

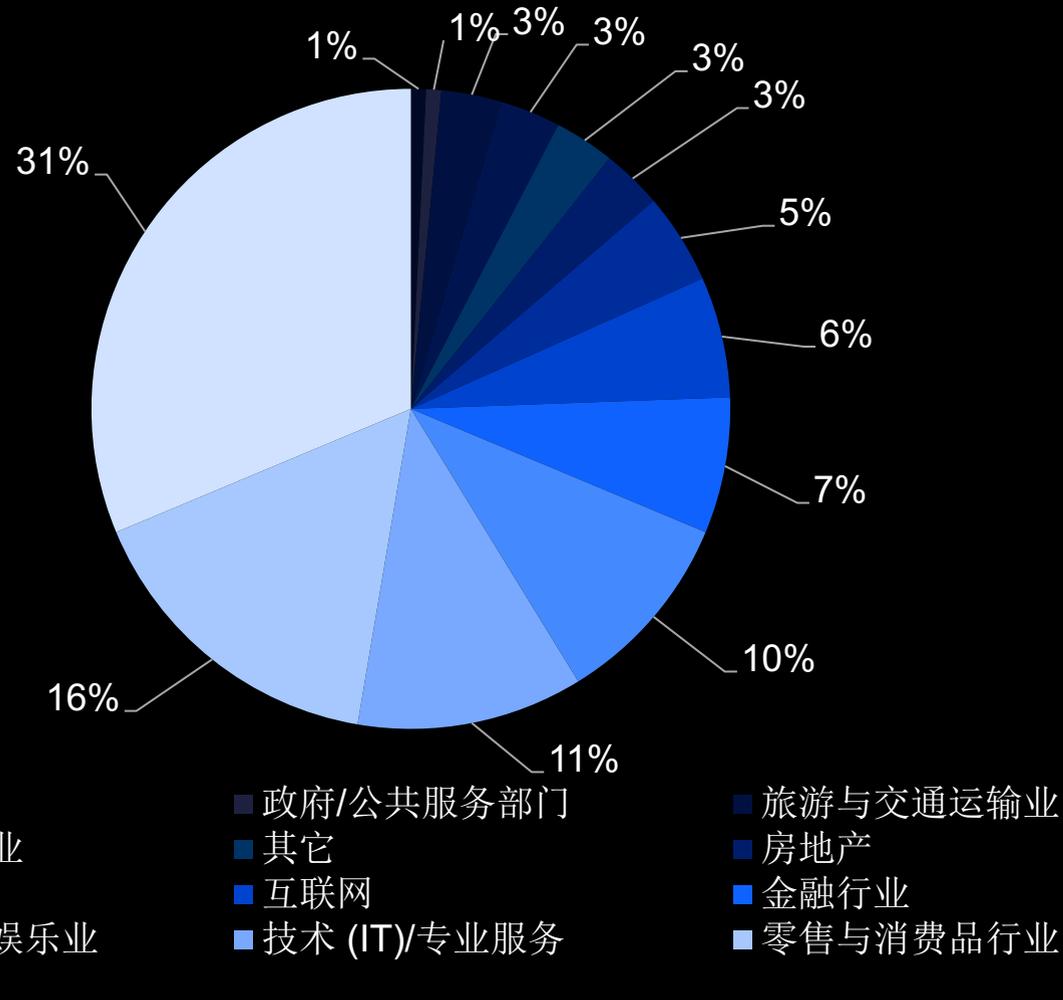
《中国智慧企业路线图》 调研结果

2020.8

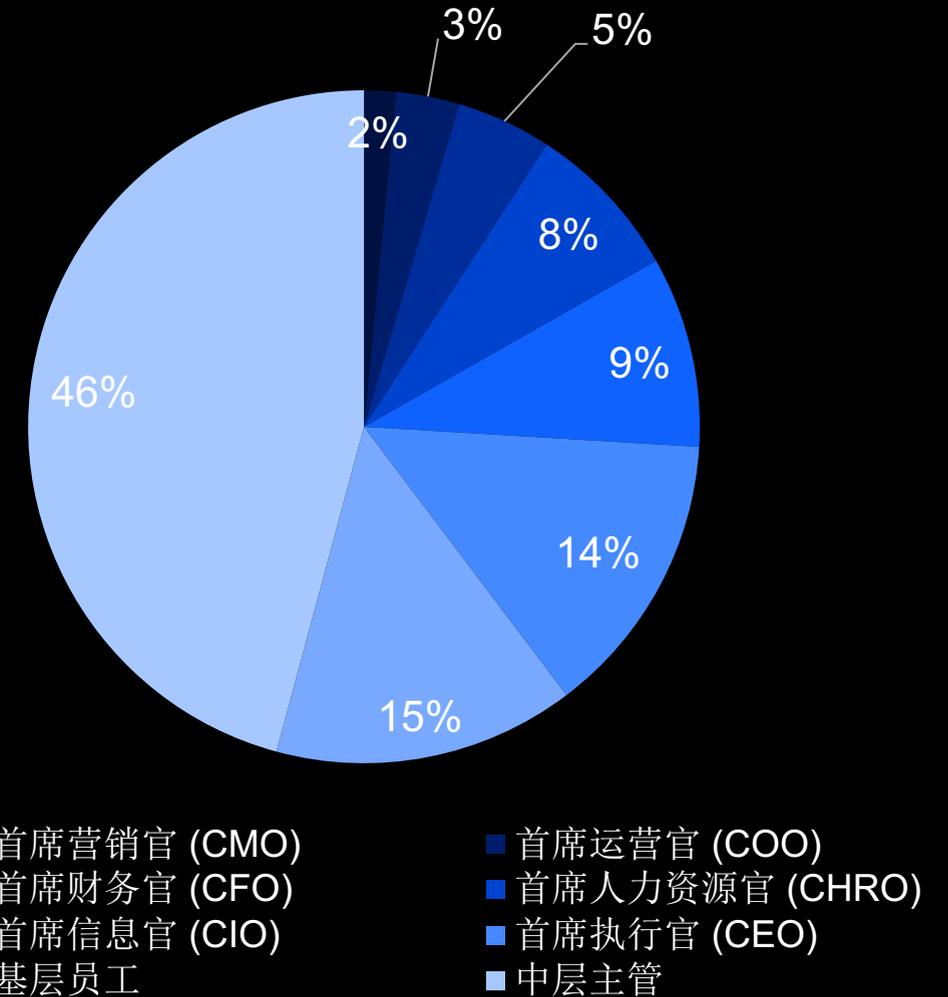
IBM商业价值研究院

本次问卷调研历时**16天**（7月22日~8月7日），共计收到**131份**有效问卷结果，来自**13个**行业，**8个**角色

行业分布图



角色分布图

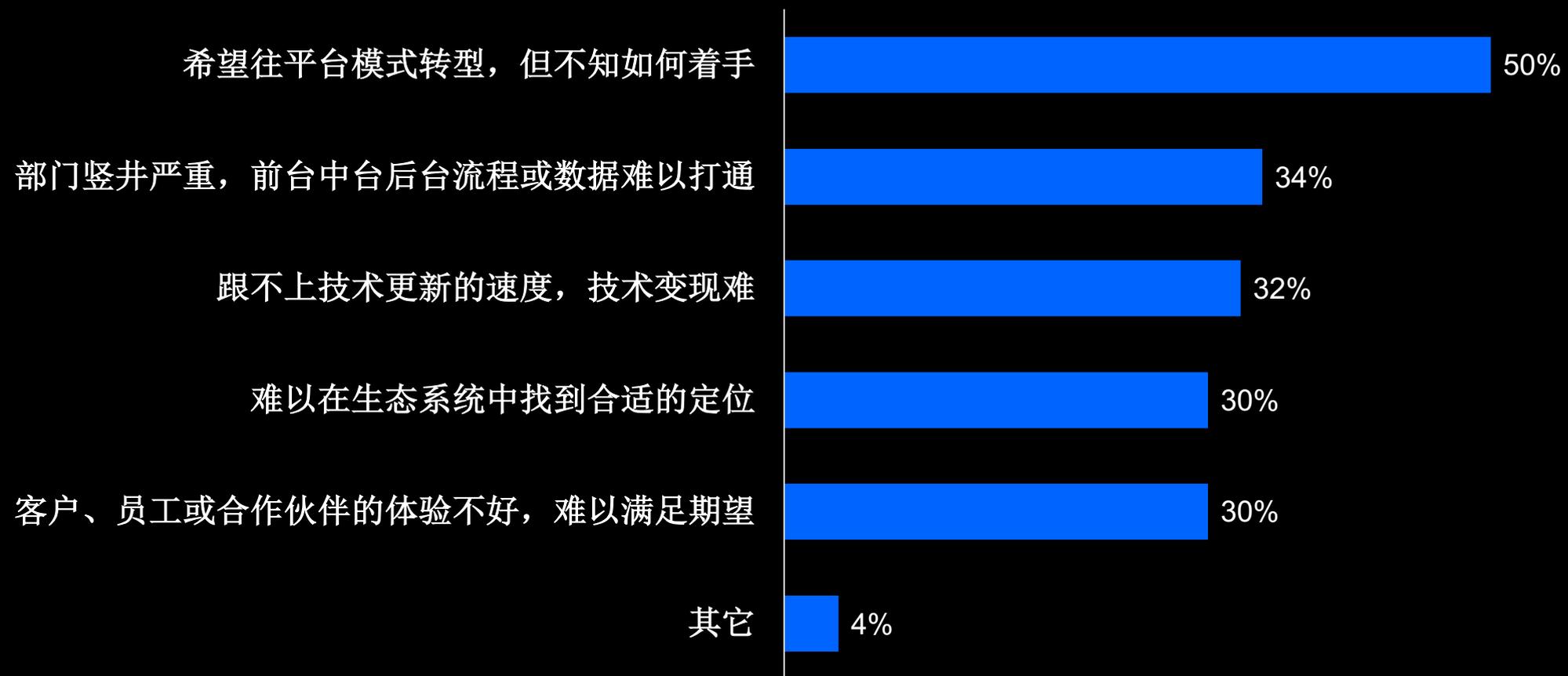


第一部分：转型问题

- 1. 后疫情时代，您的组织在转型中面临的主要挑战是什么？**
- 2. 在转型过程中，您的组织最希望从外部第三方得到哪些帮助？**

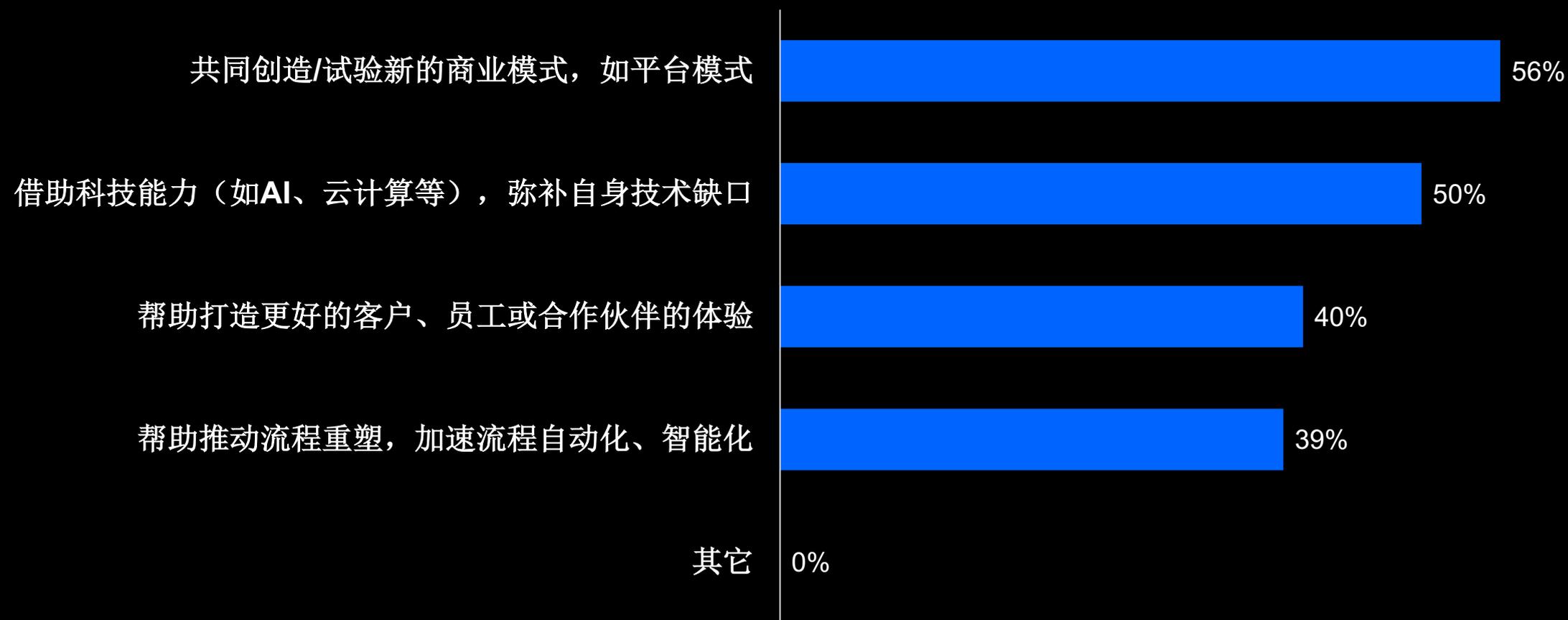
后疫情时代，企业面临的前三大挑战是：平台转型如何着手、前中后台流程难打通、跟不上技术变现速度

后疫情时代，组织在转型中面临的主要挑战



在转型过程中，超过一半的受访企业希望与第三方共同创造新模式，四成以上的企业希望借助外部科技能力，以及帮助全面提升体验

在转型的过程中，组织最希望从外部第三方得到的帮助

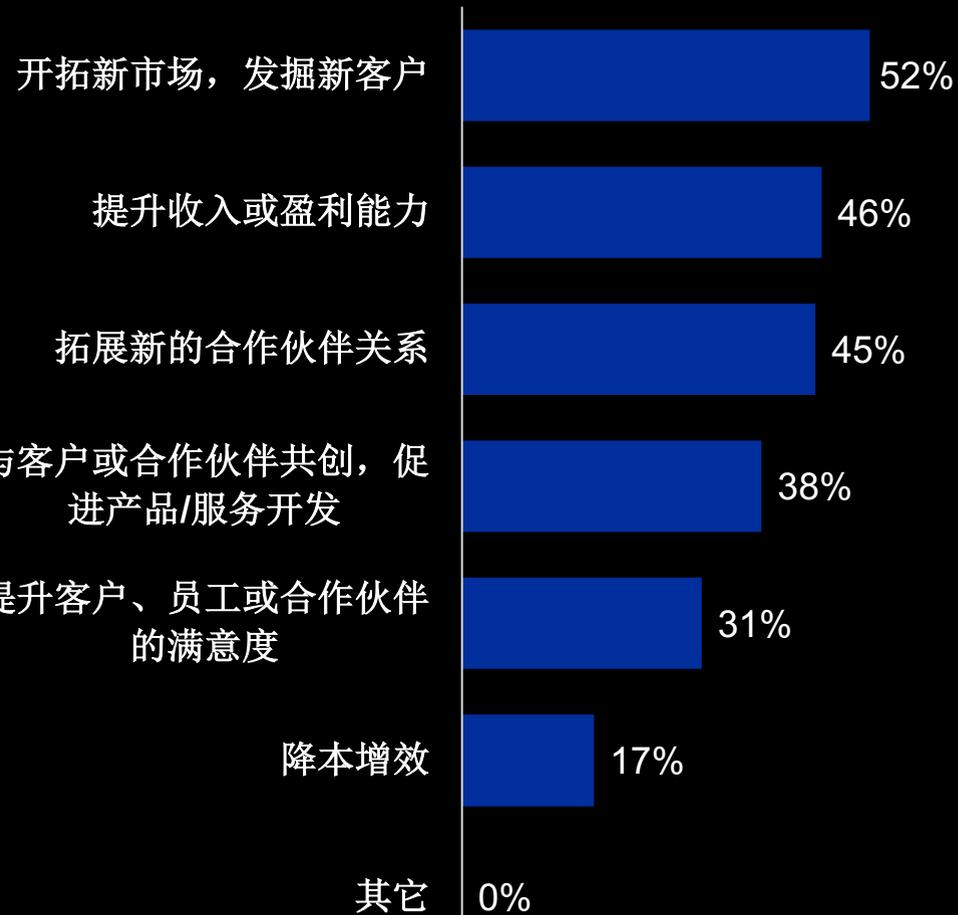


第二部分：开创性的平台战略

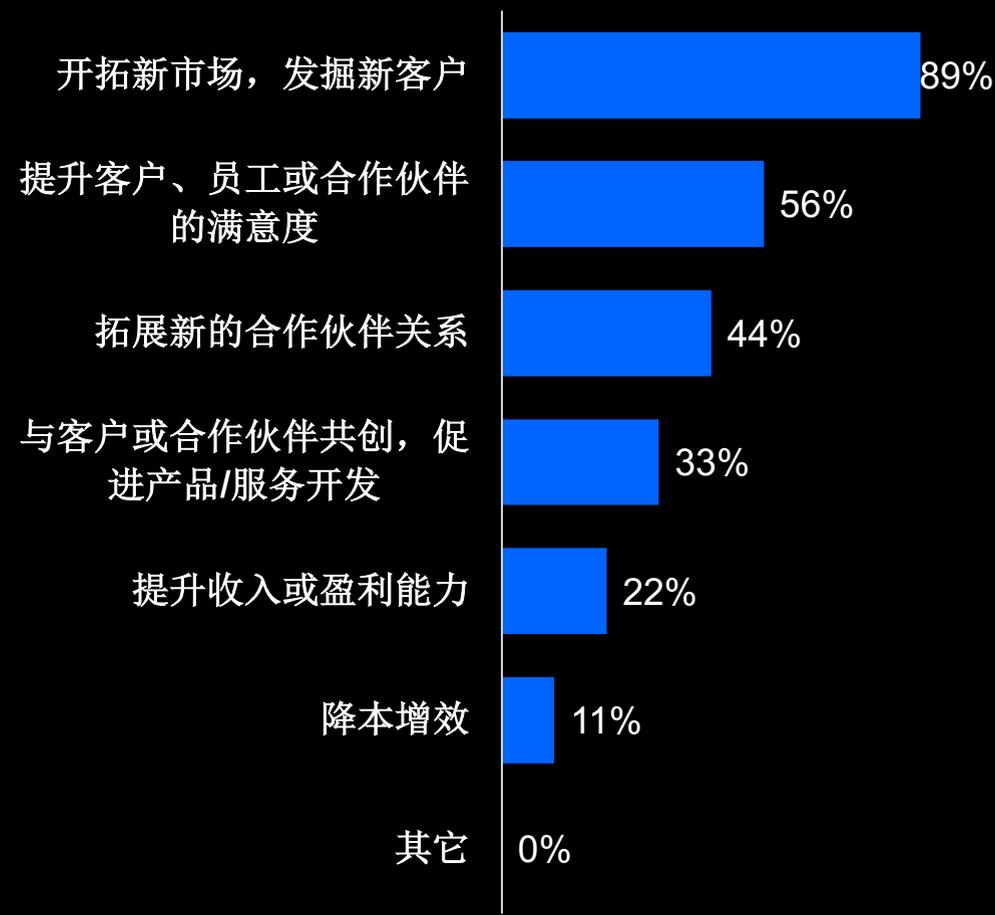
- 1. 您认为平台模式能为贵组织带来的最主要价值有哪些？**
- 2. 在不同的平台类型中，贵组织倾向于构建哪些类型的平台？**

受访者认为平台模式的价值主要体现在开拓新市场、提升收入或盈利能力、以及拓展新的伙伴关系，其中，金融行业认为开拓新市场的价值最大，电信媒体行业认为平台模式在拓展伙伴关系方面帮助最大

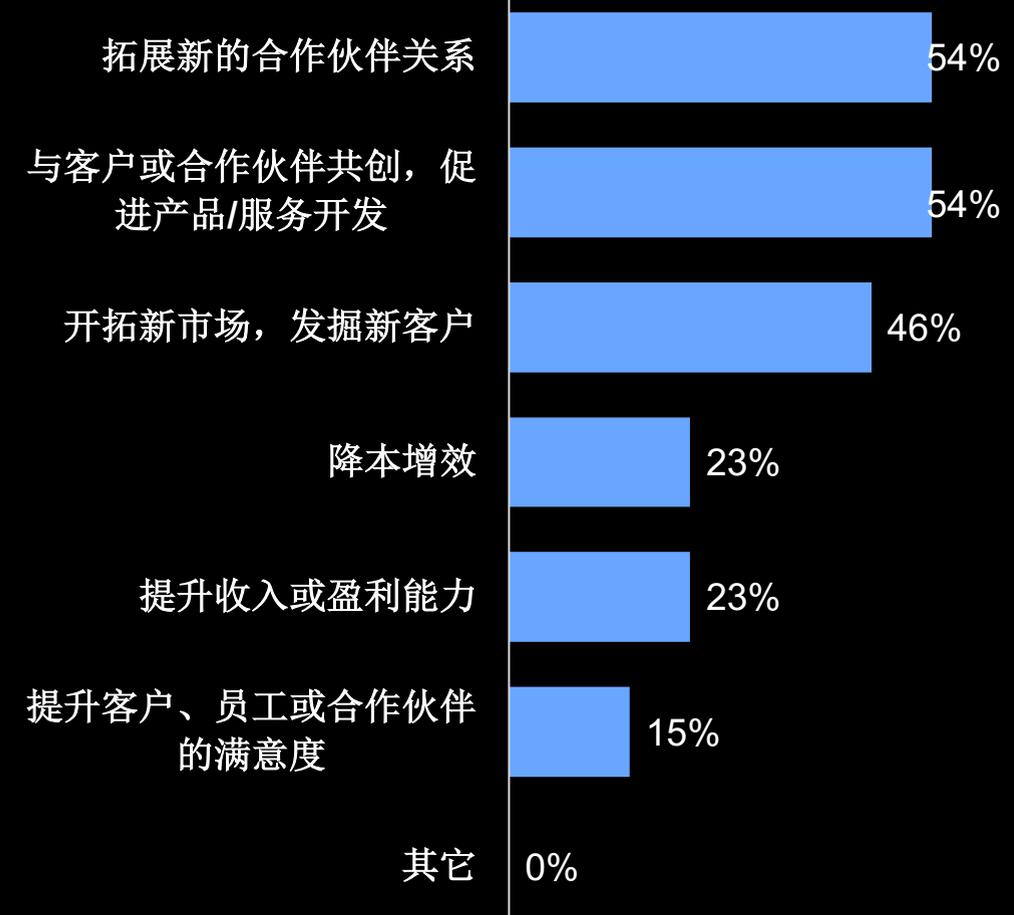
平台模式能为贵组织带来的最主要的价值
-全行业



平台模式能为贵组织带来的最主要的价值
-金融行业¹



平台模式能为贵组织带来的最主要的价值
-电信媒体行业²



注：1. 金融行业样本9人，电信媒体行业样本13人

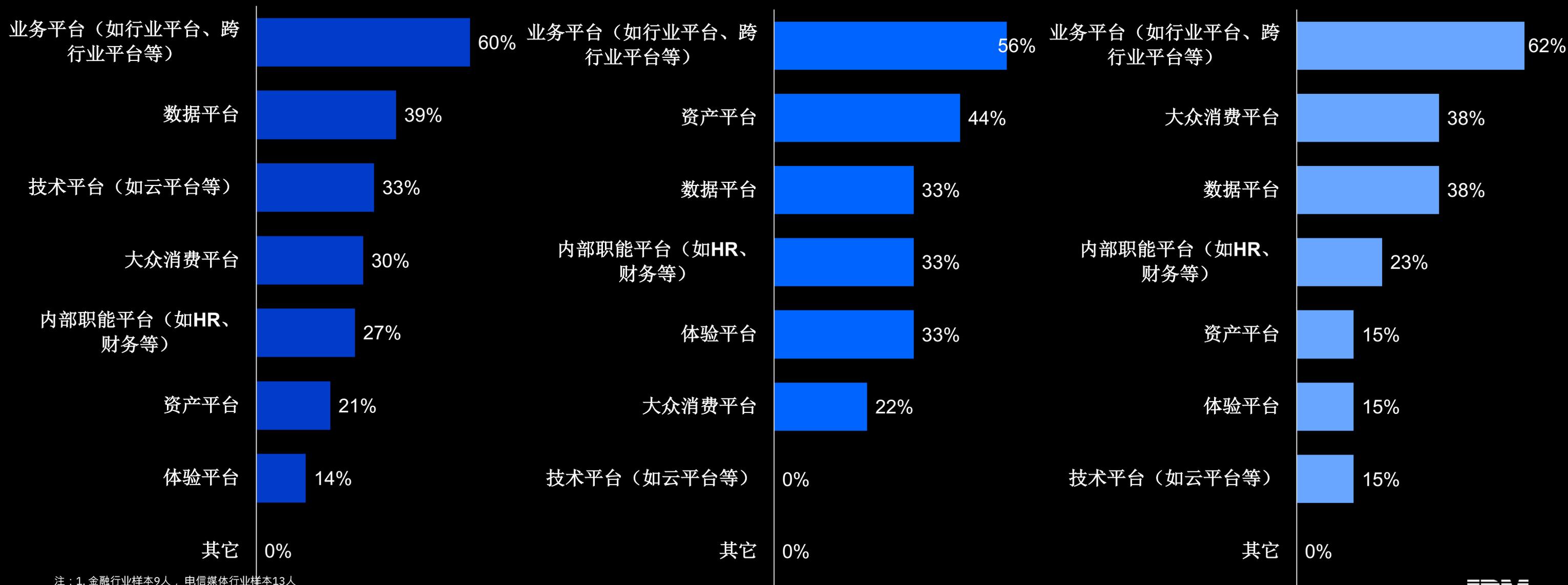


在选择构建何种类型的平台时，业务平台、数据平台、技术平台位居前三

在不同的平台类型中，组织更倾向于构建的平台类型-全行业

在不同的平台类型中，组织更倾向于构建的平台类型-金融行业¹

在不同的平台类型中，组织更倾向于构建的平台类型-电信媒体行业²



注：1. 金融行业样本9人，电信媒体行业样本13人

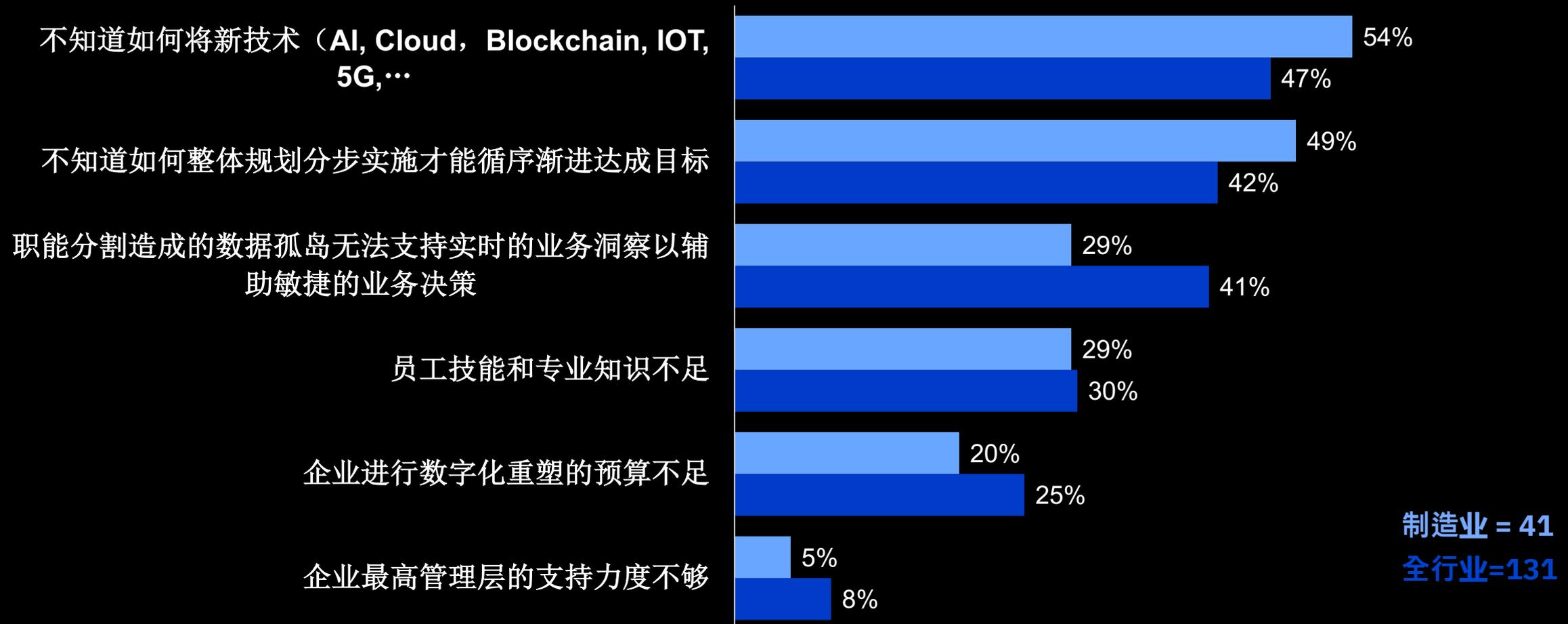


第三部分：智能化的业务流程

- 1. 贵组织在利用新技术进行业务和管理流程的改进方面，遇到的最大挑战是什么？**
- 2. 在未来三年内，贵组织最希望在以下哪些领域建立差异化竞争优势？**

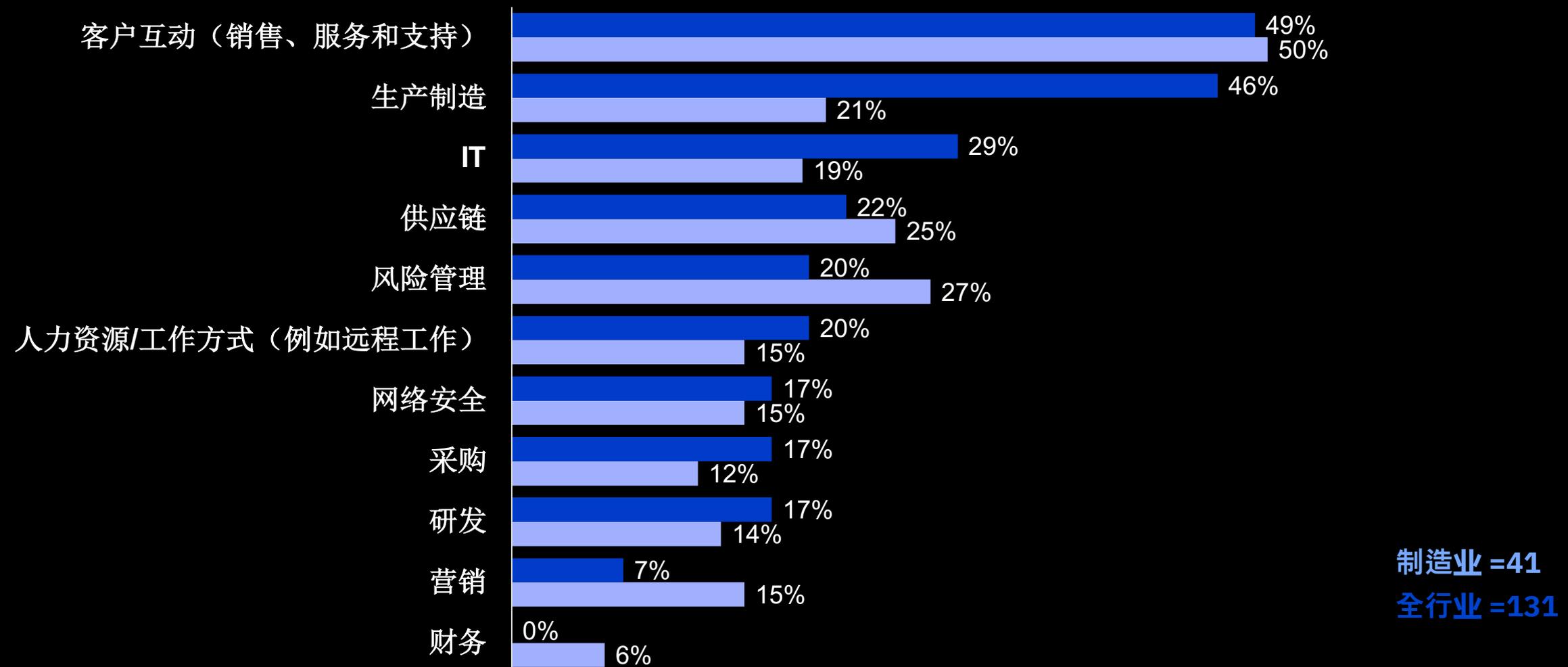
制造行业和其他行业的受访者一样，在利用新技术进行业务和管理流程的改进方面，遇到的三项最大挑战是：不知道如何利用新技术；不知道如何整体规划分步实施以达成目标；企业内存在着数据孤岛无法支持敏捷的业务决策

贵组织在利用新技术进行业务和管理流程的改方面遇到的挑战



制造行业受访者在未来三年内，最希望建立差异化竞争优势的领域是：客户互动（销售、服务和支持）、生产制造、IT、供应链。其他行业除了以上相同领域外，还希望在风险管理领域建立差异化竞争优势

未来三年内，贵组织最希望在以下哪些领域建立差异化竞争优势

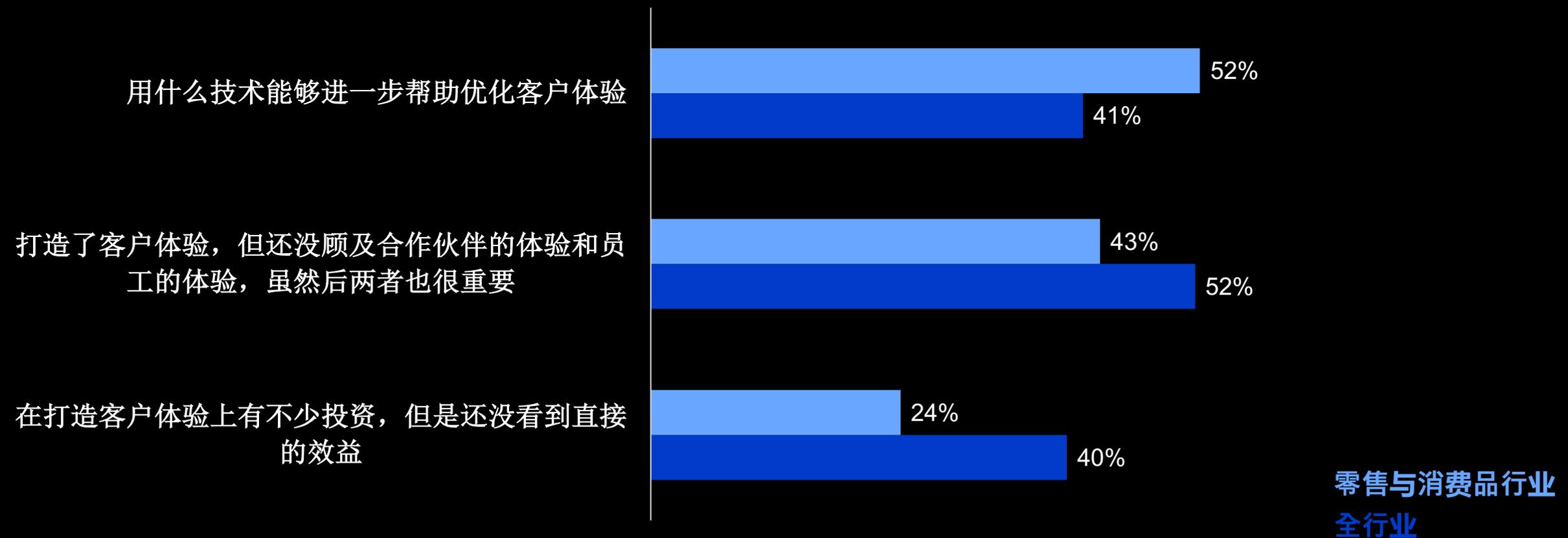


第四部分：人性化的企业体验

- 1. 您所在的企业在数字化转型过程中，遇到哪些重塑消费者体验的问题？**
- 2. 您觉得做好企业哪方面的转型可以打造企业的体验式增长？**

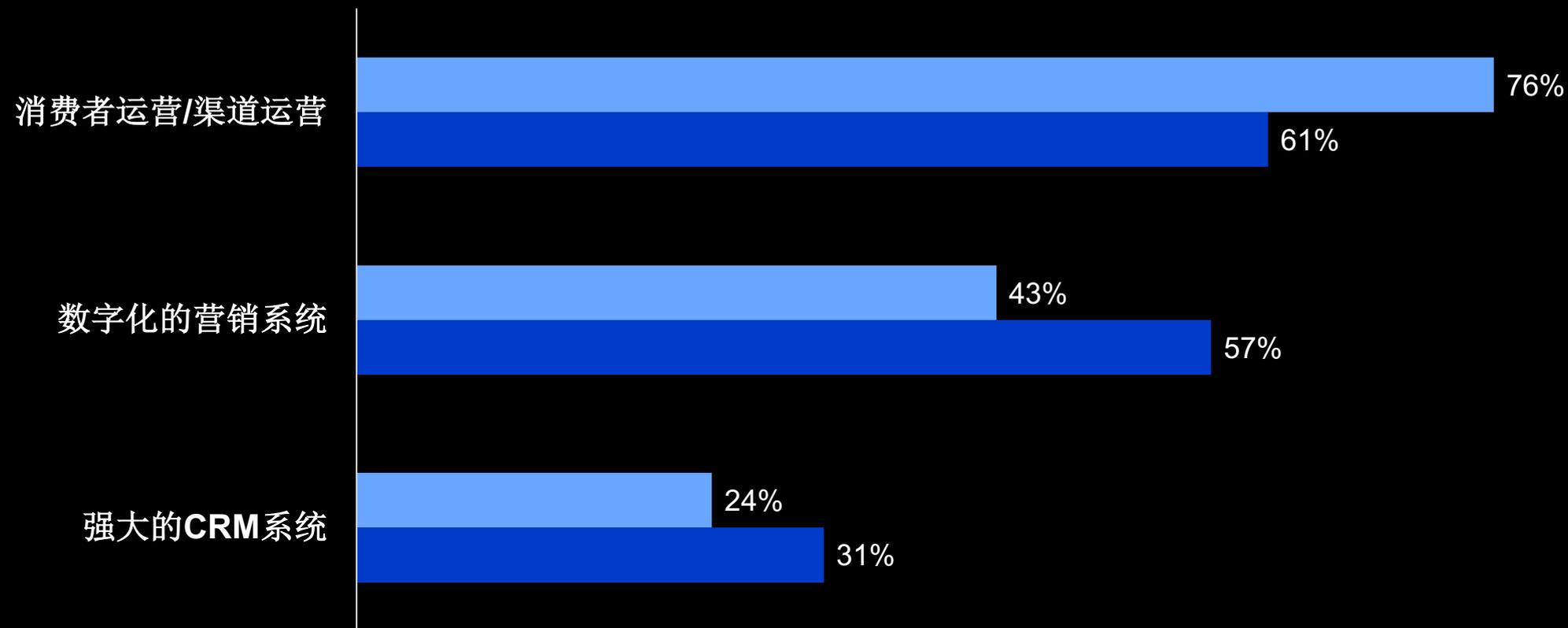
零售和消费品行业受访者认为重塑消费者体验的最大问题是用什么技术能够进一步帮助优化客户体验。其他行业受访者认为是打造了客户体验，但还没顾及合作伙伴的体验和员工体验

企业在数字化转型过程中遇到的重塑消费者体验的问题



零售和消费品行业受访者和其他行业受访者一样，认为要打造企业的体验式增长，首先是“消费者运营/渠道运营”的转型，然后是数字化的营销系统，最后是强大的CRM系统

打造企业体验式增长的转型方式



零售与消费品行业
全行业

第五部分：行业特定问题

金融行业的特定问题：

1. 您认为金融企业数字化转型之旅中最重要的考虑因素是什么？
2. 在未来2-3年内，贵企业打算优先开展以下哪些领域的转型升级？

电信与媒体行业的特定问题：

3. 根据目前的经营发展状况，以下几个方面您会如何排序？
4. 展望5G物联网时代，为了更好地为企业客户提供解决方案和服务，您更关注以下哪些方面？

制造业的特定问题：

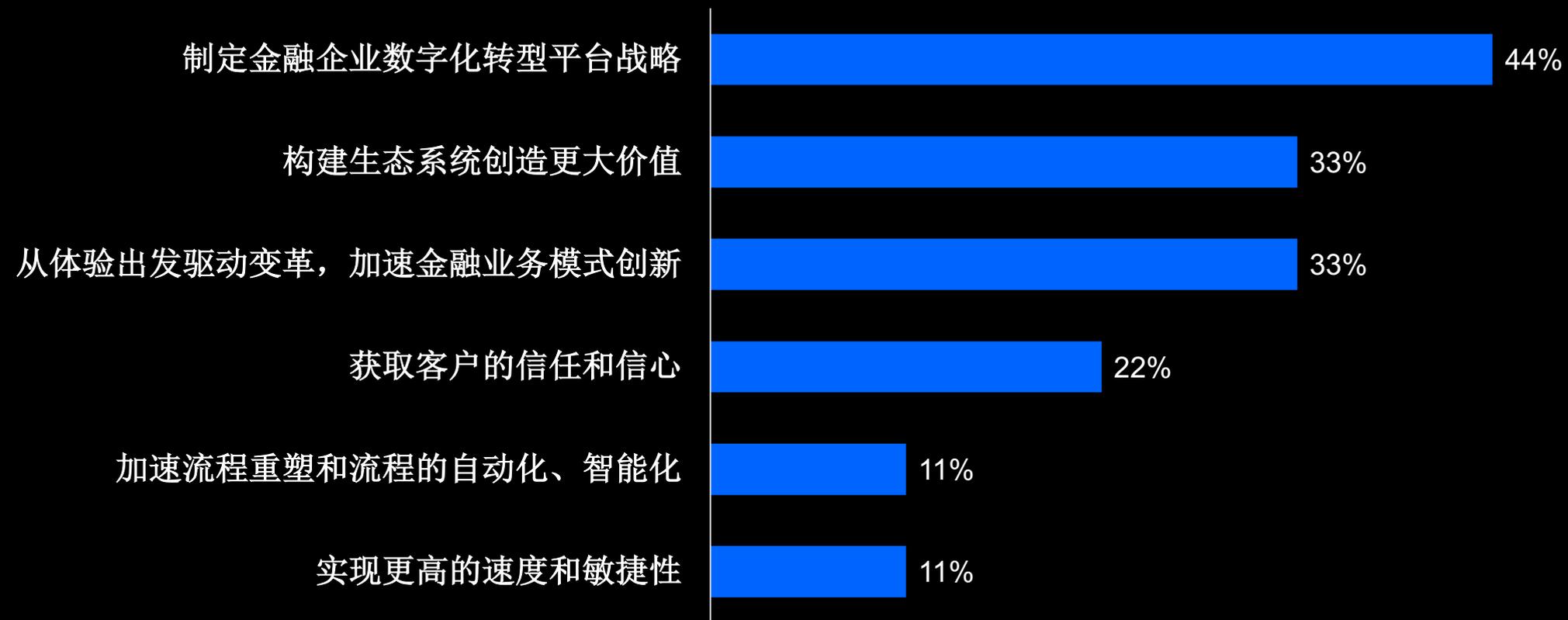
5. 贵企业认为人工智能和认知计算可以帮助解决以下哪些端到端的供应链流程挑战？
6. 贵企业实施工业物联网的推动因素是什么？

零售消费品行业的特定问题：

7. 您认为对于打造无摩擦购物体验来说，哪些要素是非常重要的？
8. Z世代（95后）消费者已经形成一股不可忽视的经济力量，您认为以下哪些要素对于为他们提供最佳购物体验是非常重要的？

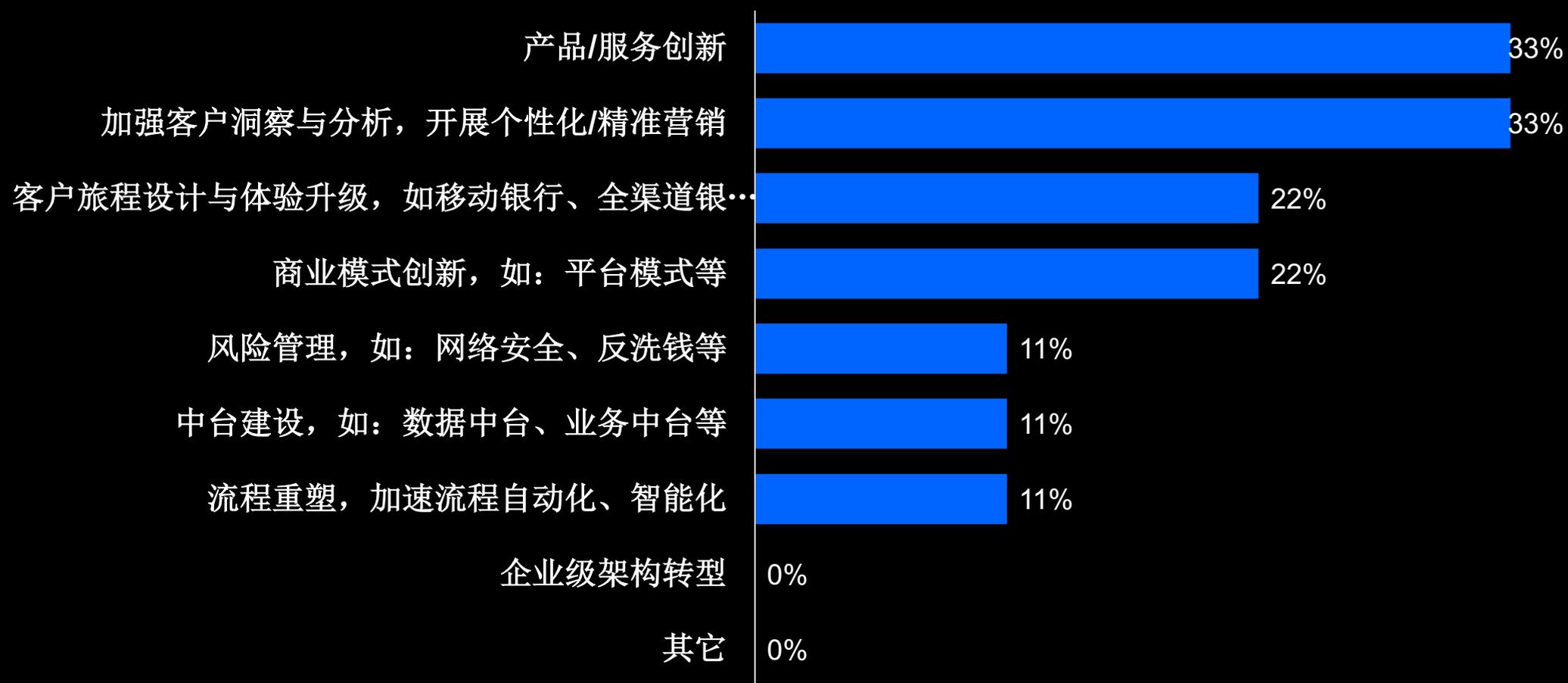
金融行业在转型中，会重点考虑平台战略制定、生态系统构建和体验驱动的业务模式创新

金融企业数字化转型之旅中最重要的考虑因素



在未来2-3年，金融企业打算优先开展产品服务创新、精准营销、体验升级、商业模式创新等领域的转型升级

未来2-3年内，贵企业打算优先开展转型升级



电信媒体行业认为，打造一体化的平台、改善收入结构和完善行业解决方案是目前经营发展中最需要关注的问题

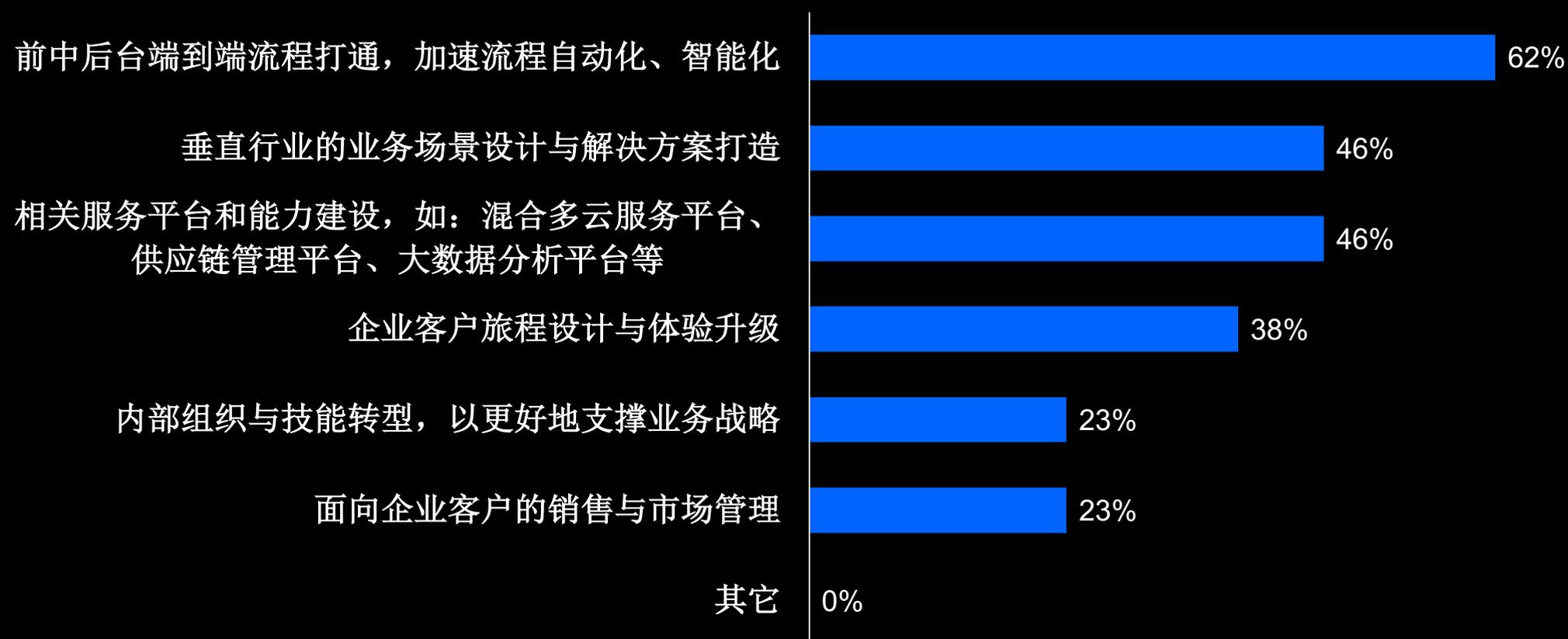
根据组织目前的经营发展状况的排序

- 打造一体化的平台，以支持业务的快速发展
- 改善收入结构，强化管理，降本增效
- 打造政企市场经营体系，完善行业解决方案
- 切实提升企业级客户体验，高效触达，打造高品质形象
- 布局创新业务，加速新运营模式，构建新生态



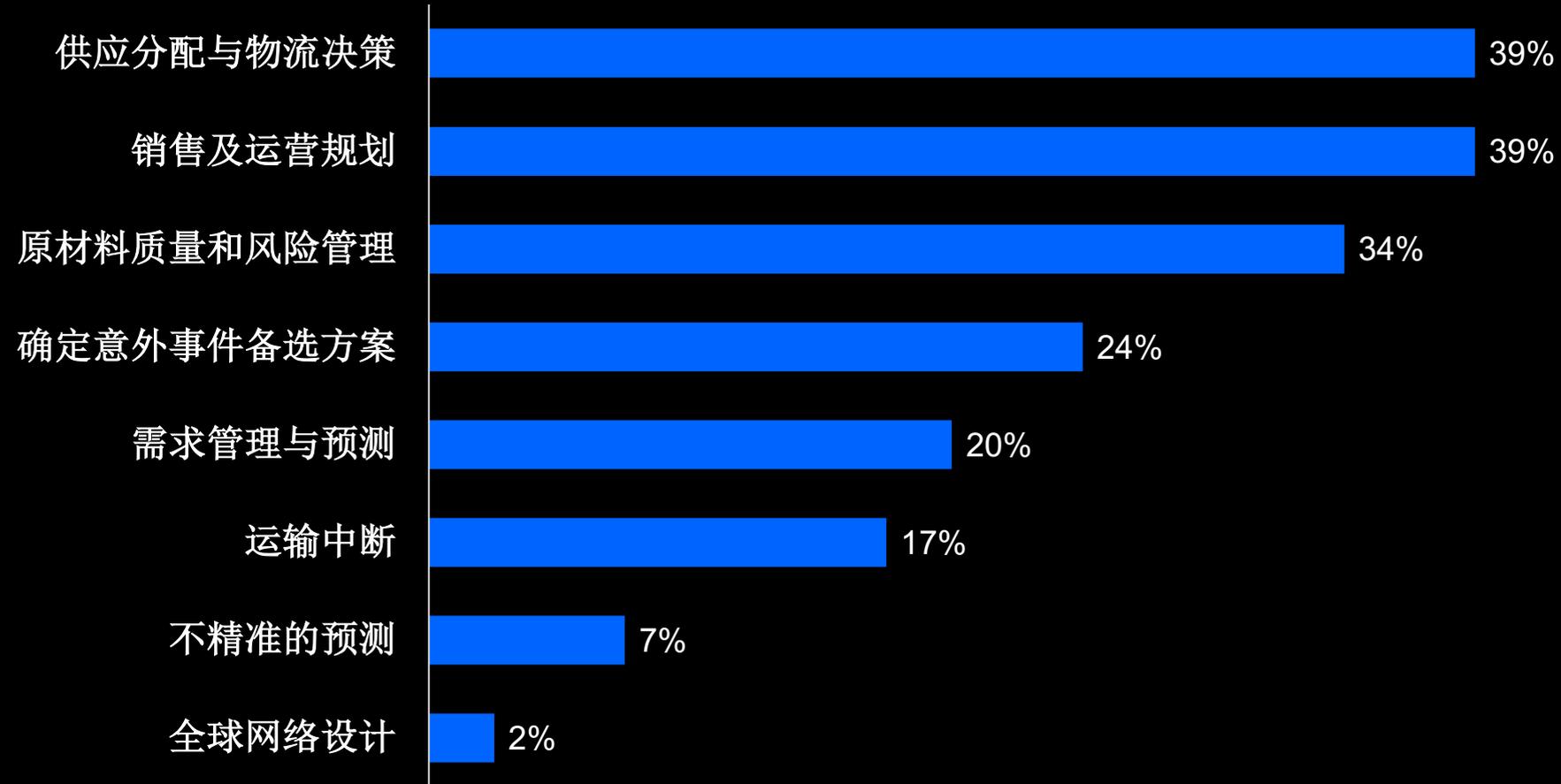
5G物联网时代，为更好地服务企业客户，电信媒体行业需要实现前中后台流程打通、垂直行业解决方案打造和相关服务平台/能力建设、企业客户体验升级

5G物联网时代，组织更关注的方面



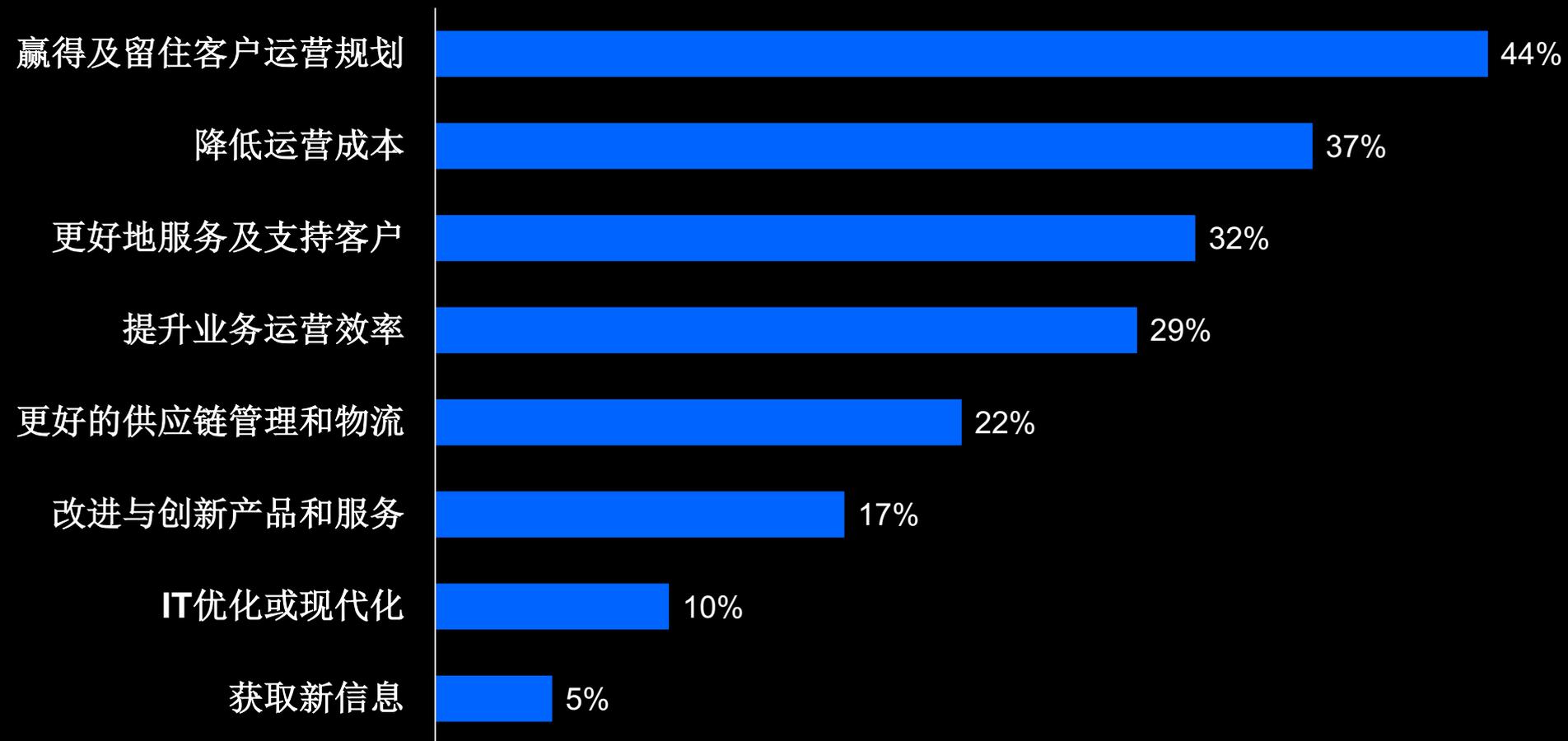
制造业受访者认为，人工智能和认知计算可以帮助解决的供应链流程三大挑战是：供应分配和物流决策；销售及运营规划；原材料质量和风险管理

贵企业认为人工智能和认知计算可以帮助解决的端到端的供应链流程挑战



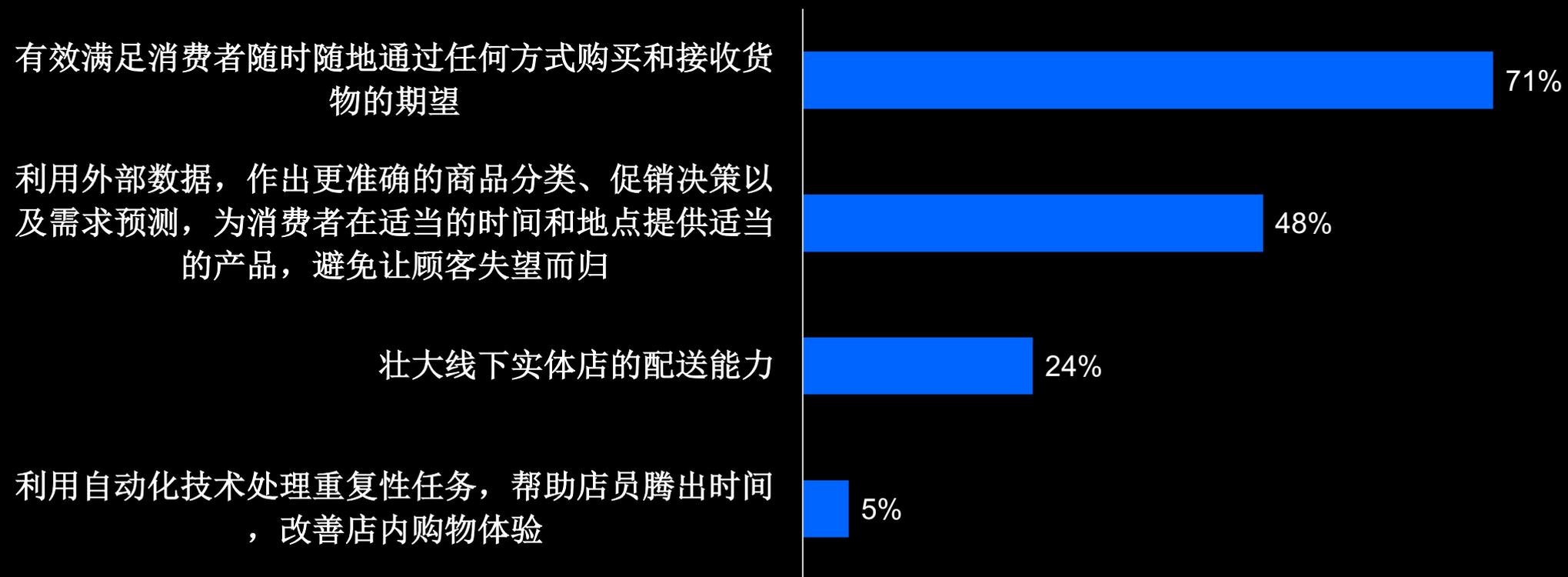
制造业受访者认为，企业实施工业物联网的三大推动因素是：赢得及留住客户运营规划；降低运营成本；更好地服务及支持客户

企业实施工业物联网的推动因素



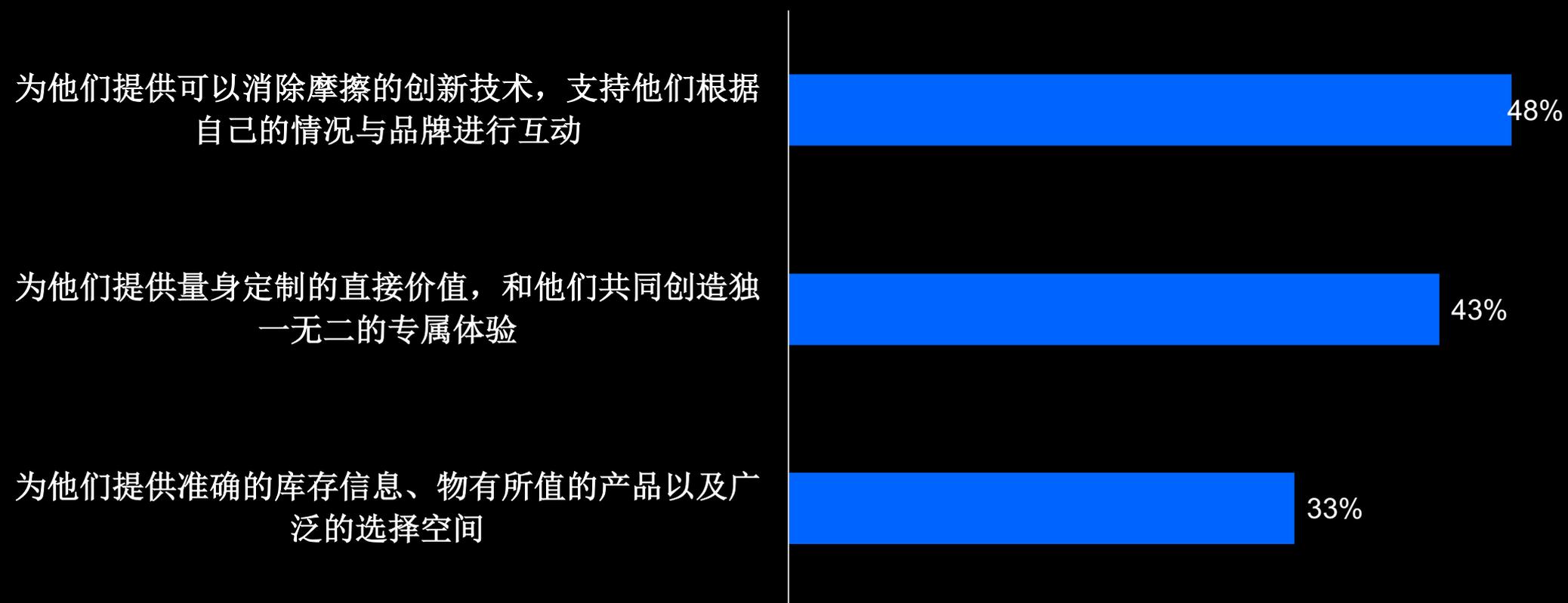
零售和消费品业受访者认为，打造无摩擦购物体验的三大要素分别是：有效满足消费者随时随地通过任何方式购买和接收货物的期望；利用外部数据，作出更准确的商品分类、促销决策以及需求预测；壮大线下实体店的配送能力

打造无摩擦购物体验的重要要素



零售和消费品业受访者认为，为Z世代（95后）消费者提供最佳购物体验的三大重要因素是：提供创新技术，支持与品牌个性化互动；提供量身定做的直接价值，共同创造独一无二的专属体验；提供准确的库存信息、物有所值的产品以及广泛的选择空间

为Z世代提供最佳购物体验的重要要素



第六部分：开放式问题

1. 有这样一种说法：2020年的新冠疫情加速了全球的数字化进程。在后疫情时代，贵企业的转型重点与之前有什么重大变化？

制造业受访者在疫情后遭遇到了比较大的困难，认为后疫情时代的三大转型重点是：加速线上化；加速数字化；提产品竞争力、客户体验及营销、安全运营

遇到的困难

订单降低

业务开拓遇到较大困难

不知道如何整体 规划分步实施

加速线上化

品牌线上化

线上线下结合

在线预约、维修

实现无纸化办公

加速数字化

加快数字化转型的速度

转换平台模式

提升产品竞争力、客户体验及营销、安全运营

推动产品的市场化

提升产品竞争力

提升客户体验感

客户价值数据化，以促进营销

安全运营

零售和消费品行业受访者在疫情后同样遭遇到了比较大的困难，认为后疫情时代三大转型重点是：加速线上化；加速新零售；提升渠道、新体验和安全健康

遇到的困难

市场受影响

经济受影响

暂未找到合适的转型路径

加速线上化

加强线上线下一体化，互通，形成闭环

关注线上，向互联网转型

加速新零售

强迫公司真正进入新零售时代

新基建思维的转化

网络科技

信息共享

提升渠道、新体验和安全健康

开源节流，拓宽渠道

更多关注social distance 为基础的新体验

不仅是智能便捷，更要安全健康

金融行业受访者认为后疫情时代的转型重点是：线上创新服务和调整产业链条

线上创新服务

发展“零接触银行”或“非接触银行”服务

推出了线上投保、线上理赔、线上咨询、线上问诊等创新服务，满足远程服务

投资者分享会（策略会）由线下的低频，转为了线上的高频

调整产业链条

需要调整产业链条

电信媒体行业受访者认为后疫情时代的转型重点是：生态系统合作、平台战略、新业务开拓

生态系统合作

企业间资源共享，合作中竞争

平台战略

打造云计算，大数据，AI平台

新业务开拓

加速了企业在新媒体方面的转型发展过程，引发数字化进程中传统媒体行业找寻新出路、结合新技术的认真思考

加速线上化

线上办公

