



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。

使用解决方案组合：

应用：SAP C/4HANA®

服务：IBM® Services™

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。

联系我们



扫描二维码或
直接点击获取更多经典案例

下载完整版流通行业案例集

📞 即刻致电：IBM业务咨询顾问 高扬 400-669-0581

👤 服务时间：9:00-17:00

