

本期话题:AI时代民企如何破局增长

# 用数据将“消费者”还原为“生活者”



在数字化浪潮与AI(人工智能)技术加速演进的时代背景下,民营经济正面临深刻的结构性变革。新一代信息技术如何重塑企业成长路径?数据驱动又怎样催生新业态、新消费与新营销?本期民企会客厅聚焦民营经济与人工智能协同发展之路,从数字化转型、消费趋势变迁到营销逻辑重构,多维度解析企业在智能时代面临的挑战与机遇,探寻可持续增长新引擎。

本期主持:黄文珍  
嘉宾名片:



新涛  
厦门大学教授



张德富  
厦门大学教授



陈素白  
厦门大学新闻传播学院广告学系教授



## 唯创新者才有出路

主持人:新一代信息技术风起云涌,民营经济发展呈现什么新特征?在智能时代,企业经营发展有哪些新变化?

新涛:我们正进入新经济时代。如果说新经济的第一轮浪潮主要是由IT所引发的经济革命,那么当下正在发生的第二轮新经济革命则是由DT(数据科技)所推动。“云、网、端”支撑“数据”新生产要素持续投入;“平台经济”“共享经济”“微经济”三位一体、相辅相成;“跨境经济”“协同治理”等更受重视。消费复苏呈现的特点包括,到今年人们恢复正常生活的程度已达到2019年同期水平,特别是旅游住宿、文化娱乐和新能源汽车等增幅居前;消费结构继续变化,“朴实型悦己”是消费主基调;“大户外”和“大室内”消费板块持续看好,这两个方向是“朴实型悦己”基调下更具体的消费趋势表现等。消费的变化也意味着原有产品和服务增量时代结束了,未来的机会就是产品和服务创新。原来所谓的大厂

没有创新也会被边缘化,只有创新者才有出路。

张德富:如今,每个人都在用互联网,所累积的数据量巨大。去年,中国数据总量突破40亿ZB。过去需要用纸张存储数据,但数字化后,U盘就能装下海量数据,还能分布式存储,安全又便利。对于企业而言,数字化转型势在必行,第一步就是把企业纸质资料搬运到互联网平台,积累多了就形成大数据,这样才有价值。积累用户数据不能只靠“烧钱”,还得有创新。比如,嚼槟榔容易导致口腔癌,槟榔行业销售因此受到影响,有企业通过研发提取槟榔有益物质做成口香糖,解决了健康问题,从而扩大了用户群体,这就是产品创新的力量。但有了大数据也不代表能变现,有两个门槛,其一是人才,高端的AI人才不容易招到,就会出现有数据没人能分析;其二是数据具有多样性,处理并不容易,企业各业务部门系统难打通,数据还有文本、图

片、语音、视频等多种格式,AI自动识别难度太大,没法高效利用数据。

陈素白:新媒体是新的技术支撑体系下出现的媒体形态,其以数字信息技术为基础,以互动传播为特点,是具有创新形态的媒体。品牌营销源于洞察力,企业要找到扣动人们消费心脏的按钮,从行为到动机出发,找出不理性背后的理性。在智能时代,看似琐碎的数据,却是营销决策的重要依据。比如,数据显示,51%的男性在穿裤子时先穿左腿,65%的女性则是先穿右腿;牙膏制造商知道我们最喜欢的牙刷颜色是蓝色等等,企业要学会在堆积如山的消费者习惯中寻找营销商机。如今,企业不能把人简单地看做“消费者”。全球著名广告公司博报堂提出了“生活者”的概念,就是将消费者作为一个拥有多方面生活内容的实体,整体化、全方位地看待。这样,我们可以从片段式的行为中发现“最本质的欲望和价值观念”。

## 借AI提质增效的核心是“会用AI”

主持人:在新经济时代,企业可以把哪些新机遇以实现可持续增长?企业在营销逻辑上需要做哪些调整?

新涛:民营经济迎来了新的发展机遇,企业可以瞄准新能源、新能源汽车和新材料转型发展;瞄准消费升级赛道,康养、文化娱乐和高端心理需求将快速提升;瞄准人工智能和人形机器人方向,以后人们工作和生活的智能化场景和智能化设备将替代目前的消费产品;“内卷”程度高的行业和赛道要做到差异化和精致化,饱和行业和过度竞争行业可考虑“出海”;轻资产、平台化和可复制的低成本模式会愈发引起重视;场景式消费、直播式消费和网红带货式消费是消费下沉的重要渠道。

对于中小企业而言,要因地利制宜、

分类施策,市场萎缩性企业可考虑暂时退出;市场缓慢复苏型企业考虑以最小成本的蛰伏;市场恢复型企业考虑转型发展;市场爆发型企业要迅猛出击,先手占领市场。

张德富:当下,AI大模型日新月异。对此企业不用太焦虑,会用AI大模型即可。企业不需要懂AI大模型原理,会提问就能解决很多问题。AI的核心是算力、数据、算法。数据质量很重要,大模型学的高质量数据越多,给出的答案越靠谱。算法能让AI从数据里学知识。现在,生成式AI更强大,能生成文本、图片、语音、视频等。对于企业而言,不论是数字化还是人工智能,核心是要学会用好它们,以此提高效率、解决问题,把省下来的时间用在学习和创新上,这也是数字化、人工智能

真正的价值。

陈素白:大数据告诉我们,在中国“朋友之间的信息收发”更多,远超日本和美国。“朋友”既是信息的入口,也是信息的出口。在信息爆炸的今天,“圈子”亦成为生活者的“信息过滤网”。在“镜众”的概念中,共振型消费者的心中有面镜子,镜面朝着别人。当遇到需求、爱好、心情和自己相近的事物时,就吸收进来,混合后再把这种心情反射出去。当很多人互相反射和共振时,就会形成一个大的热潮。大数据时代“镜众”崛起,受镜众传播模式启发,我们认为,价值共振和情绪感染是受众分享行为的两条重要路径。让消费者自发成为品牌和营销活动的发起者、体验者、分享者和传播者是新媒体营销的核心突破点。

## 将消费者视为“生活者”并与其共创

主持人:人工智能时代,民营经济可从哪些维度借力AI技术突破传统模式的局限性?优化营销与触达方式的策略有哪些?

新涛:企业转型升级要拥抱物联网,拥抱新平台,找寻新商机;提升产业链模块水平和产品结构,增强企业竞争力;推动商业模式再造,提升盈利能力;推动“大众化”“多元化”经营向“差异化”“特色化”经营转型;从自主加工向自主设计、自主品牌转型。创新组织结构,推动产业组织的扁平化、小型化和柔性化。通过制度创新和技术创新的结合,达至组织模式的创新。

张德富:以制造业为例,设计、制造、管理、运营、营销等都运用自动化、AI完成。比如,新能源汽车现在一分钟就能组装好,全是机器人在干活。运用AI能大幅减少成本、提高效率,物流领域的机器人应用也很实用,比如分拣和装货。未来物流还能更方便,比

营销效果越成功。第三,尽量给品牌穿上感性诉求的外衣,消费可能是理性的,但生活一定是感性的,亲情、友情、环保、神秘、健康、自由等,这些外延广泛的低阶感性诉求能在最大程度上引发人的共鸣、促使他们行动,从而有利于加深对企业品牌的记忆度,提高美誉度和忠诚度。第四,开放平台,提供互动路径,创建更多的媒介接触点,生活者既是接受者也是合作者,真正的互动是让公众觉得品牌是因他们而成,高度碎片化的市场,需要我们比任何时候都更加关注科技与艺术。第五,创造商务和生活方式,激活“发现”和“体验”,创意向产业链上游和下游两端无限延伸,成功的品牌最终都要变成代表某种价值观的生活方式,成功的企业应该凝聚让人心生向往的美好愿景,企业要认识到我们不是在创造广告,而是在创造生活本身。

## 记者手记

### 在数据洪流中看见“人”的温度

互联网、大数据、人工智能等新一代信息技术日新月异,数智化与企业融合发展的话题已不鲜见。在这场以“民营经济”“人工智能”“智能时代”为关键词的探讨中,让记者更清晰看到的是,技术工具背后隐藏的活生生的“人”。

很显然,技术的变革与演进给企业带来的是提质增效的效率革命。同时,在智能时代,企业破局增长的关键在于,基于海量数据、前沿算法之上,理解并回应数据背后那一个个鲜活的企业。技术工具的革新正重塑着企业经营的底层逻辑:企业面对的,不仅仅是抽象的“消费者”,更是有情感、有圈子、有完整生活故事的“生活者”。这也意味着,企业营销逻辑必须从“说服式购买”转向“共创生活”。品牌需要褪去商业的外衣,学会与用户进行真诚的“价值共振”与“情绪对话”。那些成功的传播,往往不是生硬的广告,而是让用户自发成为品牌故事的参与者与传播者,在共同的“生活场”里完成价值确认。

数据洪流奔涌不息,但企业航船最终需要抵达的是,每一个具体而微的生活彼岸。当技术的光辉最终照亮人的真实需求与生活愿景时,企业可持续增长水到渠成。民企的破局之路,或许正始于用大数据“放大镜”,重新发现并珍视每一个完整的“生活者”。(文珍)

## 10月仓储指数重回扩张区间 企业补库意愿略有增强

本报讯 中国物流与采购联合会5日发布数据,10月份,我国仓储指数为50.6%,较上月回升1个百分点,行业活跃度有所提升,企业补库意愿略有增强,对后市的预期稳中向好。

从分项指数来看,与上月相比,业务量指数、设施利用率指数、期末库存指数、平均库存周转次数指数有所上升,升幅在0.6个百分点至3.8个百分点之间;企业员工指数、业务活动预期指数有所下降。

中储发展股份有限公司副总经理杨熹认为,10月份,我国仓储指数重回50%以上的扩张区间,行业活跃度有所提升。业务量增加,设施利用率提高,库存周转效率同步回升,尽管库存水平仍有所下降,但降幅较前期收窄,反映出市场需求有所回暖,供应链上下游衔接更趋顺畅,商品流转加快,企业补库意愿略有增强。(中新)



## A股低开高走 电工电网题材走强

本报讯 A股三大股指5日集体大幅低开走高,沪指和创指午盘均成功收涨。午后两市继续走高,创指更是涨超1%。

从盘面上看,储能、新能源方向领涨,电工电网题材领涨,光伏、锂电池概念股爆发;海南自贸区、免税店、离境退税指数携手走强。

截至昨日收盘,上证综指涨0.23%,报3969.25点;科创50指数涨0.23%,报1390.39点;深证成指涨0.37%,报13223.56点;创业板指涨1.03%,报3166.23点。当天沪深两市成交总额18723亿元,较前一交易日的19157亿元减少434亿元。

### 机构观点:

财信证券:短期内,在市场重新放量走强或者形成新的主线方向之前,大盘可能维持指数震荡、题材板块快速轮动的局面。中期来看,在全球科技投资热情不减、“反内卷”政策、居民储蓄入市等因素支撑下,本轮行情的根基并未动摇,后续A股市场仍存在继续走强的基础。(中新 晚综)

## 美科技股遭抛售 冲击全球股市

据新华社电 由于市场对美国科技类股票估值过高的担忧加剧,以及美国华尔街一些高管警告当前市场回调风险,美国纽约股市三大股指4日收盘显著下跌。受此影响,全球多数股市5日呈现下跌态势。

截至4日当天收盘,道琼斯工业平均指数比前一交易日下跌251.44点,跌幅为0.53%;标准普尔500种股票指数下跌80.42点,跌幅为1.17%;纳斯达克综合指数下跌486.089点,跌幅为2.04%。科技类股票中的帕尔蒂尔股价下跌7.96%,英伟达股价下跌3.96%。

市场分析认为,市场投资者当前信心受挫与两方面原因有关:一是市场对美国科技板块股票估值过高的担忧,二是国际知名金融机构美国高盛集团与摩根士丹利高管相继对当前股市发出预警信号。

分析指出,尽管美国科技企业的资产负债显示其在人工智能(AI)领域的投资有所增加,但“这些投资能否转化为利润”的疑问再度浮出水面。这些不确定性,使得部分投资者在人工智能相关股票快速上涨之后开始持谨慎态度。

高盛集团首席执行官戴维·所罗门表示:“未来12个月至24个月内的某一时点,股市很可能出现10%至20%的跌幅。”摩根士丹利首席执行官特德·皮克则建议投资者做好股市下跌准备,认为此类下跌属于正常现象,而非危机信号。

此外,资本的“有意为之”或成为近日美股大跌的推手。美国机构3日发布的相关文件显示,美国知名“空头”迈克尔·伯里已斥资约11亿美元,买入对英伟达和软件企业帕尔蒂尔公司的看跌期权。这种期权能从股价下跌中获利。

受纳斯达克股指大跌影响,东京股市两大股指5日大幅下挫。日经225种股票平均价格指数收盘下跌2.5%;东京证券交易所股票价格指数下跌1.26%。今年以来涨幅显著的软银集团一度下跌超过13%。

此前,韩国综合股价指数因投资者对人工智能类股票的追捧,成为今年表现最佳的股指之一。5日,该股票指数盘中跌幅一度高达6.2%。尽管随后小幅回升,但收盘时仍下跌2.9%。

欧洲主要股指方面,法国巴黎股市CAC40指数4日报收于8067.53点,较前一交易日下跌42.26点,跌幅为0.52%;德国法兰克福股市DAX指数4日报收于23949.11点,较前一交易日下跌183.30点,跌幅为0.76%。路透社报道,欧洲斯托克600指数4日下跌0.3%,而科技板块是表现最差的板块之一。