

m360

数智化 驱动敏捷增长

趋势前瞻报告

/ m360 报告 /





全面数智化大势所趋，已经没有任何一家企业能够脱离这股大浪潮。

包括云计算、大数据、AI等“新基建”飞速发展，万物智联时代到来，用户互联网端的工作、生活、娱乐、消费等全场景，产业互联网端的研发、供应、制造、营销、组织等全流程，一切都在进行数智化升级。

从数字化到智能化，不仅是工具变革，更是决策革命，重塑企业经营，让企业获得新动能。越来越多企业意识到，只有从数字化建设向数智融合方向转型，才能真正抓住时代赋予的增长红利，否则只能被淘汰。

那么，企业到底应该如何认知数智化？领军企业怎样通盘布局？数智化企业和人才如何修炼？媒介360推出《数智化驱动敏捷增长》趋势前瞻报告，全方位解码数智化走势，探索敏捷增长之道。

M360





一、宏观篇

- 数智化浪潮：全球顶层架构推进的新经济革命
- 数智化经营：企业敏捷与智慧决策的核心驱动
- 全链数智化：研发-生产-经营-营销 全面提效
- 数智化转型：企业面向未来经营的必选战略
- 不分体量和类别 每个企业都必须要做数智化

三、营销篇

- 前中后台布局 全链路数字化+智能化决策系统
- 经营数智化 以用户为中心的DTC模式
- 营销数智化 千人千面的精细化营销
- 体验数智化 以用户为原点的数字化体验
- 公域-私域经营 精细化运营管理和系统转化闭环

二、案例篇

- 宝马：加速向以客户为导向的高科技公司转型
- 欧莱雅：打造全球首家美妆科技公司
- 耐克：成为一家科技公司 “直面消费者” 战略
- 美的：数字化+智能化 重构增长力
- 喜茶：“私域流量” 时代的数字化奶茶

四、行动指南

- 企业数智化转型5大核心能力 撬动“增长飞轮”
- 5G时代的数智化人才 成长能力图谱
- 10个问题清单 检验企业“数智化” 转型是否奏效
- 企业数智化经营 十要十不要
- 数智化与社会人文的有机融合



宏观篇





数智化浪潮：全球顶层架构推进的新经济革命



从数字经济发展全局看，全球经济数字化的发展浪潮，来源于20世纪50年代以来持续深入的信息化革命，进阶于21世纪以来以智能化为主要特征的新一轮科技革命与产业变革。

当前，全球数字经济即将进入数智化阶段。中国“十四五规划”、欧洲“数字罗盘2030”、美国“智慧地球”和日本“超智能社会”等国家战略的提出，意味着国家数字经济的发展重心已经移向智能经济。

尤其是中国，作为数智化水平最高的国家之一，国家陆续出台相关政策，扶持科技产业，推出“新基建”战略，为企业数智化升级高效赋能。



数字化+智能化：企业敏捷经营与智慧决策的核心驱动

拆解数智化，本质上是由数字化和智能化两个概念构成。数字化、在线化只是第一步，智能化、智慧化才是未来，数字化 (Digital) 和智能化 (Intelligence)，合起来就是“数智”化 (Digintelligence)。

数字智能时代，数字要变成一种有效资产，变成真正的生产力，离不开智能。如果数字不能被充分激活，上升到智能化运用体系，这个数据是没有用的。数智化，“智”起到“画龙点睛”的作用，真正让数据发挥效用，用于服务业务以及智能决策。

如今，数智化已经存在于部分企业运行的方方面面，在大数据和智能技术手段的支持下，建立决策机制的自优化模型，实现智能化分析与管理，助力企业优化现有业务价值链和管理价值链，构建企业新的核心竞争力。



企业经营全链数智化：研发-生产-经营-营销 全面提效



研发：从以前的按月 到现在的按分钟生成产品概念

生产：从标准化产品的规模制造 到个性化产品的柔性制造

经营：从以产品为核的传统模式 到以用户为中心的DTC模式

营销：从千人一面的粗放式营销 到千人千面的精细化营销

数智化转型：企业面向未来经营的必选战略

黑天鹅事件中，不同数智化程度企业，表现出了云泥之别。

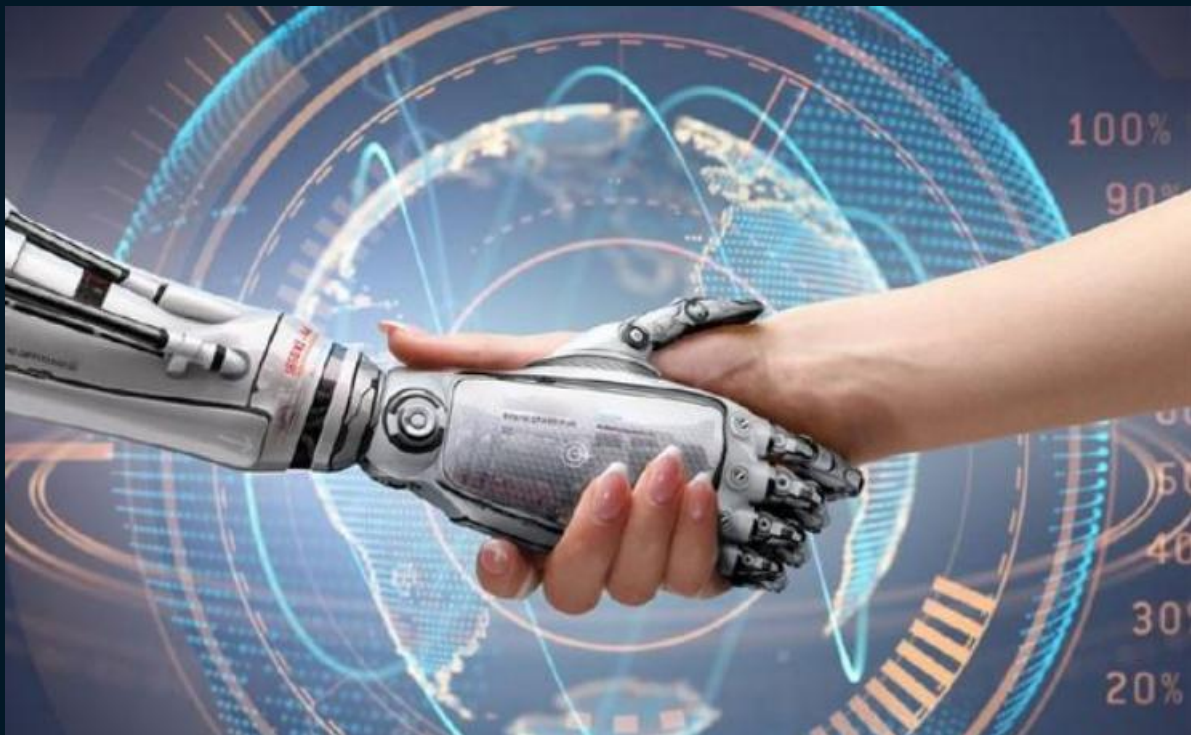
数智化水平较高的企业，能够依托数智化管理手段，直面消费者沟通、降低各类运营风险、灵活调整业务、快速应对变化，有效控制疫情的影响，甚至收获一波增长红利。

与之相反的是，数智化发展水平较低的企业，与消费者失去了连接，应对不及时，生存受到了严重的威胁。

根据华为GIV预测，2025年全球新增数据量预计180ZB，将远超人类处理能力。借助人工智能手段进行更高效的数据分析、处理、决策，提升企业生产效率和智能化水平，无疑将成为企业经营的核心任务之一，预计到2025年，全球企业对AI的采用率将达86%。



不分体量和类别 每个企业都必须要做数智化



数字化适用于所有企业，不管是世界500强还是街边小店，成熟品牌还是新锐企业，TO C业态还是TO B生意。

互联网企业已经成为引领当下经济增长的核心力量。全球市值十强，20年前还是生产型企业，今天则以互联网企业居多，包括苹果、微软、谷歌、亚马逊等科技巨头，更是站上万亿美金市值风口。

全面数字化的企业，才有可能成为市值最高、最有价值、市场上最繁荣的企业。

今天的小企业，甚至是一个街边小摊夫妻店，也在利用数字化手段，进行商品库存管理、线上支付以及私域流量运营。每一个顾客的购物记录与消费偏好，都实现了数字化记录，以便更好地服务顾客。



行业篇



宝马：加速向以客户为导向的高科技公司转型

- >> ACES战略：电动化 互联化 自动驾驶 共享服务
- >> 设计：MR混合现实技术提升设计效率
- >> 生产：3D打印技术开启零部件生产新模式
- >> 服务：拓展个性化的人机互动体验
- >> 体验：智能驾舱 串联车内数字产品
- >> 出行：布局5G时代的自动驾驶
- >> 营销：数字化让每一项市场活动都能有的放矢



欧莱雅：打造全球首家美妆科技公司



>> 数智力加速美妆科技转型

>> 美妆和科技创新没有边界

>> 打造数据中台，支持智能化决策

>> 产品创新，按需定产，反向共创

>> 消费者交互，结合个人身体状况定制个性化解决方案

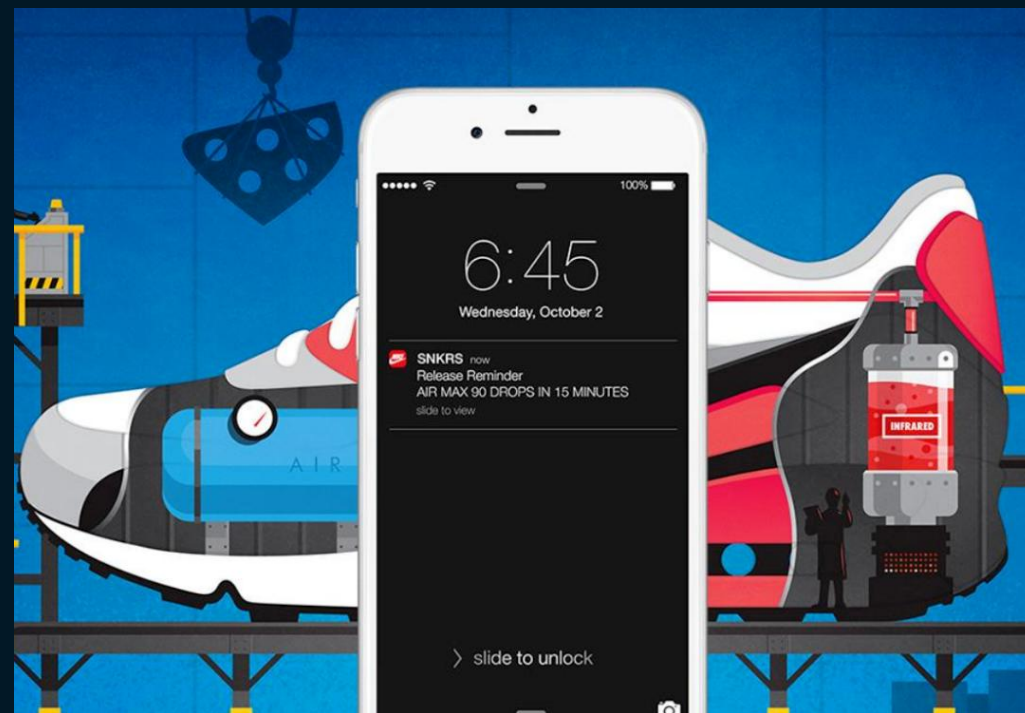
>> 拥抱最前沿的社交媒体玩法 率先孵化带货主播

>> 与国内电商巨头亲密合作，发掘市场先机



耐克：成为一家科技公司 “直面消费者” 战略

- >> 提出“直面消费者”战略 构建并完善数字化生态系统
- >> 作为数字生态核心 Nike App为会员提供规模化一对一服务
- >> 推出数字化APP矩阵 与消费者全方位连接
- >> 消费者线上轨迹 一个账号打通所有平台
- >> 打通线上线下 提供一体化服务
- >> 通过收购技术公司 不断升级数字化能力
- >> 耐克中国成立了数字工作室 (Nike China Digital Studio)





美的：数字化+智能化 重构增长力



- >> 全面数字化、全面智能化战略
- >> 全方位打通集团级IT系统
- >> 打造工业互联网平台M.IoT 赋能智能制造
- >> 大数据驱动 实现以销定产
- >> 以用户为中心，个性化C2M客户定制
- >> 与头部科技企业强强联合 打通智能家居生态
- >> 成立美云智数公司 对外输出数字化转型能力



喜茶：“私域流量”时代的数字化奶茶

- >> 全面IT触网、全面数据链接、全面数据协同
- >> 打通门店收银、供应链、员工即时通信以及运营系统
- >> 数智化管理系统反馈用户动态，促进产品创新实现闭环
- >> 打造茶饮界最强“会员系统” 做深用户价值
- >> 根据数据洞察 挖掘细分需求 推出独特新品
- >> 千人千面推送产品、优惠与服务 营销个性化与定制化
- >> 用户大数据 为营销策略提供方向性指导





营销篇





数智化的新企业架构：全链路数字化+智能化决策系统

“全链路数字化”：从消费端到供给端的全域、全场景、全链路的数字化。

“智能化决策系统”：基于数字化的闭环来进行智能决策。





企业数智化经营 前-中-后台 布局

前台：用户与系统交互的接触点。包括面向终端用户的应用，如APP、web等。

后台，公司内部的业务运营平台。能够辅助实现更好的前台体验。

中台：中台核心是共享服务。能够稳定可靠、高效支持上层业务的快速创新。

前台



中台



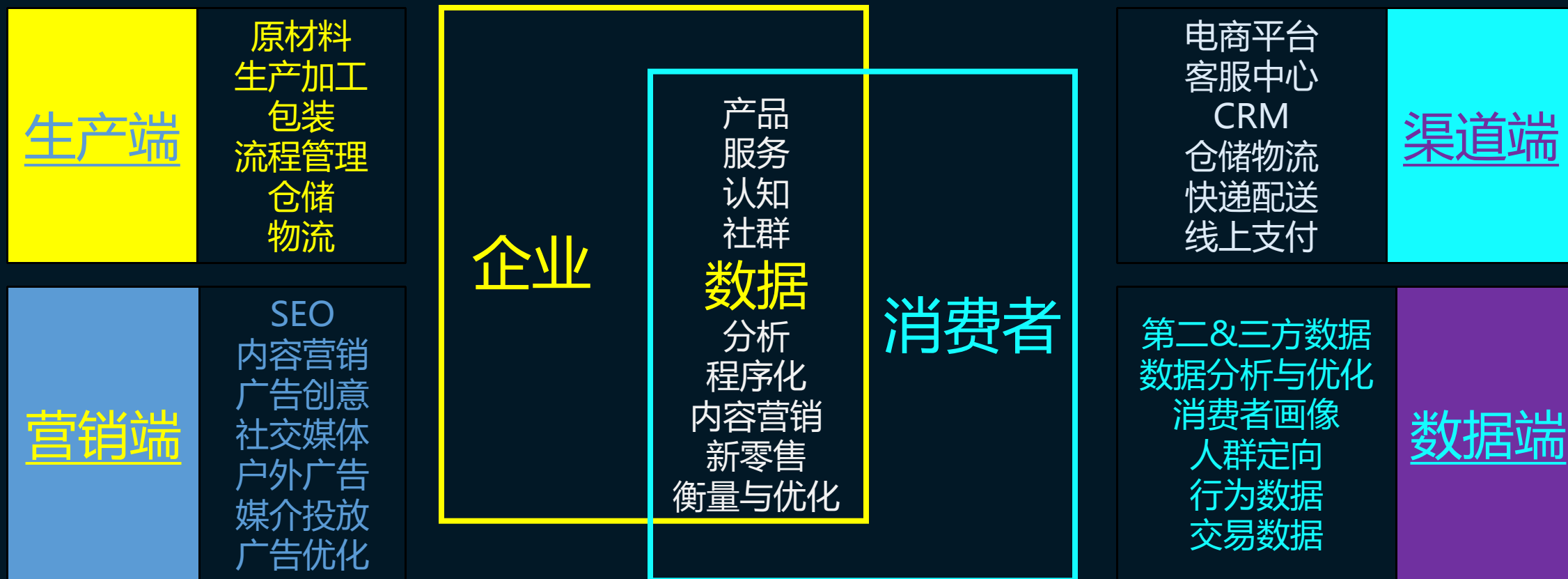
后台



经营数智化：从以产品为核的传统模式 到以用户为中心的DTC模式

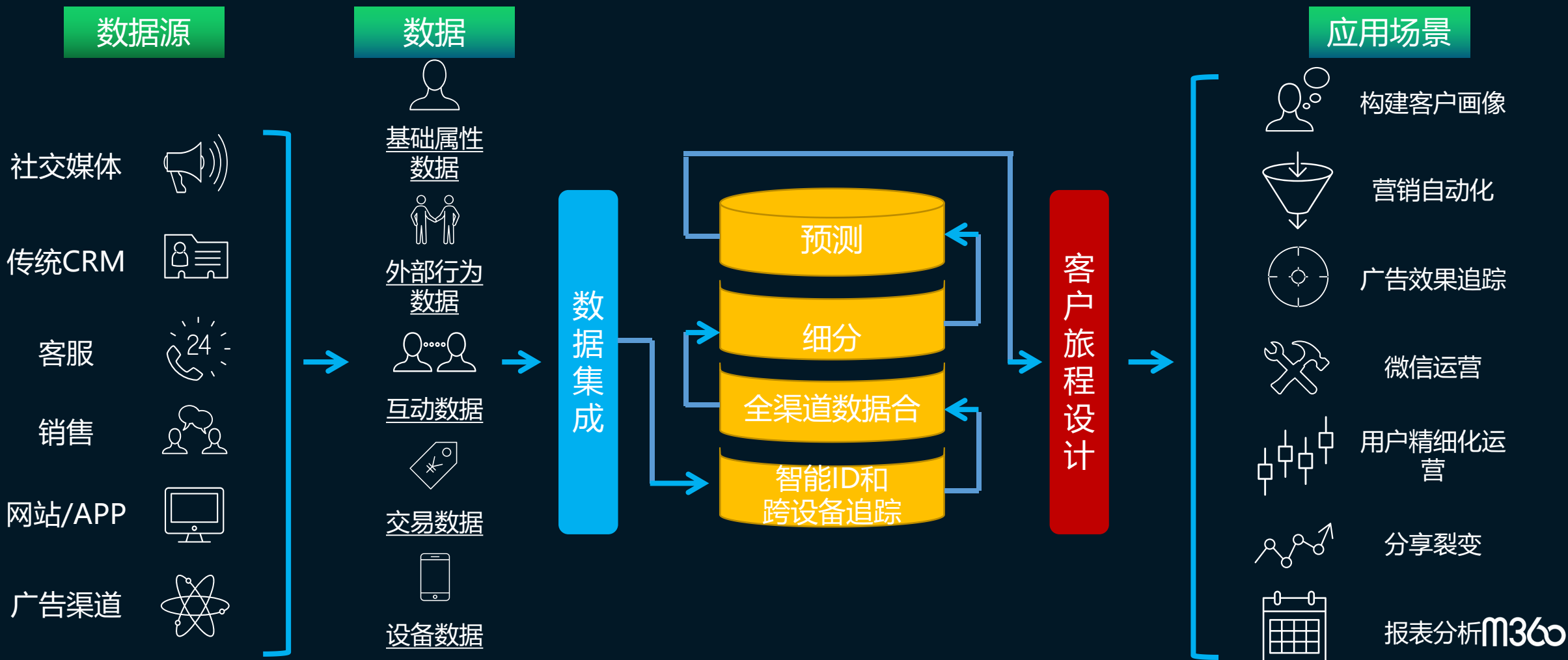
DTC模式下，企业通过CRM或CDP系统，研究、分析消费者购物行为、购买习惯、搜索行为、页面浏览纪录等因素，形成品牌自身的消费数据，在产品和营销端的决策变得更为精准。

All birds、Dollar shave club、完美日记、蔚来等企业均采用DTC模式。



营销数智化：从千人一面的粗放式营销 到千人千面的精细化营销

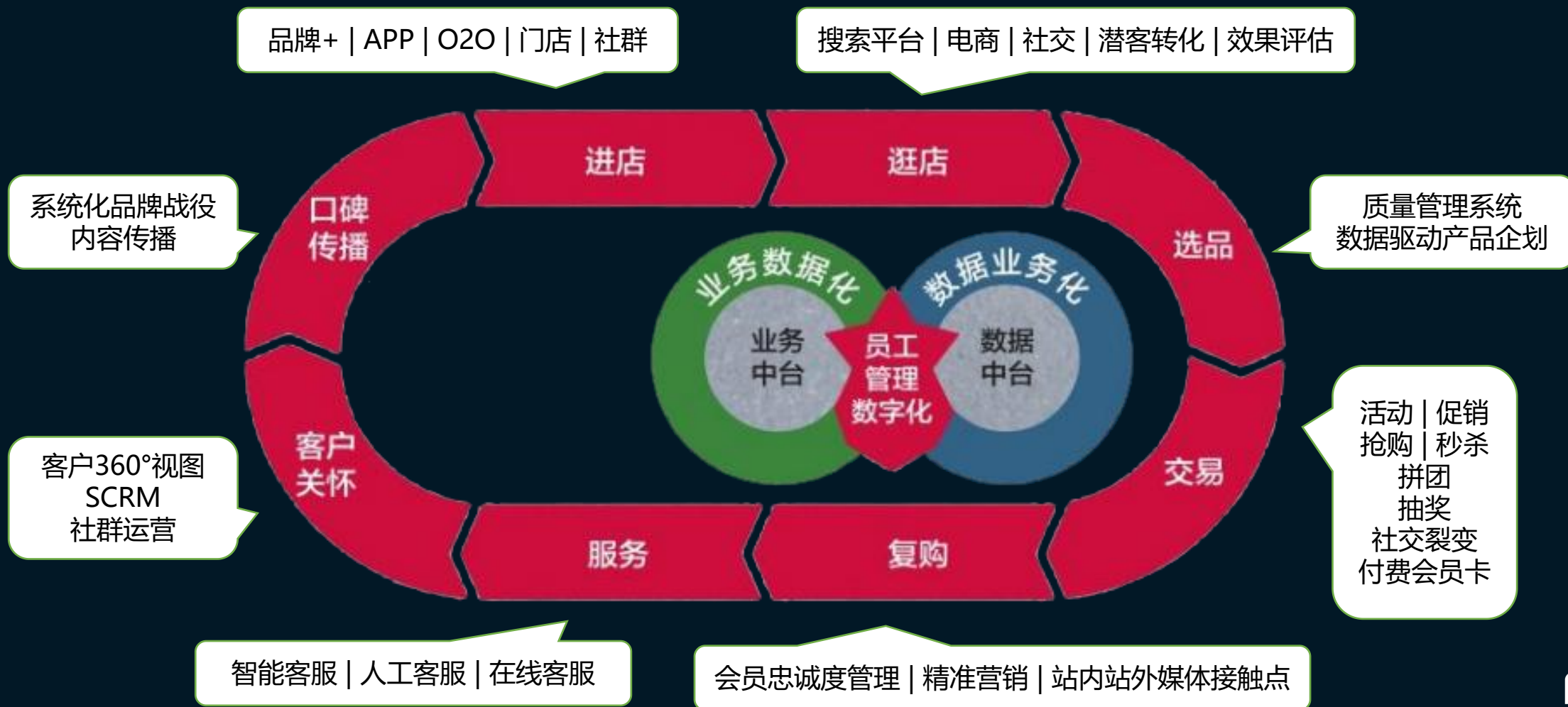
从用户洞察、传播策略、创意实现、媒介投放、执行到CRM，技术渗透到营销的全链条之中；
数据收集更快更全，解决用户ID打通问题；使沟通触点无处不在，革新交互体验，精准营销升级。



体验数智化：以用户为原点的全链路数字化体验

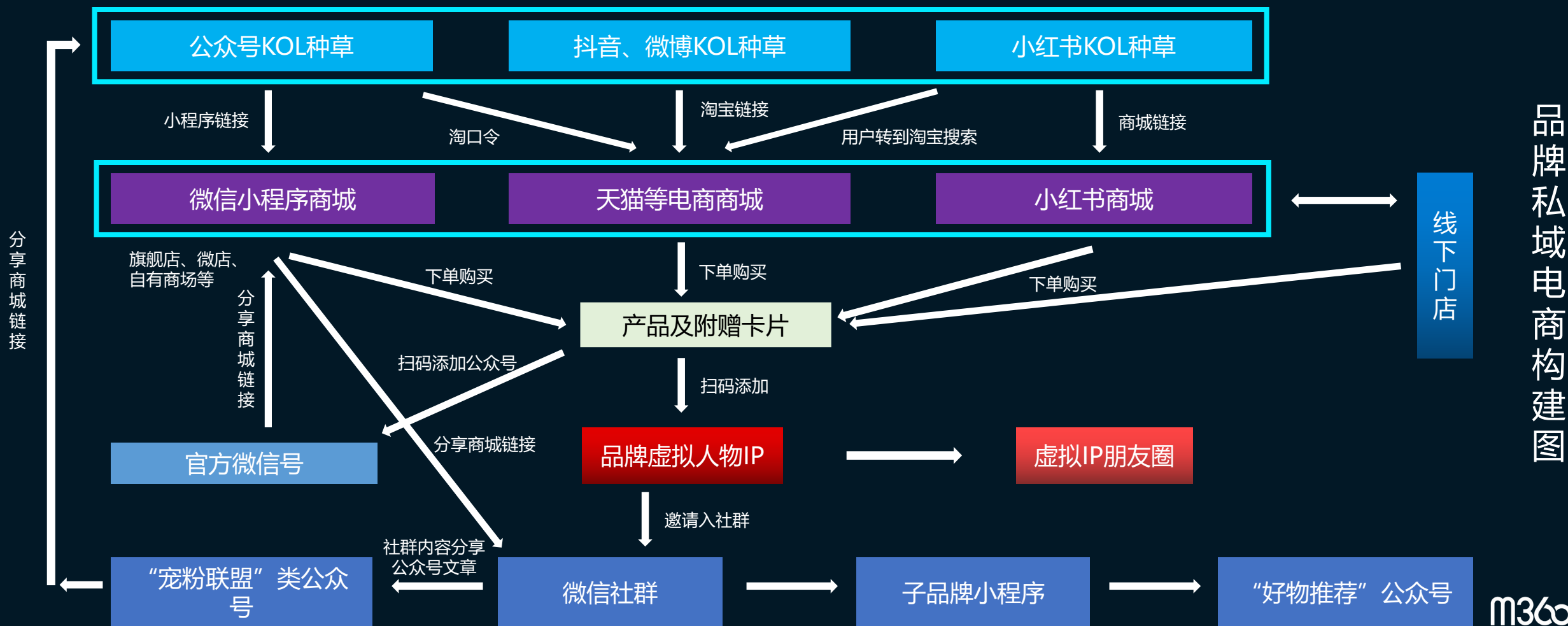
在供应链、库存、客流、导购、支付、营销、服务等每一个环节都实现数字化。

通过一个ID对所有渠道的会员进行识别，会员等级、会员权益得到打通；随时随地与用户亲密接触，使销售机会无处不在。



公域-私域经营：达成精细化的运营管理和系统的转化闭环

从公域流量池中引流用户，建立微信群，对新用户进行社群运营，不断推送相关产品教程以及各类优惠活动，稳固用户，完成复购。获得高转化、高裂变、高口碑、高复购，实现用户自动稳定增长及用户终身价值和传播推荐。





行动指南



企业数智化转型5大核心能力 撬动“增长飞轮”

战略为先：从顶层架构推进数智化战略

DT能力为要：数据和技术能力是底层生产要素

DTC模式为核：以用户为中心的全链敏捷经营

数智人才为本：一切算法的创造者都是“人”

开放生态为支撑：以开放促创新 源源不断吸收新能量



5G时代的数智化人才 成长能力图谱

全链路整合营销力
多元开放创新力
互联网思维和能力
品牌共益建设力
Story-telling 讲故事能力
用户敏捷洞察
社群运营及裂变力
趋势前瞻 战略力
科技智能AI大数据运营力
新营销策划力
KOL KOC 资源及运营能力
自媒体策划运营能力
高用户参与活动策划运营能力
大小数据闭环能力



人机协作力
新场景沉浸式用户体验设计
创新领导力
共赢策略谈判/协商力
数字化流量变现力
社会创新 可持续发展力
公关力
新营销专业主义
高ROI 媒体策划 购买及投资能力
创意设计 DESIGN THINKING
多赢沟通力
全息社会化影响力营销能力
引导力
敏捷力

10个问题清单 检验企业“数智化”转型是否奏效



- 1、战略是否清晰？自己的蓝图在哪儿？
- 2、数据能力如何？能否把数据移出孤岛？
- 3、技术水平怎样？能否智能处理大数据？
- 4、人才能力如何？组织队伍是否需要重组？
- 5、怎样去找到合适的数字化合作伙伴？
- 6、如何确保数智化转型的连续性？
- 7、KPI设定，短期见效还是长期布局？
- 8、是否过于求稳，陷入观望的陷阱？
- 9、过于激进也是问题，如何找到自己的节奏？
- 10、是否为数智化转型准备了充足的弹药与资金？



DO&DON 'T

DO

- 数智化战略 成为企业第一战略
- 数智化导向，重构企业经营全链
- 打造“智慧大脑”，数据支撑决策
- 组织架构升级，更柔性敏捷
- 管理者具备数智化思维和领导力
- 赋能员工提升每个人数智化能力
- 提高客户与企业接触界面的数智化
- 合理制定数智化转型KPI
- 开放创新，注重生态协作与共生
- 控制节奏，量身打造转型路线

DON 'T

- 把数智化只是作为一种经营策略
- 数智化仅仅在市场营销端实践
- 没有打造出数智化的指导中枢
- 数智化停留在工具，没有变革组织
- 企业一把手不挂帅数智化转型
- 没有让每个员工意识到数智化重要性
- 没有全方位打通内外部数智连接
- 过于激进的数智化KPI
- 封闭式数智化，只依赖自己
- 盲目学习领军企业的转型路线



企业数智化经营，基于数字化对企业运作逻辑进行智能建模优化，指导企业指导企业决策及运转。企业智能化经营终极状态，就像自动驾驶汽车一样，依靠人工智能、视觉计算、雷达、监控装置和定位系统等协同合作，让电脑在没有任何人类主动的操作下，自动安全地操作机动车辆，以最优线路完成行驶目标。

数智化，并不只是一堆冰冷的数字和模型，企业经营终归要落脚到人，回归人心，一切竞争都是用户心智之争。科学与艺术融合，数字算法与社会人文共生，才能真正推动企业的敏捷、可持续增长。



以专业促增长

m360