

# 2030年 预测

人类文明将以十种姿态迎接未来

Ogilvy CONSULTING



# 十大预测

**1** 极端波动正在加剧

第 6 页

**2** 人才大短缺

第 16 页

**3** 医疗领域转向预防

第 24 页

**4** 经济增长的两个前沿阵地

第 34 页

**5** 各行各业从自有走向共享

第 42 页

**6** ESG 成为强制要求

第 52 页

**7** 人工智能无处不在

第 62 页

**8** 人口老龄化“转银为金”

第 74 页

**9** 迎接可再生能源时代

第 82 页

**10** 女性掌控全球财富

第 92 页





## 引言

“伴随着人类进步，我们使这个世界变得更加不稳定、更加不宜居，因此，现代文明不得不加倍地利用人类特有的智慧和与生俱来的繁荣动力。随着越来越多的人开始掌握经济权力，随着世界变得更加复杂、多极化，甚至可能更加危险，这些影响将会无处不在。我们从客观视角来思考世界所面临的重大转变及其影响，希望能够帮助您评估您未来的商业战略。”

—— 奥美咨询 Ogilvy Consulting 全球首席执行官 CLARA HENDA

与全球所有人一样，我们刚刚扛过来的疫情，改变了每个人对生活的看法与习惯；边缘经济和保护主义等的改变，让许多中国企业需要对供应链、研发创新、区域策略等进行新的调整和布局的反思；很多行业的商业模式与运营也持续经历着科技创新带来的颠覆；中国的双碳目标是源于世界公民应为人类肩负的承担与贡献。

Ogilvy Consulting 奥美咨询 2030 年的这份全球展望，当中有些启示，对中国的企业和品牌可能尤为重要。

疫情、全球政治和经济的变化，让我们每个企业与消费者都深刻意识到未来我们将活在「不确定」的时代中，而在这时代脉搏下，企业和品牌将有机会成为员工、客

户、消费者、伙伴等「最确定、最值得托付信任」的对象，赢得长期的忠诚。要抓住此机遇，企业和品牌也应当对自身提出更高的要求——与时俱进的产品服务研发创新、柔性而灵活的供应链构建、用新技术不断优化品牌体验、利用 AI 与数据能力洞悉客户 / 消费者使产品服务更个性化、让创新成为品牌价值的核心之一、让品牌更适应所覆盖的各个市场的当地文化与本地需求等。

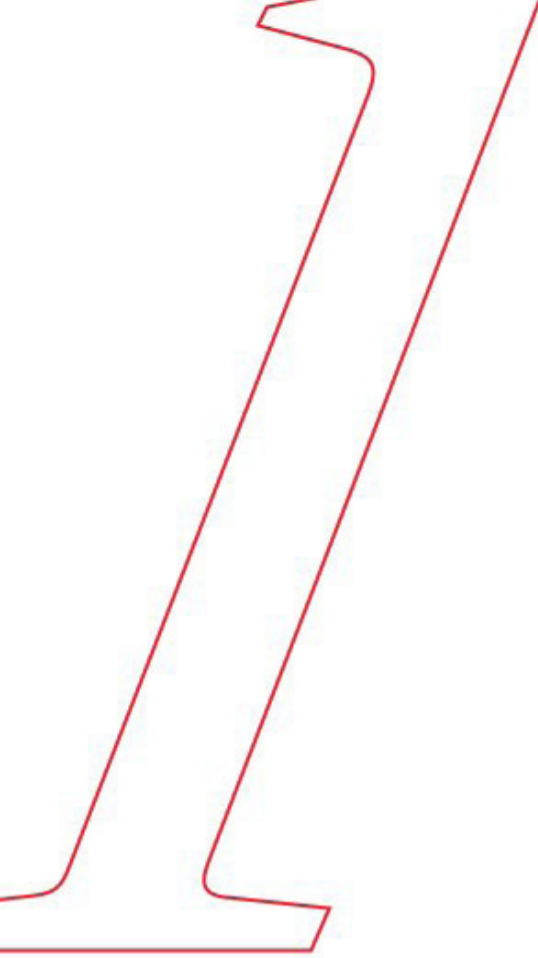
此外，因科技创新触发的「医疗转向预防」的社会大趋势，对中国市场尤为重要，因为它将是中国庞大人口医疗难题的出口，医疗医药、金融保险、体育运动、保健养

身、康养服务、健康护理数字化服务等的大品牌，将迎来更多全新的商机；在中国亦已有数据证明，「老龄人群」比例将快速提升，而「女性人群」在消费支配的重要性亦日益提高；品牌亦应当思考如何能在这两类将极具规模的人群生活中，扮演更重要的角色，为他们的生活场景提供更多更具针对性的产品与服务。

我们冀望奥美咨询 Ogilvy Consulting 对 2030 年的这 10 个展望，能对各位读者有些启发，让大家为所负责的企业与品牌，开始思考并规划，以迎接这些变化带来的机遇。

**吴荣茵**  
奥美咨询  
中国区总裁及首席咨询官





# 极端波动正在加剧

这是一个气候稳定的独特时代，有利于人类发展，科学界称之为“大纪元”。然而，这一良好的条件优势即将消退，其结果主要是由人类自己造成的。

无论是经济界还是政治界，均是如此。随着商业和治理方面的国际合作逐渐减弱，消费经济变得不稳定，一场难以控制的转变即将到来。

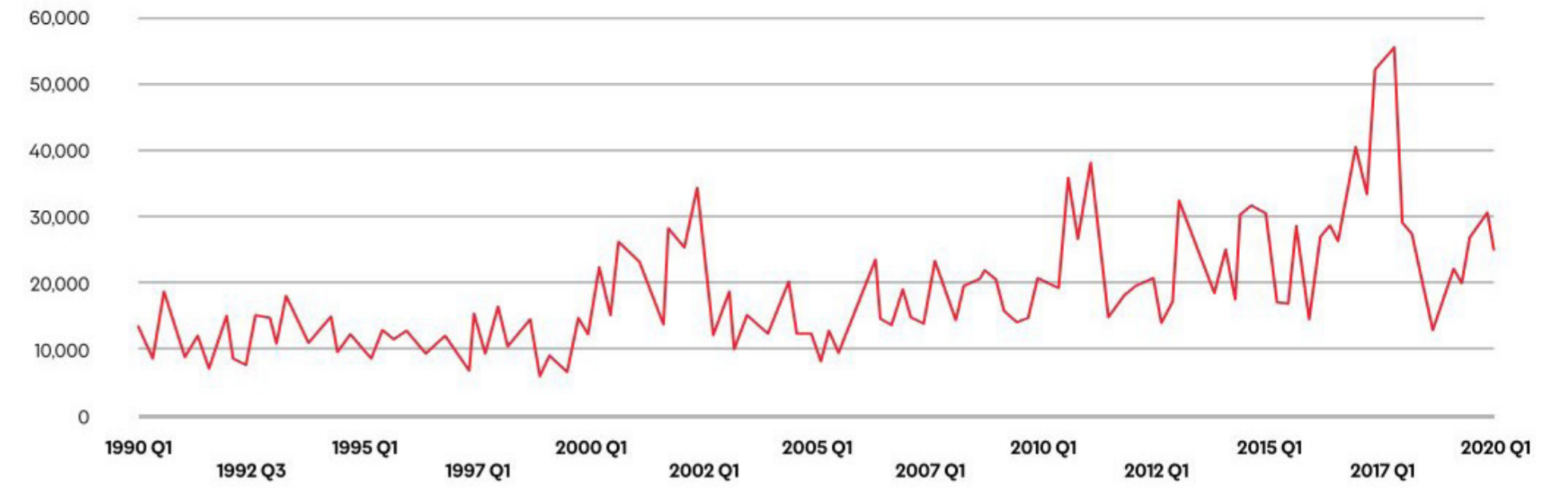




## 从稳定到不确定

尽管地区战争、边缘政策和经济波动偶有发生，但自二战结束以来，世界总体保持着高度稳定的局面。这为人类创造了一个全新的商业时代，为经济增长和全球化提供了异常稳定的环境。在稳定的地缘政治的缓冲下，企业可以很好地规划未来，建立国际化的供应链和价值链，以追求最高效率和利润。

世界不确定性指数



来源：世界不确定性指数：全球，2022 年检索数据。

例如汽车行业，原始设备制造商在世界各地开设工厂，生产部件，然后按时向装配线交付轮胎、变速箱、座椅、天窗等等——这是一段复杂的流程。不料突如其来的新冠疫情打破了昔日的稳定，使制造和运输陷入混乱，暴露了全球化供应链缺乏即时反应能力的巨大弱点。

虽然世界希望恢复早些年那种稳定、高度分布化的网络，但其实早在疫情爆发之前，全球波动的水平就已开始加剧。过去二十年里，世界不确定性指数不停上升，从2017年以来，新冠疫情、国际冲突、民族主义抬头、保护主义和供应链不稳定等，更是加剧了全球波动性。



## 经久不衰的动荡

企业需要适应不稳定的态势。面对国际关系减弱、保护主义抬头的局面，全球化将继续衰退。气候变化的影响就在眼前——极端天气事件、人类迁移和日益频繁爆发的大流行病。

### 全球化的衰退

没有企业希望重蹈 2020 至 2021 年库存冲击的覆辙。如果现实允许，这将导致供应链的回流，或推动供应链的多样性。

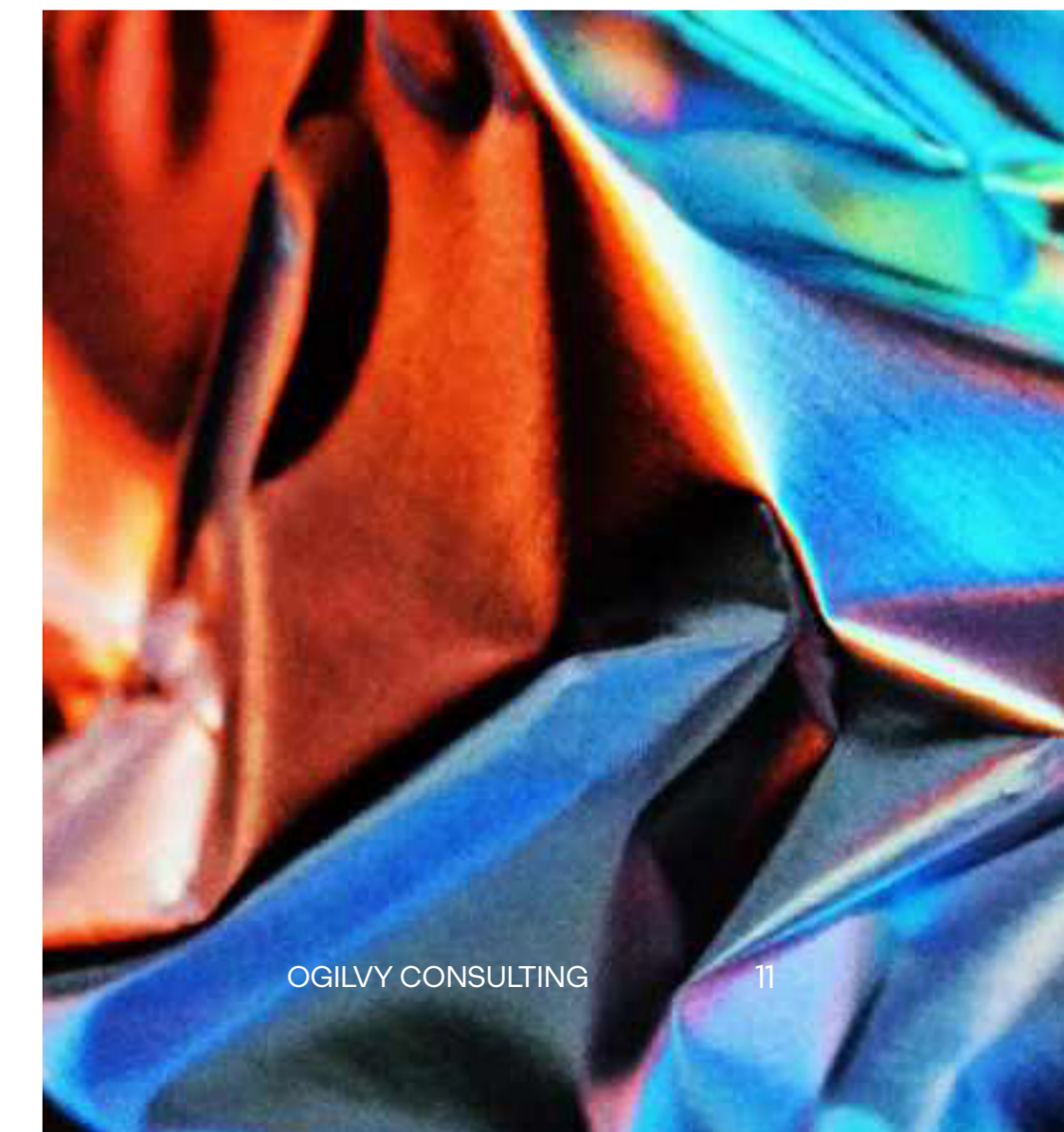
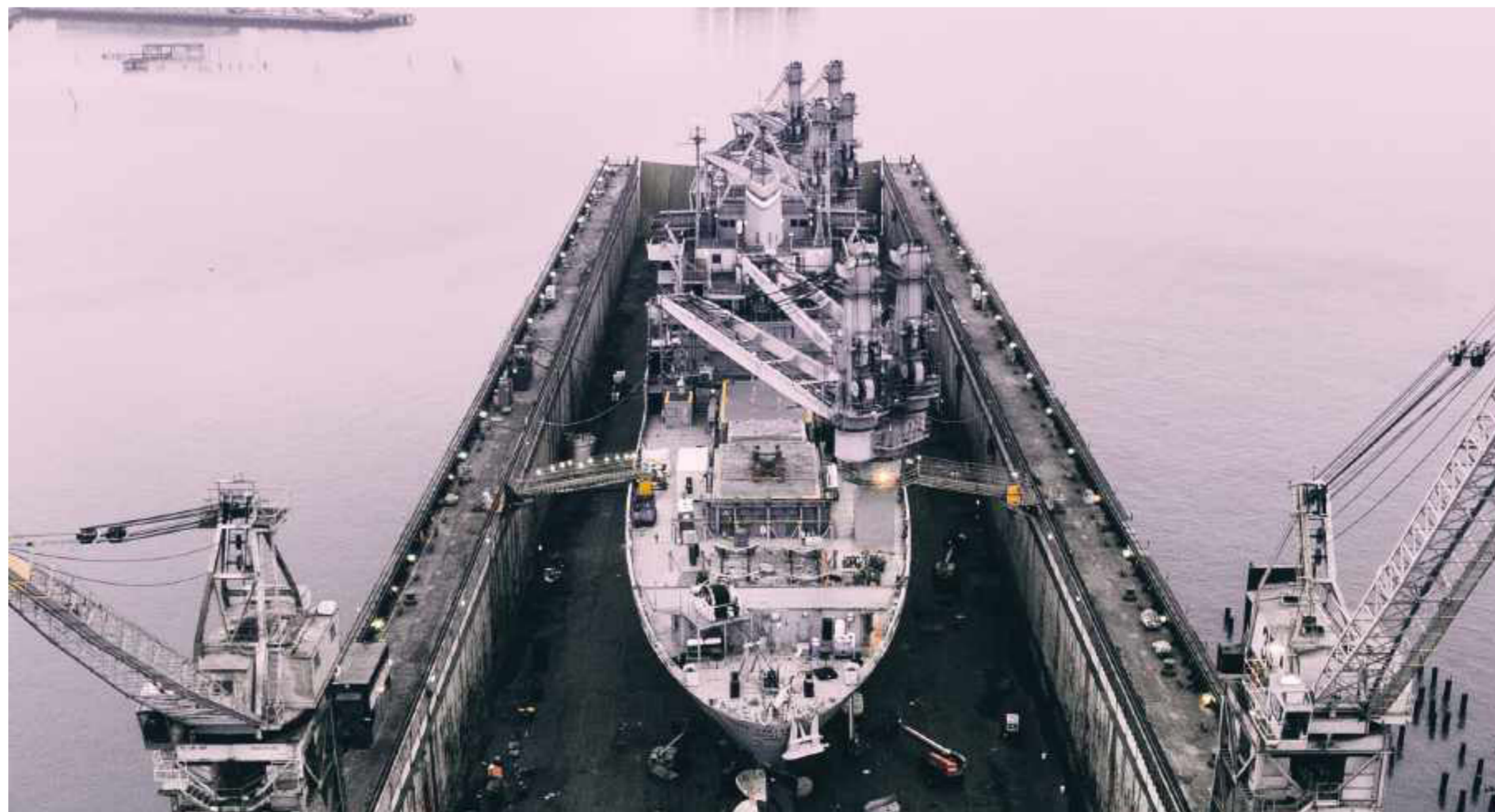
当然，任何程度的供应链回流，都会引发重大挑战。原材料往往难以满足企业的需要，因此他们必须在发展制造能力和专业知识方面进行大量投资。

这一问题的本质也在汽车行业得到了印证。电动汽车的发展，取决于大容量锂离子电池，而这些电池绝大部分是在中国生产。根据达拉斯联邦储备银行的数据，面对该行业在其他地区的日渐成熟，为了提高美国在这一关键行业的独立性，制造商

正在投资 400 亿美元用于这些电池在美国的生产。尽管有大量现金涌入，但采购原材料仍然颇具挑战，需要增加投资以在美国国内开发充足的锂储备。

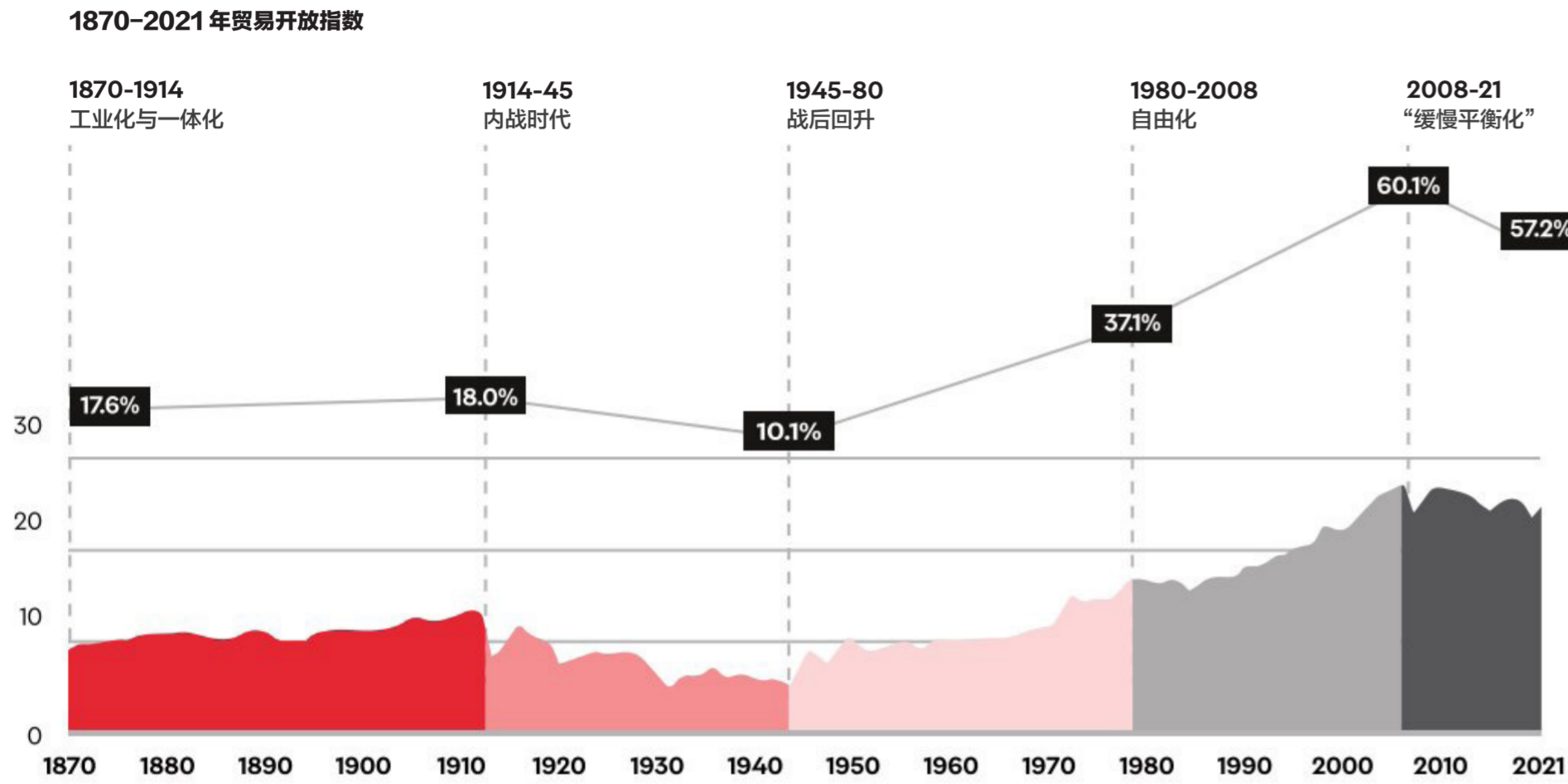
地缘政治冲突，是全球化的另一个阻力。自 2010 年以来，各国的国内冲突增加三倍，占主导地位的大国与其竞争对手之间发动代理人战争。据大西洋理事会称，“由于国内冲突逐步席卷全球，战斗变得越来越持久、激烈和复杂。”

乌克兰的局势就是一个缩影。虽然中美两国之间并未发动代理人战争，但两国政府所采取的行动使两国经济逐渐走向脱钩。例如，美国发布的《芯片与科学法案》（CHIPS and Science Act）极大地驱动了其国内的芯片制造，也在很大程度上影响了其他国家的芯片市场；与此同时，该国也加强了对高科技出口的控制。这将保护美国在半导体设计方面的领先地位，同时融合其强大的本土制造能力。





### 全球化举步维艰

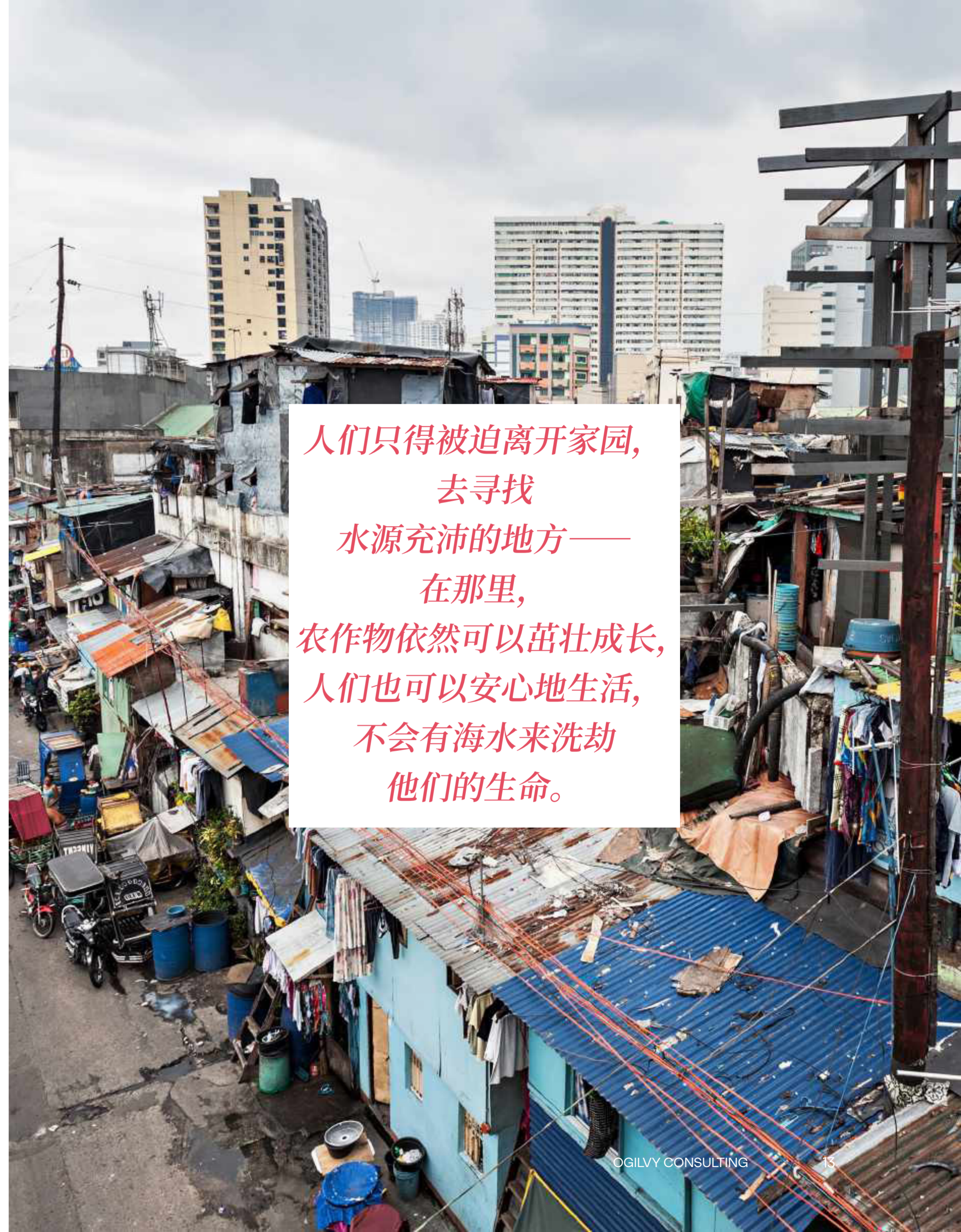


来源：《全球化面临二战以来首次衰退》（Globalization is in retreat for the first time since the second world war），彼得森国际经济研究所，2022年。

## 气候变化来临

极端天气事件在全世界范围内呈增多趋势。毁灭性洪灾与极端干旱天气相伴而生，常常爆发于同一地区。气温迅速上升，且不仅仅发生于传统的高温地区或极地地区。暴风雨愈发强烈，永久冻土层开始融化，而污染物排放却只增不减。人们只得被迫离开家园，去寻找水源充沛的地方——在那里，农作物依然可以茁壮成长，人们也可以安心地生活，不会有海水来洗劫他们的生命。

据《纽约时报》预测，到2050年，仅海平面上升就会造成1.5亿人被迫离开家园。随着气候的破坏，恼人的病原体将开始肆虐，它们有些是因栖息地破坏而产生的新病原体，有些则是人类的老对手，只因人口增多、冻土融化和天气灾害而复活。世界卫生组织估计，在2030年到2050年间，因气候变化而滋生的病原体每年将导致25万人死亡。



人们只得被迫离开家园，  
去寻找  
水源充沛的地方——  
在那里，  
农作物依然可以茁壮成长，  
人们也可以安心地生活，  
不会有海水来洗劫  
他们的生命。



## 企业的自我提升

在这个更加动荡的世界中，企业可以发挥重要作用。事实上，从现在到 2030 年的几年里，企业和政府将迎来一个千载难逢的机会，他们将有机会建立更大的柔性、灵活性和创新性。这样，将带领企业和政府，乃至全人类走向更美好的未来。

在未来这些不安定的岁月里，柔性和灵活性将是企业追求成功的重中之重。企业可以采取的措施是显而易见的，例如建立多样化、稳固化的供应链，以保障企业的抗干扰能力。长期以来，建立灵活性一直是企业的一项目标，但很快它将成为企业必须具备的一项条件。

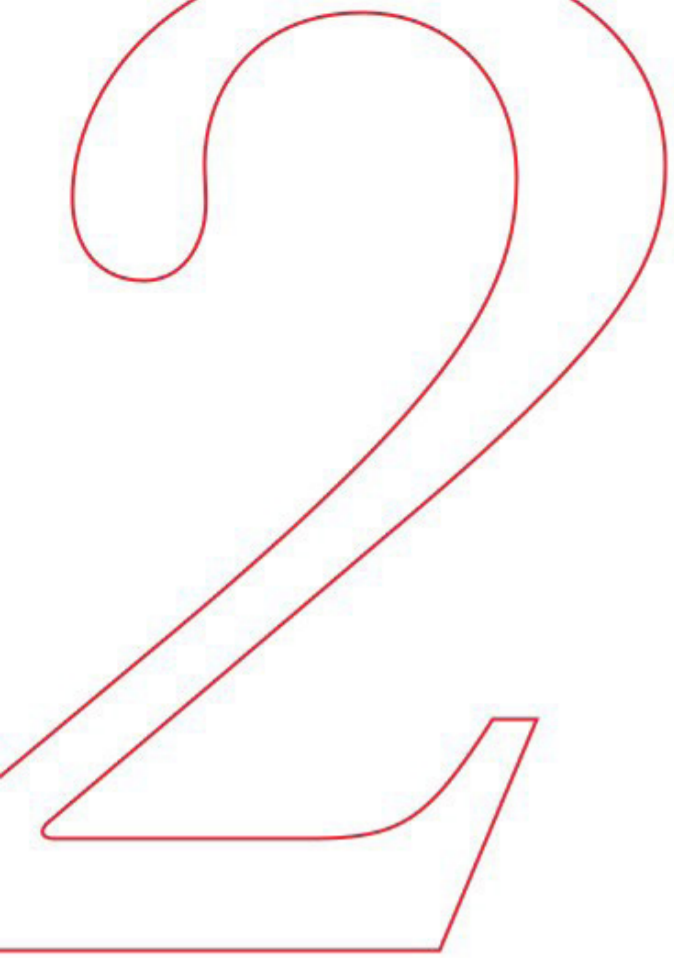


对于寻求快速掌握新机遇和远离风险的企业来说，能够简化工作流程、实现流程自动化，并改善沟通的技术将是必不可少的投资。谨慎选择合作伙伴，也可以使企业免受波动的影响，提升灵活性，获得战略优势，并防止企业在垂直整合方面过度投资，进而难以应对快速变化的环境。

未来，企业绝不可忽视人才培养和品牌建设，亦应更明智地采用不同的策略。比如，挖掘和培养员工新的技能类型，如适应能力、创业精神、多学科与多行业的技能；建立让消费者放心、安心、信任的品牌。毕竟，他们将面临的颠覆的时代。







# 人才 大短缺

即使地球上已有 80 亿人口，但招聘启事仍然不会很快退出舞台。世界上有很多人，但真正拥有合适技能的人远远不够。我们将需要接纳机器人作为我们的同事，以及没有技能的底层待业人士。

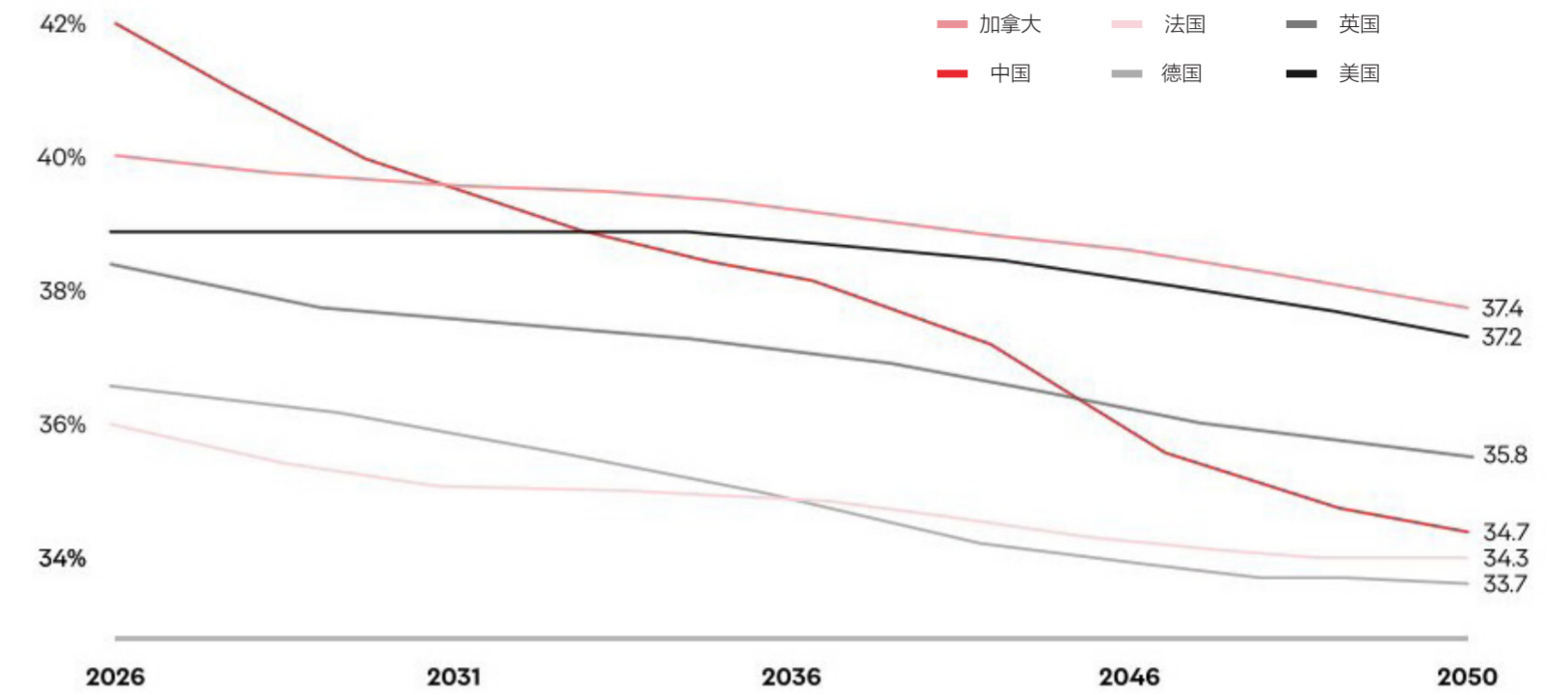




## 人才稀缺和人力重组

长期以来，企业一直享有可靠而丰富的人才流。随着人口的增长，经济也在增长，但经济的增长未能创造充分的就业，尤其是央行政策恰恰也阻碍着就业的增长。因此，企业面对劳动者始终占据着强势地位。

各国 25-54 岁人口占总人口的百分比



来源：《2023 年招聘和工作场所趋势报告》（Indeed & Glassdoor's Hiring and Workplace Trends Report 2023），Indeed and Glassdoor，2023 年。

但如今，那样的日子已经成为过去。受辞职大潮的影响，多年逐渐形成的人才主导趋势更是加速推进，企业现在需要做的是努力吸引和保留他们需要的人才。在 2022 年的科技企业大乱斗中流失的企业员工，不久将重新登上舞台；而知识工作者主宰其雇佣条件的趋势将有增无减。许多国家的人口增长已经放缓，据世界银行预测，从北美到亚洲，各经济体都将面临劳动力收缩的局面。

即使是由 Z 时代带来的人口增长，也无法填补婴儿潮一代的退休热所造成的职位空缺、也无法构成足够庞大的劳动人口，来满足经济发展的需求。



经济发展的需求正在发生变化。到 2030 年，从事涉及体力劳动和手工技能任务的总工作时间将减少 140 亿小时，而使用技术技能的工作时间将增加 550 亿小时。对体力和手工劳动的需求减弱部分程度上缘于自动化和人工智能的发展，这将使那些没有受过高等教育的人们进一步走向边缘化，而这种变化可能会造成某些社会影响。

一些人自感被全球化所抛弃，开始推动民族主义和本土主义政治的抬头，进而在侵蚀全球化方面发挥重要作用。根据光辉国际的数据，这将导致全球劳动力短缺，到 2030 年空缺职位将达 8500 万个。这不仅令雇主苦不堪言，也是对经济的拖累。光辉国际还预测，因劳动赤字而未实现的产出将达到 8.5 万亿美元。

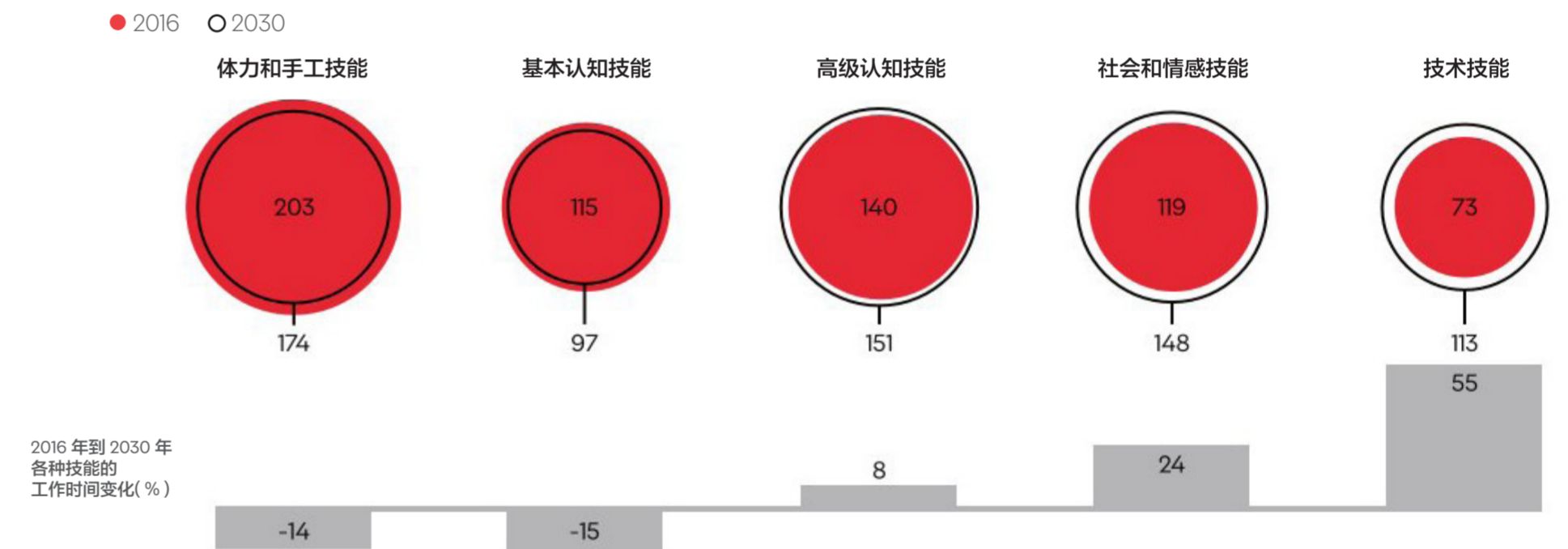
当然，并非所有国家都面临着人口增速的放缓。联合国指出，“到 2050 年，预计全球人口增长的一半以上，将集中在八个国家：刚果民主共和国、埃及、埃塞俄比亚、印度、尼日利亚、巴基斯坦、菲律宾和坦桑尼亚联合共和国。”

工作适龄人口的增加，将为这些国家带来经济红利，使它们免受劳动力短缺的影响。受气候变化的影响，这一局面还将进一步复杂化。联合国提到的八个国家，都可能遭受重大的气候影响，这亦可能会引发其新增人口的迁移。



**到 2030 年，  
从事涉及  
体力劳动和手工  
技能任务的总工  
作时间将减少  
140 亿小时，  
而使用技术技能  
的工作时间将增  
加 550 亿小时。**

2016 年与 2030 年，欧洲和美国的总工作时间（10 亿小时）



来源：《技能转变：自动化和劳动力的未来》（Skill Shift: Automation and the Future of the Workforce），麦肯锡全球研究院，2018 年。



## 劳动力战略的改变

如今，劳动力短缺也使工作者获得了优势，他们也有机会向雇主提出条件，以满足他们的需求。Indeed & Glassdoor 在《2023 年招聘和工作场所趋势报告》中写道，“劳动力短缺对整个就业市场都产生了根本性的影响。不仅招聘要求更加难以满足，求职者也获得了更大的话语权。”求职者对职务的要求也是一大变化，如“更高的薪酬、更优厚的福利、灵活办公条件，以及各种其他的优待条件”。在弗吉尼亚州，

远程办公将成为常态，爱彼迎的“随时随地远程工作”政策正是这一趋势的一个缩影——这一政策也恰恰迎合了爱彼迎的品牌精神。面对一支分散却更具自主性的团队，必须以一种全新的方式进行管理，但许多企业尚未完全掌握这种技能。他们的关注点仍停留在如何指导年轻员工、如何建立企业文化、如何建立员工忠诚度、如何避免不公平的排挤、甚至是如何选择身处异地的顶尖人才。

建立共同价值观将帮助一些公司保持职场的吸引力，因为即使是在劳动力密集的市场，如果没有共同价值观，企业也将面临致命危机。年轻一代的工作者不仅追求灵活和远程办公模式，也关注具有竞争力的薪酬、社会价值、精神健康，以及企业是否有建立多样性、公平性和包容性( DE&I ) 的行动。

尽管工厂工人已逐渐被机器人取代，但新技术正在将自主无人机带入更具挑战性的新环境，使他们成为人类的帮手。例如，Sewer Robotics 公司帮助企业在人手减少的情况下保持重要基础设施的正常运转。在有些场景中，如搜救环境中，对人类来说有着巨大的生命风险，但能够穿过障碍物的机器人则可以利用扫描技术找到被困人员，并通知救援人员前来救助。

然而，企业必须做的不仅仅是吸引年轻工作者。随着劳动力短缺的局面日益严峻，企业必须放宽招聘标准，开始关注曾经被忽视的人才群体，如退休人员、缺乏经验但心怀抱负的人才，以及有犯罪记录的应聘者。特别是，灵活办公模式将吸引更多全职妈妈或爸爸重返职场。尽管各企业均制定了所谓的非歧视政策，但残疾人士的就业机会仍然少之又少；然而在劳动力短缺的情况下，公司将需吸纳更多的残疾人士，他们也需要为这些残疾工作者创造舒适的工作条件。

企业人工智能和自动化软件看似默默无闻，但其影响可能比人们想象的要更加深远。那些可以启发式任务和规则化任务的项目，将逐步移交给专家系统，从而极大地改变工作场所。今天，许多技艺娴熟的工蜂式劳动力将再无武之地。随着学习机制的改善，人工智能将会承担更多的常规任务，而人类将专注于少数需要战略思维和创造力的工作。或许，这些技术进展足以弥补劳动力的缺口。它们甚至可能超额完成任务，导致更多人不得不重新学习更高端的技能，以抵御被边缘化的风险。

机器人也将是人类的一大助手。随着人工智能和机器学习的发展，曾经只能由人类来承担的工作将由计算机完成。

### 员工对 DE&I 提出要求

72%

的 18-34 岁员工在公司领导团队无法体现种族或民族多样性的情况下，会考虑拒绝该工作机会或离开该公司

67%

的 18-34 岁在公司领导团队中存在性别失衡的情况下，会考虑拒绝该工作机会或离开该公司

65%

的 18-34 岁员工在其上司不支持 DE&I 的情况下，会考虑拒绝该工作机会或离开该公司

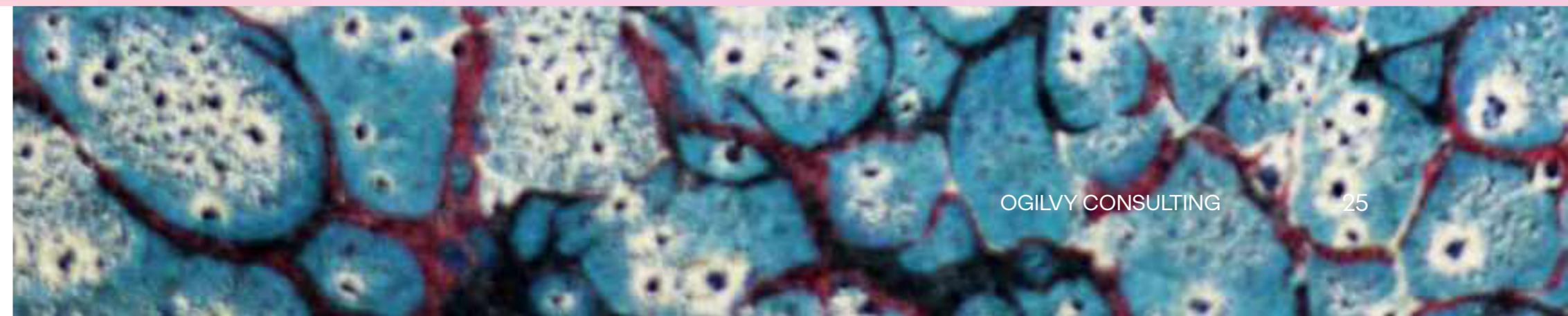
来源：《2023 年招聘和工作场所趋势报告》，Indeed and Glassdoor，2023 年。





# 医疗领域 转向「预防」

现代医学采用的是对抗疗法：医生使用药物和救治手段来治疗疾病。尽管现代医学给人类带来了种种奇迹，但它远非完美。这种模式花费巨大。相比之下，通过「预防」来避免疾病可以使患者远离本不该遭受的痛苦。在分布式生态系统的加持下，技术正在使「预防」医学进入主流。

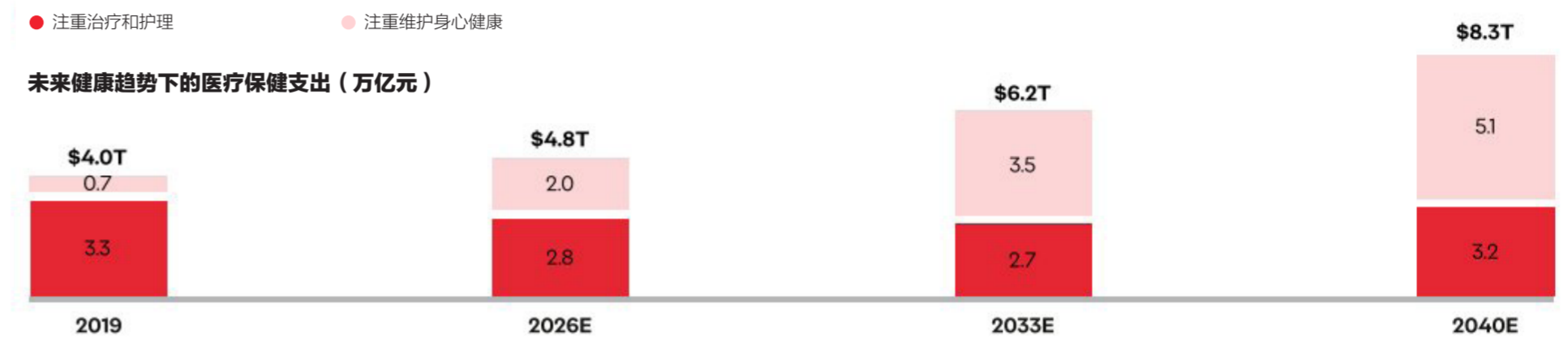




## 首先，不要造成伤害

希波克拉底誓言要求医生确保不因他们的救治努力而使病人的病情恶化，虽然医疗服务的消费者无不赞赏这一点，但整个医疗体系似乎并没有落实这概念。由于忽视了预防的力量，西方医学往往是使人们置身于疾病之中，再通过干预措施来获得健康。

### 医疗支出从治疗转向预防



来源：《打破成本曲线》( Breaking the Cost Curve )，Deloitte Insights，2021 年。

在这个治疗方法有限、资源稀缺的世界里，这似乎是合理的，而且医疗系统也确实创造了奇迹，身患糖尿病患者和许多无法治愈的癌症患者，重新得以获得希望，甚至享受到了良好的生存条件；患有精神疾病的人们，可以过上更舒适的生活；儿童感染传染病也不再是父母的噩梦。人类的预期寿命比以往任何时候都要长——这在很大程度上是因为五岁前死亡的儿童减少了许多。

然而，现代医学的成功，本身可能也表明了当前这种模式的局限性。既然如此众多的迫切需求已经得到解决，那么现在是不是该将更多投资转向「预防」领域呢？德勤给出的答案是肯定的。他们预测，从现在到 2040 年，美国的医疗支出将发生巨大变化——现在 80% 的支出花费在治疗上，但预计到 2040 年，60% 的支出将围绕维护身心健康。

然而，现代医学的成功，本身可能也表明了当前这种模式的局限性。  
既然如此众多的迫切需求已经得到解决，  
那么现在是不是该将更多投资转向「预防」领域呢？



## 分散化的维护身心健康

这种转变是由技术驱动的，这些进步将使医疗保健系统更加主动、更具针对性，且更加个性化。未来，有三项突破将迎来强劲的生命力，它们将推动人类迈向更大的健康福祉。

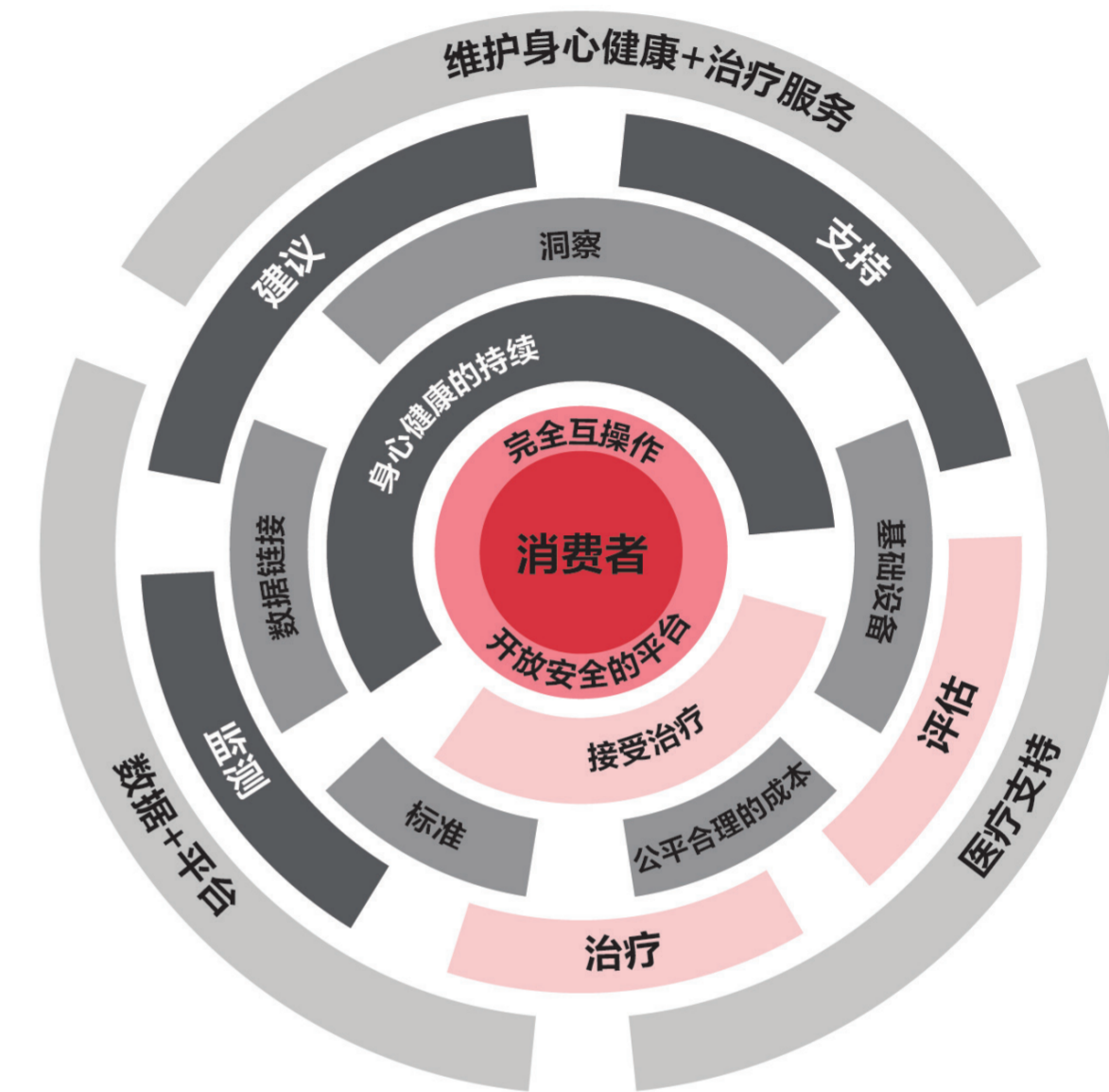
### 可穿戴健康技术成为主流

我们的手机正在追踪我们的健康状况，智能手表也是如此。这些技术正迅速地进入我们的生活，就像昔日的互联网一样。哪怕在你打盹的时候，也有一双眼睛在注视着你，这些跟踪设备就像你的密友，不仅会给予你激励，也可以提醒你和你医生

注意潜在问题，包括心脏问题、次优氧水平，以及危险的生活方式。

要充分利用这些传感器，我们需要转变对健康数据的态度。我们的社会正在解决数据产生者（人）与使用者（企业）之间的矛盾，随着更多法规的出台以及人们在这方面的意识建立，个人也将夺回更多主导权。人们不想成为企业的产品，但矛盾的是，如果是关乎他们健康的事情，他们似乎很乐于加入更开放的数据共享。这种数据的自由流动给个人带来了巨大利益；同样，企业也是如此。

完全交互操作的数据将引领医疗向预防的转变

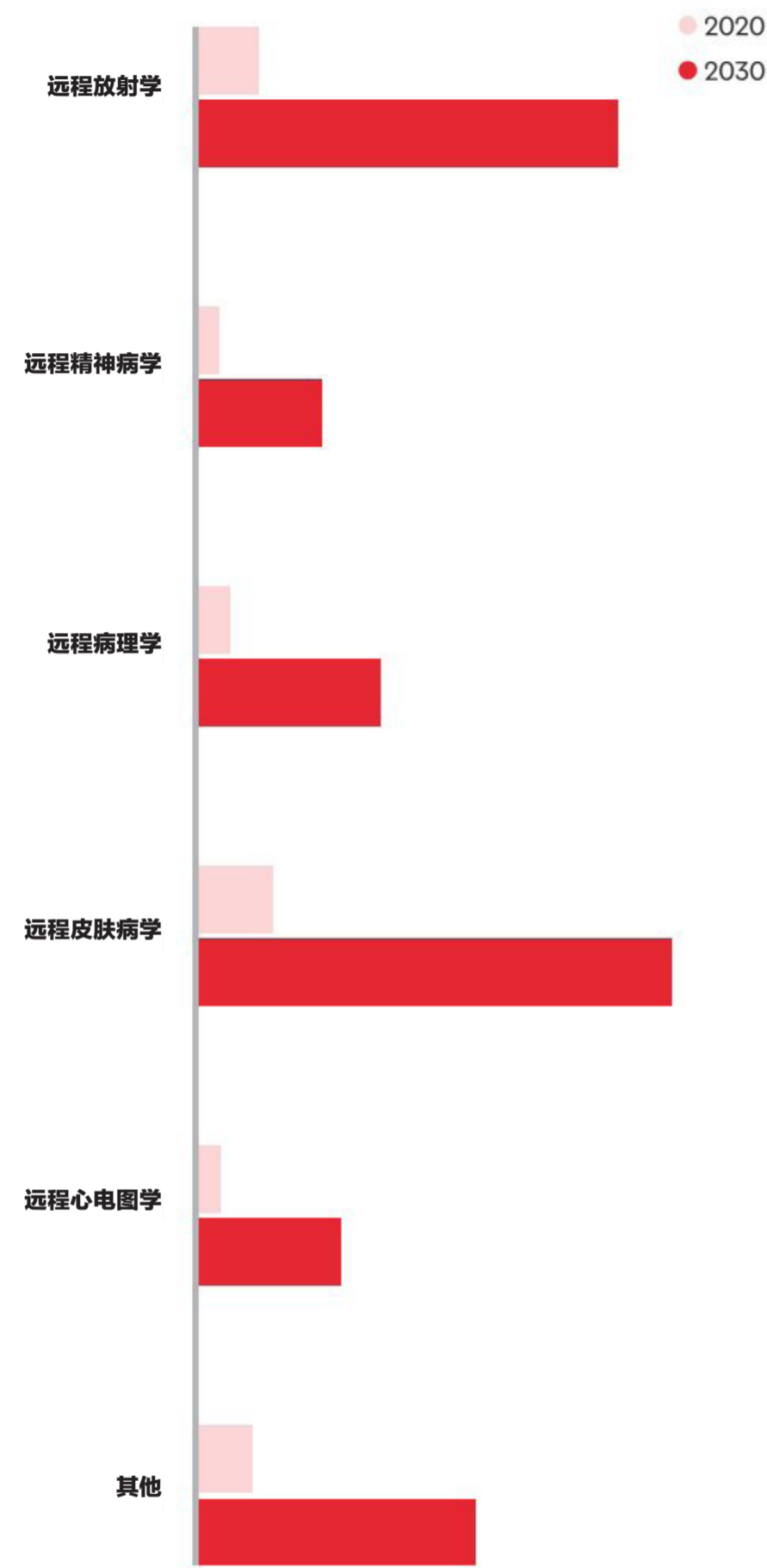


来源：《变革的力量：健康的未来》（Forces of Change: The Future of Health），Deloitte Insights，2019年。

人们不想成为企业的产品，  
但矛盾的是，如果是关乎他们健康的事情，  
他们似乎很乐于加入更开放的数据共享。



各医疗领域的远程医疗采用情况



来源：《2021-2030 年全球远程医疗市场报告》（Global Telemedicine Market 2021-2030），Allied Market Research，2021 年。

可穿戴传感器收集的大部分健康数据是孤立的。苹果手表不会向你的医生或保险公司发送生物识别数据。但随着系统的交互操作性增强，这种情况将会改变：数据将从多个来源得到利用，并与人类和人工智能的专业知识相结合，为个人提供预防解决方案。想象一下，如果一款智能马桶可以提醒你的医生已检测出结肠癌，这将带来多大的好处。但同时再想象一下，这种检测技术对个人隐私的侵入程度，也同样大。所有这些都很有可能产生冲突，而我们将需要作出一些妥协。

### 分布式远程医疗保健

新冠疫情让人们知道他们不必去工作场地就能工作，而分布式远程医疗让人们知道他们不需要去医院就能就诊。

远程医疗就像远程办公一样，将成为常态，虽然有些问题仍需要医生亲自检查，但预防性的监测基本可以远程实现。远程医疗还降低了个人与医疗服务提供者之间的互动门槛，使问题能够在恶化之前，以更轻松、更低成本的方式解决。

这样，患者无需到医院请医生开处方，而是在家即可获取处方，同时这也扩大了每个医疗服务提供者的服务范围。此外，医疗服务提供者还可主动监测存在相关家族病史的人士，提早预防疾病的发生。

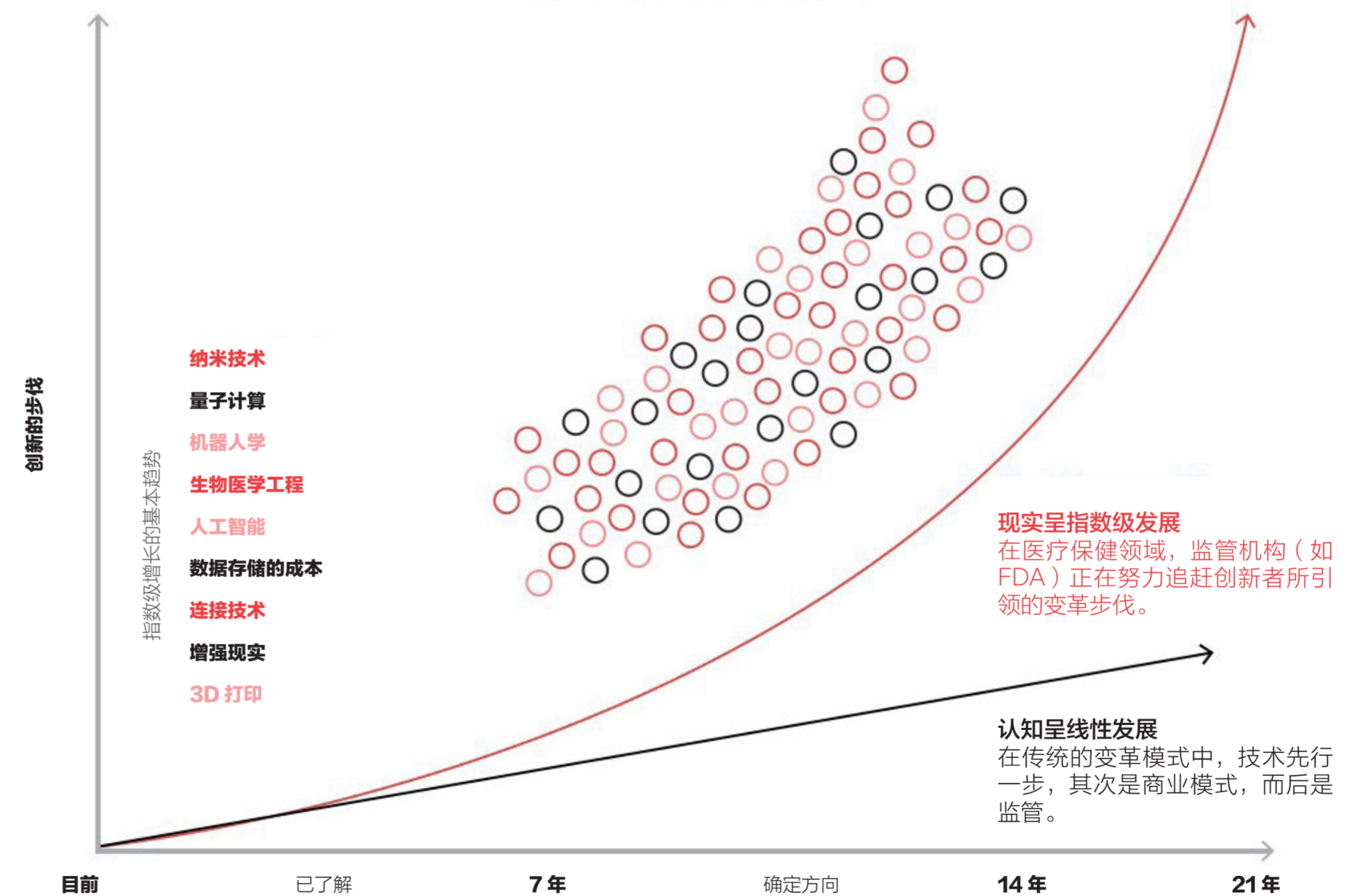
### 可穿戴健康技术成为主流

很多药物可以神奇地治愈疾病，但其中一些也是双刃剑。治疗基础性高血压病的药物可能会令患者咳嗽不止。患者理所当然地认为这些是药物的副作用，但事实上，除了一些不可避免的副作用，还有一些不良反应则源于生物化学的特异性。基因组学和机器人、纳米技术、生物医学工程等相关技术的进步，将很快改变医学本身的性质。

到 2030 年，我们将越来越多地转向基因组疗法，通过仔细监测或直接治愈来减轻

由基因异常引起的疾病的影响。诸如目前用于治疗癌症的定制药物将惠及更多的人；并且，这种治疗也不再是一场史诗般的行动，而是一种日常的预防措施。鉴于这些可能性，到 2030 年，基因组学市场预计将从 2021 年的 270 亿美元增长到 1290 亿美元。然而，鉴于基因组医学疗法的费用极其高昂，保险支付结构也需要跟上医疗技术发展的步伐。例如，使用某种药物治疗血友病，治疗的费用就高达 350 万美元。不过，保险支付结构必须与持续治疗的成本相平衡。

医疗支出从治疗转向预防



来源：《变革的力量：健康的未来》（Forces of Change: The Future of Health），Deloitte Insights，2019 年。



## 建立一个健康的企业

一支健康的团队对企业是有利的。在美国及一些国家，企业会为员工支付医疗费用，因为员工的健康对企业成本的影响是显而易见的。然而，如果我们再更深入地思考，会有更有趣的发现。

### 向健康更进一步

在这个以预防为常态、以医疗为底线的时代，企业需要寻找有效的方法来推动员工向健康更进一步。可穿戴设备可生成大量综合数据，提供各种可追踪的指标，无论是直接追踪还是通过保险提供商进行追踪。这些数据有助于预防疾病，可以为企业减少健康支出，但这种做法可能会违背员工对隐私保护的诉求。

企业必须谨慎行事。医疗保健公司、保险公司和为保险买单的公司，可以采取某些激励措施，来促进员工的健康，并鼓励建设性行动，但应注意避免对员工行为的监管。行为经济学和伦理学，对于这一问题的解决至关重要；但另一种解决方案是为员工投资健康技术，允许他们根据自己的期望来选择与医疗系统的连接水平。

**这也意味着：**

**每一家企业都在一定程度上  
成为了一家健康公司。**



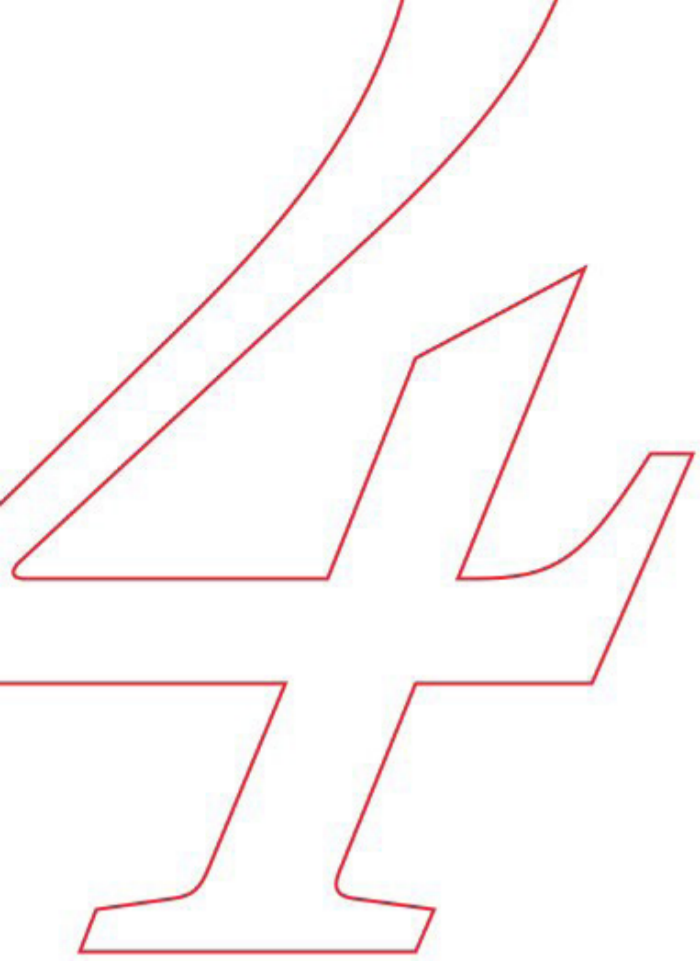
## 健康的机遇

随着社会逐渐建立主动预防疾病，维护健康的意识，过去专注于对抗性疗法的公司，将有机会推出大量健康产品组合。当然，关键在于成本。虽然消费者已经开始购买和使用可穿戴技术，但优化健康的疗法费用高昂，需要由私营或公立保险公司来负担成本。以减肥药为例，GLP-1 受体激动剂是一种新型药物，最初是为了帮助糖尿病患者而开发的，但这些药物作为减肥剂也颇有前景。对于肥胖人士和超重人士来说，他们可以在健康结果、生活质量和系统型医疗的费用方面大大受益。由于这些药物的成本高昂，因此其所惠及的人群还远远不够多，但一个更加注重健康的社会会找到一种方法来支付短期成本，以获得长期利益。

这将引申出一个问题：这笔成本该由谁来支付？成本高昂的疗法（如我们所说的减肥药和血友病药物）可以预防疾病，避免未来几十年的费用；这样，整个系统都会受益；但个别保险公司或雇主可能遭受损失。为了消除这种市场冲突，将催生出结构性支付计划和创新型再保险模式。另一方面，从消费者的角度来看，健康状态传感器的普及将使消费者对产品、体验和环境的健康影响有更多认识。企业在开发和宣传其产品时，需要考虑到消费者的这种意识。

这也意味着：每一家企业都在一定程度上成为了一家健康公司。苹果公司在其产品中采用了一系列传感器，而且贴近用户的身体，因此它清楚地认识到，苹果产品最大的贡献将在于“健康”。这一点也从蒂姆库克的口中得到证实。其他公司还需要展开更深入的思考，但作为企业，它们必须看到的是，为客户创造一个健康的时代，将是企业的当务之急。

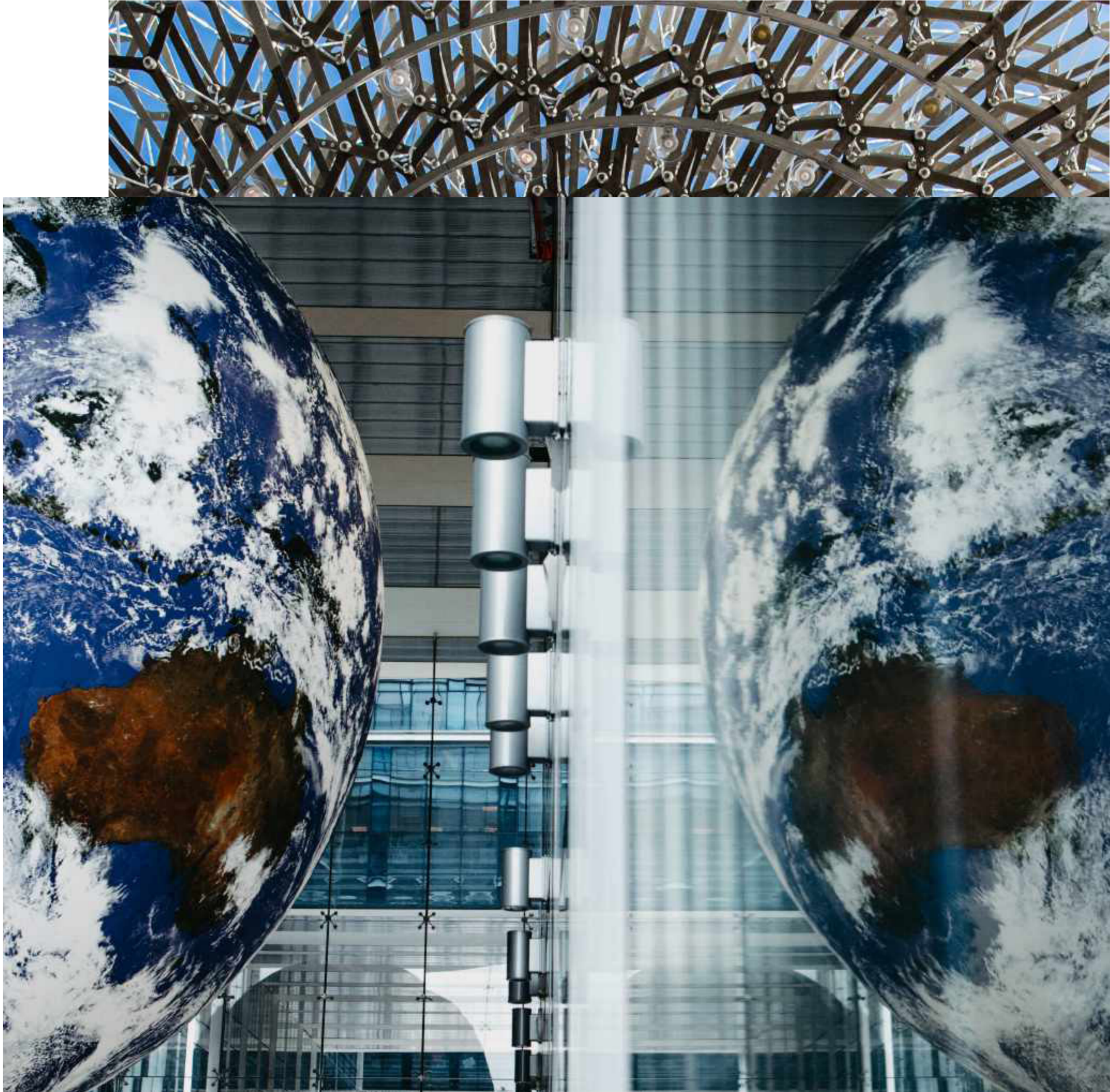




# 经济增长的 两个前沿阵地

东方和西方、南方和北方之间开展经济合作的时代即将结束。

在世界眼中，西方跨国公司不再是经济成功和优质商品的代名词。两极化的经济秩序正在建立，西方和东方之间的相互依存关系正在淡化。



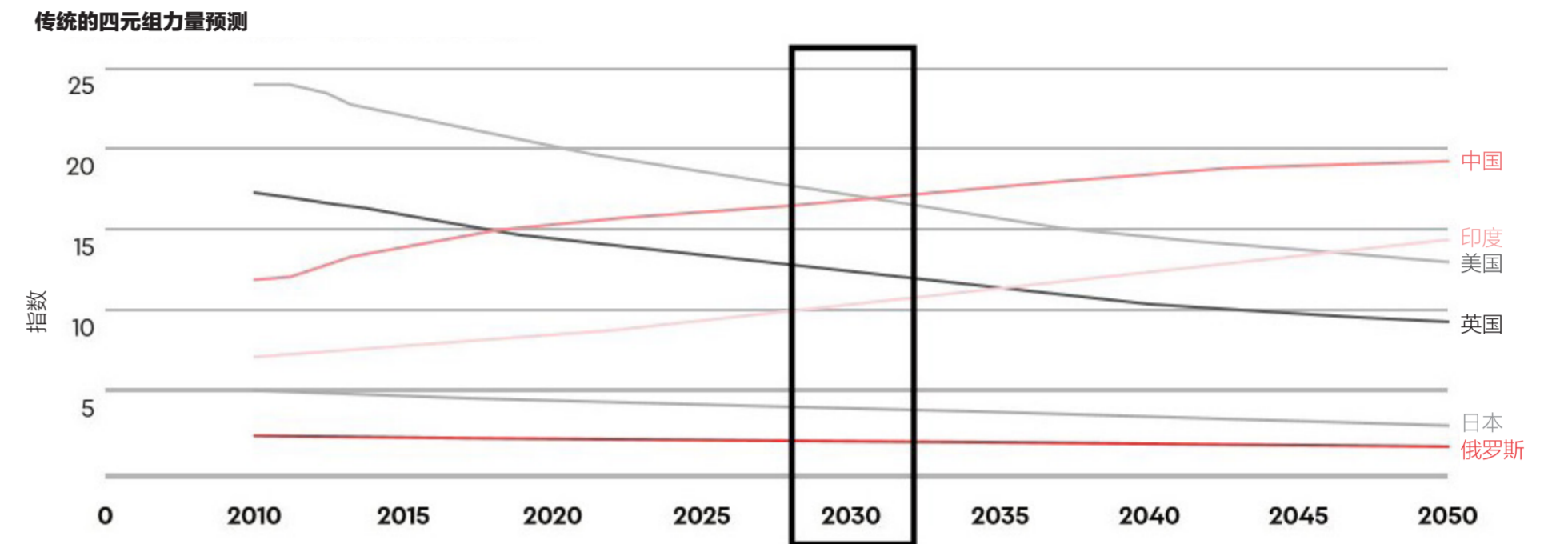


## 两个半球的脱钩

马克·吐温听到新闻报道说他在伦敦穷困潦倒地死去时，曾对记者说：“有关我死亡

<sup>1</sup>讽刺的是，对于马克·吐温的言论，这句广为流传的版本本身就是一种夸张的解读。根据《心理牙线》(Mental Floss)的一篇文章，吐温当时说的是：“我的表弟詹姆斯·罗斯·克萊門斯两三个星期前在伦敦得了重病，但现在已经康复。关于我生病的报道是由他的病引起的。关于我死亡

## 美国霸权的消退



来源：《全球趋势 2030：变换的世界》(Global Trends 2030: Alternative Worlds)，美国国家情报委员会，2012 年。

如果要这样描述美国作为世界主导力量对全球的霸权，同样有些夸张。多年来，人们一直在预测美国的统治地位如何走向终结，然而美国在消费、军事力量、影响力和创新方面仍然处于支配地位。但是，正如吐温终有一天还是逝去一样，美国的霸主地位也终将消退。在 2030 年之后的几年里，中国有望超越美国成为世界第一大国，印度紧随其后。截至 2022 年底，印度的年增长率为 7%，并且其快速扩张的经济将使其日渐成为中国的竞争对手，争夺东方经济的主导地位。

正如《纽约时报》所言，对中国民族主义的担忧和对过度依赖中国制造业的担心，“促使企业走向多元化发展，拥抱更加开放的印度，而逐渐远离中国这样的监督型市场，以此来降低全球供应链的风险。”

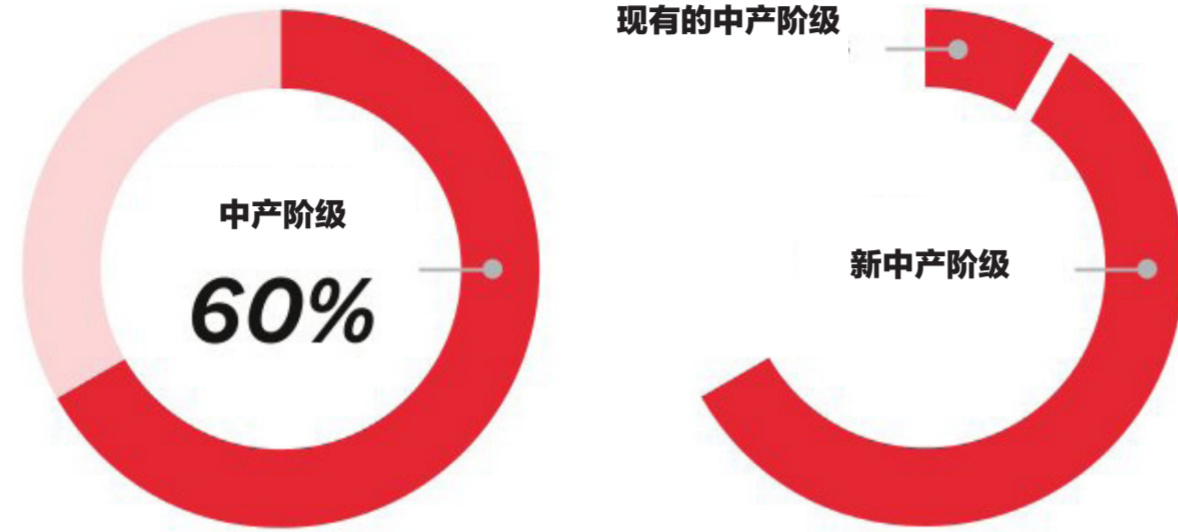
无论中国和印度之间的竞争结果如何，这将标志着一个两极化世界的到来，权力和影响力在西方和亚太地区之间分化。



### 全球中产阶级将增加 15 万亿美元的消费支出

# 60%

60% 的新消费支出  
来自中产阶级家庭



来源：《全球中产阶级的地理分布：他们住在哪里，他们如何消费》（The Geography of the Global Middle Class: Where They Live, How They Spend），Visa。

彼得森国际经济研究所所长亚当·波森预测，“世界会分裂成若干集团，每个集团都试图孤立而治，然后削弱另一集团的影响力。”这样的趋势正在上演，中国的“一带一路”计划将该国的影响力扩展到了东南亚和非洲地区，通过建设基础设施、保障原材料供应等，建立牢固的客户国关系。

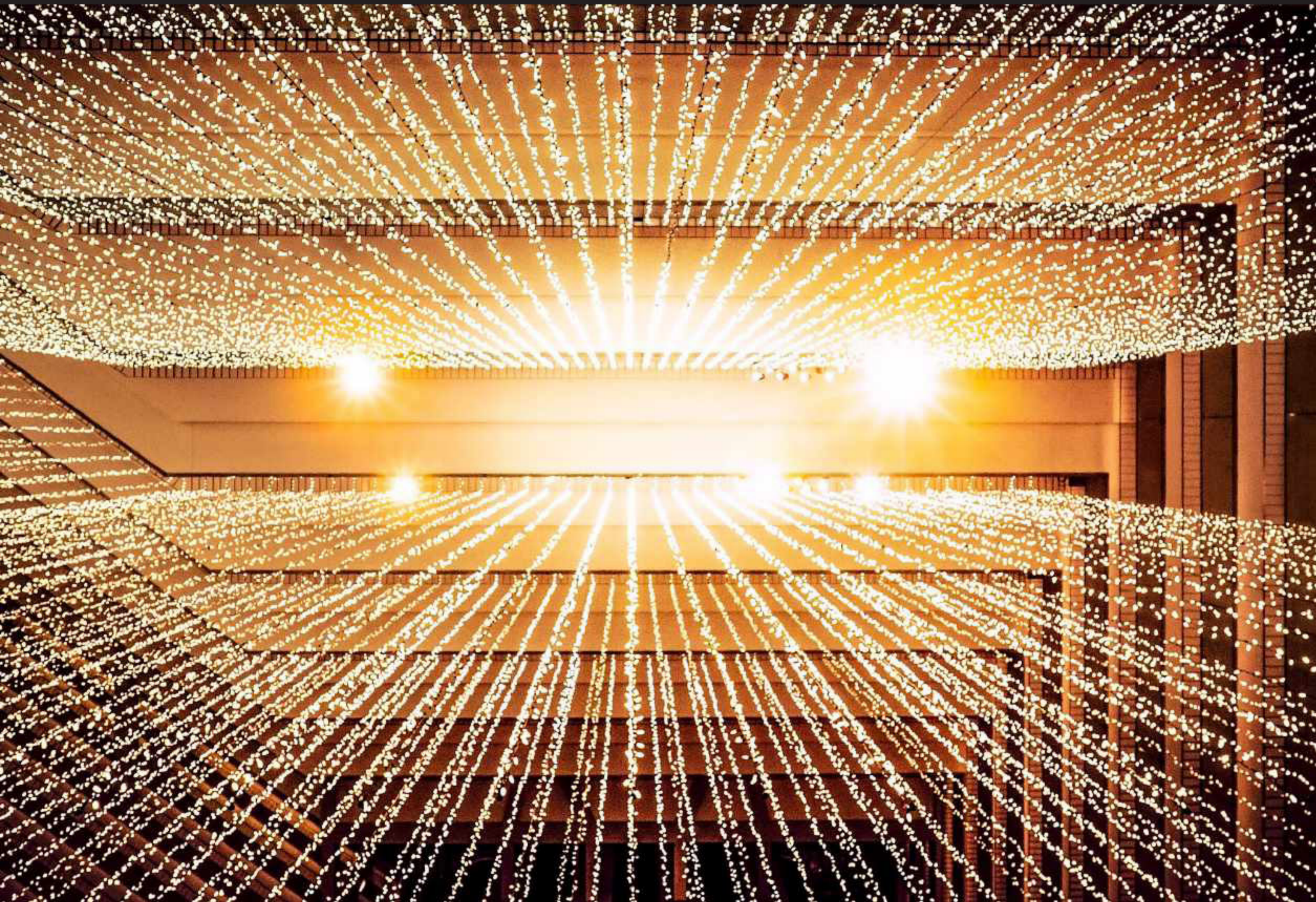
立足于其巨大的内部市场和国际愿景将推动其继续崛起。为了支持其不断增长的经济，中国在可再生能源领域持续发力，已经成为这一关键能源战场上的一大角逐力量。同样，凭借庞大的国内汽车市场，中国亦已成为电动汽车电池的主导供应商。这样的局面早在中国的比亚迪、长城汽车等知名品牌进入西方市场前就已形成。

阿里巴巴、腾讯、微信等科技巨头虽然并未涉足西方市场，但依然积累了巨大的市场力量。尽管当局想要控制像马云这样的科技巨擘，但他们的产品依然保持着蓬勃发展的态势。许多中国人所消费的乳制品来自伊利，而不是达能；他们喝的顶级烈酒是贵州茅台，而不是帝亚吉欧。

亚太地区建立了全球规模最大的自由贸易协定 RCEP；到 2030 年，这里也将有全球 59% 的中产阶级；这里还有中国、印度和印度尼西亚这样快速崛起的消费市场。毫不奇怪，亚太地区的总体消费支出将超过所有其他地区。事实上，这或许只是亚太地区区域合作的开始，还未达峰值。西方国家从中应感受到了压力，也应开始积极加强协作。







## 面向消费者的两线作战

随着西方和东方之间的相互依赖日益淡化，企业需要在每个国家建立面向该区域的基础设施、消费者信任关系和政府伙伴关系。他们必须迎合地区的兴趣、文化和口味，而不是仅仅将西方世界的产品重新包装，再出售给亚洲或非洲消费者。在这一方面，中国企业字节跳动在西方的成功范例值得我们学习——在西方，它是TikTok，在中国，它是抖音。

亚太地区和非洲充满着活力，企业应该在本土寻找创新和人才，并根据需要传输知识，以建立强大的区域业务；反过来，这或许也能促进他们在西方的成功。当然，企业也应做好准备，以应对重大的颠覆和成本基础的调整。地方政府将优先考虑本地公司，让本土公司受益。不过现在这种情况也许在美国更甚，因为该国正在加强其芯片和电池业务，并进一步限制技术转让。





# 各行各业 从自有走向共享

消费经济是由个人（通常是个体）对物品的拥有推动的，但支出的优先次序已经发生了变化，部分原因是关键耐用资产的价格上涨速度快于工资。在许多行业，分享产权形式和租赁形式将成为主导趋势，颠覆整个行业的生态，改变公司的盈利方式，并影响收入不平等的局面。





## 万物订阅或租赁

**宝马汽车现已推出加热座椅、自适应远光灯等租赁服务，这让车主大吃一惊。其他豪华汽车制造商也在效仿。这表明即使原来专为富人服务的公司，也开始放弃所有权模式，转而选择订阅或租赁的服务模式。而且，他们并不是市场中的个例。**

通用汽车公司预计，客户愿意每月为产品和服务支付 135 美元。其他汽车制造商甚至鼓励消费者租赁整台汽车。随着市场向电动汽车加速过渡，技术的发展日新月异，消费者迫切希望站在技术发展的前沿——这是一个明智之举，对汽车制造商来说也是宝贵的机遇，因为他们已经看到了前景。还有一类客户，他们可以与他人共享一辆汽车。波士顿咨询公司（BCG）称，车载租赁、汽车共享、分享产权——所有这些构成了全球订阅和租赁市场。到 2030 年，该市场可能达到 400 亿美元，占新车总销量的 15%。

这个例子生动地展示了曾经独自拥有的东西如何变成租用的东西。这种转变背后是经济中的所有者和使用者脱钩的整体趋势，可能会对财富分配产生长期影响。

订阅或租赁模式并不是新鲜事物。最早的订阅服务是内容订阅，诞生于 16 世纪，后来逐渐走入人们的生活。曾经，电视观众只需支付一张有线电视账单，而如今，他们却要为各种独立的流媒体服务付费。连健身器材也会附带强制订阅的内容。人们不再为个人数据存储、手机应用程序和重要的商业软件购买许可证了，但他们需要订阅这些服务。



### 全球订阅或租赁市场的大规模增长



来源:《数字订阅的投资》(Investing in Digital Subscriptions), 瑞银集团, 2021年。

对于企业来说, 订阅或租赁模式有一个好处——他们可以对同一产品进行多次收费, 因此产品在生命周期内的价值更高了。对于消费者来说, 这种模式允许他们在短期内分摊成本, 甚至获得了原本难以负担的东西。

Rent the Runway 等时尚租赁公司, 正是建立在这种模式之上, 并且还在经历爆发性增长。

艾伦·麦克阿瑟基金会预测, 到 2030 年, 这些公司的市场占比将从 3.5% 增长至 23%, 如果制造商能够将收入与生产和资源使用脱钩, 还将带来巨大的环境效益。

因此, 订阅或租赁服务激增并不奇怪。除汽车和流媒体渠道外, 消费品订阅盒、健身锻炼计划、办公空间 (WeWork 非常活跃)、软件、餐饮和物联网服务等, 都正在加入此模式。

**对于企业来说,  
订阅或租赁模式有一个好处——  
他们可以对同一产品  
进行多次收费, 因此产品在生命  
周期内的价值更高了。**



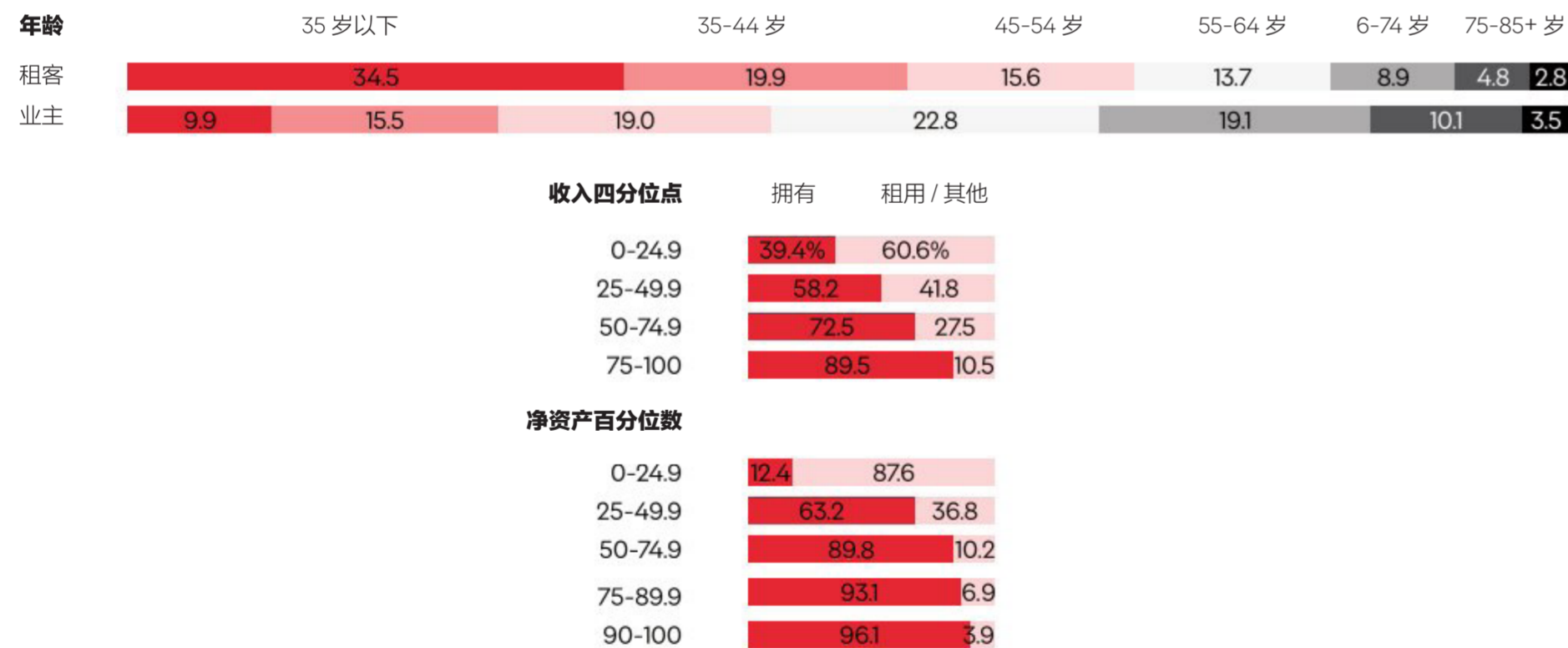
## 租用的生活

有一种稍微不同的订阅形式，很多人都非常熟悉——那就是租房。在美国，对于许多人来说，拥有自己的房子已成为一个遥不可及的梦想。和拥有自己的汽车一样，一些人也对拥有自己的房子失去了兴趣，尤其是年轻一代。

只要看看当地的房价和收入中位数的差距，就不难理解其中的原因了。千禧一代和 Z 世代见证了房价的上涨，甚至涨到了收入中位数的七倍以上，他们所面对的情况比婴儿潮一代和 X 世代要糟糕得多。

然而，糟糕的境遇还不止这些。千禧一代（以及 Z 世代）所背负的债务比前几代人多得多，其中大部分是学生贷款，而且他们是伴随着经济衰退进入劳动市场的，这更是压低了他们一生的收入能力。通货膨胀冲击着他们的预算，而工资上涨的希望却刚刚萌发。因此，他们的住房拥有率明显低于老一辈人；同样地，他们的财富积累机会也一样更低。

按年龄、收入和净资产划分的住房状况



来源：《美国驱逐禁令到期，租客和业主何去何从》（As National Eviction Ban Expires, a Look at Who Rents and Who Owns in the U.S.），皮尤研究中心，2021 年。

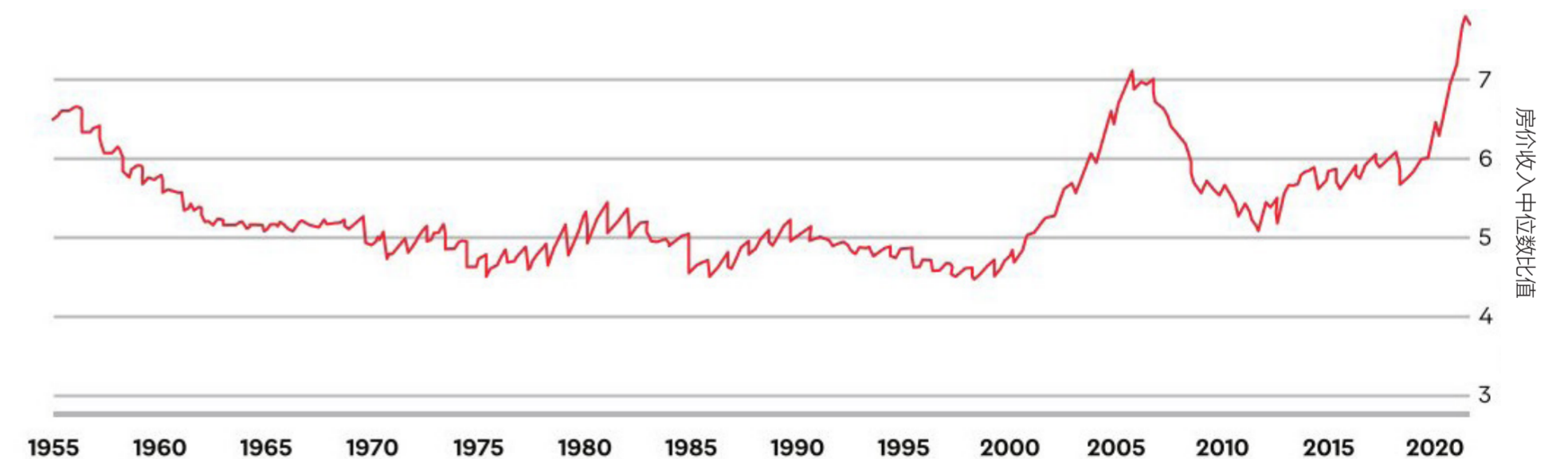
## 共享和同享

个人所有权常常是物非所值的。一辆汽车有多少时间是闲置的？一栋度假屋有多少时间是空置的？为什么还要为它们买单？可以说这是一种暴殄天物的方式，消耗着地球和我们个人的资源，而年轻一代正是敏锐关注到了这一点。共享经济使这些资产得到了优化利用，而消费者也已经接受了这种方式。纳斯达克报告称，随着用户群的稳步增长，优步有望在 2024 年实现收支平衡，成为市值近 4000 亿美元的共享汽车行业的一大主角。爱彼迎的利润率和市场份额正在同步增长，而且和优步一样，它也可以在不大举投资额外资产的情况下实现增长。共享经济的参与者共同承担着这些成本。

尽管共享经济带来了这些好处，但也存在一个显著的弊端。那些没有掌握房屋

所有权的人失去了获得大型升值资产的机会，这种资产通常是一个家庭能够获得的最大资产。获取年轻人青睐共享和订阅经济的增长将对收入不平等产生恶性影响，那些拥有资产的人将享受“高阶层”的生活，只需支出相对较少的成本就能享受到许多商品和服务，而这仅仅是因为他们有能力一次性支付这些费用；此外，他们所拥有的资产能够持续地为他们产出收益。从现在到 2030 年，爱彼迎的收入将急剧上升，而从中获利的将不仅仅是股东，还有房东。快速增长的汽车共享平台 Turo 也是如此，它为个人创造了出租自己汽车的机会。而没有能力自有汽车的人将被这些机会拒之门外。但事实上，这些人正是为此类平台付费的人。

房价与美国家庭收入中位数的对比



来源：《房价与家庭收入中位数之比（美国）》（Home Price to Median Household Income Ratio (US)），Longterm Trends，2022 年。





## 准备迎接共享的时代

订阅、租赁和共享业务对各行业的公司来说都是一个重要的机会。年轻一代对自有资产不感兴趣，也没有能力购入资产，因为他们越来越乐于与陌生人分享产品、服务和体验。企业可以重新思考客户和公司之间的基本交易模式，以满足这种日益增长的需求。如果说人们不再需要购买汽车，那么还有哪些商品可以摆脱自有模式的束缚呢？家电、家具、硬件和消费电子是四个即将迈向共享、租赁或订阅模式的行业。随着产品、服务和共享平台（通常由制造商自己创建，为拥有者和需求者提供一个互惠互利的平台）逐渐为企业带来重复性收入，其他行业也将关注到这一模式的前景。我们可以把它看作一个从制造商到消费者的供应链。这将牺牲零售商和转售商的利益，除非他们也能重塑自己成为这个高效生态系统的促进者，而不是从中获利的中间商。粉丝文化也在向共享模式发展，其中的狂热者会为了优先接触他们所关注的名人和艺术家而付费。

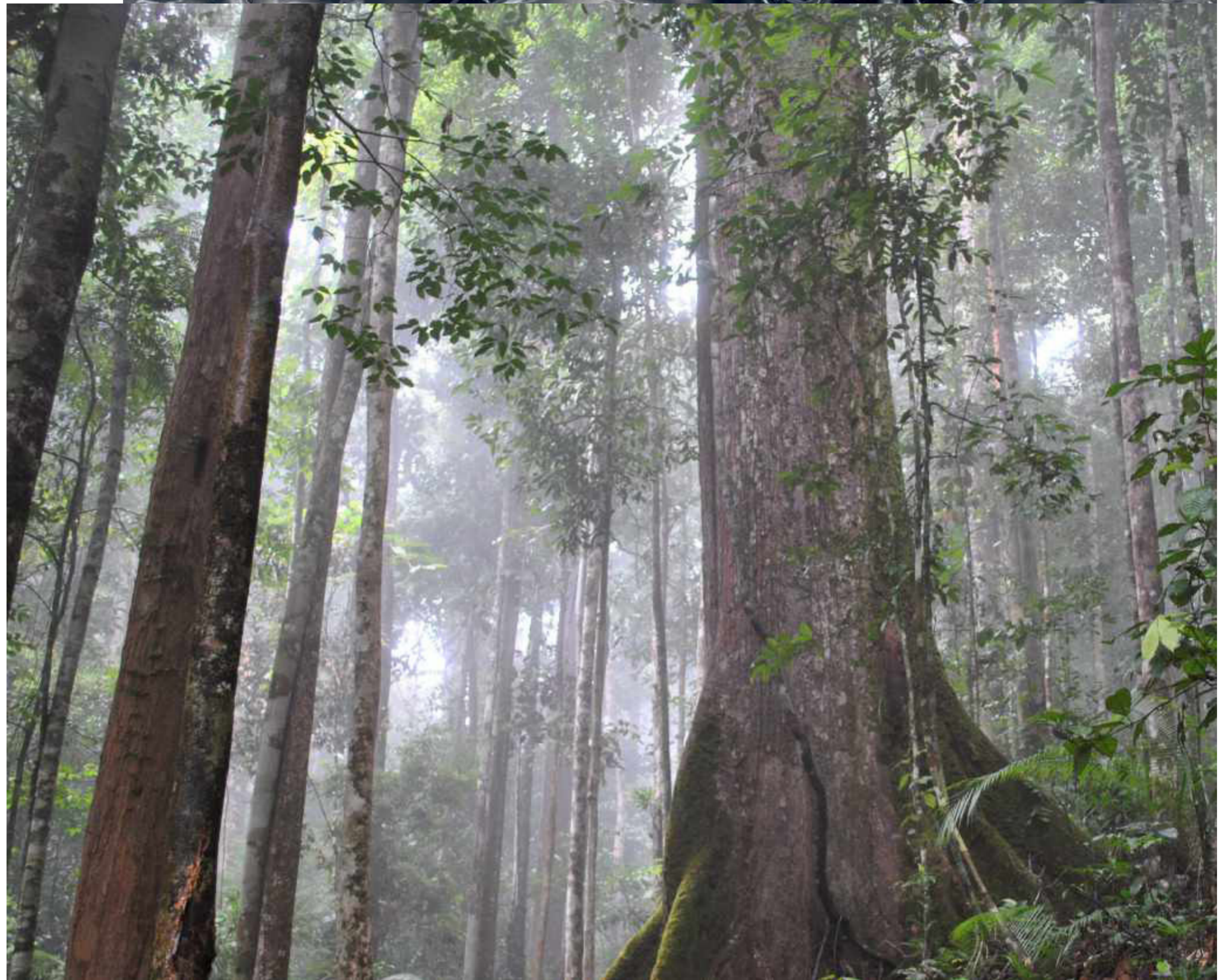
这种对商品和服务的集体所有方式，将对环境产生积极影响，而计划性淘汰的产品迭代模式越来越难以为继。能够经受许多用户的考验，并在更长时间内保持其效用的商品，才配得上更高的价格，并经历更长的共享周期。此外，这些商品的维护也能产生收益，从而创造新行业 and 老行业的新业务线。





# ESG 成为必要条件

ESG 环境、社会和治理措施已经无处不在，但实际意义尚未显现。由于标准和执行的缺失，洗绿行为层出不穷，也使整个 ESG 概念遭到贬损。不过，对于一个额外消耗成本的新兴趋势来说，这并不令人惊讶。如果人们想保持地球的宜居性，人类的气候变化行动目标尚待优化。因此，ESG 将成为企业的优先事项。不过，如同加密货币业务，ESG 也需要衡量指标、标准和独立监督机制。





## 有争议的衡量标准成为了现实

这些年来，ESG 几乎成为了纽约等地最热门的投资俱乐部代名词。ESG 三个字分别代表环境、社会和治理，是一套与联合国可持续发展目标（UNSDG）相一致却又定义不清的报告原则。

贝莱德领导了一场使投资者资金流入公司的运动，这些公司衡量并报告了 ESG 进展，但随着这股浪潮的增长，批评的声音也在增加。一些人对多样性、公平性和包容性，以及积极的气候行动抱有更大的期望，他们谴责该项运动缺乏监管和标准。在他们看来，ESG 报告只是一种纸上谈兵的手段，ESG 也成为文化战争的攻击对象，佛罗里达、德克萨斯州等州制定了惩戒性的反 ESG 法律，并从以 ESG 为优先要务的公司撤资。他们坚持认为，这些原则只是“觉醒资本主义”的另一种表现，是对化石燃料的攻击。这种说法认为，企业没有资格做出具有任何政治色彩的决定。

尽管有这些不利因素，从现在到 2030 年的这段时期内，人们对 ESG 的追捧仍会只增不减。对于针对“洗绿”行为的批判，标准和监管制度将作出回应，而同时反对主义的攻击将不断抢头条。不过，潜移默化的进步仍会继续。佛罗里达州可能出于政治原因，从贝莱德撤资 20 亿美元，但这并不能阻止一家掌管 8 万亿美元资产

的公司。

推动有效 ESG 的运动不可阻挡，因为它确实对企业利好。纽约大学斯特恩学院在对 1000 多项研究的元分析中发现，ESG 和财务业绩之间存在明确的正相关关系——这一趋势随着时间的推移变得更加明显。元分析还发现，追求低碳未来更可以提高财务业绩，而投资者对 ESG 的关注也可以抵御下跌的风险。麦肯锡的分析也得出了类似结果，其分析师深入研究了 ESG 如何促进财务业绩。

麦肯锡分析师 Robin Nuttall 指出，ESG 得分越高，资本成本就越低。它还能促进营收增长。Nuttall 解释说：“如果一家消费品公司拥有更强的可持续发展主张，那么它更有可能赢得客户忠诚度和新客户群。有证据表明，对可持续发展影响较大的品牌比这方面较不重视的品牌，增长得更快。”改进 ESG 工作，还能更有效地利用资源，在这个过程中降低成本，减少资产搁浅的风险。同时，它减少了监管风险，并且，Nuttall 报告称，“新一代员工和千禧一代追求工作带有此目的，作为雇主，如果你能满足他们的这种需求，你将会吸引并留住这些人才，并可能在工作场所获得更高的生产力。”麦肯锡报告说，ESG 也是一个可量化优势，它可以促使公司的股票价格每年上涨约 2%。



DE&I 对于吸引和留住人才至关重要

76%

的美国雇员和求职者在评估就业条件时，认为多元化的员工队伍很重要

32%

的美国雇员和求职者不会选择缺乏多样性的公司

41%

的美国雇员和求职者在目睹或经历了职场歧视后选择辞职

来源：《多样性与包容性工作场所调查》（Diversity & Inclusion Workplace Survey），Glassdoor，2020年。

DE&I 也是一个不断增长的行业。在美国，加利福尼亚等州在 DE&I 计划上花费巨大。美国组织研究和教育中心报告说，DE&I “在加利福尼亚州的支出中至少达到 10 亿美元。”

美国在国家层面对 DE&I 也有重大推动。联邦官员正在为政府制定 DE&I 政策战略，希望为全美的公司和组织提供一个框架。





## 真正的衡量标准

长期以来，不透明、不一致的衡量标准一直阻碍着 ESG 的推广，也刺激着外界的抵制。另一方面，全球范围内正在呼吁出台通用、有效、一致的标准。曾经有些品牌自吹自擂，宣称对环境和社会负责，却从未接受过第三方机构的验证——这些品牌在这方面正走向颓势。一些企业表面上说是因良好的 ESG 表现而在财务报表上呈现出经济收益，但后来却发现这只是被洗绿包装出来的虚假努力——这是不折不扣的财务舞弊。

气候变化的问题是明确、紧迫而又现实的，因此可持续发展不再是一个值得追求的愿景，而是一个必须实现的目标。投资者和监管机构已经开始加强审查，并对透明度和有效性提出了要求。现在人们能更直观地看到气候变化的影响，随着气候的变暖，外部因素迫使企业认识到，“可持续性”意味着业务延续性。无论是个别企业还是整个行业，如果不竭力实现去碳化，那么气候变化所带来的生存威胁将使全球经济停滞不前，甚至分崩离析。

商业领袖们已经感受到了这种压力：58% 的首席执行官在 ESG 报告和透明度方面面临更大的压力。现在，欧盟已经做出反应，推出了新的 ESG 框架——企业可持续发展报告指令（CSRD）。CSRD 将要求更多企业披露 ESG 指标，并建立一致的报告程序。毕竟，可持续意味着企业的可持久性。



## 好 COP，坏 COP

我们必须面对现实。自里约热内卢地球峰会以来，围绕减排问题的社会讨论已经持续了三十年。正如伊丽莎白科尔伯特在《纽约客》中写道，“随着这个话题的不断发酵，不知不觉地，气候变化不再是一个关乎未来的问题，而成为一个摆在我们眼前、必须解决的现实问题。”人类躲不过这颗子弹，即使各国领导人召开缔约方会议，“高谈阔论着‘净零’和‘低碳经济’。然而，什么都不会改变，而结果是一切都会改变。”气候变化的影响是可怕的——作物歉收、区域干旱、洪水泛滥、火灾不止，最后居民被迫移居。科尔伯特亦提到，经济人类学家杰森·希克尔曾指出，气候变化作为资本主义的产物，不能用资本主义的办法来解决。

这个道理不言自明。资本主义，尤其是监管不力的晚期资本主义，在实践和道德方面都存在很多问题，其本质上仅仅是一个“技术精湛的生存机器”而已。尽管为时已晚，企业已经开始认真对待地球所面临的问题——因为股东和利益相关者都在关注可持续发展，而同时也是为了他们所投资的企业和他们个人。因此，ESG 将在未来几年内蓬勃发展，因为它将成为评估企业未来潜力的一个基本指标。

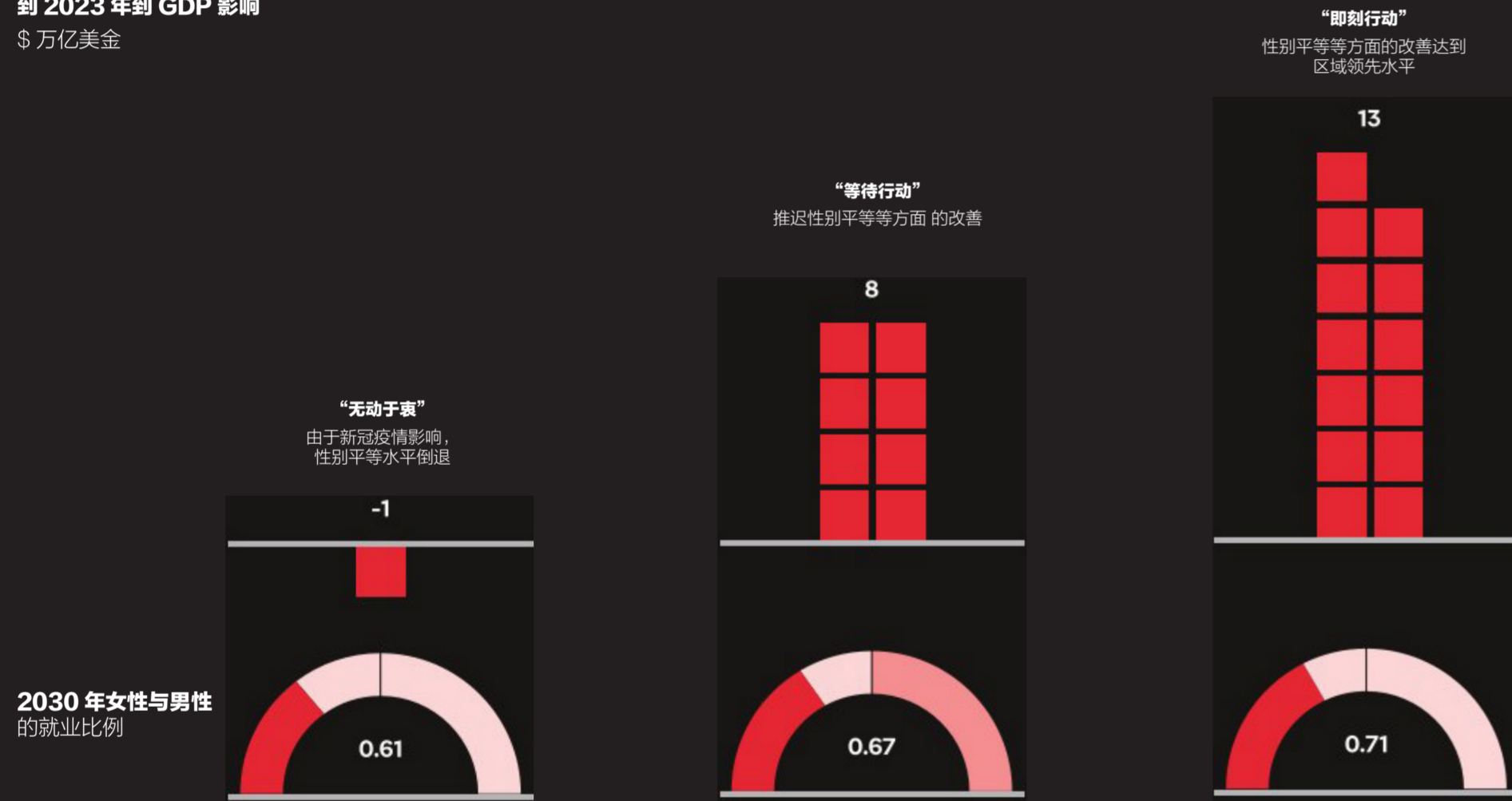


## 即刻行动

随着性别平等的进程推迟，全球经济将损失 130 亿美元。根据麦肯锡的一项里程碑式的研究，女性高管人数较多的公司业绩优于女性高管较少（甚至没有）的公司。从种族多样性的角度来看，这种影响更加明显。

### 提高工作场所的性别平等会带来哪些回报

到 2023 年到 GDP 影响  
\$ 万亿美金



来源：《COVID-19 和性别平等：对抗倒退的影响》（COVID-19 and gender equality: Countering the regressive effects），麦肯锡全球研究院，2020 年。

企业应将可持续发展的考量因素纳入商业决策。

政策是一个简单的解决方案，但它本身并不能创造足够的变化。

这方面的影响是显而易见的。企业应建立一个多元化的人才库。现有的制度尚有改进空间，并且，任何正视自我的企业都知道，多元化的员工队伍有助于企业理解世界、回应世界，并与这个多元化的世界建立联系。结构性问题是真实存在的，任何技术企业都需要深入中等和高等院校，做好人才的发掘和准备工作，以免优秀的人才永远不会考虑进入传统的行业。

这方面的社会成本是显而易见的，而个别企业的财务成本也一样，并且要确保员工也理解这一点。在 DE&I 有领导性的公司更容易吸引人才；而 Glassdoor 的数据显示，三分之二的员工和求职者最信任公司的 DE&I 报告。

企业应将可持续发展的考量因素纳入商业决策。政策是一个简单的解决方案，但它本身并不能创造足够的变化。不过，如果企业在管理层中灌输这些行为模式，就可以创造变化了，让高管对他们所在领域的可持续发展负责，并将薪酬与可持续发展的成功挂钩——虽然这种方法不免有些繁琐，但其效果是毋庸置疑的。每个企业都需要认识到，它是行业生态系统的一部分，而个体企业的行为也可以激发竞争对手和供应商的良好行为。事实上，只需确立一

个供应商行为准则或可持续发展要求，即有可能使整个供应链和价值链实现脱碳。不要一味地依赖 ESG 报告，企业应该支持对信息披露的监管和规范。如果没有标准，应及时请第三方审计机构参与进来。不过，更好的办法是：建立一个行业联盟来制定这些标准，并与地方当局合作，将标准确立为法律。这正是 ESG 中“G”（治理）的一个方向，不过“治理”的含义不止这些，还包括尊重股东、维护公众利益，以及追求长期规划和行动。

传统的污染行业也需要注意，碳补偿和碳捕获的费用必定会大幅增加。碳交易市场正在快速增长。事实上，仅 2021 年一年，该市场就增长了 164%，且价格也呈上升趋势。净零排放政策也将刺激碳补偿市场的增长和价格上升。

鉴于消费者在选择品牌时更青睐与他们价值观相符的公司，因此公司需要推广他们的 ESG 政策。许多公司宣称自己是良好的企业公民，但却没有践行其承诺，招致消费者和投资者的怀疑态度。然而，未来的品牌必定建立在可持续发展的基础上。因此，要建设成功的品牌，必然要兼顾 ESG 方面的要求。



# 人工智能 无处不在

人类与技术的关系正在进入一个新阶段。一直以来，技术是服务于人类的工具；而今天，人工智能让技术和人类进入了双向互动。人类将继续委派人工智能进行劳动，甚至制定决策。人工智能将变得无处不在，且不可或缺。





## 像电力一样重要

在电力时代萌芽的时期，它还是人们眼中的新奇事物，而不是一个实用工具；没有人知道日后的世界会如此地依赖它。

曾经，人们不知道哪种类型的电会成为主流。如我们所见，西屋公司的交流电赢得了“电流之战”，最终重塑了城市、政治和社会。电力驱动着电梯，让城市可以以垂直的方式建设；它使工厂流水作业成为可能；它征服了黑夜，开启了林登·约翰逊的职业生涯（林登·约翰逊是德克萨斯州丘陵地区农村电气化的改革者，他在越南战争、民权运动和伟大社会计划中的行动至今影响深远）。而电力则成为数字科技的先决条件。

现在，计算机信息处理技术已经成为一种公共服务（虽然它没有像公用事业公司那样受到监管），而人工智能在今天的地位就像电力在 20 世纪初的地位一样。即使人工智能目前还存在固有的计算障碍，人工智能的成本效益也已经开始高于类似的人力解决方案。因此，到 2030 年，基于人工智能对人类 - 科技关系的重塑，将像电力一样，无处不在并影响深远。

到 2030 年，基于人工智能  
对人类 - 科技关系的重塑，  
将像电力一样，  
无处不在并影响深远。



1517年，马丁·路德的《九十五条论纲》被钉在了维腾堡教堂的大门上，确凿证明了印刷术的力量。

## 自主的力量

印刷机诞生于1436年。

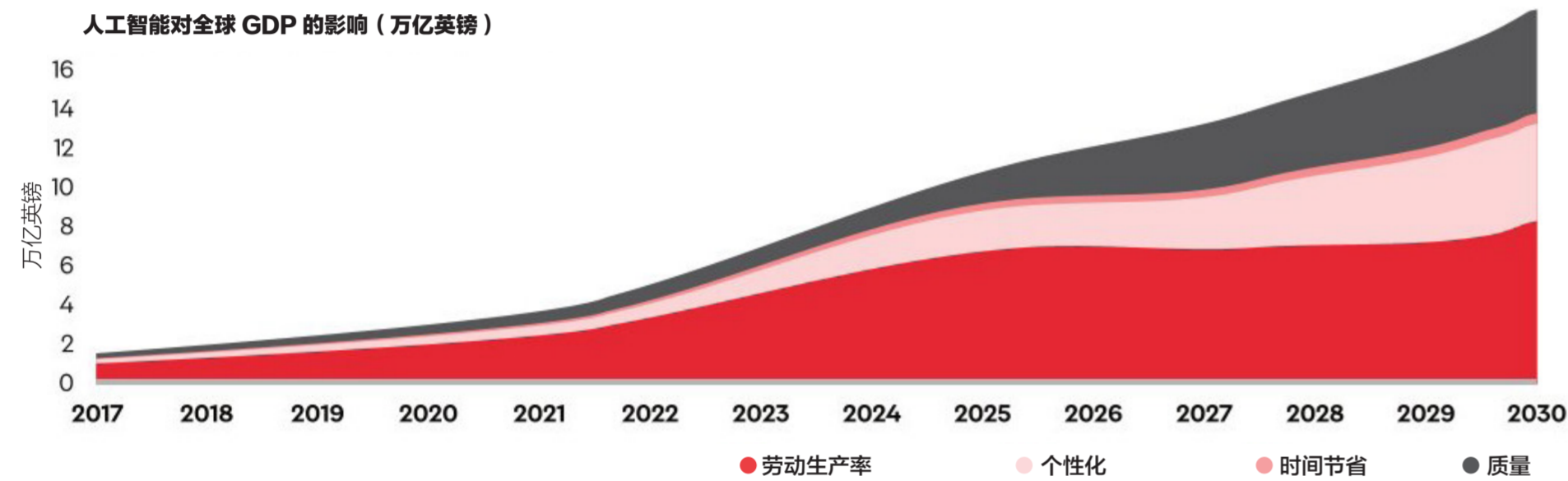
由于数字计算机在1945年才诞生，互联网在1969年才出现，所以社会目前仍在

探索连接信息与计算的力量，但其最重要的影响力量终于显现出来了。

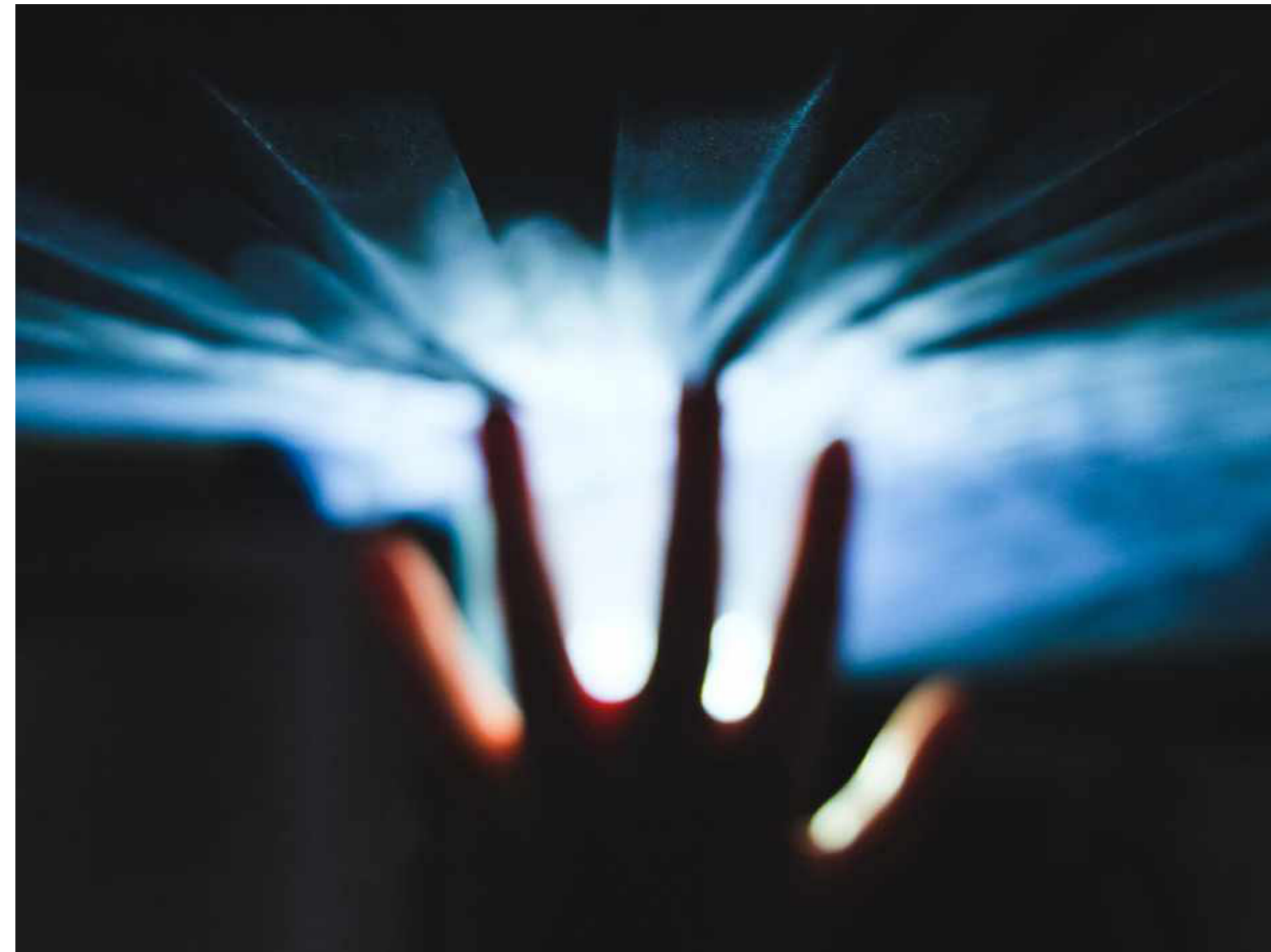
人工智能的出现，标志着在计算中最具潜力的自主计算首次得到了实现（艾伦·图

灵对此绝不陌生）。一切因此而改变。人类终于掌握了一种技术——它终于可以超越节省劳动力，因为它还可以指派行动、可以预测需求、甚至可以适应变化。

人工智能的价值收益从何而来（万亿英镑）



来源：《衡量奖品：人工智能对企业的真正价值是什么？如何利用它？》（Sizing the prize: What's the real value of AI for your business and how can you capitalise?），普华永道，2017年。





OpenAI 的工作呈现了人工智能两个惊人的进步。人工智能图像生成系统 DALL-E 已证明了，人类一直认为具有创造性的东西可能最终都能通过计算机实现。DALL-E 的设计作品在推出几个月内就激发了有关灵感、所有权、艺术的本质的大量辩论。它的同类产品 ChatGPT 的人工智能写作功能直接进入了与人类同频交流的领域；或者，至少做到了像人类一样交流。当我们要求 ChatGPT 写一篇关于它自己的文章时(只展示开篇)，它这样写道：

“这是 Assistant，由 OpenAI 训练的高级语言模型，可以帮助用户在各种主题上生成类人写作文本。作为一个计算机程序，Assistant 没有个人经历，也没有身体，但它可以用来处理和生成具有高度准确性和连贯性的文本。

在本文中，我们将探讨 Assistant 的能力和功​​能，以及它作为一种语言模型的局限性。”虽这篇文稿不会赢得普利策奖，但在目前的发展阶段，它确实令人印象深刻。

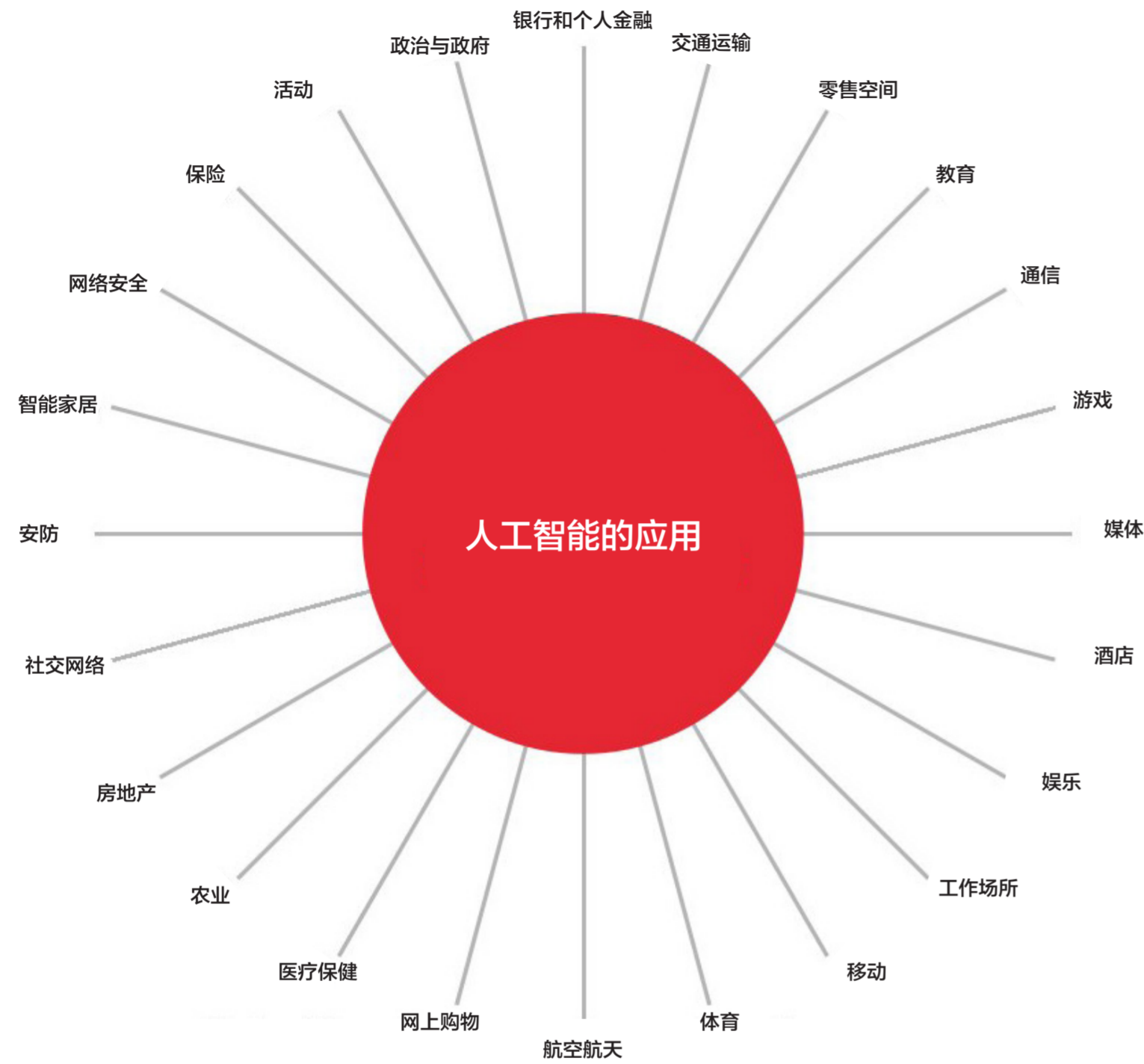
## 不止于艺术和文本……

根据普华永道的数据，到 2030 年，人工智能可以为全球 GDP 贡献 15.7 万亿美元。这来自自动化带来的生产力提高（针对没有人类参与的活动）、功能增强带来的生产力提高（针对有人类参与的活动），以及消费者对 AI 增强产品和服务的需求。

和电力一样，人工智能也将影响经济的各个领域，而且还会出现无法预测的影响。关于其可怕的一面，可以参考反乌托邦电影中的情节，如杀手机器人、基于算法的执法、机器主导的社会和获得力量的恶意行为者。不过，人工智能有利的一面也同样引人注目，尽管荧幕中对这方面的描写较少。

**人工智能将在全球经济去碳化中  
发挥关键作用。**





来源: One Ragtime

昆士兰大学指出,可以预见的重要影响主要集中在医疗保健、可持续发展和服务方面。人工智能已经开始协助医生诊断疾病,但不久之后,它还将以更强大的自主性和准确性来进行诊断。人工智能可以扩大医疗保健专业人员的服务范围,使更多人能够获得这种有限、昂贵的资源,享受比以往更优质、更平价的护理服务。有了人口层面的数据,智能系统可以学会更快地检测疾病,促进预防,以构建一个更健康的世界。智能植入物可以对抗慢性病,而人工智能赋能的 R&D 可以寻找新的药品和生物制品。

人工智能将在全球经济去碳化中发挥关键作用。机器智能不仅可以提高运营效率,还可自动对流程、能源使用、垃圾填埋强度、水需求和排放等复杂数据进行人工审查,从而提高整个价值链的可持续性。

专家系统也将改变消费者的生活。自动驾驶已经掀起了广泛的讨论,但真正有前景的是自动驾驶和按需分配的车辆服务;零售产品的精细个性化将支持人们对优惠、产品和服务进行私人订制;机器人助手将成为各种物理环境的标准配置;而智能系统也将代表客户开展从金融到消费品交易的各类活动。

甚至不久之后,育儿也将成为人工智能的一个发展方向;而随着人口老龄化的加剧,老年护理也将更早迎来人工智能的助力。正如 XPRIZE 的创始人 Peter Diamandis 所说,人工智能“将成为你思维上的义肢,全天候地为你服务……[并]学习你的偏好,预测你的需求和行为,为你购物,监测你的健康,帮助你解决问题。”



## 真正的杀手级应用

今天，许多城市正在犹豫，是否允许警察使用自动驾驶车辆这一致命武力。军方已经跨过了这道门槛，随着专家系统变得更加智能，这场辩论将愈演愈烈。

人工智能对某些企业来说是致命的。人工智能是互联计算的杀手级应用，就像所有杀手级应用一样，它将消灭一些企业，但同时也会将其他一些企业推向新的高峰。

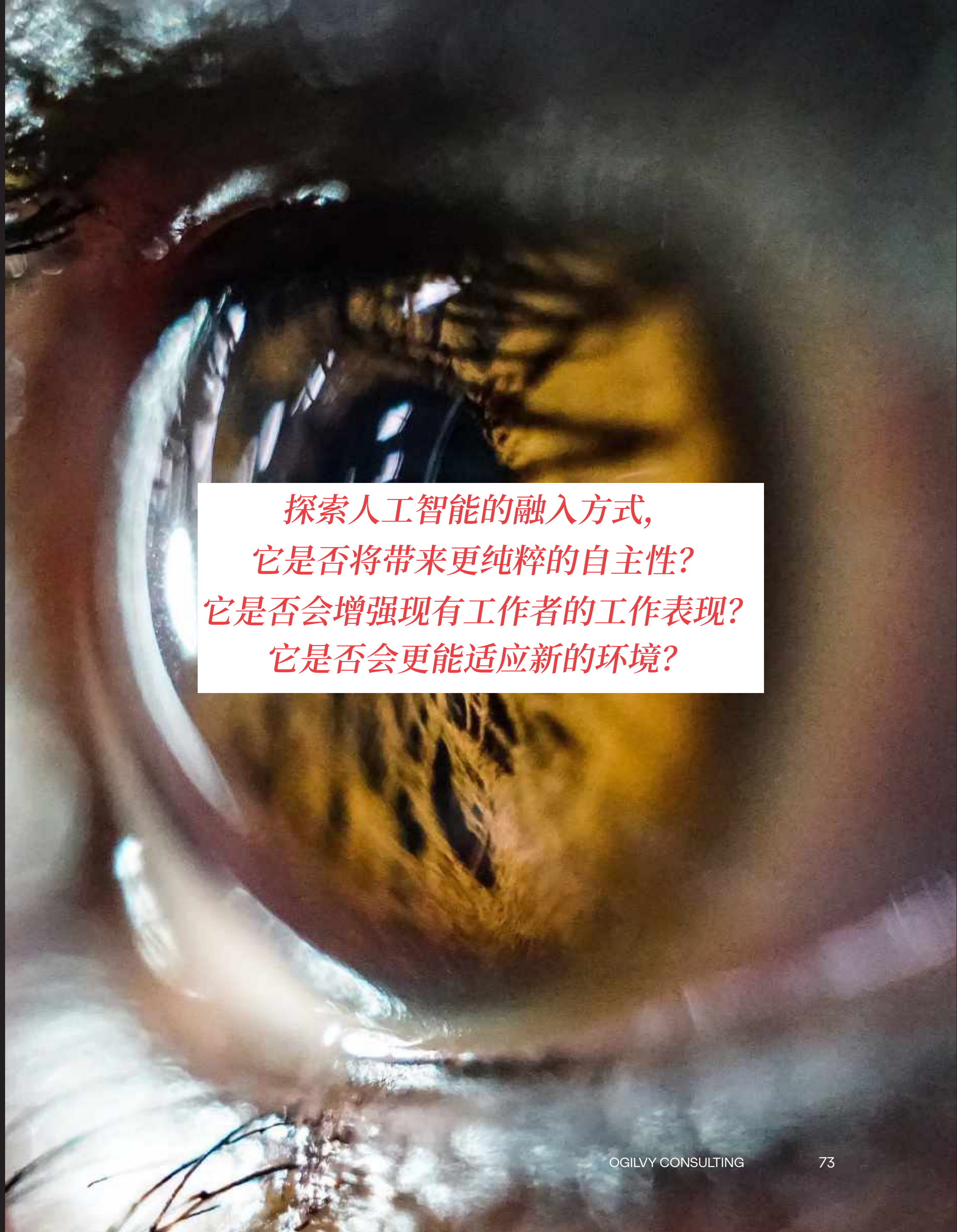
因此，企业应该认真审视其所在行业的人工智能发展状况，以确定专家系统的变化何时将至。思考数据集的可用性和互操作性、自主技术的成熟度，以及规则化思维的适用程度。探索人工智能的融入方式，它是否将带来更纯粹的自主性？它是否会增强现有工作者的工作表现？它是否会更能适应新的环境？

对这些问题的回答将有助于企业评估他们需要在多大程度上重组业务运营，将智能系统和人力资源高效结合，以及如何实施这些行动。此外，它们还将揭示，人工智能的颠覆是否会威胁到企业的生存，企业是否有必要进行大规模的转型。

## 人工智能消费者

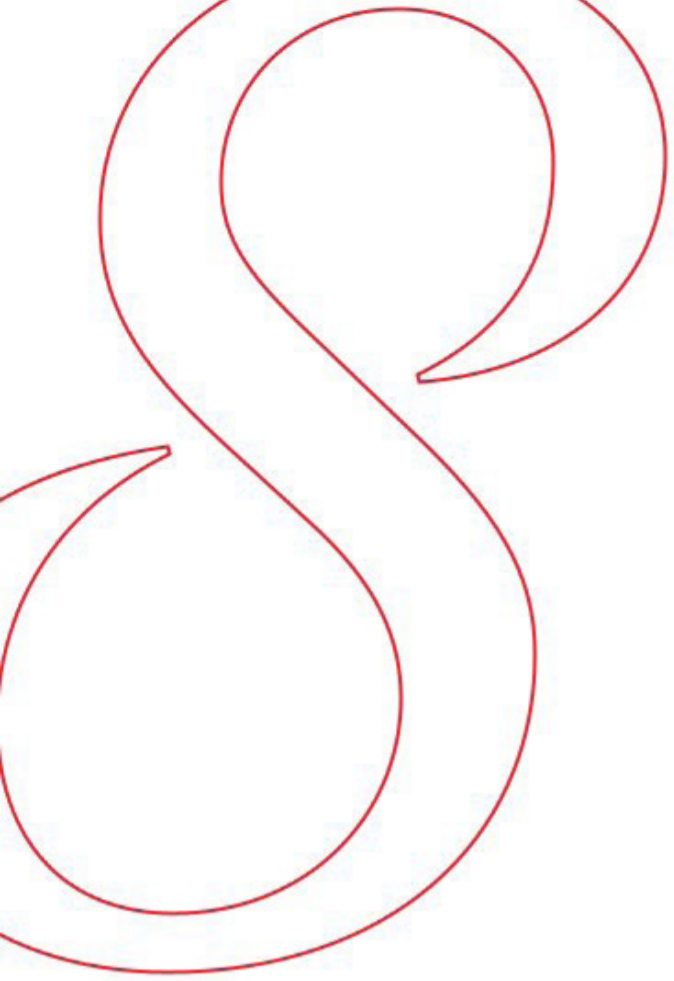
普华永道写道：“AI 领跑者将拥有卓越的客户洞察力。直接的竞争优势包括提高利用消费者偏好的能力，根据这些个人需求量身定制产品，并在此过程中占据市场更大份额。”公司将把这些洞察转化为更好的产品和服务、通过更好的分销将它们推向市场、并通过更好的营销和广告来传播它们。而消费者将对此作出回应，在各种活动中越来越依赖智能系统。涉足行业可包括医疗保健、旅行、购物、工作、家庭管理、娱乐、金融服务等等。

随着消费者将更多的决策权交给人工智能，专家系统将成为消费者购买行为的代理人。简单地说，品牌管家（或他们的人工智能系统）需要直接面向人工智能进行营销，努力实现其观念的转变，以便智能系统能对人工智能友好品牌建立起信任和忠诚度。尽管这听起来很可怕，但它至少可以减少人类被迫浏览的广告数量。



探索人工智能的融入方式，  
它是否将带来更纯粹的自主性？  
它是否会增强现有工作者的工作表现？  
它是否会更能适应新的环境？





# 人口老龄化 “转银为金”

无论是受尊敬还是受忽视，还是介于两者之间，老龄人口从未像今天这样成为社会的一大经济力量。现在，他们是占据主导地位的消费群体之一，取代年轻人成为营销的首选人群。

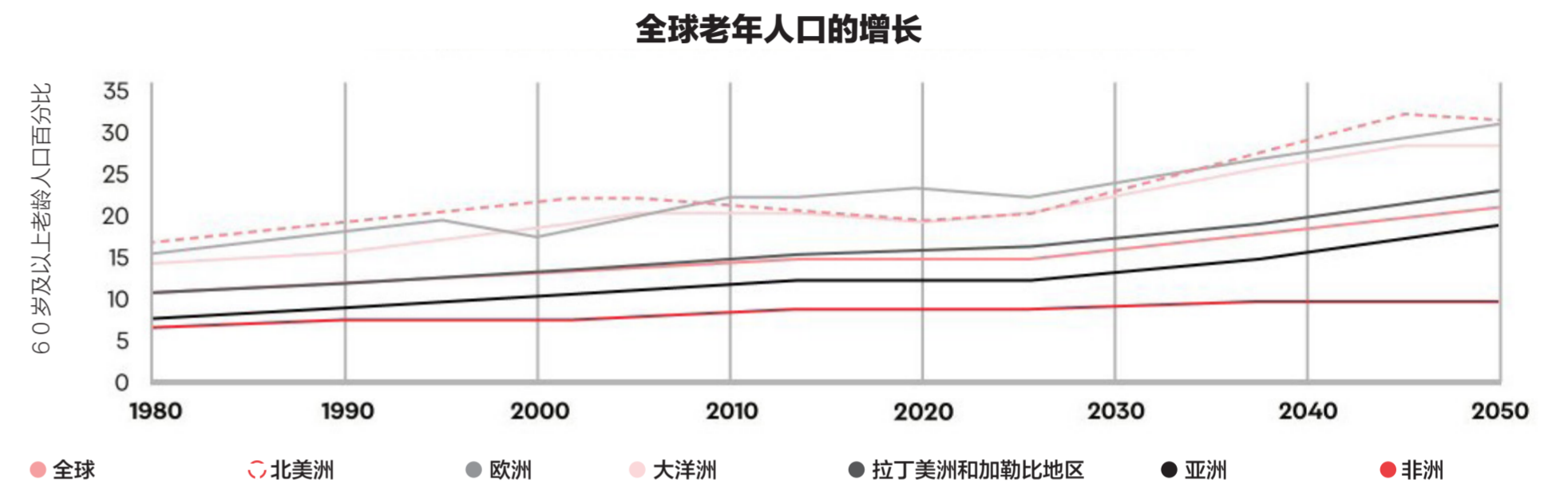
所以，我们要准备好迎接银发经济。





## 从 18-24 岁到 65-90 岁

不要再盯着阿尔法一代了！到 2030 年，真正的消费力量将掌控在老龄人口手中，特别是在全球最大的几个经济体中——亚洲、欧洲和美洲。



来源：《老龄化、老年人和 2030 年可持续发展议程》（Ageing, Older Persons, and the 2030 Agenda for Sustainable Development），联合国。

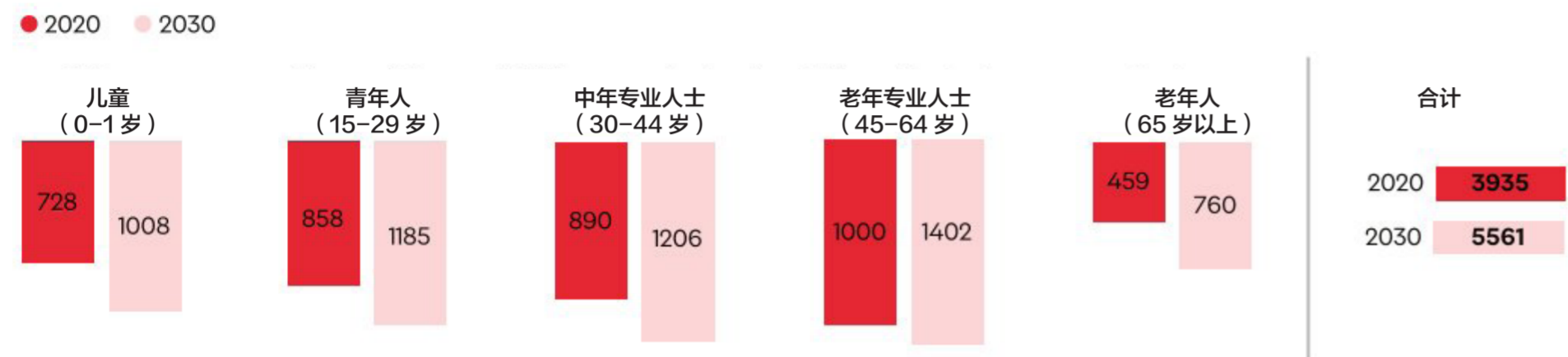
60 岁以上的人口数量已经超过了 5 岁以下的人口。到 2030 年，每六个人中至少有一个老人。2020 年，全球 60 岁以上的人口为 10 亿；到 2030 年，这个数字将增加到 14 亿，相当于全球人口的 16% 以上。到 2050 年，老龄人口还将达到 25 亿。

“老年人是世界上最富有的年龄组，其中包括老年专业人士（45-64 岁），” 沃尔夫冈·冯勒在其为布鲁金斯编撰的一份报告中写道，老年人对全球消费的贡献超过了所有其他年龄群。根据世界银行的数据，他们在 2030 年的支出将达到 15 万亿美元。

**60 岁以上的人口数量  
已经超过了 5 岁以下的人口。  
到 2030 年，  
每六个人中至少有一个老人。**



### 消费阶层中增长最快的群组



来源:《银发经济即将到来: 审视老龄人口日益增长的消费力》(The silver economy is coming of age: Looking at the growing spending power of seniors), 布鲁金斯, 2021年。

随着富裕人口走向老龄化, 美国和中国将不仅仅是世界上最大的经济体; 到 2030 年, 它们也将成为最大的银发经济体。长期以来一直作为世界老龄化之都的日本, 亦会迎来适度的增长, 而印度也将拥有高达万亿美元银发经济。

这对就业的影响将进一步放大。随着人们保持健康的时间越来越长, 劳动力市场也将受到影响, 越来越多的老年人不仅仅会继续留在就业市场, 他们还将看到积极的就业前景。虽然美国的劳动力在 2020 年至 2030 年之间缩减了 7.5%, 但 75 岁以上的劳动力将激增 96.5%。

任何存在大量的老龄人口的地区都会出现这种情况, 即使对于这些老龄人来说, 他们需要发展新的技能。这里有一个典型的案例。Generation 是一家非营利性技能再培训机构, 正在为新加坡的老龄工作者提供科技领域的新职业培训。

随着老龄人口就业的增长, 老一代和年轻一代之间的资产鸿沟将进一步扩大。在 1945 年以前出生的人口中, 平均每人掌控着 817,000 美元的资产。婴儿潮一代平均每人持有 834,000 美元, 占据着美国近 60 万亿美元财富。X 世代持有的资产约为婴儿潮一代的一半, 而千禧一代则远远落后, 平均每人只有 68,871 美元。





## 品牌的新沃土

那么，为何要把所有的营销资源都集中在年轻一代身上？品牌、产品设计师、营销人员都习惯关注年轻消费者，因为他们代表着未来，在品牌建立初期培养客户忠诚度可以为品牌带来终生红利；人们常说，老年人可能掌握着很多可支配收入，但他们会把这些钱花在医疗保健、游轮旅行和笨重的步行鞋上。但现在，这种说法已经过时。2030年的老年人将把现金花在电子商务、个人体验和旅行上，此外还有与积极的生活方式相关的其他支出。

他们还将寻找能使他们的生活更轻松的产品和服务，这是一个巨大的潜在市场。看看OXO就知道了，这个高级厨房工具品牌最初只是一款产品。OXO品牌创始人

的妻子手部患有有关节炎，这款产品专门为了帮助她舒服地抓握削皮器。

现在，OXO已经成为市场上的头号厨房工具品牌。其他领域也有很多机会享受银发经济的红利，从个人护理、旅游到教育和电子产品。爱彼迎注意到，60岁及以上的人群正成为增长最快的游客和房东群体之一，因此该公司正在围绕他们的需求，重新设计其体验和营销方案。一些雇主没有强制老龄雇员学习最新的技术，而是为他们提供能够提高生产力的简单解决方案。针对需要额外帮助的人群，吉列公司推出了一款专为护理人员设计的剃须刀，方便地为他人剃须。

对于OXO这一类公司来说，这个市场已经成熟，他们在老年经济中蓬勃发展，并在过程中重新定义了一个产品类别。

产品设计师在引进新技术时，应着眼于老年消费者的独特需求，不要像电动汽车制造商那样落入陷阱——前几代电动车为了看起来更具未来感（同时为了节省开关设备的成本）而取消了按钮，还为新技术添加了需要用户重新学习的陌生界面。这种不便，将那些足够富裕、有能力消费这种昂贵汽车的客户群体拒之门外。所有种类的消费品都需要针对银发经济进行改造。比如，富裕群体要求服装既要适合年长人群，又不能牺牲服装的风格特色。他们对两类电子产品趋之若鹜：一类是能让老年人享受前沿科技，而不需要孙辈提供帮忙

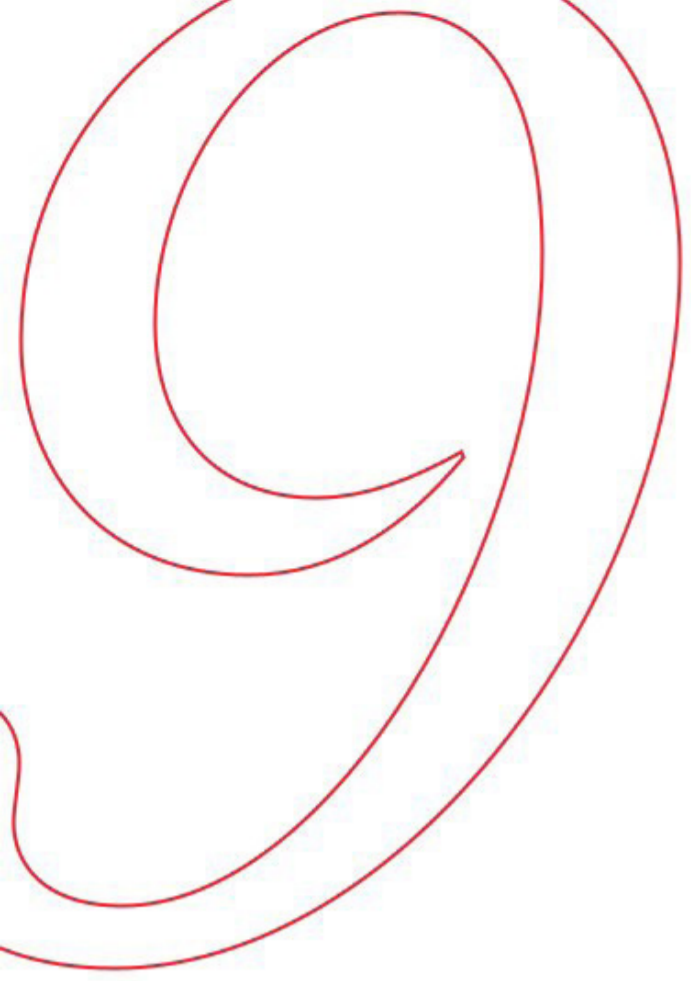
的电子产品；另一类是专为60岁以上人群量身定制的家居电子用品。服务业也需要面向银发经济进行一番修整。一些职场人士希望在职业生涯后期进行一些转变，他们需要参加专为老年学习者设计的教育项目。金融和保险面向退休人士推出的产品方案越来越背离消费者的期望，这些60岁以上的客户强烈要求它们认清老年群体的现状；面向老年客户的医疗保健服务需要简化，要让这些老年人花更少的时间获取更多的护理服务。

同样需要关注的还有品牌推广和营销策略。在一个全新的平台上开展意见领袖推广活动可能是一种不错的营销方式，但聪明的营销人员也需要找到真正的转化方式，从白银经济带来生意的真正方法。

### 过时的看法：

老年人可能掌握着很多可支配收入，  
但他们会把这些钱花在  
医疗保健、游轮旅行和笨重的步行鞋上。





# 迎接可再生能源时代

如今，可再生能源比化石燃料的成本更低，使世界可以迅速实现脱碳。然而，全球能源经济的惯性意味着这一转型将不会一帆风顺，即使整个文明已直接跃进碳经济时代。





## 储存的阳光

可再生能源的发展趋势显而易见，席卷世界的碳危机也已经结束，但尽管重大的技术障碍已经得到解决，人类仍然没有找到量入为出的方法。

当今，化石燃料被妖魔化——这是有充分理由的。但回想一下，人类在工业化时代取得的巨大进步都要归功于化石燃料。虽然我们要将它们丢弃到历史的车轮之后，但我们仍应感谢它们带来的一切，无论是更长的寿命还是各种各样的光源。

地球上每一焦耳的能量都来自太阳，自从原始人点燃了第一把火，人们就一直在使用源自太阳的能量。工业化就是利用这些储存的能量产品来完成更多工作，通过提高能源的能量密度，或能源提取的效率，来提升人类完成工作的能力。但是，转化的最佳机制一直也是极其低效的。直到

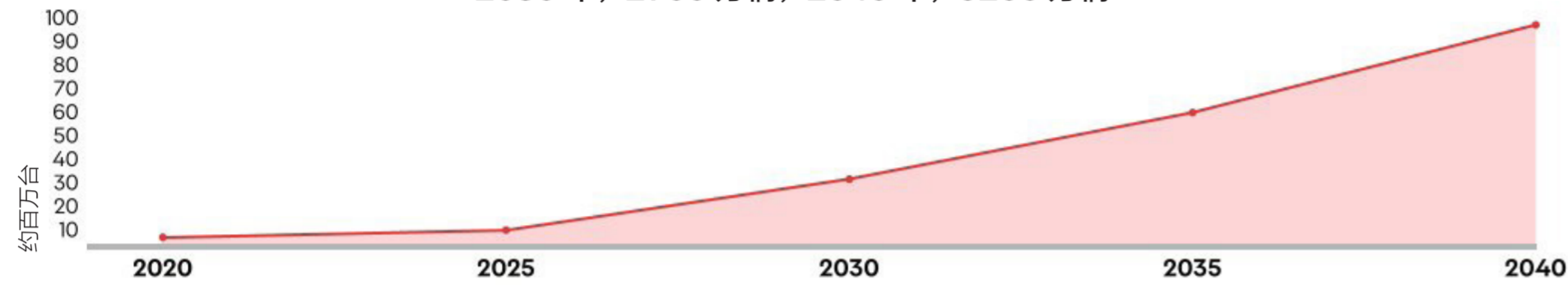
现在这种境况依然没有改变。同样，人们在惊叹于现代汽车的 MPG 评级之时，忽视了这样一个事实：每加仑汽油中 65% 的势能都浪费在了热量和摩擦上。而一辆电动汽车则正好相反，其能源效率高达 70%。

由于电动汽车几乎不需要太多移动部件，也不需要昂贵的油箱加油；因此，消费者和企业都在强烈要求交通行业快速转型。

**由于电动汽车几乎不需要太多移动部件，  
也不需要昂贵的油箱加油；  
因此，消费者和企业都在强烈要求交通行业快速转型。**



**美国电动汽车的增长:**  
2030年, 2700万辆; 2040年, 9200万辆



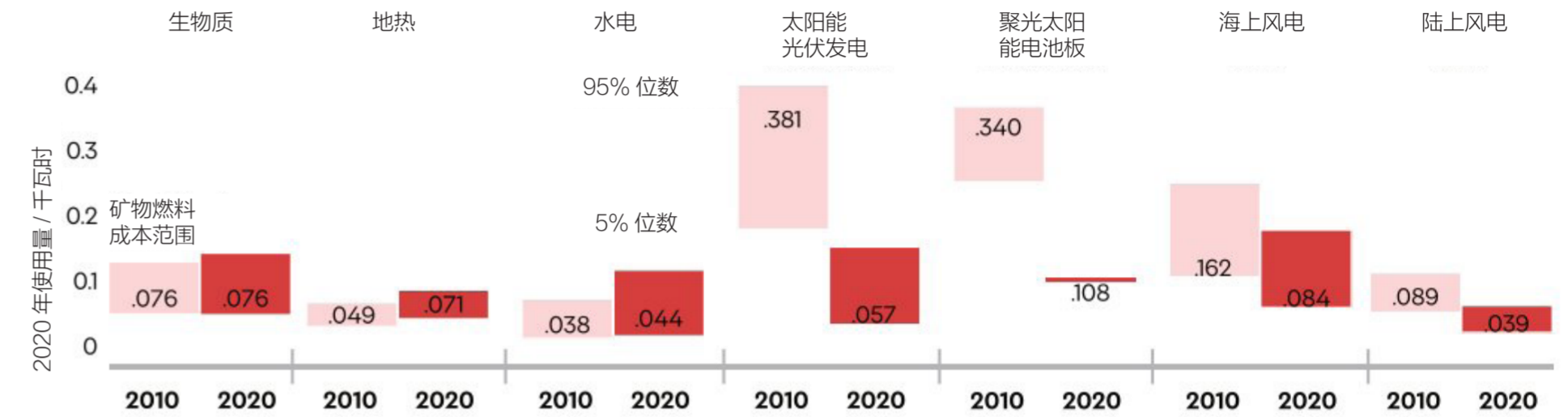
来源: 《到 2030 年, 美国电动汽车充电市场可能增长近 10 倍》(The US electric vehicle charging market could grow nearly tenfold by 2030), 普华永道。

## 一个可再生的转折点?

但是, 电动汽车如何获得运行所需的电力? 当然是充电站, 无论是作为商业设施还是住宅设施。不出所料, 电动车服务经济将与电动汽车的销量同步增长。普华永道预计, 到 2040 年, 美国的电动车基础设施市场将增长到 1000 亿美元, 到 2030 年充电点将激增到 3500 万个。对于充电站和电动车充电基础设施, 真正的问题在于这一公用事业如何规模化, 然而这并不简单。

可再生能源的发电能力正以创纪录的速度上线。最近的一项分析认为, 到 2030 年, 可再生能源的发电量足以占到美国发电能力的三分之一。但联合国的目标是, 到 2030 年, 希望使全球能源市场的可再生能源比例达到 65%; 这与其说是一个计划, 不如说是一个愿望。当然, 利好的因素亦同时存在, 比如相关的经济激励措施已经落地、在过去十年可再生能源的成本大幅下降, 而且这些成本下降趋势还将继续。

**新型可再生能源的成本与化石燃料相当或更低**



来源: 《2020 年可再生能源的发电成本》(Renewable Power Generation Costs in 2020), 国际可再生能源协会, 2021 年。





事实上，低成本的可再生能源正在使化石燃料成为昂贵而应被淘汰的选择，正如国际可再生能源机构所说的，“它们甚至颠覆了当前最廉价、最不具可持续性的燃煤发电。”

问题看似已经解决，但事实上还有下一个问题等待解决：可再生能源引发了一些公用事业上的难题，需要以富有想象力的思维来解决。这一切都归结于：以电能的形式储存能量是非常困难的。而能量储存对于电网的运行又是必不可少的。

电能产生的那一刻就被消耗了。让灯泡发光的是阳光、煤炭、天然气，或者一秒钟前的一阵风。电网本身并没有储存电力以供未来使用的固有能力和可再生能源又是极其易变的；这意味着电力公司需要找到储存电力的方法，以应对可再生能源无法产生足够电力来满足基础（更不用说高峰）负荷的情况，和收集可再生能源所产生的多余电力的方法，例如遇上太阳最盛或大风天气的情况。这是电网面临的新问题，因为它们过去是以煤块、石油或天然气的形式来储存能源。可再生能源可以直接发电，但电力公司需要有立即储存任何多余的电力，以免这些电力流失或造成电网损坏。

当可再生能源不产生电力时，我们就需要用到储存的电力。能源存储也需要用于电网服务，如储备和频率响应。

电池就是这样一种解决方案，但大型规模的电池价格昂贵，而且远非完美。熔融钠和锂离子新技术，以及抽水蓄能等旧技术的结合，尚未得到突破，电网目前依然无法完全脱碳。

### 其他解决方案

地球上也有其他解决方案。它们可以制造可储存、可运输的能源，甚至为人类提供无限的能源。以往，核聚变永远是几十年后的事，但最近私营企业的核聚变项目和国家级实验室的进展，让科学家看到了希望；这一次，核聚变可能真的只需要几十年就可实现。更好的消息是：我们有多种有前景的技术途径。绿色氢是一种通过可再生能源产生的氢，它的实现指日可待；氢气的优点在于，它可以像天然气一样储存和运输，它可以作为零碳原料来净化钢铁和氨气等污染行业，甚至可以投入到现有的燃气网络中，为家庭供暖和为炉灶供电，而无需废弃大量已安装的基础设施（这些设施本身就是一笔巨大的碳成本）。

但是，  
为什么印度农村的人们  
就应该被剥夺使用冰箱  
和空调的权利，  
被迫为那些先得到现代  
便利的人赎罪呢？

## 新兴世界

世界上仍有 13% 的人口至今无法获得电力，同时，全球大部分人口生活在工业化程度较低的社会，如果这数十亿的新兴中产阶级消费者走上与其他地区中产阶级相同的道路，结果必然是气候灾难。但是，为什么印度农村的人们就应该被剥夺使用冰箱和空调的权利，被迫为那些先得到现代便利的人赎罪呢？再进一步想，有一个更残酷的数字，气候变暖会使地球上最炎热的这些地区，几乎热到熔化。

可再生能源成本的迅速下降，加上能源储存方面的创新，将使新兴社会跳过高碳能源阶段，就像亚洲和非洲的许多国家直接用上了手机，而没有经历固定电话的时代一样。世界各国正在讨论气候正义基金，以实现能源的平稳过渡，摆脱碳循环的枷锁，但目前一切都尚不确定。也许，世界会想出如何将碳的外部因素，纳入能源生产的一部分，并使可再生能源发电成为新中产阶级为其生活提供能量的唯一途径。





人类可以开始修复他们对自己家园造成的破坏，虽然这第六次大灭绝无法逆转，但或许可以被暂缓。

## 化石燃料时代已经结束

虽然化石燃料的支持者尚未意识到这一点，但它们的时代已经过去，对它们的任何投资本质上都是短期的。但千万别以为世界会因此变和谐无忧。全球的生活水平依然会继续提高，只是对地球上所有其他生物的代价要小一些。人类可以开始修复他们对自己家园造成的破坏，虽然这第六次大灭绝无法逆转，但或许可以被暂缓。

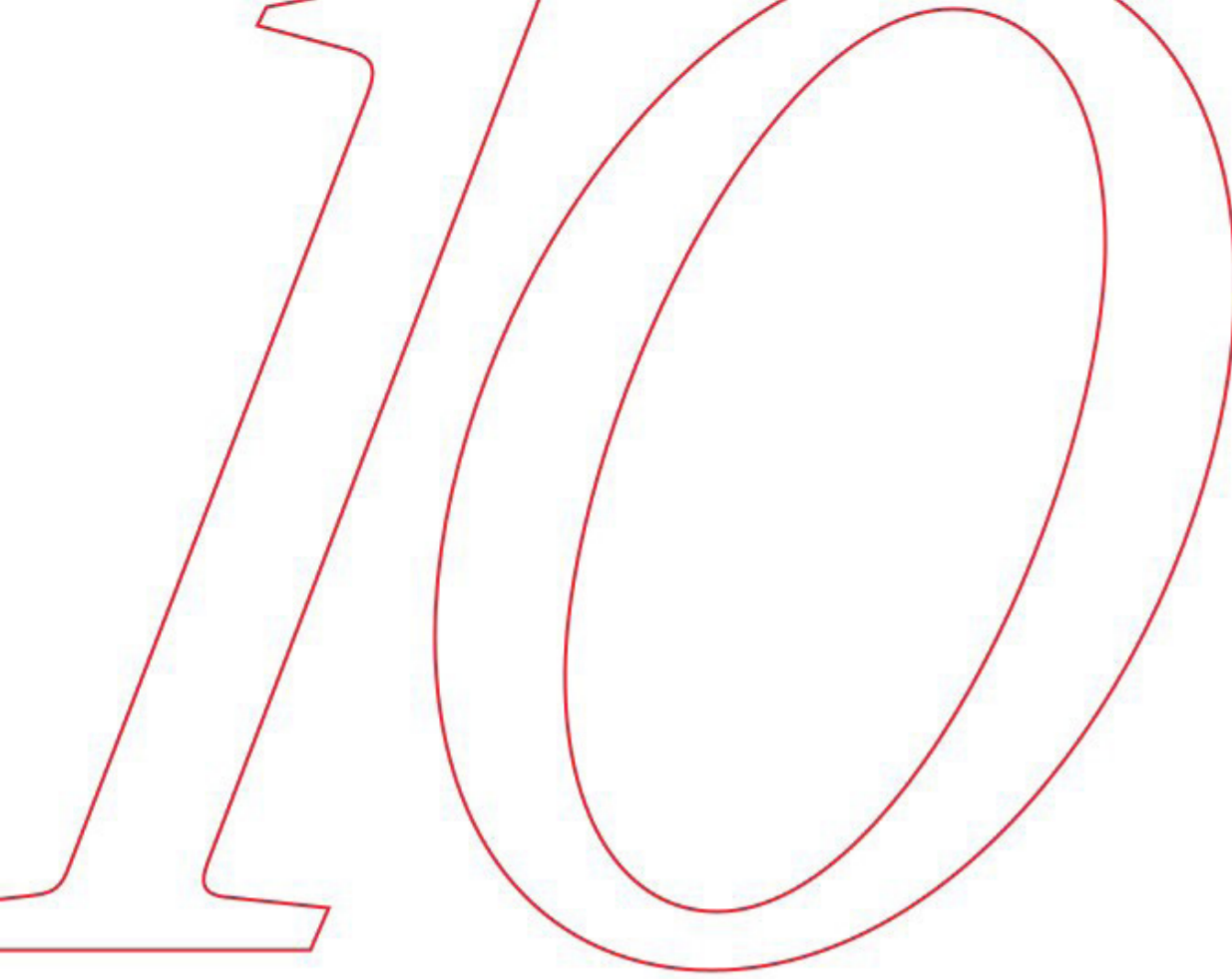
将升温控制在  $1.5^{\circ}\text{C}$  所需的碳预算已经接近枯竭，而即使在快速电气化和可再生能源的进步下，将升温维持在  $2^{\circ}\text{C}$  的碳预算也不会持续太久。净零承诺是件非常重大的事情，尤其是如果它们成为现实。不过，减碳项目的减碳量需要超过人类持续排放的碳，且必须与自然变化带来的负面连锁反应抗争，如低反照率（表面反射太阳能的能力）、不断变化的洋流、永久冻土融化产生的甲烷、云量的减少，以及我们所不知的更多“意外”。

尽管如此，人和社会始终可以根据自己的直接利益采取行动。全球能源的经济与技术发展的举措，驱动我们从储存转向收获能源，抵消了气候变化的负面影响。

能源收集和储存可以本地化，让商业的主要成本变成小成本，甚至变成收入来源。任何与电网相关的产品或服务，都面临颠覆性的改变。任何像化工这样依赖化石燃料原料的行业，都将受到威胁，并开启彻底的革新。能源可靠性可能会成为区域、地方、甚至个人的责任。而能够促进更电网分布的企业将迎来一个蓬勃发展。

是的，化石燃料行业将会持续挣扎，进行长期持续的反抗，这是没有直接从中受益的人都不想要的等待。但是改变已无法阻挡，改变现在已经到来。





# 女性 掌控全球财富

到了2030年，历史上规模最大的财富转移将发生，因为此时的女性有可能会掌控数万亿新资产。这究竟是昙花一现，还是一种新的财富分配方式，取决于社会如何演变。

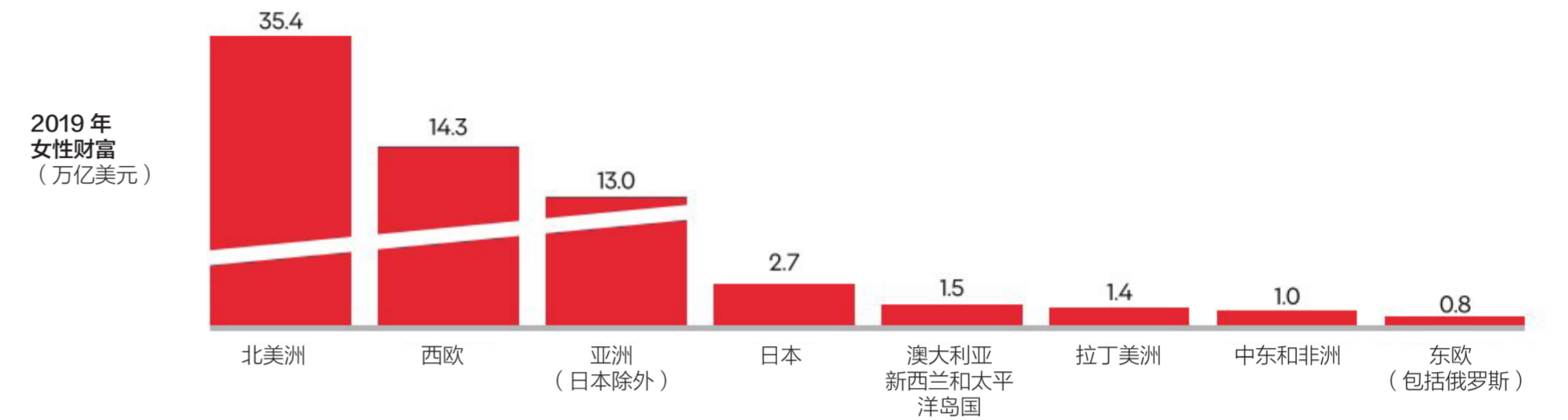




## 是的，女性更富有了

女性比男性寿命更长。在美国，女性平均比男性长寿 5 年。面对这种生物学怪象，有一个常被人忽视的方面，那就是财富转移。

全球女性富豪



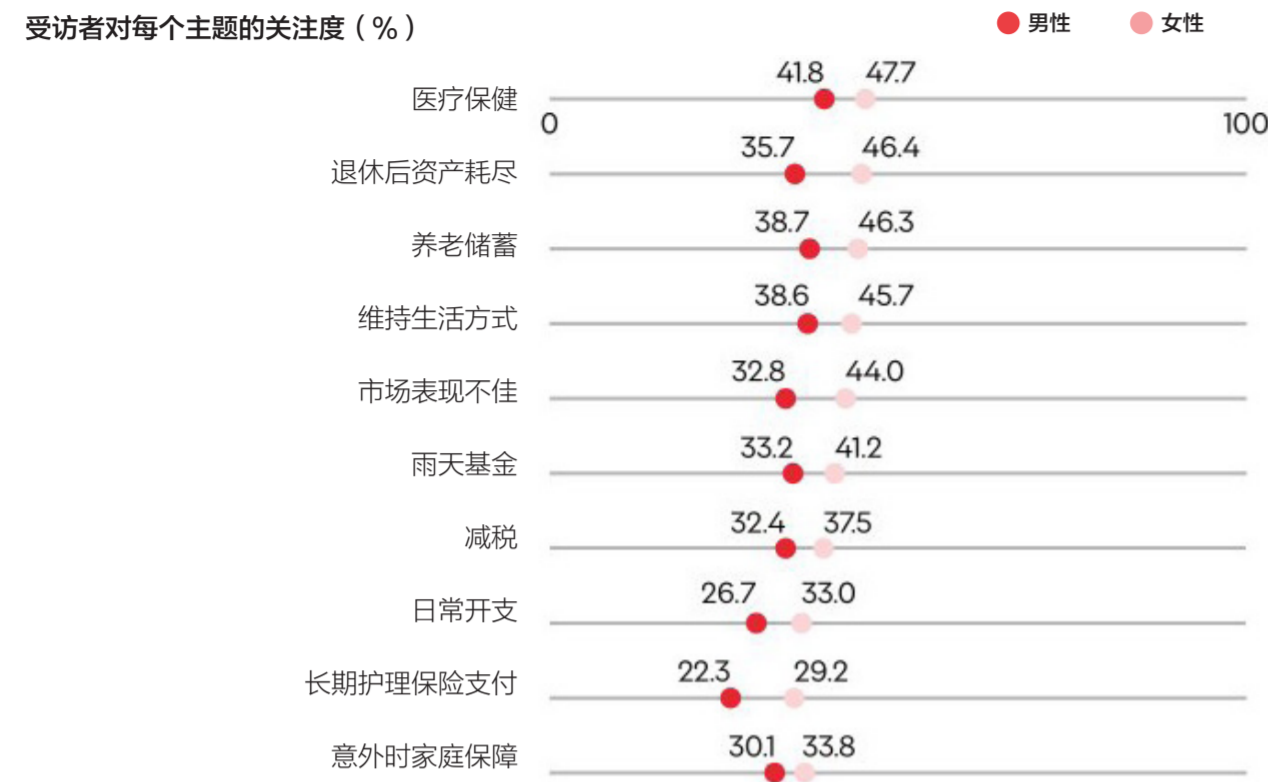
来源:《管理下一个十年的女性财富》(Managing the Next Decade of Women's Wealth BCG), BCG, 2020年。

随着婴儿潮一代的老去，那些曾被视为是共同财产的资产，正转移到幸存的女性手中。鉴于这一代人持有着大量财富，这种转移将是历史性的。麦肯锡报告称，到2030年，婴儿潮一代所持有的300亿美元金融资产，大部分将由女性控制。仅仅在2020年代，就有20万亿美元的财富，从男性持有或共同持有转向由女性控制。

在全球范围内，女性控制的财富也比以往任何时候都多。根据波士顿咨询公司（BCG）的数据，她们拥有世界上32%的金融资源，每年为全球财富池增加5万亿美元，超过了整个市场。到2024年，全球女性将控制约97万亿美元。造成这种情况的原因，不仅仅是幸存女性的数量不断增加。



### 女性普遍关心怎样实现她们的财务目标



在实现财务目标方面，

**10** 个主题当中有 **9** 个主题

女性比男性关注的程度更高

来源:《女性是美国财富管理的下一波增长点》(Women as the next wave of growth in US wealth management), 麦肯锡, 2020年。

世界要实现性别平等，还有很长很长的路要走，但女性在薪酬平等、领导层占比、以及初创公司代表等方面取得的进展，终于开始体现在她们的资产上。根据 BCG 的数据，女性对自主投资（或家庭投资）的掌控也在提高，70% 的千禧一代女性主导着财务决策。

毫不奇怪，女性参与度和权威性的增加，将改变世界。首先，她们会使商业更加成功。BCG 的一项分析表明，由女性创始的初创企业中，每筹集一美元的资金，就会产生 78 美分的收入；而那些由男性创始的公司，只能产出 31 美分的收入。

更多女性掌管更多资金，也将改变资产和金融的流动，因为女性对投资有不同的看法，毕竟她们的生活经历与男性明显不同：她们经常遭遇工资差距，要在产假和事业之间寻求平衡，更不用说兼顾家庭责任——这些责任都不成比例地落在了女性肩上；因此，BCG 发现，“女性倾向于通过投资来资助特定目标，包括为下一代积攒遗产、为自己积累养老资金、资助家族企业、在社区中产生社会影响。”最后一点非常关键，因为 64% 的女性宣称，她们在投资决策中考虑了 ESG 问题。

**毫不奇怪，女性参与度和权威性的增加，将改变世界。**

简而言之，女性在投资方面更加务实，追求与生活相关的目标，而不是以抽象的门槛为目标。麦肯锡的研究指出，与男性相比，女性为获得高回报而承担重大投资风险的可能性要低 10 个百分点。她们追求资本保值、现实的目标和被动的（而非主动）资金管理。以上这一切，都源于女性对实现多种财务目标的高关注度。

## 女性更富有 = 世界更美好

因此，女性会考虑 ESG 因素，会进行有效投资、避免愚蠢的风险、寻求社会影响、并从下一代的角度进行思考。当她们成为投资对象时，她们的表现也比男性要好。难怪瑞银在其《2030 女性财富》报告中写道，“欧洲投资银行的《资助女性企业家》报告指出，性别多样性的提升，可能会使全球 GDP 年增长率达到 26%，人力资本财富达到 160 万亿美元，并使企业业绩提高 15%。”

正如瑞银所言，在释放女性的资本天赋方面，还有很长的路要走，而要实现这一点，世界上许多偏见都需要丢弃。人类仍然受制于长期存在的偏见——无论是有意识的还是无意识的，这些偏见决定了女性会承受怎样的评判、收获怎样的机会。教育的严重不平等不仅仅只是在那些对妇女和女孩不利的地区；家务、养育子女和照料家庭的责任，仍然更多地落在女性身上；在商界和政界的最高层，女性占比仍然太少，更不用说在那些人脉关系盛行的非官方权力中心了；只需看看美国的堕胎状况，就会发现医疗保健和法律权利是多么不平等。上述的一切足以让我们描绘出一幅更阴暗的画面，而这就是现在有色人种妇女所面临的境况。

**“性别多样性的提升，可能会使全球 GDP 年增长率达到 26%，人力资本财富达到 160 万亿美元，并使企业业绩提高 15%。”**



## 女性的财富

大量新贵女性的出现，应该会推动金融服务业设计出符合女性需求的产品和服务，但此前针对 ESG 的政治反复表明这一发展不会那么顺利。即便如此，性别对投资行为的影响应展开进一步研究。至少到目前为止可以确定，女性对金钱的态度完全取决于社会如何标签女性的欲望。

不过，这种资本力量的转移亦指向了更深层次的问题：当女性有更多的机会时，世界会运转得更好。但营销人员更多是把女性当做消费者来迎合，提到女性资本家时，市场几乎陷入了沉默。投资初创企业的正式和非正式圈层都不欢迎女性代表。风险投资基金无法担保足够多的女性创业公司，这阻碍了所有人的财富创造。

任何没有积极走出固有偏见，建立女性领导者人才渠道的企业，都应该为这种愚蠢的决策受到股东的惩罚。性别规范和门槛在我们的思维中根深蒂固，人们要超越经营领域，从教育到政治，方方面面都应培育性别平等。商业社会只需看看商业结果，就会发现投资女性就是一项好生意。







## 结论：暮色将至

在层出不穷的负面消息和对气候问题的绝望中，文明似乎将迎来黄昏时刻。

然而，它并没有到来。尽管我们接收着各种坏消息——战争、气候突发事件、不确定性增加，但人类目前的发展轨迹看起来比不久前有了很大改观。虽然，人们不会以任何有意义的方式减少能源使用，素食主义也不会很快成为全世界的首选饮食，庞大的新生代也不会涌现出来填补就业岗

位。但是，科技进步和人类需求再一次重合，为人类提供了克服症结的工具。

然而，问题是，文明是否能及时利用这些创新来避免接踵而来的危机？事实并非完全如此。但我们发现「企业」，作为人类组织和集体努力的一种极其灵活的形式，已经觉醒，并意识到需要迅速采取行动，也关注到它们的相当一部分客户的迫切需求。

「企业」将是实施广泛变革的最佳工具之一。从 2023 年初开始的七年内，企业将在监管推动和各国政府激励的帮助下，发挥引领作用。虽然，这并不是一个完美的前进方式，也绝不是许多人一开始期望的方式，但在经历了 30 年的气候瘫痪之后，这是现实留给我们的方法。

人工智能、极端波动、半球竞争、财富转移、新能源技术，以及对个人与集体边界的重新思考——这些同时出现的力量也将给企业带来了压力。如果企业要维持完全意义上的可持续发展，就应该迅速采取行动。

采取行动的窗口很小，这七年至关重要，当这七年结束时，世界将不再有喘息的机会。如荒废了这七年，等待我们的将是一片荒原。所以，抓紧时间，准备迎接挑战。



**CONTRIBUTORS  
TO THIS REPORT**



**Carla Hendra**  
Global CEO  
Ogilvy Consulting



**Susan Machtiger**  
President  
Ogilvy Consulting NA



**Ann Higgins**  
CEO  
Ogilvy Consulting, EMEA



**Jeremy Katz**  
Author / Editor



**Ashley Wood**  
Global Principal  
Brand Innovation & Insights  
Ogilvy Consulting



**Emily Yuan**  
Global Analyst  
Ogilvy Consulting



**Farid Mozafari**  
Primary Researcher  
Global Consulting Director  
Ogilvy Consulting



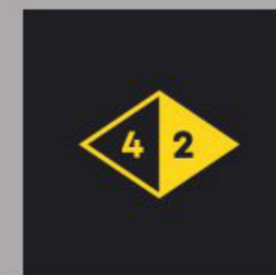
**Lavinia Arl**  
Global Analyst  
Ogilvy Consulting



**Jessica Prestia**  
Global Analyst  
Ogilvy Consulting



**Vanessa Perry**  
Global Partner  
Marketing & Partnerships  
Ogilvy Consulting



**C42D**  
David Card, Founder and CEO  
Alison Abate, Art Director  
Christa Gonzales, Project Manager  
Justin Cangiano, Senior Designer



## 预测 1

世界不确定性指数：全球，2022 年检索数据  
 《全球化面临二战以来首次衰退》（Globalization is in retreat for the first time since the second world war），彼得森国际经济研究所，2022 年。  
 《超 400 亿美元电动车投资新建 / 扩建工厂 15 家，建成了美国的新“电池带”》（Over \$40 billion in EV investments establishes new US 'battery belt' with 15 new plants or expansions），Electrek，2022 年。  
 《欢迎来到 2030：十年后世界的三大愿景》（Welcome to 2030: Three visions of what the world could look like in ten years），大西洋理事会，2021 年。《气候大迁徙》（The Great Climate Migration），《纽约时报》，2021 年。  
 《2030 年战争的未来》（The Future of Warfare in 2030），兰德公司，2020 年。  
 《大国代理人战争的回归》（The Return of Great Power Proxy Wars），《德州国家安全评论》，2021 年。  
 《决策者的总结》（Summary of Policy Makers），IPCC，2021 年。  
 《紧急事件数据库》（The Emergency Events Database），EM-DAT，2017 年。  
 《2030 年值得期待的 5 件事》（5 Things to Expect in 2030），Medium，2020 年。  
 《热浪和气候变化》（Heat Waves and Climate Change），气候和能源解决方案中心，2022 年。  
 《主要排放者对气候变暖和极端高温年份受害国的责任》（Responsibility of major emitters for country-level warming and extreme hot years），《地球与环境通讯》，2022 年。

## 预测 2

《2023 年招聘和工作场所趋势报告》（Indeed & Glassdoor's Hiring and Workplace Trends Report 2023），Indeed and Glassdoor，2022 年。  
 《8.5 万亿美元的人才短缺》（The \$8.5 Trillion Talent Shortage），光辉国际，2022 年。  
 《技能转变：自动化和劳动力的未来》（Skill Shift: Automation and the Future of the Workforce），麦肯锡全球研究院，2018 年。  
 《全球人口达 80 亿，人口增速将放缓》（World population to reach 8 billion this year, as growth rate slows），联合国新闻，2022 年。  
 《一个可以实现的未来：自动化、就业和生产率》（A Future that Works: Automation, employment and productivity），麦肯锡，2017 年。  
 《可以轻松实现自动化的任务却要每天消耗员工 3 小时》（Employees spend over 3 hours a day on easily automatable tasks.” Business Standard），《商业标准》，2020 年。  
 《工作流程管理系统的市场规模》（Workflow Management System Market Size），Grand View Research，2019 年。  
 《工作流自动化的市场规模》（Workflow Automation Market Size），Acumen Research and Consulting，2022 年。

## 预测 3

《打破成本曲线》（Breaking the Cost Curve），Deloitte Insights，2021 年。  
 《变革的力量：健康的未来》（Forces of Change: The Future of Health），Deloitte Insights，2019 年。  
 《2021-2030 年全球远程医疗市场报告》（Global Telemedicine Market 2021-2030），Allied Market Research，2021 年。  
 《可穿戴设备连接了医疗保健与日常生活》（Wearable devices are connecting health care to daily life），《经济学人》，2022 年。  
 《可穿戴设备的日益流行》（Increased adoption of wearable devices），Grand View Research，2022 年。  
 《远程医疗市场统计》（Telemedicine Market Statistics），Valuates Reports，2021 年。  
 《远程医疗在 COVID-19 时代占据中心位置》（Telemedicine takes center stage in the era of COVID-19），《科学》，2020 年。  
 《全球数字治疗市场》（Global Digital Therapeutics Market），Globe Newswire，2022 年。  
 《遗传学和基因组学的未来之路》（The road ahead in genetics and genomics），《自然评论：遗传学》，2020 年。  
 《基因组学：医疗保健的革命》，《国家地理》，2019 年。  
 《靶向肿瘤药物的基因组测试；希望不是噱头》（Genomic Testing for Targeted oncology drugs; hopes against hype），Annals of Oncology，2021 年。  
 《基因组学的市场规模、份额和 COVID-19 影响分析》（Genomics Market Size, Share & COVID-19 Impact Analysis），《财富》商业观察，2022 年。  
 《2019-2028 年基因组学市场现状和市场规模及预测》（Genomics Market Current and Projected Market Size and Forecast, 2019 - 2028），Bio-IT World，2022 年。

## 预测 4

《全球趋势 2030：变换的世界》（Global Trends 2030: Alternative Worlds），美国国家情报委员会，2012 年。  
 《全球中产阶级的地理分布：他们住在哪里，他们如何消费》（The Geography of the Global Middle Class: Where They Live, How They Spend），Visa。  
 《马克吐温：关于我死亡的报道是有些夸张》，《心理牙线》，2018 年。  
 《全球化的终结？俄乌战争对世界经济意味着什么》，《外交事务》（The End of Globalization? What Russia's War in Ukraine Means for the World Economy），2022 年。  
 《俄罗斯战争可能使该国印度化》（Russia's War Could Make It India's World,” The New York Times），《纽约时报》，2022 年。  
 《到 2030 年世界中产阶级人数将达到 50 亿》（The world's middle class will number 5 billion by 2030），Quartz，2013 年。  
 《世界上最具创新性的国家》（The World's most innovative countries），Statista，2021 年。  
 《亚洲备好了世界上最大规模的贸易协议》（Asia readies world's largest trade deal），DW，2021 年。  
 《世界上最大规模的自由贸易协定签订》（Nations signed up to world's largest free trade deal），东盟，2021 年。  
 《中国的新创新优势》（China's New Innovation Advantage），《哈佛商业评论》，2021 年。



## 预测 5

《通用汽车计划到 2030 年建立 Netflix 规模的订阅业务》( GM aims to build Netflix-sized subscription business by 2030 ), TechCrunch, 2021 年。  
 《汽车订阅将彻底改变汽车销售?》( Will Car Subscriptions Revolutionize Auto Sales? ), BCG, 2021 年。  
 《数字订阅的投资》( Investing in Digital Subscriptions ), 瑞银集团, 2021 年。  
 《2030 年, 你不会拥有一辆汽车》( By 2030, You Won't Own a Car ), DeepResource, 2017 年。  
 《共享移动: 现状和方向》( Shared Mobility: Where it stands and where it's headed ), 麦肯锡, 2021 年。  
 《2030 年城市交通将如何变化》( How Urban Mobility Will Change by 2030 ), Oliver Wyman Forum, 2022 年。  
 《财富管理》( Wealth Management ), 瑞银, 2021 年。  
 《循环商业模式: 重新定义繁荣时尚产业的增长模式》( “Rethinking business models for a thriving fashion industry,” Circular Business Models ), 艾伦麦克阿瑟基金会, 2021 年。  
 《房屋所有权下降》( Home Ownership is in Decline ), 《经济学人》, 2020 年。  
 《美国驱逐禁令到期, 租客和业主何去何从》( As National Eviction Ban Expires, a Look at Who Rents and Who Owns in the U.S. ), 皮尤研究中心, 2021 年。

## 预测 6

《全球可持续发展报告倡议》( Sustainability Reporting Initiatives Worldwide ), Carrots & Sticks, 2022 年。  
 《多样性与包容性工作场所调查》( Diversity & Inclusion Workplace Survey ), Glassdoor, 2020 年。  
 《加州的下一个十亿美元产业?》( California's Next Billion Dollar Industry? ), 美国组织研究和教育中心, 2022 年。  
 《一个破碎的系统需要紧急修复》( A broken system needs urgent repairs ), 《经济学人》, 2022 年。  
 《SEC 对 ESG 的三种潜在行动》( Three Potential SEC Actions on ESG ), VoxGlobal, 2021 年。  
 《ESG 应归结为单一精简的标准: 排放》( ESG should be boiled down to one simple measure: emissions ), 《经济学人》, 2022 年。  
 《欧盟的绿色投资“分类法”可以走向全球》( The EU's green-investing “taxonomy” could go global ), 《经济学人》, 2022 年。  
 《年轻求职者: 工作场所多样性和包容性不是偏好, 而是要求》( For younger job seekers, diversity and inclusion in the workplace aren't a preference. They're a requirement ), 《华盛顿邮报》, 2021 年。  
 《全球趋势 2021: 余震和延续性》( Global Trends 2021: Aftershocks and continuity ), IPSOS, 2021 年。  
 《2022 年: 科技界女性和多元化工作场所》( Women in tech and creating a diverse workplace in 2022 ), Talent Alpha, 2022 年。  
 《展望 ESG 2030 预测》( Looking Ahead ESG 2030 Predictions ), 毕马威, 2021 年。  
 《气候变化 A 到 Z》( Climate Change from A to Z ), 《纽约客》, 2022 年。  
 《到 2030 年, COVID-19 对女性就业的打击可使世界损失万亿美元》( COVID-19's hit to women's jobs could cost the world \$1 trillion by 2030 ), 麦肯锡, 2020 年。  
 《更多女性迈入职场: 中东欧提高 GDP 的关键》( More women in the workforce: Key to higher GDP in CEE ), 麦肯锡, 2022 年。  
 《管理下一个十年的女性财富》( Managing the Next Decade of Women's Wealth, BCG ), BCG, 2020 年。  
 《多样性的胜利: 包容性如何重要》( Diversity Wins: How inclusion matters ), 麦肯锡, 2020 年。  
 《全球碳市场价值去年激增至创纪录的 8510 亿美元 -Refinitiv》( Global carbon markets value surged to record \$851 bln last year-Refinitiv ), 路透社, 2022 年。  
 《企业可持续发展报告》( Corporate sustainability reporting ), 欧盟委员会, 2022 年。

## 预测 7

《衡量奖品: 人工智能对企业的真正价值是什么? 如何利用它?》( Sizing the prize: What's the real value of AI for your business and how can you capitalise? ), 普华永道, 2017 年。  
 《24 个行业将被人工智能颠覆: 信息图》( 24 Industries to be Disrupted by AI: An Infographic ), Medium, One Ragtime, 2018。  
 《专家预测, 2030 年至 2050 年, 人工智能将以 4 大方式彻底改变世界》( Experts predict 4 major ways artificial intelligence will revolutionise the world from 2030 to 2050 ), Momentum。  
 《对话式人工智能》( Conversational AI ), 德勤, 2021 年。  
 《人工智能比人力更加低廉》( AI is Implemented when it's cheaper than a person ), Neil Aitken, 2016 年。  
 《面部识别技术》( Facial Recognition Technology ), GetApp, 2020 年。

## 预测 8

《老龄化与健康》( Ageing and health ), 世界卫生组织, 2022 年。  
 《银发经济即将到来: 审视老龄人口日益增长的消费力》( The silver economy is coming of age: Looking at the growing spending power of seniors ), 布鲁金斯, 2021 年。  
 《老龄化、老年人和 2030 年可持续发展议程》( Ageing, Older Persons, and the 2030 Agenda for Sustainable Development ), 联合国。  
 《预计到 2030 年, 75 岁及以上劳动力将增长 96.5%》( Number of people 75 and older in the labor force is expected to grow 96.5 percent by 2030 )  
 《TED: 经济日报》( TED: The Economics Daily ), 美国劳工统计局, 2021 年。  
 《老龄工作者提供科技领域的新职业培训》( Reskilling older workers for new careers in tech ), 麦肯锡, 2022 年。  
 《不断扩大的代际财富差距》( Charting The Growing Generational Wealth Gap ), Visual Capitalist, 2020 年。  
 《世界人口预测 (按年龄组)》( Projected World Population by Age Group ), Statista, 2022 年。  
 《老年工作者的技术适应能力: 最新的并总是最棒的》( Technology Accommodations for Older Workers: The Latest Is Not Always the Greatest ), New Editions Consulting。  
 《OXO 如何征服美国厨房》( How OXO Conquered the American Kitchen ), Slate, 2022 年。



## 预测 9

《通用汽车计划到 2030 年建立 Netflix 规模的订阅业务》( GM aims to build Netflix-sized subscription business by 2030 ), TechCrunch, 2021 年。

《汽车订阅将彻底改变汽车销售?》( Will Car Subscriptions Revolutionize Auto Sales? ), BCG, 2021 年。

《数字订阅的投资》( Investing in Digital Subscriptions ), 瑞银集团, 2021 年。

《2030 年, 你不会拥有一辆汽车》( By 2030, You Won't Own a Car ), DeepResource, 2017 年。

《共享移动: 现状和方向》( Shared Mobility: Where it stands and where it's headed ), 麦肯锡, 2021 年。

《2030 年城市交通将如何变化》( How Urban Mobility Will Change by 2030 ), Oliver Wyman Forum, 2022 年。

《财富管理》( Wealth Management ), 瑞银, 2021 年。

《循环商业模式: 重新定义繁荣时尚产业的增长模式》( “Rethinking business models for a thriving fashion industry,” Circular Business Models ), 艾伦麦克阿瑟基金会, 2021 年。《房屋所有权下降》( Home Ownership is in Decline ), 《经济学人》, 2020 年。

《美国驱逐禁令到期, 租客和业主何去何从》( As National Eviction Ban Expires, a Look at Who Rents and Who Owns in the U.S. ), 皮尤研究中心, 2021 年。

## 预测 10

《2030 年出生人口的平均寿命预期》( Average Life Expectancy at Birth 2030 ), 伦敦帝国学院 / 世界卫生组织, 2017 年。

《女性是美国财富管理的下一波增长点》( Women as the next wave of growth in US wealth management ), 麦肯锡, 2020 年。

《女性是慈善事业和性别平等的核心》( Women at the Heart of Philanthropy and Gender Equality ), 美国慈善援助基金会, 2022 年。《管理下一个十年的女性财富》( Managing the Next Decade of Women's Wealth, BCG ), BCG, 2020 年。

《2030 女性财富: 解决性别差距》( Women's Wealth 2030: Addressing the Gender Gap ), 瑞银集团, 2021 年。



**欲了解更多信息, 请访问:**  
[www.ogilvy.com/work/consulting](http://www.ogilvy.com/work/consulting)

**或通过以下方式联系我们:**  
[ogilvyconsulting@ogilvy.com](mailto:ogilvyconsulting@ogilvy.com)