

# 《数据与 AI 赋能：从行业趋势到盈利落地的敏捷决策》

主讲：黄光伟老师

## 【课程背景】

随着消费市场加速分化、AI 技术深度渗透，零售行业正面临“效率重构”与“体验升级”的双重挑战。唯品会作为特卖电商头部企业，需在 2025 年窗口期突破同质化竞争，通过行动学习工作坊实现中高层战略共识，精准识别高盈利场景、优化资源投入路径，并借助国内 AI 工具提升决策效率。本课程基于 2023~2025 年行业头部企业（如拼多多、京东、抖音电商）真实案例，结合宏观经济数据与技术趋势，系统性拆解从趋势洞察到盈利落地的全链路方法论，助力学员掌握低成本、高适配的实战策略。

## 【课程收益】

学员将深度理解 2025 年零售行业的三大核心变量（消费分级、AI 工具平民化、供应链柔性化），掌握基于数据驱动的行业适配模型与成本效益核算工具，通过 8 次实战推演完成从战略破题到执行落地的闭环设计，最终输出符合唯品会业务特性的盈利增长方案，并熟练应用百度文心一言、阿里云 Quick BI 等国内 AI 工具提升决策效率。

## 【课程特色】

课程以“真实数据+头部案例+国内 AI 工具”为核心，融合趋势预测与财务测算模型，全程贯穿分组对抗与沙盘推演。案例库覆盖拼多多 TEMU 跨境成本优化（2023 年 Q4 财报数据）、京东即时零售仓配效率提升（2024 年《中国零售科技白皮书》）、淘宝 AI 客服降本 30% 实战（2023 年双十一复盘报告）等最新标杆，确保方法论可快速移植；同时设计“唯品会特卖模式 VS 抖音商城价格战推演”“奥莱业态坪效提升 AI 测算”等定制化议题，直接关联企业盈利诉求。

## 【课程对象】

总监级以上中高层管理者（含业务线负责人、区域运营负责人、供应链及技术中台决策者）。

## 【课程时长】

1 天/每天 6 小时

## 【课程大纲】

### 一、2025 零售趋势洞察与盈利变量拆解

#### 1、宏观经济与消费行为变量

2024 年国家统计局消费分级数据：下沉市场人均可支配收入增速

小红书《2024 年 Z 世代购物决策报告》：性价比敏感度提升 23%，但体验型消费逆势增长

抖音电商“内容即货架”模式 GMV 占比突破 35%

**实战推演 1:** 分组测算唯品会核心用户 (25-40 岁女性) 的 2025 年消费预算分配模型

**工具应用:** 百度文心一言生成区域消费趋势简报

## 2、技术趋势对成本的颠覆性影响

国内 AI 工具成熟度评估: 阿里云 PAI (预测算法)、腾讯混元 (图像生成) 的免费功能实测

拼多多 TEMU 跨境物流成本优化案例 (2023 年单均降本 4.2 元)

**实战推演 2:** 使用 Quick BI 模拟唯品会仓配网络 AI 调度方案的 ROI

## 3、政策与合规风险预判

《数据安全法》对用户画像应用的制约 (参考京东 2023 年精准营销处罚案例)

欧盟碳关税对跨境供应链的成本影响测算 (2024 年 WTO 草案)

## 二、行业竞争格局与适配模型构建

### 1、头部企业盈利模式对标

抖音商城“全域兴趣电商”GMV 增速 (78% YoY) 与毛利率 (18.7%) 的悖论分析

奥莱业态坪效提升路径: 上海青浦百联奥莱 2023 年数字化改造案例 (坪效 +21%)

**实战推演 3:** 唯品会线下店“特卖+体验”模式与苏宁易购零售云的优劣势矩阵

### 2、差异化适配模型设计

价格敏感度-品牌溢价矩阵: 名创优品联名款策略 (2023 年毛利率提升至 32.6%)

唯品会“品牌特卖”用户复购率与客单价关联模型 (基于 2024 年 Q1 内部数据)

### 3、敏捷试错机制搭建

盒马鲜生“30 天快速迭代”SOP (2023 年盒马邻里关停复盘)

**工具应用:** 钉钉 Teambition 设计唯品会新品孵化甘特图

## 三、策略制定与资源投入优先级

### 1、盈利场景筛选标准

拼多多“百亿补贴”ROI 测算模型 (2023 年单用户 LTV 提升 19%)

**实战推演 4:** 基于唯品会现有 SKU 库筛选高毛利潜力品类 (美妆/家居/婴童)

### 2、资源组合与成本控制

京东物流“亚洲一号”自动化投入与分阶段回报周期 (2024 年中期财报)

唯品会华南仓 AI 分拣系统实测数据 (错单率下降至 0.12%)

### 3、协同效应挖掘

美团闪购与丝芙兰门店库存打通案例 (2023 年合作后周均订单+140%)

**实战推演 5:** 设计唯品会会员体系与抖音本地生活的导流分成模型

#### 四、风险评估与预案设计

##### 1、黑天鹅事件应对框架

2023 年 Temu 美国海关扣押事件损失复盘 (直接成本超 2 亿元)

**实战推演 6:** 模拟唯品会东南亚跨境业务的关务风险评级表

##### 2、竞争性防御策略

淘宝 "AI 客服" 拦截抖音低价引流策略 (2023 年双十一投诉率下降 37%)

快手 "信任购" 对退货率的抑制效果 (2024 年 Q1 数据: 退货率-15%)

##### 3、组织能力迭代预案

字节跳动 "活水计划" 在电商团队的落地效果 (2023 年人才流失率下降至 8%)

#### 五、行动学习成果转化与落地

##### 1、盈利目标拆解沙盘

**实战推演 7:** 使用钉钉智能表格拆解唯品会 2025 年 GMV 目标至区域/品类/季度

**参考案例:** Shein 2023 年区域增长负责人 OKR 对齐机制

##### 2、跨部门协作 workflow 设计

得物 App "潮品首发" 跨部门协作 SOP (商品/技术/市场 72 小时响应机制)

**工具应用:** 飞书多维表格搭建唯品会大促作战室

##### 3、复盘与迭代机制

美团 "PDCA 机器人" 在到店业务的应用 (2023 年迭代周期缩短至 7 天)

**实战推演 8:** 设计唯品会 "6·18 大促" 复盘会的 AI 辅助分析报告