

提要：埃森哲《未来生活趋势2023》报告汇集埃森哲全球设计师、创意人员、技术专家、社会学家和人类学家的洞察与智慧，揭示五大趋势和企业应着力的方向。



美好生活， 灵活掌控

文 马克·柯蒂斯、凯蒂·伯克、阿妮塔·比约恩加、
尼克·德·拉·马雷、格雷琴·麦克尼利

虽然人生不尽是一帆风顺，总有跌宕起伏，但直到几年前，大部分人们的生活都还算平稳顺意。然而现在，屡屡发生的“黑天鹅”“灰犀牛”事件令人们愈发感到不安。当人们原本的生活接近崩塌边缘，便会条件反射般的从平凡琐事中采取行动、做出改变，以期可以重新掌控自己的生活。

技术则为人们提供了这种机会。随着人工智能（AI）的普及，图像、声音和文字的模式正在发生创造性的转变。在眼球经济环境下，技术让消费者更多地参与塑造他们喜爱品牌的未来，而不久的将来，人们将利用“标记化”（Tokenization）完全掌控个人数据的安全及使用。

危机发生后，周遭一切已不复从前。生活中的变化更是显而易见，控制权的“天秤”正在倾斜。这些改变不仅影响人们与周遭的关系，也会影响品牌和组织的运营。品牌要决定向其客户让渡一定的控制权，以换取客户对品牌的忠诚度；而在商业领域，领导者将定义混合办公模式如何演变。

趋势一： 努力生活——迎接挑战

一波又一波的危机改变了人们的生活。一些人对此早已习以为常，而另一些人则感到十分不安。不过最终，人们都将适应这种“世事无常”的局面。随着越来越多的人将不稳定性内化为一种常态，他们应对危机的方式将影响他们的购买行为，以及他们如何看待品牌和雇主——企业则需要对此做好准备。

趋势二： 我信故我在——数字世界 心归何处

近年来，人们不但通过数字渠道的兴趣小组找到了归属感，并将某些兴趣发展成了生活日常。新技术在这种行为转变上应运而生，并实现了“先社群、后生意”的新营销模式，进一步促进客户与品牌建立关联。这都将重塑品牌的忠诚度计划，使消费者更多地参与到他们所信任的品牌构建。此外，这种新模式将赋予品牌拓展更多产品领域的的能力，并实现销售转化。

趋势三： 职场再平衡——混合办公 锐意创新

虽然人们仍在探讨是否应全面结束居家办公，重返办公场所，但可以确定的是，居家办公尚未成为被所有人都接受的工作模式。我们曾在2022年的报告中提出过类似的观点，但居家办公所引发的问题至今仍未得到解决，且对于人们的影响愈发明显。归根结底，是长期居家办公无法为人们带来曾经办公场所工作模式所产生的无形益处，这与后疫情时代城市运营模式及人们价值主张的演变密切相关。有人继续抵制恢复新冠疫情前的工作模式，有人则渴

望结束远程办公与同事重聚在办公室——眼下，企业领导者需要重新制定一个更合乎逻辑、互惠互利的混合办公模式。

趋势四： 新生的缪斯——人工智能 赋能创意

人工智能（AI）不断延展其能力边界，帮助人们更好地施展与生俱来的创造力。AI曾经是企业用于完成重复性任务的便捷工具，现在作为人类的好帮手，则在人们完成创意工作时发挥着关键作用。突然之间，任何人都可以创作出质量不错的文章、图像和视频内容，而无须付出很多努力或学习新技能。随着AI技术以惊人的速度发展，企业当前亟须思考如何把握由人工智能所生成的海量优质内容，以及如何有效使用该技术提高自身的原创能力和创新速度。





为了更全面地向读者展示这些趋势，报告中的视觉作品皆由埃森哲的设计师使用人工智能生成：首先从内容中提炼文字或短语作为关键词，然后利用技术工具进行人工调整，最终通过“人机合作”创造出这些更具创造力、多样性和无限可能的艺术作品。

这是一次人类智慧与科技的融合，希望这样的尝试能够提升您的阅读体验。

敬请访问埃森哲官方网站阅读报告全文。

趋势五： 重掌信息权——数字钱包 慎重存放

眼下，品牌需要特别留意数字身份危机对消费者生活的影响，个人数据被使用甚至被滥用的情况已困扰消费者多时。不过，人们可能很快就会通过数字钱包重获个人数据的掌控权，包含支付方式、身份信息、会员记录等标记（Token）信息。至关重要的一点是，消费者将决定如何与品牌或组织共享个人数据。对于品牌来说，因网络缓存文件（cookie）限制而无法获取的数据或许可以通过数字钱包补全。而在设计数字钱包的价值理念并建立消费者对其的信任时，品牌需要关注流程中的每一项细节。毕竟，细节决定成败，提升用户的接纳度更是一项艰巨的任务。

这些生活中微不足道的控制权转移最终会聚沙成塔，改变整个市场生态。消费者的态度已悄然改变，各类技术也愈发成熟，不久，我们会看到一个不一样的未来商业生态。而随着品牌和客户之间的控制权动态变化，市场关系也将被改变——客户将在企业允许的范围更多地参与到品牌决策中来，并能够更自主地保护个人数据。在企业中，领导者需要善

用混合办公模式以重塑内部权力格局，以此推动业务创新和工作关系的良性发展。

无论世界如何变化，作为企业领导者、员工、客户、消费者、创造者，每个人都在尽心尽力地扮演着自己在社会中的角色，并想方设法重新掌控自己的生活，努力回归到正轨。而当这些大起大落趋于平静，人们将迎接崭新未来的开启。🚀

马克·柯蒂斯

埃森哲Song事业部元宇宙业务联席主管兼可持续业务负责人

凯蒂·伯克

埃森哲Song事业部元宇宙业务前沿思想、内容和服务全球负责人

阿妮塔·比约恩加

埃森哲Song事业部全球商业研究院负责人

尼克·德拉·马雷

埃森哲Song事业部北美地区体验设计负责人

格雷琴·麦克尼利

埃森哲Song事业部北美地区体验设计研究院负责人

业务垂询：accenture.direct.apc@accenture.com