

# IBM 数字化平台解决方案白皮书

互联 创新 共享

—— 引领企业 数字化重塑<sup>®</sup>



# 目录



<b>引言</b> .....	3
<b>零售快消：对数字化的必然需求</b> .....	4
现状与趋势 .....	4
挑战与机遇 .....	5
<b>数字化平台定位与价值</b> .....	6
数字化平台定义 .....	6
数字化平台定位 .....	6
数字化平台价值 .....	7
<b>IBM 数字化平台能力群</b> .....	8
平台业务应用价值 .....	8
平台核心能力说明 .....	13
平台对业务支持与技术实现方式的革新 .....	19
<b>IBM 数字化平台应用案例</b> .....	20
华润创业数字化平台 .....	20
华润通会员积分平台 .....	20
百联集团全渠道平台 .....	21
天虹商场全渠道平台 .....	21
<b>结语</b> .....	22
<b>关于 IBM GBS</b> .....	23

## 引言

新技术的发展和消费者购买行为的变化为零售和消费品行业带来巨大的挑战，不断变化的市场形势、来自渠道的挑战、创新业务模式所带来的压力、稳步增长的消费量和激烈竞争的市场环境要求零售和消费品企业必须抓住时机，以开放姿态面对客户影响、领跑数字与实体的融合、创新。

如何与客户分享话语权并积极参与建立新的业务模式？如何借助数字化装备和方法来重塑工作方式、拓展视野并实现新的价值？零售和消费品企业需要借鉴领先的数字化重塑方法，在转型思路、模式选择、体验改进、渠道融合以及运营提升等方面加速转型，并通过建立数字化平台，在业务支持和技术实现方面夯实数字化经营能力：洞察客户，武装自我，掌握先机，引领未来。

**Stella Xie 谢宏**  
副总裁/高级合伙人，流通行业总经理  
IBM 大中华区 全球企业咨询服务部





# 零售快消： 对数字化的必然需求

## · 现状与趋势

数字化时代下，消费者拥有移动化、社交化、个性化的显著特征，期望实现时间自由、空间自由的全新消费体验：

### ➤ 消费行为的显著特征：移动化、社交化、个性化 ——



Mobile 移动化

截至2016年底，中国市场手机网络下单消费的用户规模已经达到3.6亿，在4.16亿整体网络消费用户规模中占比达到了86%



Social 社交化

90%的中国受访者表示，在社交媒体中与他们喜爱的零售商、品牌商的互动，驱使他们购买了更多产品，相比全球受访者，这个比例只有62%



Me 个性化

消费者购物更加注重体现个性与自身品味，同时在获取营销信息、购买信息时更趋个性化，希望获得跟自身需求相关的信息，而非泛泛的大众信息

### ➤ 期望的消费体验：时间自由、空间自由 ——



时间自由

消费者全年365天24小时都在消费，移动加剧了消费时间的碎片化，连续时间消费到碎片时间消费已成常态



空间自由

全渠道的消费者，可以在任何渠道里无缝地消费和互动，通过不同的路径进行跨屏采购（实体门店、自助终端、线上平台、移动平台等）

---

**技术不断赋能消费者，消费者话语权持续增大，消费者体验成为差异化的竞争优势，“消费者主权时代”已经到来。**

---

挑战与机遇

对于企业数字化的要求 ——

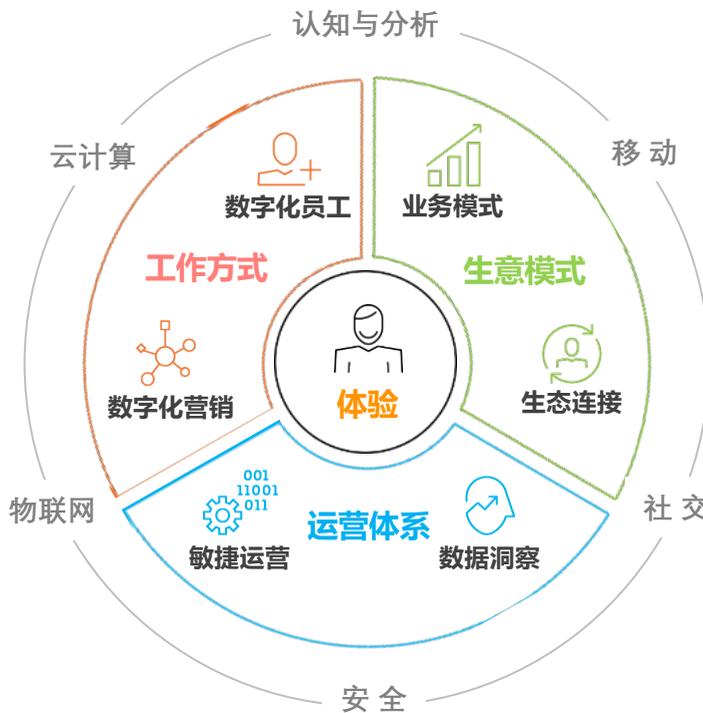
数字化时代的消费者行为趋势，将会由外而内对企业产生一系列的数字化运营要求。数字化消费行为主要体现为数字化体验，从客户体验出发，对企业的工作方式、运营体系和商业模式均提出了新的要求：

重塑核心-体验

- 如何为客户、员工和其他相关者创造差异化的新型体验？

新的工作方式

- 数字化员工：如何通过数字化装备，优化员工工作体验，提升员工能力？
- 数字化营销：如何充分利用社交、移动等数字化技术，推动营销能力提升？



新的商业模式

- 业务模式：如何从消费者需求出发，识别新的数字化业务机会？
- 生态连接：如何通过数字化构建平台能力，拓展生态连接能力？

新的运营体系

- 敏捷运营：如何将产品、服务、流程全部数字化以便重新定义客户体验？
- 数据洞察：如何打造数据服务，向内外部提供洞察价值？

IBM 数字化重塑® 能力模型

IBM 数字化平台将帮助企业整合内外部平台能力与数据，共享核心业务与技术能力，引领企业数字化重塑，实现数字化时代用户新体验。

## 数字化平台定位与价值

### • 数字化平台定义

数字化平台是数字化时代企业开展智慧化经营与管理的核心能力平台，其对内整合各后台系统能力与数据资源，对外连接各大合作平台，面向各类型用户（顾客/员工/合作伙伴）提供数字化运营所需的业务能力与技术支持。

相较于ERP、CRM等传统后台管理系统，数字化平台是整合内外部跨组织、跨平台的信息枢纽，实现数据互联互通；相较于前端的交互应用，数字化平台是智慧化经营与管理的逻辑枢纽和指挥中枢。通过建设强大的企业数字化平台，帮助企业实现“轻前台，强中台，稳后台”敏捷高效的IT管理体系。

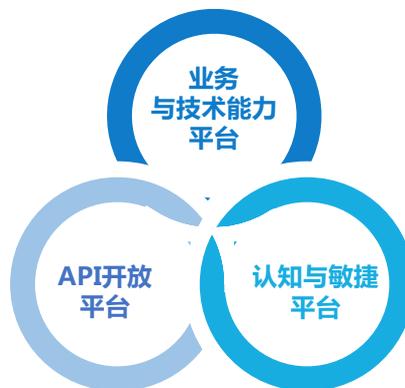
### • 数字化平台定位

#### ➤ 共享

- 支持面向跨业态、跨内外部、全渠道业务能力共享的应用平台，实现“小前台，大中台”的业务能力平台体系
- 支持业务能力创新和领先技术整合的基础技术平台，实现对现有业务能力的快速迭代和新业务能力的创新开发

#### ➤ 互联

- 整合企业集团及各业务单元后台管理系统与能力，统一内部核心能力连接与能力输出
- 连接外部各大合作平台资源，支持内外部能力共享互动
- 支持面向内外部业务应用的协同创新



#### ➤ 创新

- 打通和融合内外部多样化、大数据量的多元数据
- 搭建大数据洞察分析体系，支持数字化应用创新
- 搭建持续集成交付部署体系，实现敏捷管理，提升数字化能力建设水平

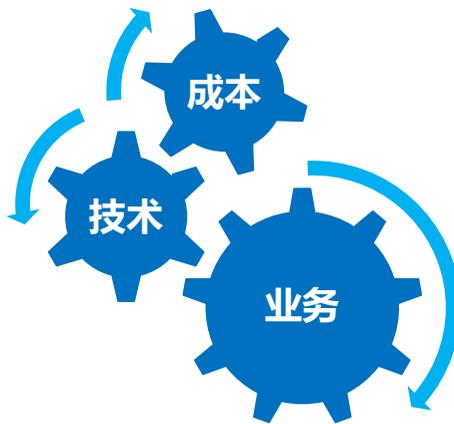
引领企业数字化重塑与业务创新

## • 数字化平台价值

数字化平台将在“业务、技术和成本”三大方面对企业集团及下属业务单元的数字化转型带来重要价值：技术驱动、引领业务、降本增效，重塑数字化时代的用户体验，赢得差异化的竞争优势。

### ► 技术驱动

- 企业总部：授之以鱼与授之以渔，面向各业务单元提供一套数字化平台能力体系，包括核心业务能力平台和基础技术能力平台，实现核心业务和技术能力的共享，整体提升企业数字化经营水平
- 业务单元：通过共享数字化平台核心业务能力，支持各业务单元快速获得数字化应用能力；通过共享基础技术能力，支持各业务单元高效建立个性化业务运营能力



### ► 降本增效

- 通过核心业务能力和基础技术能力的共享，整体降低企业集团总部及下属各业务单元数字化重塑的资金成本
- 通过数字化平台支持各业务单元的数字化转型，将极大降低各业务单元的数字化重塑的时间成本和试错成本，提升数字化转型成功概率

### ► 引领业务

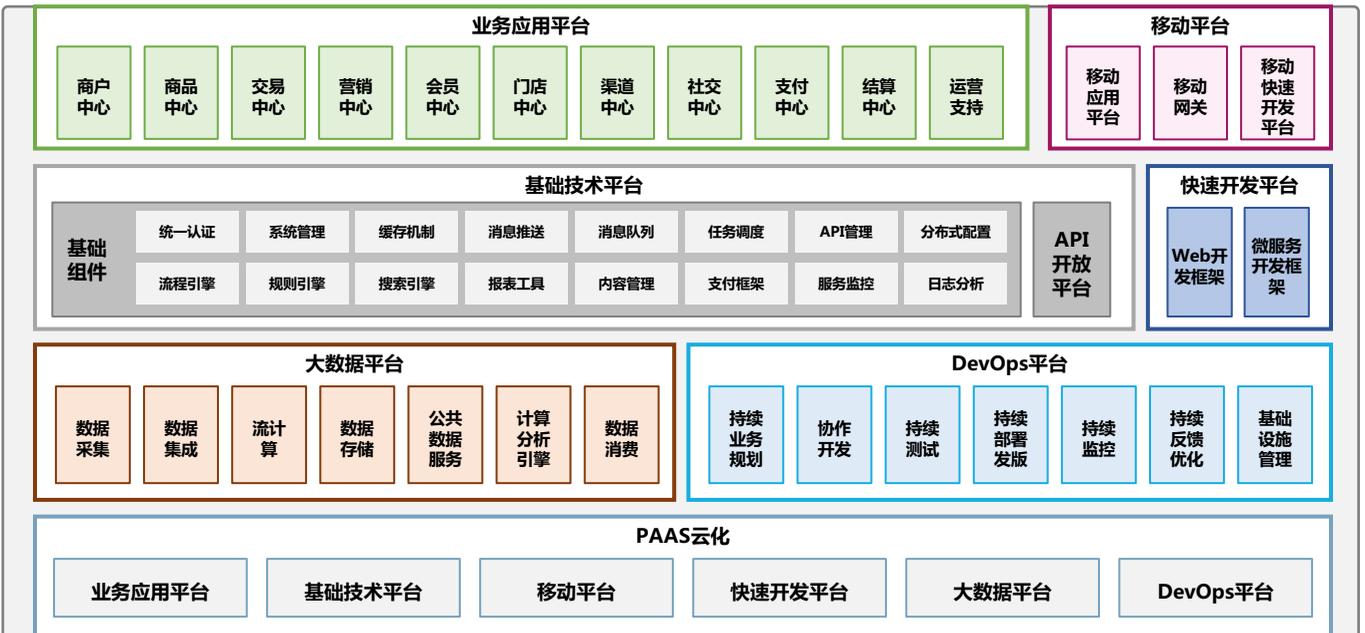
- 基于数字化平台的应用能力平台与快速开发平台，支持集团总部及下属业务单元高效构建自有客户交互能力，快速响应市场/客户需求
- 基于数字化平台的API开放平台，支持集团总部及下属业务单元高效对接外部平台开展业务运营，完善全渠道客户经营模式
- 基于数字化平台的API开放平台，支持高效整合集团总部及下属业务单元的系统能力和数据资源，夯实数字化经营基础能力

# IBM 数字化平台能力群

## 平台业务应用价值

IBM 数字化平台包含六大核心能力群，支持通过云端提供技术服务，未来可根据业务经营需求和技术演进要求，基于现有平台架构灵活新建或扩展平台核心能力群 ——

- **业务应用平台**，提供11大类业务功能组件，支持面向前端重塑客户体验、面向员工/合作伙伴武装精兵强将、面向企业总部打造坚强后盾的数字化业务应用平台
- **基础技术平台**，提供16大类基础技术组件，三大API管理门户共10大类API管理技术组件，支持平台基础功能管理和对外连接管理
- **快速开发平台**，提供2大类快速开发框架，支持数字化平台功能的快速开发与技术服务的灵活提供
- **移动平台**，提供3大类基础技术组件、12大类技术应用组件和1个移动网关，支持移动应用快速开发及迭代上线
- **大数据平台**，提供7大类基础技术组件，支持大数据平台的高效搭建和支持面向业务运营的数据应用
- **DevOps平台**，提供7大类基础技术组件，构建支持由规划、开发、部署和运维一体化的持续迭代全过程管理体系
- **PAAS云化**，数字化平台支持通过云端将核心能力群的业务与技术能力向外提供服务



IBM 数字化平台总体蓝图

IBM 数字化平台核心能力群的各功能组件将从业务运营、应用创新、技术支持、平台互联、数据洞察、敏捷管理等提供全方位的数字化重塑支持。

具体业务应用价值包括：



## 业务应用平台

### 功能组件

### 组件应用价值

商户中心	 集中的商户、合作伙伴信息管理平台，帮助企业更加便捷、可控地开展渠道业务
商品中心	 跨业态、全渠道的商品信息、定价、库存一体化管理体系，支持高效的商品运营管理
交易中心	 全局订单全流程可视化管理，支持对接外部平台与自有渠道2B、2C的交易及管理支持
营销中心	 覆盖营销计划、营销工具、营销活动创建/执行及评估跟踪的数字化营销体系，提升营销ROI
会员中心	 跨业态、全渠道一体化会员管理体系，实现数字化时代客户关系管理的精耕细作
门店中心	 实现门店、员工、设备的数字化管理，优化资源效率，提升消费者体验
渠道中心	 聚合各渠道业务能力，实现信息流转、同步、映射管理，确保规则和信息的一致性
社交中心	 统一支持对接主流社交媒体，通过经营粉丝经济，实现用户引流、转化，提升用户互动体验
支付中心	 实现对全渠道、全支付方式的交易实现，丰富支付场景，促进交易达成
结算中心	 实现跨业态/合作伙伴、全渠道的对账结算管理体系，提升后台账务处理效率
运营支持	 实现统一权限管理、安全管理，个性化共享核心能力，优化流程执行，提升运营效率



翻过此页，了解更多关于IBM数字化平台带来的业务及应用价值



## 基础技术平台

### 功能组件

### 组件应用价值

#### 基础组件



业内先进技术基础组件，保障数字化平台系统的稳定性、安全性、可扩展性

#### API开放平台



分布式API管理平台，支持服务标准化快速发布、订阅及管理，加速企业能力的输出，帮助企业快速构建自己的生态体系



## 快速开发平台

### 功能组件

### 组件应用价值

#### Web开发框架



支持高性能快速开发，实现多项目复用和重载，快速相应业务需求

#### 微服务开发框架



微服务原子化服务部署，助力持续集成，快速迭代开发



## 移动平台

### 功能组件

### 组件应用价值

#### 移动快速开发平台



提供跨平台、低成本、纯原生的APP快速交付，通过与业务类模块衔接实现移动技术价值最大化

#### 移动应用平台



提供移动应用、设备全生命周期的监控和管理服务，为用户提供及时、全面的移动服务

#### 移动网关



提供移动应用服务端运行支撑，承接移动业务复杂逻辑，保证运行可持续性



翻过此页，了解更多关于IBM数字化平台带来的业务及应用价值



## 大数据平台

### 功能组件

### 组件应用价值

#### 数据采集



批量多元数据自动采集，为后续模型分析计算提供数据池基础

#### 数据集成



对接批量数据进行有机集中，为企业提供全面数据共享和决策分析依据

#### 流计算



支持数据流的可持续处理及分析，帮助企业发现数据中的商机和风险

#### 数据存储



支持跨平台负载数据并进行仓储，降低数据管理成本，提高业务敏捷性

#### 公共数据服务



通过统一数据标准进行数据治理，把控数据质量，实现更加有效的洞察分析

#### 计算分析引擎



基于业务需求实现实时数据建模分析处理，洞察数据价值，创新商业运营

#### 数据消费



通过数据模型分析还原真实世界的未知商业策略，提供具象化的操作指引，带来更多应用价值



翻过此页，了解更多关于IBM数字化平台带来的业务及应用价值



## DevOps平台

### 功能组件

### 组件应用价值

#### 持续业务规划

持续承接业务需求并分解成可视化任务，推进业务需求的落地实现

#### 协作开发

采用先进代码管理、开发任务管理工具加快迭代周转，保证交付质量

#### 持续测试

应用标准、灵活的测试工具对测试全周期进行管理，确保版本功能可用性

#### 持续部署发版

实现代码与发版工具集成，自动化配置信息读取，保证版本的完整性、稳定性

#### 持续监控

对系统日志和功能实现监控指标可视化，动态掌控系统运行状况，降低运行时风险

#### 持续反馈优化

运维平台承接缺陷/优化需求并纳入迭代进行修复，推动系统可持续改进，及时响应用户需求

#### 基础设施建设

搭建CI/CD各模块工具集，未来将根据实际需求，考虑引入容器化进行轻量级工具安装和使用，提高开发管理整体效率



## PAAS云化

### 功能组件

### 组件应用价值

#### 功能组件云化

基于云集成丰富服务、模块和开发框架，使用映像和资源编排机制，实现系统价值复用，快捷拓展企业数字化能力

平台核心能力说明

业务应用平台

在以新技术引领的数字化时代中，消费者、合作商与企业互动沟通的方式应时而变，敏捷创新者利用技术发掘出更贴合市场需求的业务模式、服务和产品，呼应消费升级。

IBM数字化平台将建设立体、协同、高效的核心业务能力体系，协助企业实现对业务资源的清晰管理、规划布局，在全渠道之间建立有效的共享与协作机制。

核心业务平台关键能力聚焦：

- 重塑客户体验：支持面向外部合作渠道、自有线上线下移动渠道开展业务经营，支持与消费者建立无缝衔接、超越时空的立体化覆盖体系
- 武装精兵强将：支持面向一线员工、运营管理人员、合作伙伴等装备数字化工具、手段，提升一线、运营管理及合作伙伴的作战能力和支援能力
- 打造坚强后盾：基于业务应用平台，构建全面支持企业数字化运营的业务支持能力，涉及商品、交易、营销、会员、门店、社交、合作伙伴（商户/经销商）、渠道等模块，整合内部后台系统能力与数据，连接外部平台系统，共同实现对核心业务场景和数字化经营的敏捷高效支持



IBM 数字化平台的核心业务能力通过API开放平台实现多模块间的互联互通，深度协同，避免业务孤岛出现，呈现全局高效协作的生态系统。



IBM 数字化平台业务应用能力蓝图

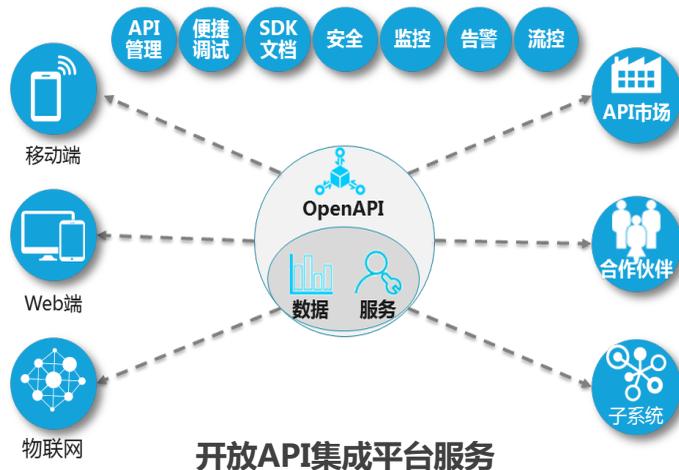
## 基础技术平台

前沿技术引领下的新零售概念层出不穷，场景互联、消费升级，牵引企业趋向生态化运作，实现数字价值洞察与创造。

如何利用技术拓展商业边界、撬动消费升级，是企业信息化布局考虑的关键点之一，规划并构建具备出色的可扩展性、可监控性、安全性的技术平台是数字化布局的首要之举。

### 基础技术平台关键功能点：

- 权限管理：通过各系统模块用户、角色和组织机构的统一管理，实现跨域身份认证
- 服务监控：服务访问监控分析平台，实现分布式系统链路追踪
- 分布式调度系统：允许用户配置任意周期性调度的单机或者分布式任务，并能对任务运行周期进行管理，同时提供对任务历史查询
- 分布式缓存：支持高性能读取数据，能够动态扩展缓存节点，能够自动发现和切换故障节点，自动均衡数据分区
- 日志集中分析：协助开发运维快速完成日志采集、消费、投递及查询分析等
- 消息推送中心：统一的消息渠道管理、消息推送管理，方便运营人员集中管理各个渠道的消息推送过程及结果
- API开放平台：立足平台，辐射全局，作为数字化平台枢纽价值的关键输出链路，Open API提供API全托管服务，丰富的API管理功能，辅助企业管理大规模的API，以降低管理成本和安全风险，加速企业业务能力的输出，帮助企业快速构建自己的生态圈



强健、灵活、可拓展的数字化平台技术体系能够快速抽取业务需求、整合系统能力实现实时响应，帮助企业在瞬息万变的环境当中以更小的时间和成本应对挑战、不断创新。

## 快速开发平台

随着互联网的发展，面向最终用户的应用规模不断扩大，常规的垂直应用架构已无法应对，分布式服务架构以及流动计算架构势在必行，亟需建立一个系统化治理体系确保架构有条不紊的演进。

现阶段传统垂直架构改造的核心就是对应用做服务化改造，服务化改造使用的核心技术架构就是微服务分布式开发框架。

**微服务**，即将功能分散到各个离散的服务中然后实现对方案的解耦。服务更原子，自治更小，然后高密度部署服务。

IBM 数字化平台基于一系列开源技术搭建微服务架构，提供服务注册、发布和发现的实现方案，并提供安全访问和授权、消息调用和日志记录等服务监控能力。

通过微服务的部署方式降低系统之间的耦合性，为将来的持续集成打下技术基础。同时也能够降低团队之间的相互依赖，提高效率，快速迭代开发。



**Web开发框架**，基于J2EE标准，采用开放架构，采用轻量级的成熟技术组件，拥有优秀的系统性能和灵活快速的二次开发能力。

IBM 数字化平台在搭建web开发框架时，关注基于框架开发的可定制性实现、便利性开发方案（考虑页面技术的复杂性、代码的侵入性、和系统资源整合的方便性、模块特性）、功能拓展性/替换现有功能的可能性，避免开发工作中的重复设计，从框架一致性的层面不断提升开发部署的速度和质量。

## 移动平台

随着智能手机的普及，整个时代都朝着移动智能化的方向快速发展。为了更好地适应移动信息化，企业需要构建统一的移动技术架构平台，满足后续扩展和异构数据整合的需要；高度集成、快速迭代以实现多个应用之间的互联互通，避免PC时代的重复开发、多重维护、数据孤岛等问题。

IBM 数字化移动平台在构建过程中，充分考虑当前建设中面临的便捷性、安全性要求，致力于在更短的时间周期中，承接更丰富的业务需求，实现应用价值。

### 移动平台关键能力解读：

- 移动中台：主要是为移动客户端提供服务网关功能的应用，并提供服务编排，APP的版本管理，功能模块的版本管理，服务路由等和移动应用密切相关的功能。APP以Native驱动，根据不同的交互要求和内容更新频率，采用不同的支持控件，以实现开发效率和应用效果的平衡
- 移动网关：基于Open API搭建，对接后端提供的原子类API接口，实现服务聚合和定制，并和其他中台进行集成，以提供核心的业务逻辑处理
- 移动应用开发框架：采用当前业内先进的架构和分层模式，底层抽取公用的基础组件、数据管理组件、以及页面管理组件等，前台抽取公用的UI组件，通过此种设计可以提高移动开发的效率和协同效率



社交化的交互体验、灵活便捷的终端能力、内外部移动应用的统一视图规划管理，IBM 数字化移动平台将卓越的用户体验同企业的技术革新相结合，重新定义企业与用户的互动方式和体验价值。



## 大数据平台

信息时代，数据为王，越来越多的行业客户认识到碎片化数据的潜在价值。正所谓：数据穿针引线，服务本质所需。

IBM 大数据平台解决方案，在2C层面，致力于采用数字化手段实现全渠道多触点融合提升消费者体验；在企业内部管理层面，提供及时、一致的经营信息和业绩评价，通过精细化的运营管理增收；在企业业务决策层面，基于多元结构化数据进行量化决策、精准营销，提高研究、创新商业模式的能力。

### 大数据平台关键能力聚焦：

- 数据获取：针对结构化数据、高吞吐高负载的数据、多流向数据等不同的数据类型，采用不同的采集工具处理
- 任务调度：通过调度工具，定时执行或自动补采所需数据，支持任务监控、异常处理
- 流计算：采用低延迟、高吞吐且持续可靠运行的流式计算，充分分析实时数据价值
- 数据集成：转换结构化和非结构化数据，并提供给可扩展大数据平台的系统
- 数据存储：建立数据集市、数据仓库进行多源多元数据存储，支持前瞻性决策、降低成本、简化流程，并提高业务用户的敏捷性
- 计算分析引擎：针对各类数据进行高阶建模分析，帮助企业以经济实惠的方式来管理和分析各种类型的数据，包括半结构化数据和非结构化数据



捕获来自组织内外的数据信息，部署完整的大数据平台，打通大数据系统和现有数据应用系统之间的数据流转管理，全面实现

数据整合与服务、数据应用及监控，获取个性化创新与规模化布局的战略指引，这是企业数字化重塑的必经之路，而变革已经开始。

## DevOps平台

当传统企业通过云计算、大数据实现“互联网+”，一个快速迭代运转的时代已经来临，这对软件交付也产生了新的需求。DevOps构建于敏捷和精益开发的方法之上，关注软件交付速度和质量，力图拆解开发者和运维者的“混乱之墙”，让生产端变得敏捷起来，尽可能为项目、为公司创造更多价值。

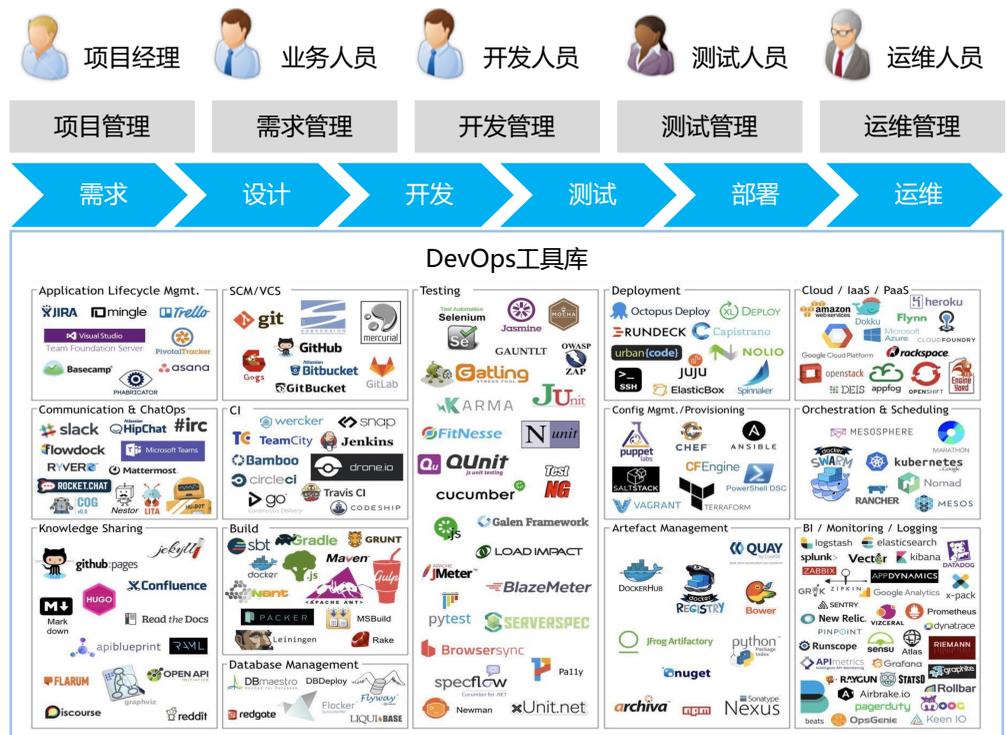
DevOps是业务敏捷性在IT领域的投射，覆盖业务规划、IT架构和需求规划、开发测试、部署搭建、运维监控、用户数据和反馈信息收集，并实现对业务的驱动，形成闭环。

在推进企业数字化DevOps建设中，按照项目生命周期划分不同阶段的功能集：

- 持续业务规划：包括项目管理、需求管理、敏捷管理、文档共享
- 持续集成发版：持续集成、配置管理、持续部署、构件管理
- 协作开发：包括代码管理、代码审核、文档管理
- 基础设施管理：搭建CI+CD工具集，并基于云计算进行镜像编排
- 持续监控：日志管理、持续监控
- 持续反馈优化：运维管理
- 持续测试：单元测试、自动化测试、压力测试、问题管理



未来将搭建基于 Docker 的 DevOps，以容器为对象做开发运维一体化，建设应用和环境编排部署的轻量级平台，实现资源优化分配、环境标准化管理，为企业在云端开放平台运行保驾护航。



DevOps平台总体框架

## 平台对业务支持与技术实现方式的革新

### IBM 数字化平台将对传统的业务支持和技术实现方式进行全面革新：

- 数字化平台将从业务支持和技术实现两大层面深入支持企业总部及各业务单元的数字化重塑
- 相较于传统的业务支持方式，数字化平台整合平台数据与资源，驱使数据价值最大化，实现全新的洞察与支持创新，做到与消费者交互共情，与合作伙伴互通共赢
- 相较于传统的技术实现形式，敏捷开发模式将大幅提升协同运作的效率，对前端需求更加高效地响应；前沿技术的应用将商业洞察与技术创新进一步融合，实现更加主动高效的能力支撑



## IBM 数字化平台对业务支持和技术实现方式的革新

## IBM 数字化平台应用案例

IBM 数字化平台解决方案已在业界得到广泛应用与检验 ——

### • 华润创业数字化平台



华润创业是华润集团综合消费品和零售服务业务的公司，主营业务包括啤酒、食品、饮品三大板块，致力于成为世界一流的综合消费品及零售服务公司

#### 客户收益：

实现华创及各业务单元之间核心业务、资源共享，支持数字化应用创新，从业务、技术、成本三大方面创造可数字化转型商业价值

**起止时间：**2017.3-至今（三年合作框架）

**客户挑战：**在数字化创新浪潮中，华创及各业务单元在数字化创新过程中仍面临着来自成本效益、业务转型、技术拓展、快速推广等方面的挑战

#### IBM 数字化平台解决方案：

- 实现各业务单元的数字化业务场景，包括门店数字化、数字化营销、平台连接与整合，以及洞察应用等四大类场景
- 平台提供十大类业务组件和超过600个API支持数字化创新应用，提供五大类的PAAS技术组件，支持数字化应用的快速上线

#### 项目价值：

搭建华创数字化平台能力群，支持多业态核心能力共享，整合内外部系统能力、数据资源及分析服务，推动华创及各业务单元的数字化整合运营和业务创新

### • 华润通会员积分平台



华润集团力图通过建设基于互联网的综合运营平台“华润通”，将集团旗下各业务单元的业务孤岛变成生态圈，发挥规模效应，提升单客贡献，实现集团的整体+互联网

#### 客户收益：

搭建华润通会员积分平台，打造跨业务单元、跨业态、连接外部合作伙伴、实现线上线下统一的会员积分体系，挖掘会员价值；协同多产业间数据、服务交互，增强整体竞争力

**起止时间：**2016.7-2017.8

**客户挑战：**华润集团希望通过华润通会员积分系统打通跨业务单元的会员积分体系，该业务面临着跨业态、跨内外商户的挑战。同时，如何推动企业的互联网转型后的平行业务协同也成为必须考虑的问题之一

#### IBM 数字化平台解决方案：

- IBM 客户关系管理体系  
包括：全渠道会员体系规划，会员、积分、营销、商户、清结算平台建设，支持统一会员经营管理
- IBM Design Thinking 方法论  
包括：VDP用户旅程、用户画像分析

#### 项目价值：

建立跨业态、跨单元及连接外部伙伴的会员积分体系，实现精准营销的基础能力建设；统筹集团资源，全渠道连通，为客户提供更加优质的服务

## · 百联集团全渠道平台



上海百联集团是上海市国资系统大型传统零售企业，面对日益激烈的竞争环境，百联集团试图通过创新和变革重塑企业竞争力

### 客户收益：

通过建立商务电子化体系，实现消费者、合作伙伴立体化管理，端到端全触点支持商品、交易、支付与服务类信息共享，打造行业领先的用户体验，获得新商业模式下的可持续增长

**起止时间：**2014.8-2016.12

**客户挑战：**消费者对于零售的挑剔需求日益增加，场景化消费、便利性需求、个性化体验以及社交化营销成为百联数字化转型的关注点，如何深耕全渠道赢得客户，占领市场成为其首要考虑的问题

### IBM数字化平台解决方案：

- IBM 全渠道解决方案  
包括：全渠道立体化规划与实施策略，移动社交类创新应用的设计与落地
- IBM 大数据分析方法  
包括：数据结构化采集、数据集成、数据洞察，运营应用与支持等
- IBM 客户体验设计  
引入全球领先的零售业创新思维，体验至上的一线运营策略

### 项目价值：

搭平台、造生态，助力B端，聚合C端，高效整合百联多业态、外部商户、消费者及第三方服务商等多方资源，形成独特、立体、可持续增长的商业生态新模式

## · 天虹商场全渠道平台



天虹商场股份有限公司是中外合资的连锁零售企业，公司在国内首创“百货+超市+X”的业态组合模式，根据目标顾客的不同，以城市中心店和社区购物中心两种模式经营百货商场

### 客户收益：

以电子商务系统为核心，支持多业务领域、多渠道销售和服务，提升客户体验，增加品牌影响力，协助企业整合优势资源

**起止时间：**2013.6-2014.12

**客户挑战：**天虹商场发展面临品牌拓展、客户互动、运营能力、服务价值、成本与销售目标等挑战。

### IBM数字化平台解决方案：

- IBM基于天虹百货的电商发展策略进行业务整合和电商规划，并设计以全渠道中台支撑接触点可扩展架构方案，通过三阶段项目实施，建立以消费者为核心的全渠道平台体系

### 项目价值：

整合天虹全渠道的优势资源，最终实现所有资源的全面融合提高天虹的整体零售能力。深化客户体验、全渠道整合、推动线下转型

## 结语

中国的零售和消费品行业是一个快速发展的行业，特别是近几年受网购、社交、人口结构、颠覆性竞争等的迅猛冲击，大部分传统企业普遍遭遇了比较大的发展和竞争压力。近两年随着数字化浪潮对消费者的熏陶，消费者憧憬着线上线下移动无缝融合的全渠道购物体验，对时间和空间自由的互动、消费和服务诉求，将给拥抱数字化的传统企业带来了一轮重夺主动权的发展机遇。

数字化时代已经到来，如何建立新时代的核心竞争力是大家均在寻求的关键方向，核心竞争力的建立将帮助您企业基业长青。

IBM数字化重塑®能力模型是指导企业数字化转型的有效方法，IBM数字化平台解决方案是承接和实现企业数字化重塑战略的核心能力平台，通过业务能力支持和技术实现两大核心，支持重塑用户体验、重塑商业模式、重塑工作方式和重塑运营体系，助力企业在数字化时代建立新的核心竞争力，赢得先机，引领未来。

---

*以上内容和报告仅代表 IBM 中国数字化平台解决方案团队的观点，  
如果部分与您的企业不一致的，欢迎交流和互动。*

---

## 关于IBM GBS

### 选对合作伙伴，驾驭多变的世界

IBM 全球企业咨询服务部(Global Business Services)是全球最大的咨询机构，业务遍布 170 个国家和地区，在金融业、汽车业、电信业、零售业、消费品业等 17 个行业，为客户提供转型咨询服务，包括战略与分析服务、企业应用服务等多种企业咨询服务，我们凭借对行业和专业领域的洞察，以及领先的方法和技术，与客户密切合作，为客户提供具有实际功效的创新解决方案，推动转型、追求卓越，帮助他们在瞬息万变的商业环境中获得竞争优势。

详细信息请登录：

<http://www-935.ibm.com/services/cn/gbs/consulting/>

码上关注IBM GBS官方微信



IBM企业咨询服务

### 作者

罗永红，咨询总监，IBM数字化平台解决方案首席专家，IBM大中华区 全球企业咨询服务部

苏东林，咨询经理，IBM数字化平台解决方案业务专家，IBM大中华区 全球企业咨询服务部

冉秀甲，咨询顾问，IBM数字化平台解决方案业务顾问，IBM大中华区 全球企业咨询服务部

### 合作者

苏赛杰，咨询经理，IBM数字化平台解决方案技术专家，IBM大中华区 全球企业咨询服务部

王海燕，咨询经理，IBM数字化平台解决方案技术专家，IBM大中华区 全球企业咨询服务部

### 致谢

谢宏，副总裁/高级合伙人，流通行业总经理，IBM大中华区 全球企业咨询服务部

侯学明，合伙人，IBM大中华区 全球企业咨询服务部

### 更多信息，敬请联络

罗永红，他的邮件地址：[shluoyh@cn.ibm.com](mailto:shluoyh@cn.ibm.com)

苏东林，他的邮件地址：[donglin.su@cn.ibm.com](mailto:donglin.su@cn.ibm.com)

