政大学经营系教授李瑞雪说,“以亚马逊、阿里巴巴为代表的电子商务巨头给经济和社会结构带来了巨大冲击。”

数字化技术的冲击力度,大到难以想象。比如,它将给各种职业带来永久性、颠覆性的改变。据欧盟统计,目前90%的工作都需要人们具备某种数字技能,而65%的欧盟新入学儿童长大后将从事目前尚不存在的职业。

中国另有强手 全球趋势发力

以技术取胜和变革商业模式——亚马逊在美国做的事情,阿里巴巴等企业在中国也在做。而且,在很多方面,中国企业甚至走在亚马逊前面,令“亚马逊效应”在中国无从施展。

比如,亚马逊在美国在线零售市场的份额已达34%,2020年更有望升至50%,但在中国,亚马逊的市场份额还不到1%,远远落后于阿里巴巴和京东。

“在创造线上及线下无缝式客户体验的过程中,数据分析和全渠道技术的使用愈发成熟,这种趋势在中国市场更为明显。”普华永道香港咨询服务总监汤姆·伯特惠斯尔说。

“亚马逊效应”的背后,不是哪一家公司,而是全球商业模式更迭的大趋势。把阿里巴巴看作“中国版的亚马逊”或许并不准确,但可以看到,它们的发展方向有很多相似之处,这其实反映了整个时代的发展方向。在商界的不断演变中,能够最深远地把握趋势的“玩家”才会成为“王者”,而这也必将是一场持续不断的比拼和历练。

