

2025中国零售创新大会

用“硬科技+软情绪”驱动中国新零售

新闻晨报记者 钱鑫

AI与大模型实现精准需求预测,AR/VR带来沉浸式体验,物联网保障供应链效率——“硬科技”正成为零售业提质增效的核心引擎。而技术的终极目标是服务于人,通过场景营造、品牌故事构建情感社群的“软情绪”,则是激活消费、培育品牌忠诚度的关键。未来中国新零售的决胜点,在于“硬科技”与“软情绪”的无缝融合,实现从“卖产品”到“提供生活方式解决方案”的跨越。

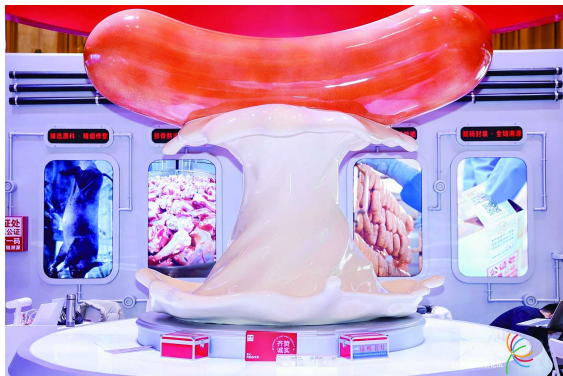
日前,CCFA新消费论坛——2025中国零售创新大会在上海召开。大会围绕“挖掘存量市场下的结构性机会”主题,通过探讨零售新趋势、新势力、新模式,全面展示零售业创新发展最新成果。

商业聚焦三大核心方向

中国连锁经营协会会长彭建真在致辞中指出,存量时代竞争意味着行业进入价值深耕深水区,可聚焦三大核心方向:一是聚焦用户需求深耕,以精准洞察激活存量价值。银发经济、Z世代等细分赛道扩容,企业需转向分层分群精细化服务,从提供产品转向深度运营品牌体验;二是重构“人货场”生态,以系统升级夯实根基。“人”层面从流量思维转向用户思维,“货”层面聚焦高质价比与稀缺价值,“场”层面加速向生活服务综合体转型,线上线下融合不可逆;三是拥抱科技赋能,以全新视野打造增长引擎,将大数据、AI等技术作为基础设施,积极抓住人工智能带来的机遇。

寻找突破口

德勤中国首席经济学家许思涛分享《全球宏观变量下的中国经济展望》时表示,2025年全球经济经历宏观挑战与微观机遇的博弈,企业通过增加AI投资提升效率成为共识。展望2026年,大型经济体增速放缓、通胀分化给政策协调带来挑战,保护主义仍在发酵,AI投资回报与资产泡沫问题值得关注。他强调,进入“十五五”时期,消费是经济可持续发展的



重要动力,企业需把握政策导向与消费趋势,在AI驱动创新、消费新场景打造等领域寻找突破口。

破解“美丽店面、沉默员工”

针对实体店“美丽店面、沉默员工”的困境,The Retail Doctor CEO Bob Phibbs(鲍勃·菲布斯)提出,尽管数字化投入加大,但73%零售额仍来自实体店,消费者渴望“人际连接”。顾客进店有“是否受欢迎”“浏览探索”“产生拥有感”三个心理阶段,未来零售竞争关键在“人的温度”,需让员工成为引导体验的“英雄”,才能实现持续增长。

永旺集团执行董事副总裁、中国事业首席行政官朱菁介绍,拥有267年历史的永旺秉持“给顶梁柱装上车轮”的经营哲学,以顾客需求为原点革新。他结合日本百货业衰退案例强调前瞻性快速应变能力的重要性,永旺通过布局购物中心、小型门店及专业冷冻食品卖场,构建“永旺生活圈”,并重视与顾客共创价值,致力于成为引领生活的企业公民。

中国零售业如何软硬兼施?

嘉御资本董事长兼创始合伙人卫哲在《硬科技软情绪驱动中国新零售》演讲中指出,中国零售业呈现“软硬兼施”新

趋势:一方面,锅圈、沪上阿姨等国民品牌代表“极致理性”消费稳健发展;另一方面,泡泡玛特、千岛潮玩等以IP聚合兴趣社群,“极致感性”消费崛起。硬科技方面,企业需夯实数字化基础,实现从“仪表盘”到“全自动驾驶”进阶,AI应用向选品、订货等领域深化,同时关注“不带电产品带电化、带电产品芯片化、带芯片产品智能化”。他总结,零售企业需坚守产品与连锁模式根本,以软情绪与硬科技双轮驱动捕捉新增量。

构建“智能体场景罗盘”

腾讯云副总裁程伟提出,AI浪潮下企业智能体是链接内外、释放商业价值的关键,零售企业可借助“智能体场景罗盘”规划业务,腾讯云将以技术与开放心态成为商家提智增效的同行者。

阿里巴巴集团副总裁项焯妹强调,AI加速线上与线下、远场与近场等四大融合趋势,Z世代成为消费主体后,“即买即得”与“无缝体验”成核心诉求,AI降低了一体化经营门槛,推动即时零售新业态,推荐机制正从“以商品为中心”向“以需求为中心”跃升。

支付宝线下支付事业部行业场景总经理心南透露,面对增长不确定性,支付宝通过“碰一下”交互方式,聚焦服务体验、营销效果和会员经营,适配人工收银、无人值守等多场景,结合AI智能体为零售商带来新流量入口。



欣活有方同享健康

伊利欣活双擎发力引领大健康产业新方向

正值11月14日世界糖尿病日之际,一场以“欣活有方 同享健康”为主题的跨城健康之旅圆满收官。伊利欣活携手专业健康管理机构爱康国宾集团于北京、上海、武汉、长沙四城同步开启沉浸式健康沙龙,以产品创新与生态协同的双重赋能,为银发群体及关注健康的人群献上科学解决方案,更以行业引领者的责任与担当,推动大健康产业迈入精准化、全周期发展的全新阶段。



GI的特性,从日常营养端为“防大于治”提供解决方案。

现场,资深营养师与中医师围绕“健康防护”展开解析,既串联起伊利欣活舒糖膳底配方奶粉“药食同源+现代科技”的产品逻辑,也明确了爱康国宾检测服务与产品干预的互补价值。中医号脉问诊、八段锦教学等互动环节进一步丰富体验维度,最终形成以伊利欣活的每日滋养为核心、爱康国宾体检为专业支撑的健康服务闭环,不仅让“防大于治”理念深入人心,更树立了“品牌主导、机构协同”的健康服务新范式。

呼应权威健康导向 以产品创新践行科学养护

围绕国家卫健委对糖尿病日宣传的指导要求,伊利欣活联合人民健康,共同聚焦血糖健康这一全民关切议题,将政策导向与权威健康理念转化为可落地的营养解决方案,以

核心产品伊利欣活舒糖膳底配方奶粉为载体,为大众健康管理提供营养支持。

这款由伊利联合北京同仁堂打造的产品,既传承中式古方智慧,汲取灵芝、葛根、玉竹等药食同源精华,又依托现代营养科技实现0蔗糖、低GI设计,搭配膳食纤维与19种多维营养——既在守护血糖健康的同时保障营养均衡,其“预防为先、日常养护”的研发逻辑,更与国家卫健委“早干预、早管理”的指导原则深度契合。通过这一具象化的产品形态,伊利欣活与人民健康的联动不仅让科学控糖理念更贴近大众生活,也为如何将传统养生智慧与现代营养科技相结合、响应国家健康政策提供了更加切实的解决方案。

引领行业变革 重塑大健康产业发展新范式

伊利欣活的此次多维实践,不仅为消费者

带来切实健康价值,更以行业引领者的姿态,在大健康领域树立起“全链路资源整合、跨主体优势互补”的新标杆。

在产品端,开创“古方智慧+现代科技”的融合路径,以伊利欣活舒糖膳底配方奶粉为代表的产品,将健康需求精准转化为解决方案;在生态端,以自身为核心搭建“品牌+专业机构+权威媒体”的协同体系,打破健康服务碎片化局限,构建从理念倡导、风险筛查到日常养护的完整闭环。

未来,伊利欣活将持续深化产品创新与差异化合作,聚焦银发群体健康需求迭代营养方案,同时拓展与爱康国宾的服务覆盖范围,以更精准的产品与服务改善老龄人口生活品质,为大健康产业高质量发展、全民健康事业贡献力量。(梦欣)



跨界爱康国宾打造沉浸式体验 构建全链条健康服务

以“防大于治”的健康理念为核心,伊利欣活牵头整合资源,携手专业健康管理机构爱康国宾集团,发起“欣活有方 同享健康”主题沙龙,通过“营养干预+专业检测”的协同模式,构建起面向大众的全链条健康服务体系。活动中,爱康国宾依托伊利欣活的场景化布局,在四城现场设立深度健康筛查专区,引入Airdoc人工智能视网膜健康风险评估、糖尿病早期无创检测等前沿技术,为健康风险早筛早诊提供专业支撑;而伊利欣活则同步带来核心产品伊利欣活舒糖膳底配方奶粉,以暖心试饮让嘉宾直观感受其0蔗糖、低