

# 《数字化产业链》

## 构建一体化供应链服务体系

主讲：白涛

### 【课程背景】

产业互联网平台是个系统工程，不是一蹴而就的。传统企业在转型成为产业互联网企业时，其核心问题是产业平台该如何从哪里开始，应该具备什么样的基本能力，如何导入最初的客户群，并服务于产业链上下游，加强产业链的协作效率。

本课程将会从一个最基础的产业互联网“原型”开始，为学员讲述构建产业平台的完整过程，拆解其中的线上交易、集中采购、物流服务和金融服务等核心模块，并形成可相互衔接的“一体化”服务模式。

另外，产业平台在启动时期的难点是如何吸引客户并实现盈利，这是所有传统企业在不具备平台操盘能力时面临的最大挑战，本课程将给出应对的方法策略。

本课程最大的特点是用真实的案例，带领学员边动手边思考，在课程上可得到基本的能力训练，并迅速开展新业务设计规划。

### 【课程收益】

- **在整体思维上**，从基本原理上理解一个产业互联网平台所需要具有的基本能力，并以供应链思维理解产业平台的设计思路。
- **在操盘步骤上**，课程从实际案例出发，为学员具体分析建立一个完整的产业互联网平台所需要的能力与业务模块，让学员亲身感受建立平台的过程。
- **在执行层面**，解析平台实现的4种关键工具：集中采购、平台销售、物流基础设施、供应链金融等一体化供应链的核心能力，辅助介绍11种数字化工具，让企业更深入的进行平台业务创新。
- **在工具价值上**，为学员提供转型落地的具体表单工具、实现从全面规划到细节落地的平台创新业务。

**【课程特色】**内容从理论到策略落地全链路，有具体的工具用于现场模拟演练，可迅速掌握知识。

**【课程对象】**总裁助理、CIO/CTO、COO/运营副总、财务副总、销售副总、业务部门主管（物流、采购、销售、生产等）、产品经理/IT架构师。

**【课程时间】**1-2天（6小时/天）

### 【课程大纲】

## 一、产业互联网的底层逻辑是什么？

### 1. 理解数字化转型的本质

- 数字化转型的困境
- 传统增长模式与数字化增长模式
- 数字化企业的未来出路

- 产业数字化与产业互联网

案例 1：天虹商场的数字化转型

案例 2：华为的数字化转型

## 2. 构建产业互联网的底层逻辑

- 产业互联网的定义与当前发展状况
- 产业互联网与消费互联网
- 产业互联网与工业互联网
- 企业数字化与产业互联网
- 中国产业互联网的发展：从数字化到平台化

案例：通过贝壳找房，理解产业互联网

案例：通过欧冶云商理解产业互联网

## 3. 以供应链思维驱动数字化转型

- 面向消费者的产业互联网平台（S2b2c）
- 2B 业务的产业互联网平台（大宗交易）

案例：通过尚品宅配理解面向消费者的平台场景

案例：通过中储京科理解面向大 B 客户的平台场景

## 二、如何设计平台级的业务？

### 1. 规划产业平台

- 平台战略的组合
- 平台商业模式画布
- 5 个关键问题的自我评估
- 如何构建平台生态圈
- 导入产品而非设计新的服务
- 平台业务的边际成本
- 平台补贴设计
- 平台的盈利模式

演练：找到和评估平台模式的最佳切入点

案例：创新性破坏者的组织平台化（小米、韩都衣舍、尚品宅配）

### 2. 掌握产业互联网平台的 4 个基本业务模块

- 集中采购
- 平台销售

- 物流仓储基础设施
- 大宗交易与融资

### 3. 产业互联网平台的盈利模式

- 大宗交易的盈利模式
- S2b2c 的盈利模式
- 制造业盈利模式

## 三、如何实现产业互联网平台？

### 1. 产业互联网平台的基础能力构成

- 构建步骤 1：建平台能力
- 构建步骤 2：变经营模式
- 构建步骤 3：拓渠道市场

### 2. 产业互联网平台的构建思路

- 项目总体目标分析
- 建设思路
- 业务目标设定
- 业务架构设计
- 组织架构设计
- 项目价值评估

案例：某卫浴品牌商的产业互联网架构拆解

案例：某航空产业供应链集成服务平台架构拆解

### 3. 平台的启动与运营

- 平台的启动方式
- 平台的收费策略
- 如何导入现有资源
- 提高用户的粘性
- 指标体系设计

演练：设计平台冷启动策略

案例：构建典型的产业互联网平台

演练：使用数字化转型模式矩阵拆解产业互联网业务模块

演练：使用数字化转型商业模式画布梳理产业互联网平台

## 四、如何进行产业互联网业务创新？

### 1. 围绕核心资源进行创新

- 智慧供应链优化方向与收益分析
- 智慧物流的 5 种运作模式

## 2. 围绕关键业务进行创新

- 数字化采购的运作模式、业务价值、运作场景及相关系统能力
- 动产融资之存货质押业务价值
- 供应链金融的主要运作模式

## 3. 围绕业务渠道进行创新

- 主流 B2B 模式比较与业务价值分析
- B2C 模式分析、转型路径、必备能力及收益分析
- S2B2C 模式及业务价值
- 大宗商品交易的两种模式解读

## 4. 围绕客户进行创新

- C2M 的发展和三种主要模式类型
- 数字化营销模式、理论及价值分析

案例：京东金融服务创新、中储京科大宗物流、安利的智慧供应链、尚品宅配的终端定制业务、国联股份的 B2B 平台、传统车企的数字营销、航空工业集成供应链、煤炭企业的产业互联网