

2021 寻求数智化变革中的确定性

赢商tech 吴传鲲

以长期主义 持续数字化

购物中心数字化转型势在必行

➤ 存量增多，运营效率要求更高

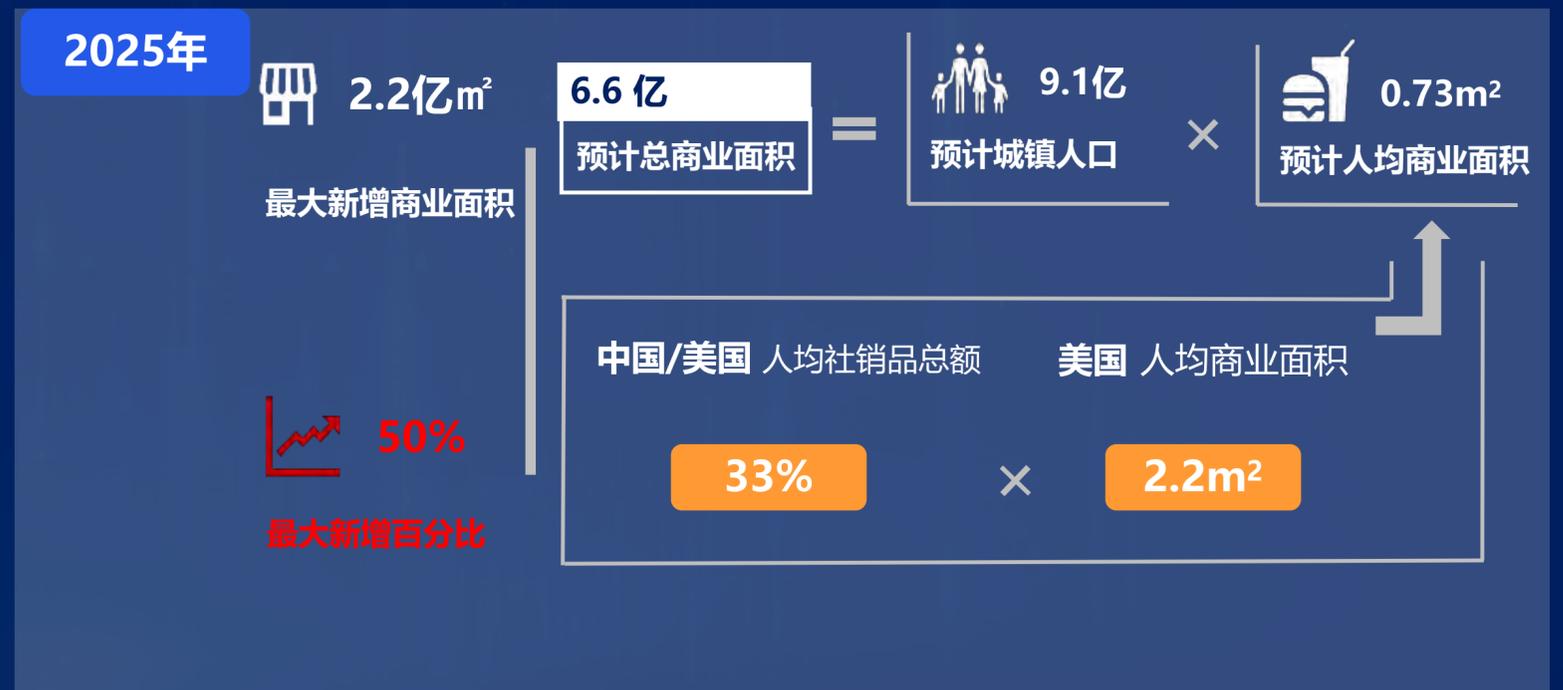
根据赢商大数据资料，以3万m²以上为统计标准，截止2020年底，中国购物中心存量约为5000+（数据统计范围为体量3万m²（含）以上的购物中心），存量面积约为4.4亿m²。由于城镇化人口将持续增加，及目前中国的人均商业面积均大幅度落后于发达国家，2025年预计新增商业面积超2亿m²。存量的不断增加，对购物中心的运营效率提出了更高的要求。

➤ 中长期趋势：降本增效、增强连接、扩展边界

当前，人口红利逐渐消失，传统营销日渐乏力，加上消费升级，这些都催促着行业必须迈开前进的步伐。面对数字化浪潮的不可逆转态势，数字化技术的发展和运用，正在重构整个行业。购物中心作为城市居民重要的消费和社交活动场所，是消费者生活方式和社群活动的主场。

➤ 短期趋势：疫情成为重要推动力

疫情的突然到来，让原来对数字犹豫的资产持有者意识到，加快了数字化进程。



购物中心从“应该”数字化到“必须”数字化

提效



01

电商先天完成数字化运营

02

消费者用脚投票，并不是电商冲击了实体商业

03

实体商业基础设施需数字化转型，才能提升运营效率

企业转型/升级过程中，数据资产非常重要



资源化



资产化



资本化

转型的过程中，数据资产非常重要

数据作为核心生产要素之一，在提升产业链效率、加快经济发展中的地位愈发重要，因此需要逐步将数据资源化、资产化、资本化

先发运用数字化技术，掌握市场数据的公司也将拥有更强的话语权，掌握市场数据的行业环节也将在整体产业链中获得更高的附加价值



事项 注意事项

- 要有长期思维，至少以五年为单位的长期改造
- 重点不在于使用的软硬件，更核心的在于整个组织认知与思维模式的转变，强调运营的价值，而不是把数字化当成信息部的工作

误区 避免误区

- 机会导向，非长期主义思维
没有真正把数字化作为长期战略：两种极端，一是“我有钱，大把砸就可以砸出来”；一是不愿长期投入
- 转型升级仅仅成为信息部门或首席信息官的责任，其他部门不承担数字化转型的责任
- 在转型升级过程中有数据无洞察，没有系统性的架构思维。

数字化转型不要一开始就贪大求全

Step 1

从某个能够进行闭环的业务环节开始
摸索出适合企业自身的经验

Step 2

在企业内部形成良好的示范效应

Step 3

逐步迭代，推而广之



企业强化辨别能力

- 技术发展远远领先于实体商业的业务应用，对于大部分企业来说，不主张整个业务数字化的工作都由企业自己完成。
- 企业要做的是设计好业务数字化的实现战略与路径，同时要有一个强有力的信息部门，对市场上的第三方有辨识与评估能力：对业务场景理解深刻/有大量外部数据导入/产品迭代能力强。

引入第三方数据产品

- 整合三方供应商来构建数字化系统是最优方案（除头部企业外）：成本低/效率高/减少试错。
- 运用好供应商的力量，对实现业务数字化来说一定是性价比最高的。



数智化进程及推进要点

基础设施物联化

业务和触点数字化

运营数据化/决策智能化

数字化意义：运用数据，理解商业场景，赋能商户

加强商户和消费者间的粘性



高效分析/精准决策

商业数字化的意义：内外赋能

对内

挖掘和沉淀价值数据，赋能**决策层和执行层**

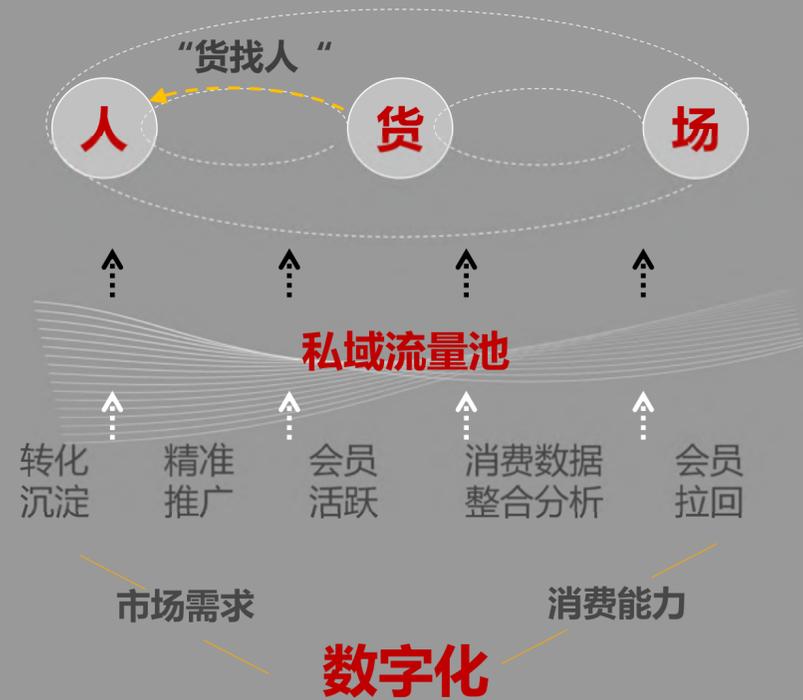
对外

全面理解商业场景和消费者，赋能**商户**

数字化目标：搭建更有效的连接平台和运营平台

商场的目标

搭建更有效的连接平台和运营平台



全产业链的价值重塑与升级

数字化变革

将倒逼行业调整与洗牌

短期 数字化赋能



长期 数字化赋能



商业发展数字化的三个不同阶段的挑战

I

基础设施物联化

- 商场相对于其他的零售和快销品更加重要和有意义，是推动数字化进程的核心环节

II

业务触点数字化

- 通过搭建中台（即数字架构的理念），在商业业务经营方面，对招商数字化和营销数字化有着非常重要的作用。

III

运营数据化/
决策智能化

- BI+运营流程的数据驱动：
有阶段和有节奏性的制定经营性目标
- DI+决策过程中的数据参考：
基于数据的迭代和分析给产品进行决策
- AI+智能推荐与自动化的流程
带来业务和内容的高度智能

商家和顾客的连接变得更加的紧密和高效；商家和顾客的连接更多、触点更多；扩大商家的经营边界、组织边界和思维边界

进程1：基础设施物联化



弱化短期收益，关注长期投资回报

进程2：业务和触点数字化

一切业务数据化，一切数据业务化

业务关联-赋能团队-提高使用率



商户全周期流程管理数据化

商户侧：业务全周期场景覆盖

商管侧：业务全条线可视化管

招商管理

品牌跟进详情【ID: 73】

招商进度	铺位数量	数量占比	面积(m²)	面积占比	平均目标租金(元/月/m²)	签约平均租金(元/月/m²)
已看场	1	4.55%	129m²	3.6%	100	0
已签约	3	13.64%	638m²	17.82%	100	114.84
已联系	2	9.09%	246m²	6.87%	100	0
待招商	9	40.91%	1673m²	46.72%	100	0
待跟进	7	31.82%	895m²	24.99%	100	0

联系

- 看场
- 意向
- 装修
- 开业
- 报价
- 签约

运营/物业

事件管理 销售抄录

销售管理

巡场管理

运营模块

报修管理

装修管理

能耗管理

物业模块

运营管理移动端 商户服务移动端

合同管理

- 合同基础信息
- 租金条件
 - 固定租金
 - 销售扣点
 - 租金扣点两者取高
- 其他费用管理
- 特殊条款

合同变更

合同延期

合同终止

合同清算

合同条款	计算方式	结算周期	结算日期
1阶段	固定租金	1	2019-03-30
2阶段	固定租金	1	2019-03-30
3阶段	固定租金	1	2019-03-30

财务管理

合同结算条款

销售数据

能耗数据

不规则费用

账单

通知

对账

催缴

收款

财务模块

消费者营销业务数据化

商场在线-数字化服务建设

- 小程序服务：微信/支付宝
- 营销推广：公众号/视频号
- 社群服务：社群运营/社群机器人

商家在线-数字化门店运营

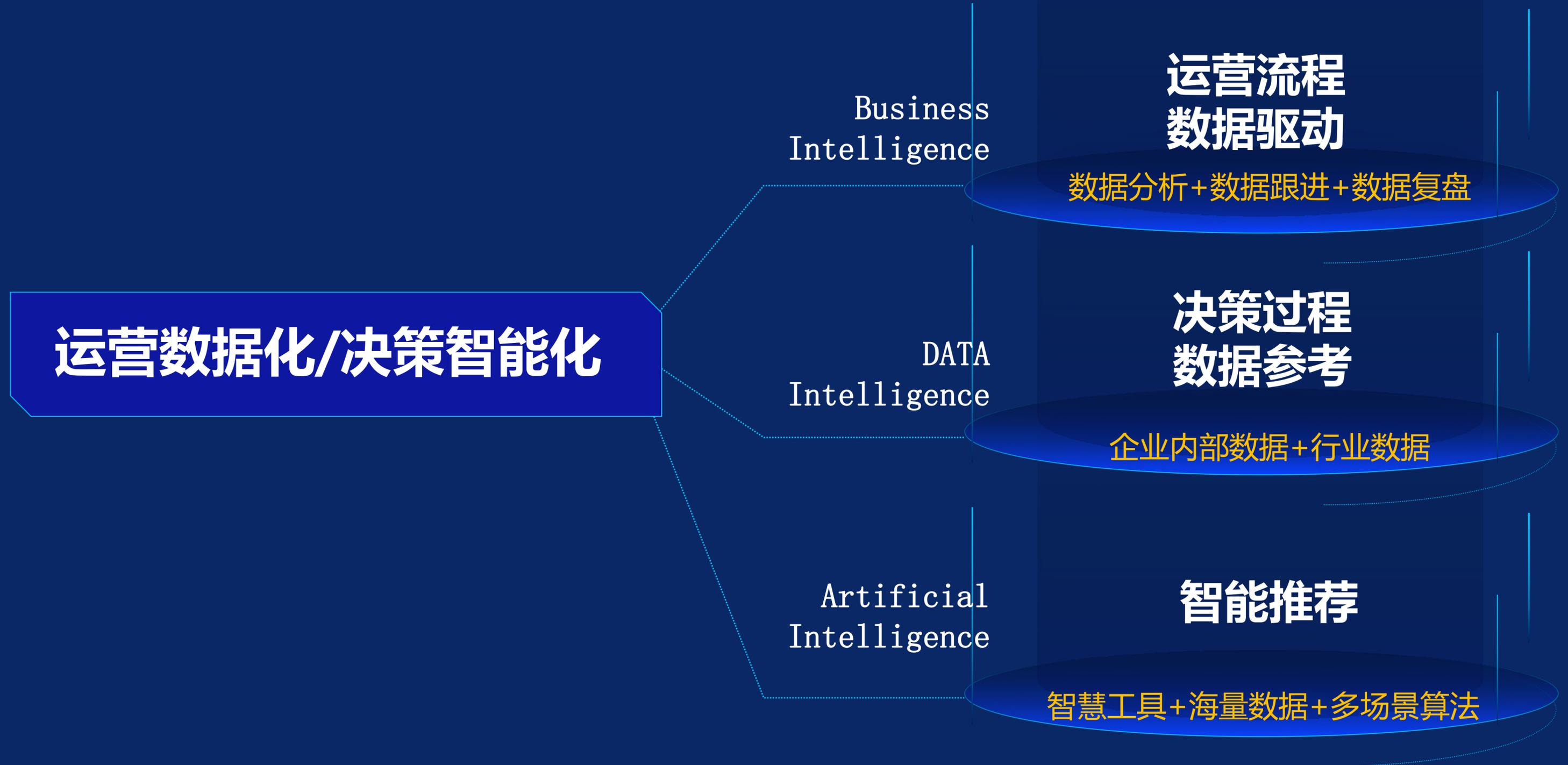
- 销售服务：快速上货/上券/核销
- 营销推广：商场广告资源应用
- 轻松落袋：自动分账/同城配送

顾客在线-数字化消费体验

- 会员服务：在线消费/自动积分/智能客服
- 会员消费：获得优惠/观看直播/分销裂变
- 体验升级：到家服务/积分当钱花/AR导航



进程3：运营数据化/决策智能化



运营流程数据驱动



产品来源: -赢商tech-云商管



产品来源: -赢商tech-MI闪购

• 分析数据, 发现问题

• 跟进数据, 指导生产

• 复盘数据, 快速迭代

决策过程数据参考

提升 资产价值



决策层
问题聚焦



管理层
提高效率



执行层
快速执行

提高 运营效率



产品来源: -赢商tech-云商管



产品来源: -赢商tech-TI智慧客流

进程1

基础设施物联化

挑战:

回报周期长

行动:

- 投入智慧商业的新基建
- 与开发商/银行联动
- 计入投资而非费用
- 计算EBIT回报率

进程2

业务和触点数字化

流程改造, 团队升级

- 信息化运营流程的必然趋势
- 业务数字化的流程过渡
- 选择符合自身商业特点的产品
- 培训+实战=>升级迭代

进程3

运营数据化/决策智能化

管理决策模式改变, 组织升级

- 数据驱动业务, 数据指导目标
- 快速决策, 快速行动, 快速迭代
- 管理思维革新, 数据驱动决策
- 引进/提拔商业数据人才



数智时代的成长伙伴

广州 | 深圳 | 武汉 | 南京 | 重庆 | 北京 | 西安 | 昆明 | 上海 | 福州 | 贵阳 | 成都



广东赢商网数据服务股份有限公司

广州市天河区金穗路3号汇美大厦21F

电话: 020-37128238

邮编: 510000

www.winshangdata.com