

引领 2021

重构以消费者为中心的价值零售

消费流通行业群

数字化转型案例集锦

IBM Consulting



目录

- 01 五粮液携手 IBM 布局营销数字化转型，为“二次创业”注入新动能
- 02 安踏加速数字化转型，获取零售洞察 构建智慧企业
- 03 为中国时尚增添数字化羽翼，雅莹集团构建数字化平台迈向精益管理
- 04 IBM 为家家悦升级数字化平台，助力加速全国布局
- 05 立白集团携手 IBM，共促传统国货的锐变新生
- 06 强生医疗中国，打造 AI 术者学习管理平台，实现从数据到医疗价值的提升
- 07 诚品携手 IBM 推进全渠道转型，打造个性化客户体验
- 08 森大牵手 IBM，打造“一带一路”企业转型标杆
- 09 IBM 助力某大型饲料企业打造数字化智能运营与管理平台



五粮液携手 IBM 深入布局营销数字化转型，为“二次创业”注入新动能

“五粮液将以数字化转型为契机，加强与 IBM 等全球大公司的战略合作，推进公司整个管理体系的数字化升级，加快产业转型和商业模式创新，助推五粮液快速成长为具有国际竞争力的世界一流企业。”

— 五粮液集团董事长李曙光

关于五粮液集团

四川省宜宾五粮液集团有限公司是一家以酒业为主，多元化发展的大型国有企业集团。目前已形成“1+5”产业布局（酒业主业+大机械、大包装、大物流、大金融、大健康五大多元产业），现有职工近 5 万人。从 1915 年荣获巴拿马万国博览会金奖至今，五粮液已先后获得国家名酒、国家金质奖章、国家质量管理奖、中国最佳诚信企业、百年世博·百年金奖等上百项国内国际荣誉。2005 年，五粮液明代地穴式曲酒发酵窖古窖泥被中国国家博物馆永久收藏。2008 年，五粮液酒传统酿造技艺被列入国家级非物质文化遗产。五粮液老窖池是全国重点文物保护单位和国家工业遗产。2020 年，五粮液品牌位居“全球品牌价值 500 强”第 79 位、“亚洲品牌 500 强”第 37 位、“中国品牌价值 100 强”第 3 位。

关键词：大营销平台，SAP C/4HANA,精准营销

五粮液的转型故事

引领中国白酒产业加速转型升级，实现“二次创业”

千亿五粮液该如何引领中国白酒产业加速转型升级，实现“二次创业”？答案绝非简单的业绩数字累积，而是要用更强的品牌力和产品矩阵来撬动市场，用更数字化的渠道来管理和构建新型厂商命运共同体，这是具有优秀创新基因的五粮液的认知升级。

2018年4月，五粮液与IBM公司开启数字化转型合作，并提出了“1•365”数字化转型战略，明确在未来的三至五年内，将以大营销工程为火车头，牵引“智慧领先”、“运营卓越”、“管理基石”和“科技强本”五大工程，大幅提升商业模式创新、市场激活、精准行动、敏捷运营、生态协同、组织创新等六大能力，强力推动在业务模式、运营管理和企业能力三大维度上的转型，聚焦品质与体验的改善，最终实现“二次创业”的成功。

以大营销工程为火车头，牵引“智慧领先”、“运营卓越”、“管理基石”和“科技强本”五大工程，大幅提升商业模式创新、市场激活等六大能力，强力推动在业务模式、运营管理和企业能力三大维度上的转型。

三年的营销数字化转型历程

营销领域的数字化转型是五粮液企业数字化转型的重中之重。

自 2018年开始，IBM 帮助五粮液规划了完整的营销数字化蓝图，从消费场景分析入手，梳理了整个业务生态圈中存在的主要挑战与发展机会，并从数字化赋能的视角提出了一整套切实可行的建议方案。

2019年春节后，五粮液基于营销数字化蓝图，全面推进营销数字化转型，并迅速完成了近 10年来最大的一次营销组织变革，通过“横向专业化，纵向扁平化”进一步完善了总部及区域的营销职能，充分释放了营销团队的活力，加快了对市场的反馈速度，提升了精耕区域市场的能力；6月，伴随着第八代经典五粮液新品的推出，同步完成了控盘分利业务模式的导入，同时以强大的营销数字化中台为支撑，实现了对渠道结构的实质性优化，渠道物流的有效跟踪，渠道秩序的明显改善，渠道执行力的大幅增强。

此后，通过迭代更新，营销数字化中台实现了对生产、物流、经销商、终端、消费者流程的全面数字化贯通，并支撑了涵盖管理层、员工、经销商、终端、消费者的五大前台门户的高效运作；同时，面向总部、营销战区、营销基地三层营销组织提供全景式的数据分析决策支持。

横向专业化，纵向扁平化，进一步完善了总部及区域的营销职能，充分释放了营销团队的活力，加快了对市场的反馈速度，提升精耕区域市场的能力。

从市场实效来看，营销数字化转型为五粮液自 2019 下半年以来的高质量市场份额提升提供了强有力的支持。

另外，在品牌与产品管理、流程优化管理、人力资源管理、质量管理等领域，IBM 也助力五粮液开展了一系列工作，解决了相应的业务问题。

另外，在品牌与产品管理、流程优化管理、人力资源管理、质量管理等领域，IBM 也助力五粮液开展了一系列工作，解决了相应的业务问题。

2020年，五粮液携手 IBM 开启营销数字化转型二期项目，以流程优化为抓手，将数据融合到流程和组织中，升级流程运营和组织协作，进一步提升五粮液营销数字化运营能力，解决业务数据化、数据业务化、组织协作、流程绩效、数据责任制、数据共享等六项问题。同时建立创新的直销渠道创新模式，挖掘市场增量。实现高质量的销售、新模式的增长、高效率的运营三个核心价值目标，进一步提升数字化运营能力，通过数字化业务能力的提升，来构建新型竞争优势，应对市场挑战。

2020年五粮液升级流程运营和组织协作，进一步提升五粮液营销数字化运营能力，解决业务数据化、数据业务化、组织协作、流程绩效、数据责任制、数据共享等六项问题。

全面升级后的五粮液

五粮液营销数字化转型项目将实现营销模式、渠道模式和营销组织的全面升级：

营销模式升级：从传统的大传播、大分销升级为以消费为中心的数字化精准营销，提高营销效率。

渠道模式升级：从分销模式转型升级为“终端营销”模式，以提高渠道覆盖能力、渠道透明度和渠道精耕能力。

营销组织升级：实施数字化赋能的组织转型，从“职能型组织”升级为“平台型组织”。

客户体验升级：建立终端和消费者俱乐部，从“被动服务”升级为“主动服务”。

营销数字化转型作为五粮液数字化转型的火车头，未来将全面带动五粮液酒业及“大机械、大物流、大包装、大金融、大健康”等五大板块快速有序的发展，助力五粮液搭建链接消费者的“高速路”，构建“智慧商业”新模式，从而实现领跑中国白酒行业、成为世界一流企业的目标。

[了解数字化转型的
“七大核心要素”](#)

[获取数字转型关键技术
指南](#)

 **联系我们：**

即刻致电: 400-669-0581

[发送邮件，免费咨询](#)



安踏加速数字化转型 获取零售洞察 构建智慧企业

“面临突如其来的经济冲击（例如：COVID-19），零售商尤其容易受到影响，但我们成功度过了这段充满挑战的时期，这充分体现了数字化转型的重要性。危机当前，我们仍然能够利用数字渠道为所有顾客提供无缝的零售体验。”

— 安踏集团 IT 高级总监陈东海

关于安踏集团

安踏集团成立于 1991 年，总部位于中国晋江，是一家领先的运动服饰公司，专门从事运动服饰、配件和其他运动器材的设计、生产和营销。安踏集团是一家上市公司，是中国最大的运动服饰集团之一，旗下品牌包括安踏、FILA、DESCENTE、KOLON SPORT 和 SPRANDI。2018 年，安踏仅在中国境内就售出了超过 7000 万双鞋。

关键词：销售转型，新一代数字平台，IBM 设计思维

安踏转型故事

引领新趋势

安踏集团拥有数百个产品系列和数千个库存单位，制定远景计划对于安踏集团来说至关重要。安踏需要为多个品牌和 10,000 多家零售店提供支持，因此需要有效地推动销售，确保能够为每个产品系列生产、交付最合理数量的产品，从而抓住每一次销售机会。实际上“每位顾客在样式、颜色、尺码和价格方面都有独特的需求和偏好，而他们的需求和偏好也会在很大程度上受到季节的影响。趋势变化如此之快，所以，安踏每年仅会对“安踏”和“安踏童装”品牌进行四次单独的销售规划演练，然后，利用从中获得的洞察来调整财务、供应链、生产和物流计划。

快速增长

安踏集团正在推动业务快速增长。2019年，安踏集团的年收入同比增长了 40%。安踏集团敏锐地把握这一趋势，加大力度提高运营效率，从而能够不断优化供应链，提升销量。安踏的财务、生产、供应链和物流组织已经能够有效运转，但销售效率还有待提高。如果能够将来自销售点 [POS] 系统和在线系统中的实时数据与商品销售流程对接，安踏就可以根据最新消费趋势动态补充零售商店的库存。

由于我们需要为多个品牌和 10,000 多家零售店提供支持，所以，我们需要推动有效销售，确保我们能够为每个产品系列生产、交付最合理数量的产品，抓住每一次销售机会。

为了实现自己的目标，安踏集团启动了一项意义深远的数字化转型计划，其范围涵盖了安踏集团在中国开展的所有业务。首先，安踏集团希望找到一个能够覆盖整个企业的 ERP 平台来支持新的工作方式。

新一代数字平台

在全面考察了众多领先的 ERP 平台之后，安踏集团选择在 SAP S/4HANA 上构建一体化运营。在先进的内存技术的支持下，SAP S/4HANA 能够让组织以闪电般的速度创建高度复杂的预测，轻松地在整个价值链上传播洞察。

SAP S/4HANA 是真正的新一代数字平台，它给安踏提供了一直在寻求的所有高级分析功能，为快速增长的业务提供了支持。SAP 在服装零售领域内也占有相当大的份额，这让安踏确信该解决方案能够满足行业特有的工作流程要求。

开展踏实的合作

在对几家服务提供商进行仔细评估以后，安踏集团选择与 IBM Consulting 合作，力求简化、加快向 SAP S/4HANA 迁移的过程。安踏集团和 IBM 通过一系列 IBM 设计思维研讨会分析了现有的工作流程，确定了要想达到公司的目标状态需要进行哪些变革。IBM 团队将现场咨询与预封装的实施模板相结合，帮助安踏集团显著加快了这一过程。

不仅 IBM 与 SAP 形成了一个紧密的战略联盟而且 IBM Services 在鞋类和服装行业解决方案方面也拥有丰富的经验，这给人留下了非常深刻的印象。

陈东海
安踏集团 IT 高级总监

安踏的转型收益：

- 使用 SAP S/4HANA 全面、准确地了解集团旗下的所有品牌、渠道、供应商和利润中心的绩效。通过对整个集团的关键绩效指标进行统一监控和管理，安踏集团能够更迅速地洞悉新兴零售趋势，缩短每个月月底结账所需的时间。
- 解读消费者需求变化的能力已经显著提高。通过加速商品销售过程，安踏集团可以从库存消耗、产品类别、地理区域、目标年龄组等多个维度进行更频繁、更精细的分析。
- 分析能力较以前提高三倍，这将大大提升趋势预测的准确性，帮助确保每个产品线都能达到最佳质量，利用每个销售机会，实现销售增长。
- 通过改善价值链上的信息流，集团可以自动创建、安排和优化其财务、生产、物流和供应链流程。

为下一步做好准备

2020 年初，COVID-19 爆发。当时，安踏集团迅速转向以数字渠道为主的零售模式，减少了因疫情造成的全国经济停摆带来的负面财务影响。

安踏集团 IT 高级总监陈东海说：“毫无疑问，由 IBM Consulting 提供的 SAP S/4HANA 平台发挥了关键作用，帮助我们提高了通过线上商店达成及处理客户订单的能力面临突如其来的经济冲击，零售商尤其容易受到影响，但我们成功度过了这段充满挑战的时期，这充分体现了数字化转型的重要性。危机当前，我们仍然能够利用数字渠道为所有顾客提供无缝的零售体验。”

[了解数字化转型的
“七大核心要素”](#)

[获取数字转型关键技术
指南](#)

 [联系我们：](#)

即刻致电: 400-669-0581

[发送邮件，免费咨询](#)



为中国时尚增添数字化羽翼，雅莹集团构建数字化平台迈向精益管理

“时尚领域瞬息万变，数字化管理是体系化的对业务、流程和组织进行重塑，确保雅莹集团持续的创新力和推进业务变革的能力。在与 IBM 合作的过程中，我们尤其看重 IBM 在各行业领域丰富的战略咨询与平台实施经验。IBM 在时尚和零售行业的深厚积累和众多领先实践，将赋能雅莹更加智能、便捷地运营，提升智造水平，实现‘弯道超车’，带来新的跨越!”

— 雅莹集团董事长张华明

东方美持续发力，国潮走进全球视野

雅莹集团股份有限公司创业始于 1988 年的浙江嘉兴，是一家致力于打造专注时装为核心的现代时尚集团。从传统的生产制造，到设计研发的加强、零售网络的建设、顾客体验服务的升级、再到品牌建设的深入，雅莹集团一直专注于品牌时装的研究。

依托多年发展的积淀，如今雅莹集团已从传统以“生产制造为核心”的时装企业，成功转型升级为以“品牌运营为核心”的现代时尚企业，并以技术创新研发为依托，成功实施商业模式创新，成为国内时尚领域中具有代表性的品牌之一。多项指标位居 2020 年中国服装行业百强企业前茅，立志打造中国的民族时尚高端品牌。如今雅莹集团在北京、上海、澳门、吉隆坡等 210 多个城市开设门店，并拥有广泛的线上销售网络。

全新商业模式下，统一的数字化平台亟需搭建

伴随时尚领域新商业模式的涌现，加之雅莹旗下多品牌运营的业务模式，雅莹集团亟需升级到一个融合多品牌，并且实现产、供、销、财务价值链贯通、持续支持其零售转型的统一数字化平台。集团决定引入 SAP ERP 平台，选择 IBM 为雅莹设计和制订前期战略规划，并搭建平台、实施端到端业务战略和业务流程的梳理与设计。结合在时尚零售行业数字化成功实施经验，IBM 将从零售、供应链、质量、运营、技术等五个领域着手，帮助雅莹打造精益化、一体化数字化平台，以及支持集团提出的可持续高质量发展的目标。

近年来，东方审美再一次席卷时尚界，本土时尚品牌借机发力，抢先占据市场高点，将国潮推向国际领域。雅莹集团致力于引领及展现中国时尚新元素，旗下高端女装产品融合了国际美学与中国的传统文化，追求美学及工艺的至高水准。

关键词：数字化转型、全通路转型、个人化顾客体验

数字化平台将成为雅莹集团零售、供应链、财务管理平台的基础，通过打通业务价值链以及智能工作流程体系的建立，实现全集团部门高效协同和一体化管理。通过集约管理的加强，资源的有效整合，以及财务业务一体化下经营管理的可视化、可衡量、可决策，将有助于集团有条不紊地联动旗下多品牌、多模式、新零售的业务拓展和国际化发展。

由于时尚行业需要对流行趋势、消费者洞察做出快速响应，有产品翻新换代节奏高的特殊需求，所以一套稳定、柔性的供应链体系也是雅莹集团十分看重和依赖的。新平台从设计之初就考虑到商品企划、研发、订货、生产、品控、供应的波段变革，以便能更精准支持终端零售，从而帮助集团实现从企划到设计，订单生产到交付供应，商品到消费者高效的柔性供应链管理，并且助力实现内部各部门之间数据打通和业务贯通。

数字化平台带来的精细化管理运营还将从后端为雅莹集团提供发展支撑，包括从人才挖掘和培养、IT 基础设施和系统的完善方面等，建立数据驱动的管理模式，支撑数智化时代的企业经营发展和管理需求，打造智慧型企业。

雅莹集团可持续高质量发展的方针将推动集团强基致远，稳步发展。未来，在数字平台的基础上，雅莹将围绕更高效的商品供应链，以及以消费者为中心的“数智化”企业建设目标，持续进行数字化创新，秉承集团所追求的人与自然的和谐共生，以及“平衡·爱·幸福”的人生哲学，为中国的女性消费者传递美。

[了解数字化转型的
“七大核心要素”](#)

[获取数字转型关键技术
指南](#)

 [联系我们：](#)

即刻致电: 400-669-0581

[发送邮件，免费咨询](#)



IBM 为家家悦升级数字化平台， 助力加速全国布局

“这几年家家悦加快了规模扩张的节奏。我们也意识到，为了更好的支持区域拓展的稳步推进，家家悦需要全面提升集团的数字化能力和管理的标准化、模板化。我们选择了 IBM 作为合作伙伴，实施智悦行动项目，帮助我们实现了业务和财务的一体化，把以前散落在各个业态、各个流程的数据整合起来，为我们进行集团化的管理提供了有力的抓手。”

— 家家悦集团董事长王培桓

关于家家悦集团

家家悦是以超市连锁为主业、以区域一体化物流为支撑，以发展现代农业生产基地和食品加工产业链为保障，以经营生鲜为特色的全供应链、多业态的综合性零售企业。从 25 年前威海昆明路上的一家门店起步，家家悦如今拥有 874 家直营连锁门店，成为年营业额超 150 亿的上市公司。

关键词：SAP S/4HANA，精细化管理平台

家家悦的转型故事

从山东走向全国布局

从一个区域零售品牌发展成全国化布局的零售品牌。尤其可贵的是，在接连经历市场经济转型、2008年金融危机、地产与电商崛起、经济增速放缓的情况下，家家悦能够始终保持战略定力，坚守主业，并在竞争激烈的零售超市行业始终处于领先地位。家家悦坚持的区域密集发展、多业态发展战略和商品战略等，都被证明是正确的；特别是依靠生鲜核心竞争力和物流区域一体化布局，打造了企业发展的护城河和壁垒优势。

稳稳地部署精细化管理平台

近年来，家家悦加快省外兼并和扩张的步伐，在传统零售业增长乏力的大背景下，实现了逆势增长。同时家家悦也意识到，为了更好地支持进一步的全国布局，集团在保持核心特色和竞争优势的同时，需要全面提升集团数字化能力，尤其是有先进的数字化平台，以及系统、标准化的流程，来保障集团快速而稳健地扩张。为此，家家悦携手 IBM 实施智悦行动项目，结合家家悦自身的业务特点，搭建新的数字化平台，助力家家悦在快速扩张中保持和进一步发挥供应链管理的独特优势，在坚守多业态发展模式不断创新前行。

从山东走向全国布局

全面提升集团数字化能力

构建先进的数字化平台

打造智能标准化的流程

家家悦与 IBM 达成合作，由 IBM 设计和部署 SAP S/4HANA 平台。IBM 从整体数字化转型的角度，帮助家家悦梳理了业务战略和架构，设计了数字化平台建设路径规划，在前端构建服务消费者的极简灵活的业务前台，在后端形成业务运作和企业运营的支撑平台，精细管理和科学决策的支持平台，以及协同创新和数字服务的驱动平台。

实现转型收益

由 IBM 设计和部署 SAP S/4HANA 平台为家家悦带来多个层面的提升与赋能：

供应链一体化，简化流程，效率大增。在目前国内知名超市连锁品牌中，家家悦是少有的大卖场、综合超市、百货店、便利店、专业店、加工厂等全业态全覆盖的企业，多元而高密度的布店让家家悦的品牌与普通消费者建立起紧密的连接，在市场竞争中已形成壁垒，相应的带来的供应链异常复杂，且对效率要求非常之高的挑战。IBM 帮助家家悦打通了从生产端、供应链端，一直到销售和运营的整个供应链链条，简化了供应链，大大提升了各环节的效率。

实时分析，指导业务，科学决策。在一体化的供应链和平台上，业务人员可以看到实时销售、库存等实时分析数据，帮助他们及时掌握业务情况，及时调整策略。目前每天有 1000多人在 BW 系统上看报表，每天早上首先通过系统查看销售和库存情况，以及系统给出的建议，在此基础上进行更加科学的决策。

基于 SAP S/4HANA

供应链一体化，简化流程，效率大增

实时分析，指导业务，科学决策

简化前端，赋能门店，走向服务化

业务流程标准化，支持快速扩张

简化前端，赋能门店，走向服务化。在新的平台上，家家悦改变了之前以门店主导采购，与供应商及后端频繁交互的方式，而是建立了统一的需求平台，统一发送到订单中心，再由订单中心科学匹配仓配、店配或者从生产基地直送。在新的模式下，后端为门店提供了强有力的支撑，可以让门店把更多精力放在前端的营销和消费者服务上。随着后端生产制造、供应链、物流等能力日益成熟，家家悦未来还可以将这些能力封装成服务，以产品的方式给其他企业服务

业务流程标准化，支持快速扩张。IBM 帮助家家悦实现业务标准化和流程规范化，并将之前的众多信息系统进行整合，形成覆盖全供应链和多业态的信息化管理平台，并形成一套推广模板，以支撑整体业务的快速低成本扩张。

[了解数字化转型的
“七大核心要素”](#)

[获取数字转型关键技术
指南](#)

 [联系我们：](#)

即刻致电: 400-669-0581

[发送邮件，免费咨询](#)



立白集团携手 IBM， 共促传统国货的锐变新生

“数字化和新零售时代，消费群越来越年轻化，需求越来越细分和追求差异化，因此家清日化行业的商业模式也在发生重大转变。传统品牌必须通过全面的数字化升级，实现自我的更新换代，这需要全方位的思考和经验支持。在 IBM 的帮助下，我们展开了全面的数字化转型规划，厘清了未来的发展方向，明确了核心任务和实现路径。希望接下来可以顺利落地这个数字化蓝图，并通过持续的数字化建设实现锐变和新生，成为消费者真正喜欢的品牌，成就‘世界品牌，百年立白’。”

——立白集团总裁陈泽滨

关于立白集团

立白集团创立于 1994 年，经过 27 年的规模化增长，已成长为国内家清日化行业的龙头之一。如今，数字化改变了消费者的生活方式，互联网品牌、跨界竞争层出不穷，快消品市场竞争日趋激烈。立白作为行业领先的传统消费品企业，迫切需要利用数字化技术，通过消费者的连接、互动、洞察，全方位了解消费者的需求，不断推出更好的产品，实现精细化运营。

关键词：数字化运营，开放式产品创新，数据型渠道分析

立白集团转型故事

2020年初，立白集团与 IBM 达成三年数字化规划的合作。此次合作中，为解决规划项目“纸上谈兵”的痛点，区别于传统咨询的方式，立白与 IBM 组成联合团队，首次采取了共创的方式展开项目合作。

项目成果在立白集团内达成广泛共识，IBM 帮助立白明确了对外连接消费者和对内精细化运营的两大方向，确立了消费者数字化运营、开放式产品创新、数据型渠道分析三大主要任务，以实现人、货、场的精准匹配，满足消费者需求。

这次双方签署进一步的战略合作协议，旨在将上述数字化规划蓝图真正落地。在接下来的合作中，IBM 将采用 1+1=N 的创新模式，帮助立白以快速迭代的方式持续推进数字化转型。

以数据和流程为中枢，实现各部门统一的数据管理，建立数据分析的能力，打造数据文化，实现数字化企业的转型。

全面启动“作战任务”

IBM 将首先帮助立白展开数字化管理组织的搭建，基于 DTMO 能力建设项目开展对立白数字化转型办公室的赋能，整体把握数字化转型方向，做好机制保障及数字化总体任务统筹，确保立白数字化转型的平稳落地。

同时，IBM 将会建立统一的资源池，可以针对不同的任务敏捷调配 IBM 专家等资源，调整双方人员配比，实现更好地配合。在这两个“1”的基础上，IBM 和立白会围绕两大方向和三大任务，持续展开 N 个具体的数字化任务。

前立白数字化转型办公室建设工作已经展开，同期启动的还有两个具体的“作战任务”。针对新品规划项目，IBM 将帮助立白通过对某子品牌的在研新品回顾，重新制定新产品开发战略，同时帮助建立符合集团业务需求的市场和产品规划流程体系，并培养产品经理对流程和相关工具的应用能力，以提升新品成功率。

对于皂粉产品，根据 IBM 专家的建议，将打破以往的业务分工，首次采用“人、货、场”联合作战的方式，从这三个层面深度剖析原因，并就某一款产品深入分析，找出症结所在，给出全方面、多层次的“药方”，并持续追踪后续效果，提升营销活动成功率与投资回报率。

[了解数字化转型的
“七大核心要素”](#)

[获取数字转型关键技术
指南](#)

 [联系我们：](#)

[即刻致电: 400-669-0581](#)

[发送邮件，免费咨询](#)



强生医疗中国

打造 AI 术者学习管理平台，实现从数据到医疗价值的提升

通过更为高效而标准的房颤术者学习工具，支持房颤术者更熟练地运用电生理产品，以便术者在相关房颤手术中更好地服务病患。

关于强生医疗中国

强生医疗中国竭力为中国的病患提供优质的产品和服务，同时致力于将最新医学技术和设备不断引入中国。除了技术引进，强生医疗中国多年来引领着专业医师培训。以远程电视手术直播、电视模拟手术、人体模拟操作系统、远程手术转播等设施为中国医护工作人员提供良好的专业培训机会，共同推动着中国医疗事业的进步，成为值得医护人员信赖的合作伙伴。

关键词：IBM 运用车库方法论，AI 图像识别

强生医疗中国转型故事

在医疗进步前面的阻碍

作为全球领先的医疗健康企业，强生医疗中国不断引进先进医疗科技和解决方案，支持建设健康中国。在医学界，肺静脉隔离术（PVI）产品已被证明是一种治疗房颤的有效方法，但熟练掌握相关产品技术的术者非常有限，在帮助房颤手术者提升技术能力的过程中，强生医疗中国发现一些有待解决的问题，包括房颤术者学习周期长、专业教育资源稀缺、人工评估时效性差和准确率低等。

搭建 AI 术者学习管理平台，更好服务病患

为提高肺静脉隔离术的专业术者熟练运用电生理产品的技术能力，强生基于电生理产品探索和设计了创新的业务解决方案，并联合 IBM，运用车库创新方法论，结合 AI 图像识别等技术，快速实现了 AI 术者学习管理平台，实现从数据到医疗价值的提升，进而实现通过更为高效而标准的房颤术者学习工具，支持房颤术者更熟练地运用电生理产品，以便术者在相关房颤手术中更好地服务病患的目标。

挑战

房颤术者学习周期长

专业教育资源稀缺

人工评估时效性差和准确率低

实现从数据到医疗价值的提升

目前平台准确、高效对产品使用图片进行评分，有效提升了术者运用产品的技术能力、缩短了提升相关技术的周期。

在数字化转型战略的引导下，强生医疗中国正在实现房颤治疗手术领域的“技术下沉”，利用现代科技手段更好地赋能术者，服务病患。

该案例已荣获 2020 IDC 中国医疗行业技术应用场景创新奖。

[下载 IBM Garage 车库
创新手册](#)

[获取数字化转型关键技术
指南](#)

 **联系我们：**

即刻致电: 400-669-0581

[发送邮件，免费咨询](#)



诚品携手IBM 转型全通路 打造个人化顾客体验

我们将致力以「人」为中心，整合诚品现有实体通路、APP、网站、社群、EC等，让读者顾客不论接触哪一个通路，都能获得一致且美好的体验及服务。

关于诚品

诚品股份有限公司为大型连锁书店，1989年1月24日创办于台北市，初期以经营艺术人文方面的书籍为主，之后转型为综合性书店，同时结合商场经营，旗下业务涵盖百货零售、文化艺术、旅馆与不动产经营等，在台湾多个地区、香港、苏州和深圳拥有分店，并于2019年秋天进军日本东京设置营业据点。2004年获《时代》杂志亚洲版评选为「亚洲最佳书店」，2015年获CNN评选「全球最酷书店」之一。

关键词：数字化转型、全通路转型、个人化顾客体验

诚品转型故事

我们遇到了一些挑战：

迎向 5G时代，搭上数字化转型的浪潮，2019年迈入 30周年的诚品也吹起转型号角，希望能朝阅读与生活的全通路平台发展，把重心从通路的开发或通路的经营，转为对个人的了解跟经营，为客户提供更完整的个人化服务。

我们选择了合作伙伴：

诚品选择与 IBM Consulting 顾问团队合作，IBM Consulting 拥有零售业丰厚的产业经验，为诚品提供顾问策略咨询服务，从客户体验的旅程设计、数据分析，并导入端到端整体解决方案 SAP C/4 HANA Marketing 行销自动化平台解决方案。透过灵活且经过验证的方式，提供 360度客户视图分析消费者轮廓，协助诚品提供更加个人化的行销服务，提升诚品顾客消费体验与品牌忠诚度。

把重心从通路的开发或通路的经营，转为对个人的了解与经营，为客户提供更完整的个人化服务。

开启数字化转型的大门：

- 诚品以全通路为未来核心发展方向，将致力以「人」为中心，整合诚品现有实体通路、APP、网站、社群、EC 等，让读者顾客不论接触哪一个通路，都能获得一致且美好的体验及服务。
- 诚品 CRM 平台全面进化，将诚品的顾客消费体验提升到新层次，并巩固品牌忠诚度。
- 协助诚品奠定全通路佈局基础、强化数位竞争力，进而在未来发挥综效，为会员提供跨平台的美好体验及专属个人化服务。
- 诚品携手 IBM 开启数字化转型的大门，成功地将顾客体验优先的核心价值完整呈现在转型旅程当中，成就未来诚品的新时代。

展望未来，IBM 将协助诚品强化产业的品牌力，带领诚品一步步转型为「认知型企业」，以大数据洞察为基础，打造出企业「由内而外」转型的商业平台。

[下载 IBM Garage 车库
创新手册](#)

[获取数字化转型关键技术指南](#)

 **联系我们：**

即刻致电: 400-669-0581

[发送邮件，免费咨询](#)



森大牵手 IBM 打造“一带一路”企业转型标杆

“经过 20年的发展，森大已经从一家传统外贸企业发展成集海外工业制造、国际贸易、实业投资、供应链服务为一体的跨国综合性产业集团，在这个快速发展和转型的过程中，我们的运营和管理水平也需要不断地提升，才能保持我们在市场上的领先地位。在‘一带一路’的带动下，非洲和南美洲市场发展很快，我们将迎来更大的机遇和更多挑战，与 IBM 的合作不仅可以帮助森大提升管理效率和管理能力，也将有助于我们从容应对下一阶段竞争的准备。”

— 森大国际集团总裁沈延昌

关于森大集团

森大是最早进入非洲、南美洲等海外市场的国际贸易企业之一，拥有覆盖 20多个国家和地区的营销网络，多年来在对非出口百强企业中名列前茅。为更好地拓展海外市场，从 2013年开始，森大紧跟国家“一带一路”战略，加快工贸一体化，在非洲开设多个生产基地，现已成为一家集海外工业制造、国际贸易、实业投资为一体的跨国综合性产业集团，成为新兴市场建材、快消和五金等细分领域的隐形冠军。

关键词：供应链转型，采购转型，财务转型，一带一路

森大集团转型故事

快速成长遇到诸多挑战

在企业运营中，采购及供应链作为公司独特的业务环节，不仅对后台办公产生很大的影响，还支持着前台业务的转型。随着业务的快速增长，森大面临着多方面的挑战，管理能力急需提升，全球化供应链需要不断升级，工厂运营亟待标准化，以及如何应对新厂的不断投产。

两手抓两手都要“硬”

2019年，森大开始了与 IBM 合作，推进供应链和采购解决方案，提升供应链管理的专业化水平。在采购领域，IBM 带领森大采购团队通过战略寻源的方法，以及多维度模型分析，对试点品类管理进行全球供应资源布局优化，确保了疫情期间的供应连续性，供应风险的有效控制；建立全成本分析模型，识别试点品类的成本优化机会，实现有效的成本降低。

同时，IBM 为森大引入了 RPA 智能工作流的概念，在供应链中心船期状态查询业务流程中运用自动化机器人，替换掉原来需要人力去完成的工作，使此项工作效率提升了 9 倍。同时准确度高达 100%，不仅可以为森大避免由于人员流动造成的知识转移成本，而且还最大化避免了由于人为输入错误造成的纠错成本。

挑战

管理能力急需提升全球化供应链需要不断升级，工厂运营亟待标准化，以及如何应对新厂的不断投产。

未来供应链的精细化管理

森大进一步优化和完善供应链和财务体系，以实现供应链从采购、生产、仓储、运输等各个环节的数据可见、数据互联，让供应链整体看得见，满足精细化管理需求。

另一方面还将为森大提供整体的 IT 规划与治理，以及主数据平台的设计与搭建，有效提升企业数据质量，为各业务部门提供一致、完整的共享信息平台，为业务提升和经营策略优化提供支撑，为森大集团的数字化转型打下坚实的基础。


[了解数字化转型的
“七大核心要素”](#)

[获取数字转型关键技术
指南](#)

 **联系我们：**

即刻致电: 400-669-0581

[发送邮件，免费咨询](#)



某大型饲料企业打造 数字化智能运营与管理平台

关于该大型饲料企业

作为一家集饲料研发、生产、销售、与技术咨询为一体的大型饲料企业，该企业希望打造一个统一高效的、目标导向的、流程驱动的、全面集成管控的信息化智能运营与管理平台，以满足集团不断丰厚的信息化需求和运营管理需求，推动企业现代化管理和国际化发展，实现跨越式发展的核心目标。

业务挑战

经过多年的快速发展，该企业已经发展成为一个覆盖饲料研发与制造、生猪养殖、粮食贸易、金融服务等业务，拥有一百多家工厂的集团公司。在公司治理结构上存在着信息化落后、核心业务流程不规范，核心基础数据管理混乱等问题。集团期望在IBM的帮助下通过全集团层面的信息化建设实现集团全产业链的信息化工作，实现数据统一、平台统一等目的，并在此次过程中实现生产环节精细管控的统一，并与生产执行平台和数据管理平台相互集成，达到分公司和集团层面业务管控、决策分析、资源调配等管理能力的加强。进一步实现提高运营效率，降低成本，发挥集团优势等目的。

IBM 解决方案

整体规划了集团业务架构和系统架构，同时提出了项目目标和总体思路的建议，并基于自上而下、搭建体系,自下而上、雕琢细节的实施策略，以服务业务管理为目标，搭建横向到边、纵向到底的集团级统一集成的信息化平台，支撑集团业务稳定和快速增长。

应用 S/4HANA 解决方案按照集团核心业务流程主线进行设计，从采购到付款、销售到收款、生产与库存、财务一体化管理和基础数据管理，全面涵盖企业的核心业务需求。以集成统一的信息平台为基础，打造统一透明的数据共享与管理监控的信息管控平台。纵向贯通企业产品价值链，实现垂直整合，为提升企业快速扩张能力夯实基础；横向协同各业务支持流程及设备支持链各环节，为产品价值链高效运营提供强有力保障。

业务收益

- 以业务为驱动、以目标为导向，规范优化并固化业务流程，提升精细化管理水平，实现流程端到端的打通，强化经营主体跨部门的协同，实现公司层面的业务、财务、数据和系统全面融合。
- 通过基础核心数据流程以及核心业务流程与信息化平台的标准统一，提供高效的供应链协同和强化风险管控，并支撑集团化和集约化的运作的落地。
- 建立全方位管理的核心业务执行系统与ERP的集成，实现系统指导生产领配料、线边库存可视化、财务业务一体化、业务板块运作一体化。

[下载 IBM Garage 车库
创新手册](#)

[了解数字化转型的
“七大核心要素”](#)

[获取数字化转型关键技
术指南](#)

 [联系我们：](#)

[即刻致电: 400-669-0581
发送邮件，免费咨询](#)

了解更多

[前往 IBM Consulting 官网](#)

[前往 IBM 零售与消费品行业官网](#)

[了解数字化转型的“七大核心要素”](#)

[获取数字化转型关键技术指南](#)

 **即刻致电：** IBM Consulting 热线 400-669-0581

 **服务时间：** 9:00-17:00

IBM Consulting