

IBM 商业价值研究院

# 消费品行业云

## 改善效率、提高收入并培育协作



### 概述

消费品行业面临多重挑战，这些挑战一方面限制企业增长，另一方面要求发展新的能力。盈利能力不断降低、客户需求越来越苛刻、劳动力形势瞬息万变，同时经济和业务环境也存在诸多不确定性，这些因素都给该行业带来了巨大压力。在这种瞬息万变的格局下，云计算能够为企业提供实现高效、灵活的可持续发展的新方法。借助云交付的服务，企业能够加快上市时间并提升增强功能，从而在客户体验方面脱颖而出。云技术可帮助企业创造重大价值并实现竞争优势。那么，消费品公司若要实现这些优势该何去何从？

根据我们在云计算方面的经验，云有能力提供一个新的业务价值创造和交付平台，从而从根本上转变竞争格局。<sup>1</sup> 为了充分利用云技术在内部运营、客户关系及行业价值链等方面实现转型的潜力，各个行业的企业必须确定一种最佳的方式，以利用云业务模式来推动可持续的竞争优势。

在当今的消费品行业中，巨大的力量推动着对新功能的需求，以帮助优化可持续的盈利性增长。由于缺乏差异性、产品故障率高且商品价格波动不定，导致企业在降低成本和增加收入方面存在诸多压力。此外，该行业还面临着不断加剧的食品和产品安全威胁、监管与合规性问题、大量的人口变迁、价值链更为复杂等许多问题。

云可以提供一个强大的平台，帮助消费品公司在面对这些挑战时实现转型。借助云技术，企业能够更好地满足客户需求：交付差异化的品牌体验、与渠道合作伙伴高效合作、优化供应和分销网络、变革流程并提高敏捷性。在未来，云技术将会成为企业充分利用移动融合能力的关键，也有助于快速采用新的供应链技术，获取并采用大数据和分析洞察力，同时实施增材制造。

## 云正在促进消费品企业的转型

对于消费品行业而言，云计算有助于实现诸多显著改善。云技术可以帮助消费品公司重新定义并个性化定制客户关系，变革并优化运营，改善治理与透明度，并扩展业务敏捷性和能力。

领先的消费品企业利用云技术实现了以下优势：

- **运营创新** – 通过简化并加快流程提高了内部效率；通过降低复杂性，提高了治理水平并实现了对更多、更广泛数据的扩展访问，进而轻松管理风险；IT 容量更好地与业务量保持一致。
- **收入模式创新** – 能够更轻松地实现客户关系、数据及其他资产的货币化；加快了上市时间；能够更轻松地将相关合作伙伴服务纳入其中。
- **业务模式创新** – 第三方服务扩展至消费品生态系统；扩展了开放式协作和共享；可开展新型业务；能够更系统地推动创新。

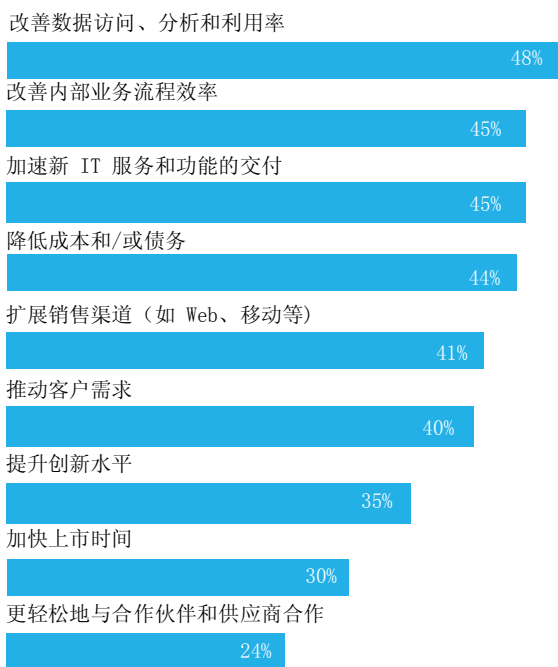
作为经济学人智库 (EIU) 于 2015 年 3 月进行的“绘制云成熟度曲线”调查的一部分，我们对 17 个行业的 784 位高管进行了访谈，了解了他们所在企业之所以采用云技术的**首要推动因素**。这些高管们提及的三大首要推动因素分别是：推动客户需求 (40%)、改善数据访问、分析和利用率 (37%) 和降低成本和/或债务 (36%)。

各行业组织已通过最近两年的云采用实现了显著优势。48% 的受访高管表示，云已经帮助组织改善了数据访问、分析和利用率，而 45% 的受访者表示云改善了组织内部业务流程效率，而 45% 的受访者表示云帮助他们加速了新 IT 服务和功能的交付 (见图 1)。

随着消费品企业的云采用日渐成熟，其他优势也将逐步实现。业务用户将能够快速设计应用并构建原型。企业将受益于用户驱动的、移动的、以云为中心的新信息技术。预计云将会支持组织 IT 功能、角色和职能的转型。此外，业务经理将会越来越多地利用云进行应用开发，以提高敏捷性。

除了对企业的诸多优势之外，云技术还有可能提升客户优势。云技术有助于开辟新渠道及扩展现有渠道，还可以改善客户数据的访问，以便更好地为其量身定制产品和服务。云技术支持更加整合的一流客户体验，如果企业能够领先一步加以采用，云技术将会有助于提升客户忠诚度和市场优势。

图 1  
受访的行业高管表示，通过云技术可改善数据访问并提高效率



来源：“绘制云成熟度曲线”，EIU，2015 年 3 月  
问题：“贵企业通过云技术的采用已获得了哪些业务优势？” n=784

---

## 行业联系人

Dennis Gerson

[dgerson@us.ibm.com](mailto:dgerson@us.ibm.com)

Anthony Bigornia

[anthony.bigornia@us.ibm.com](mailto:anthony.bigornia@us.ibm.com)

Mike Owens

[mike.owens@us.ibm.com](mailto:mike.owens@us.ibm.com)

## IBM 商业价值研究院

Jane Cheung

[jane.cheung@us.ibm.com](mailto:jane.cheung@us.ibm.com)

Anthony Marshall

[anthony2@us.ibm.com](mailto:anthony2@us.ibm.com)

---

若要访问完整版的“绘制云成熟度曲线”调查，敬请访问：  
[ibm.com/cloudmaturity](http://ibm.com/cloudmaturity)

如欲了解如何与 IBM 合作并探索我们的服务即产品组合，敬请访问：  
[ibm.com/cloud-computing/us/en](http://ibm.com/cloud-computing/us/en)

如欲阅读我们提供的所有行业定制云执行摘要，敬请访问：  
[ibm.com/business/value/cloud-industry-series](http://ibm.com/business/value/cloud-industry-series)

如欲获得我们调查研究的完整目录，或订阅我们每月的新闻稿，敬请访问：  
[ibm.com/iibv](http://ibm.com/iibv)

使用智能手机或平板电脑，从应用商店中免费下载 iPad 或 Android 可用的“IBM IBV”应用，即可访问 IBM 商业价值研究院的执行报告。

---

## 绘制云采用的路线

若要借助云技术实现成功，消费品企业必须评估云对运营模式的影响，并确定需要采取哪些措施来提高云采用的效率。

- **高效地寻源和管理合作与联盟。** 实现采购与寻源功能的自动化。定义服务级别协议，确保客户数据在共享环境中的安全。
  - **主动重新设计业务架构和流程。** 将传统流程集成到云支持的新动态流程中。建立可用且可靠的云平台。
  - **变革组织设计与治理。** 准备好通过强大的风险管理系统减缓数据隐私和合规性风险。
  - **评估当前的绩效管理。** 制定相应战略和指标，以应对全新水平的报告复杂性。将绩效指标纳入到云服务合同之中。
  - **开发新的关键云功能。** 培养客户及服务导向的相关技能；虚拟化和网络技术；关系管理。构建更深入的数据分析和运营功能。
  - **提升对新兴技术的采用。** 更新 IT 战略，以支持新业务战略及云计算实现。调整预算，将现有系统及新网络带宽考虑其中。
  - **重新评估位置战略，以实现最优的云采用并提升客户体验。** 废弃或合并技术资产。
  - **促进组织文化变革。** 就组织变革对员工进行培训，以克服来自 IT 及其他职能部门的阻力。
- 

## IBM 如何为您提供帮助？

在咨询服务及企业级云产品领域，IBM 在市场中独树一帜。我们致力于与客户展开对话互动，识别云采用的起点，从而通过以下云能力达到降低成本并实现组织模式转型的目的：

- **业务和技术战略咨询服务**，可帮助客户充分利用云技术制定可执行的战略，同时通过技术实现业务价值，从而实现业务、运营和组织的转型。
- 作为下一代的企业级云服务交付平台，IBM Cloud 解决方案可为客户提供无与伦比的服务级别控制。IBM 通用架构基于 IBM 的硬件、软件、服务及最佳实践构建，且适用于私有云、公有云和混合云。
- 一整套强大的 IBM 云服务，包括：计算、存储、备份、SAP、安全及统一通信。
- 咨询、设计、实施与基础架构组件管理服务，可用于创建动态的 IT 环境，为云计算部署提供高效的支持。

## 注释和来源:

- <sup>1</sup> Berman, Saul 博士、Lynn Kesterson-Townes, Rohini Srivathsa 博士及 Anthony Marshall. 《云的力量: 推动业务模式创新 (The power of cloud: Driving business model innovation)》. IBM 商业价值研究院. 2013 年 1 月.<http://www-935.ibm.com/services/us/gbs/thoughtleadership/ibv-power-of-cloud.html>

© Copyright IBM Corporation 2015  
Route 100, Somers, NY 10589  
2015 年 12 月 美国出品

IBM、IBM 徽标及 [ibm.com](http://www.ibm.com) 是 International Business Machines Corporation 在世界各地司法辖区的注册商标。其他产品和服务名称可能是 IBM 或其他公司的商标。Web 站点 [www.ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml) 上的“Copyright and trademark information”部分中包含了 IBM 商标的最新列表。

本文档是首次发布日期之版本, IBM 可能会随时对其进行更改。IBM 并不一定在开展业务的所有国家或地区提供所有这些产品或服务。

本文档内的信息“按现状”提供, 不附有任何种类的(无论是明示的还是暗示的)保证, 包括不附有关于适销性、适用于某种特定用途的任何保证以及非侵权的任何保证或条件。IBM 产品根据其提供时所依据协议条款和条件获得保证。

本报告的目的仅为提供通用指南。它并不试图代替详尽的研究或专业判断依据。由于使用本出版物对任何组织或个人所造成的损失, IBM 概不负责。

本报告中使用的数据可能源自第三方, IBM 并不独立核实、验证或审计此类数据。此类数据使用的结果均为“按现状”提供, IBM 不作出任何明示或暗示的声明或保证。

国际商业机器中国有限公司  
北京市朝阳区北四环中路 27 号  
盘古大观写字楼 25 层  
邮编: 100101

GBE03723-CNZH-01

