

2018 THINK IN CLOUD BEIJING

大数据的集成与分析重塑企业供应链

吕宗智 CEO 北京云端互联信息技术有限公司

大数据的一些疑问

多大的数据才是大数据？

你想从大数据里得到什么？

怎么从大数据得到价值？

以企业为例， 对大数据的解构



● 数据复杂度：多元性和速度

大数据应用的数据特征

	制造和自然资源行业	媒体/通信	服务业	政府	教育	零售	银行	保险	保健医疗	交通	公共事业
交易数据	73%	62%	67%	67%	54%	93%	83%	81%	75%	79%	80%
日志数据	44%	57%	58%	59%	54%	40%	66%	61%	53%	71%	60%
机器与传感器数据	53%	38%	35%	33%	31%	27%	27%	48%	42%	50%	40%
电子邮件/文档	27%	43%	43%	41%	46%	27%	34%	39%	17%	29%	20%
社交媒体数据	32%	52%	39%	26%	54%	73%	27%	13%	—	50%	—
自由格式文本	17%	24%	28%	30%	31%	20%	34%	35%	67%	21%	40%
图像	19%	24%	17%	11%	38%	13%	—	6%	8%	7%	—
视频	8%	20%	12%	7%	31%	13%	—	6%	8%	7%	—
音频	10%	19%	8%	4%	8%	—	—	6%	—	—	—
n=	59	21	127	27	13	15	41	31	12	14	5

数据来源: Gartner

内外部数据结合结构化与非结构化结合

企业供应链的业务模型



多元化的供应链大数据



业务沉淀数据 数据驱动业务



B2B供应链-SCM

B2B销售链-SCP

B2B2C

供应商标准化管理，提升采购的业务执行和管理效率
经销商平台化管理，提升销售业绩和供应链整体效率

客户通过平台进行一体化采购和服务

B
品牌商、制造商

- 多供应商入住、商品管理；
- 多种采购方式，提高整体效率与管理能力；
- 基于大数据实现产销联动

B
经销商、分销商

- 多渠道提升平台交易活跃度；
- 促成以销定产业务模式；节省渠道资金
- 基于大数据实现销售预测

C
消费者

- 多新品提升交易活跃度
- 用户粘性策略
- 渠道下沉带来更多用户群体
- 基于大数据实现精准营销

业务沉淀数据

大数据分析

数据驱动业务

实践案例分享

以实践案例分享通过数据贯穿前向和后向供应链，及基于数据链的一体化分析，
阐释以技术驱动业务，用大数据重塑企业供应链的价值！

- 电商案例(京东商城)
- 品牌制造商案例
- 大型电器零售商案例

京东商城： 以大数据为基础的 “211”奠定核心竞争力

京东“211限时达”服务



上午下单,下午送达

当日上午11:00前提交的现货订单（部分城市为上午10:00点前），
当日送达；当日夜里11:00前提交的现货订单，次日15:00前送达。

京东商城： “211”体现在哪儿？

211
示例

商品编号: 110791

京东价: **¥358.00** 限时通知

配送说明: 配送至:

现货, 下单后即可发货, 预计6月11日送达

商品评价: **★★★★★** (已有8人评价)

促销信息: **立减¥40.00**

商品: ☐ 华为 G3600 青春版 4G 手机 X1
☐ 华为 G3600 青春版 4G 手机 X1

数量:

自营配送区域

修改区域

第三方配送区域

无法送达区域

Case 1: 京东库房商品 (现货)

2018TIC

京东商城：“211”体现在哪儿？

211
示例

The screenshot shows the JD.com order tracking interface. At the top, there's a navigation bar with '全部商品分类' (All product categories), a search bar containing '飞利浦剃须刀' (Philips electric shaver), and a '搜索' (Search) button. Below the navigation bar, the breadcrumb trail is '首页 > 我的京东 > 订单中心 > 订单: 101058925'. The main content area displays three order cards. The first card shows '订单号: 101058925', '状态: 正在处理' (Status: Being processed), and '预计11月1日送达' (Estimated delivery: Nov 1st). The second card shows '订单号: 100092319', '状态: 商品缺货' (Status: Out of stock), and '北京分公司直接配送' (Beijing branch direct delivery). The third card shows '订单号: 12341234', '状态: 等待处理' (Status: Waiting for processing), and '预计11月1日送达' (Estimated delivery: Nov 1st). At the bottom, there's a progress bar with four stages: '提交订单' (Place order), '商品出库' (Goods out of warehouse), '上门收货' (Door-to-door delivery), and '完成' (Completed). The first stage is highlighted with a red dot and the text '商品缺货' (Out of stock).

现货订单

SOP/LBP/厂家直送等订单

在途/可配货订单

京东商城：“211”面临的问题

大数据成为企业的生命线

- 订单的时效影响公司的信誉和客户的体验
- 订单的各个处理环节对客户可见，运营部门更需要在问题出现之前就得到数据和警示

订单号: 83906872 状态: 等待收货

尊敬的客户, 您的订单商品已经从库发出, 请您做好收货准备。

处理时间	处理信息
9-2 23:46:57	您提交了订单, 请等待系统确认
9-3 16:26:49	您的订单已经在上海仓开始拣货
9-3 16:27:34	您的订单已经出库, 等待发往上海分拣中心
9-4 23:19:10	上海分拣中心已收货, 等待分拣
9-4 23:52:37	货物已分配到发货区, 等待送往配送站
9-5 1:25:00	上车扫描, 送往配送站途中
9-5 6:13:49	下车扫描, 已到达配送站
9-5 6:30:22	您的货物已分配, 等待配送
9-5 11:15:01	配送员已经从站点出发, 请您准备收货, 姓名: 徐, 手机号: 139, 12
送货方式: 普通快递 承运人: 京东快递 货运单号: 83906872	

从下订单到分拣中心经过了近48个小时

从下订单到到达配送站经过了近56个小时

从下订单到配送员出配送站经过了近61个小时, 即客户要等到第三天才会收到货物



示例

京东商城：数据监控“211”各环节

图例说明

1 准备出库	扫描确认	上车扫描	配送员已出发客户准备收货	故障中
2 打印完毕	打包完毕	下车扫描	客户签收	故障处理
3 拣货完毕	货物已分配到发货区	货物已分配等待配送	表仓储相关	表运输与配送相关
			客户相关	

订单号	优先级	运输方式	整体状态	发货仓	订单状态										
83907823	高	3PL	!	北京	1	2	3	4	5	6					
78731122	一般	自营		北京	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
32425124	一般	3PL		上海	1	2	3	4							
66731424	一般	3PL	!	广州	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

示例

异常订单总数统计 异常订单处理统计 时间段

京东商城： 数据驱动 “211”满足承诺

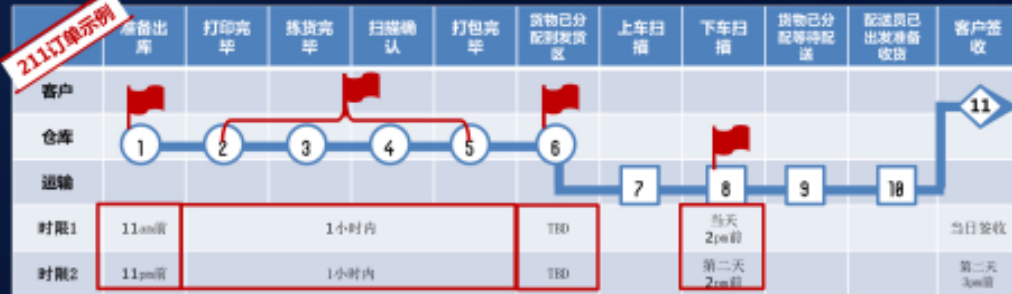
更实时的大数据
分析与计算平台

更准确的承诺体系

更深入的监控系统

更强体验的运营支持

211订单示例



京东商城： “211”驱动京东供应链



京东商城： 大数据驱动 京东不断突破

异常订单处理



KPI考核机制



大数据分析归纳原因



流程优化



1. 基于大数据，及时分析并跟踪订单动态，掌握情况
2. 以数据为基础，监管与跟踪异常订单的执行情况
3. 通过大数据分析并归纳原因，从而优化相应流程
4. 形成数据化的绩效KPI，定期对相关处理人员进行KPI考核，以保证处理问题的及时性及准确性

某品牌商： 供应链大数据集成

采集上千家经销商的进销存信息，用于精细化的供应链大数据分析

需求 场景

1. 采用数据采集网关方案，部署到经销商并远程管理
2. 通过适配器适应并采集经销商各类ERP进销存系统
3. 基于进销存数据进行促销和生产规划、订单预测等



解决 方案

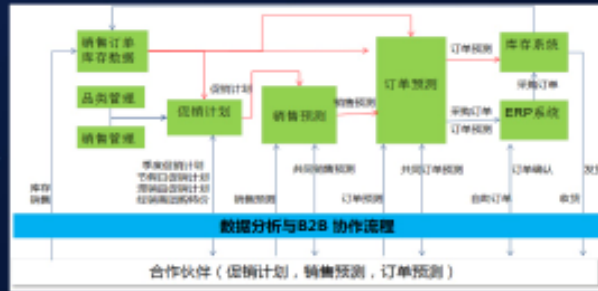
1. 支撑该品牌商与上千家经销商之间实现数据采集
2. 整个供应链运转的效率和准确率提高，并减少无谓的人力劳动。
3. 通过数据分析进行精准化的促销
4. 销售预测、订单预测
5. 以销定产，科学排产

实施 效果

某品牌商： 供应链大数据 开放平台



供应商
经销商
消费者



ERP数据

高可用的渠道
库存/销售数
据

生产计划
营销规划
效果评估
...

品牌商

某电器零售商： 供应链大数据 开放平台

需求 场景

- 1、通过协同平台完成与供应商之间的全流程业务协同，内部集成SAP,TMS,BW等多个系统
- 2、基于大数据平台，通过EDI直连和开放平台（OpenAPI）将系统能力开放给供应商和ISV

解决 方案

- 1、先通过协同平台（ECP），打通与内部系统的集成通道，并构建丰富稳定的企业间协同应用
- 2、再建设大数据开放平台（GOP），形成数据生态并支撑业务的扩展。



实施 效果

- 1、支撑该电器零售商与其供应商之间实现业务和数据协同
- 2、整个供应链运转的效率和准确率提高，并形成电子化的绿色高效供应链。
- 3、通过开放平台允许供应商通过系统直连接入，并通过API撬动数据生态链

某电器零售商： 供应链大数据开放平台



支持采购、联营、平台、供货模式业务，面向供应商、合作伙伴、ISV等开放接入

大数据的集成与分析 重塑企业供应链



THANKS



吕宗智
微信: CloudBiz

LINKCLOUD
云端互联

www.linkcloud.com