

欧电云B2B2C使用指南

目 录

1. 欧电云 SRP 大中台整体介绍	3
1.1. SRP 大中台概念介绍.....	3
1.2. SRP 大中台诞生初心.....	3
1.3. SRP 大中台市场空间.....	4
1.4. SRP 大中台的核心价值.....	4
2. 欧电云 SRP 大中台解决方案卖什么	5
2.1. 欧电云 SRP 大中台解决方案简介.....	5
2.2. 欧电云 SRP 大中台解决方案整体架构.....	6
2.3. 欧电云 SRP 大中台解决方案应用场景.....	6
2.4. 欧电云 SRP 大中台解决方案优势.....	7
3. 欧电云 SRP 大中台解决方案卖给谁	7
3.1. 目标企业.....	7
4. 欧电云 SRP 大中台解决方案怎么卖	8
4.1. 行业拓展策略.....	8
4.2. 项目拓展策略.....	8
4.3. 联合推广策略.....	9
5. 客户案例	10
5.1. 家乐福.....	10
5.2. 晨光.....	11
5.3. 供销 E 家.....	12

1. 欧电云 SRP 大中台整体介绍

1.1. SRP 大中台概念介绍

SRP (Social Resource Planning) 大中台是指以人为中心，将全链路数据与业务链接在一起，同时解决企业内部与外部的社会化资源全渠道、多业态商业协同的管理平台。它是从 ERP (企业资源计划) 以及中台系统发展而来的，它改变了 ERP 基于企业内部管理流程而设计的思路，转为围绕以人为核心的设计思想，跳出了传统 ERP 软件的管理边界。同时解决了中台系统无法满足企业内部与外部资源有效的商业协同的问题，使企业真正做到了决策即运营，优化了企业的决策与运营体系的实时互通等问题。反映了企业在以人为核心的全新运行模式下，可以合理、高效、智能化的调配企业内外部的社会化资源，在消费者需求和行为变化的时候，帮助企业快速做出决策并支撑企业的柔性拓展，提高企业的核心竞争力。SRP 大中台让科技赋能商业具备可执行性。

1.2. SRP 大中台诞生初心

欧电云 2015 年初成立，最初的想法是帮助传统企业做整个数字化转型为使命的企业。欧电云最早是要打造一个最完整的顾客数字化平台，这是我们最重要的目标。因为你打造了这样的平台，你就有可能成为一个线上线下一体化的零售运营体系。非常强调的是运营模式，因为我们看，传统零售还是比较被动的。电商的逻辑更是主动运营的模式，未来一体化的运营模型，是未来发展的趋势。为什么要这样做？它具有掌控力。一个零售企业、一个品牌企业，如果你对企业没有掌控力，其实是蛮痛苦的一件事。另外，我们希望流量回归。刚才我们讲 80% 以上的销售还是来自于线下，从这个纬度来讲，以后流量的主体还是在线下，线上线下的融合，使得传统企业成为流量的主宰。

在此基础上我们提出了欧电云 SRP 大中台，以“大中台、小前台、轻后台”为核心思路。

SRP 概念的含义是“社会资源协同”，这个是与原有的 ERP“企业资源计划”的本质区别，将企业内部和外部的资源放在一个平台上进行商业协同。你不再把视角固化在自己的企业，你要放在整个产业链的协同上。很简单，你帮助了你的下游、上游，也就帮助了你自己。整个社会化的协同模型会发生重大的变化。不管你是 B2C、B2B，实际上是一个链

条上的协同工作模型。如果在一个平台上可以开放的、互联的，把所有的节点连在一起，它所产生的价值一定是最大的。

1.3. SRP 大中台市场空间

千亿级大消费产业数字化市场，未来增长空间巨大。



1.4. SRP 大中台的核心价值

业务-数据-技术一体化，助力企业高效运营，支持企业业务的柔性拓展，降低试错成本。



2. 欧电云 SRP 大中台解决方案卖什么

2.1. 欧电云 SRP 大中台解决方案简介

SRP 大中台解决方案以人为中心基于大中台使架构、数据、业务一体化，实现社会化资源全渠道、多业态的智慧协同。将企业前端业务与后端管理全面整合，可打通 B2B、B2C、B2B2C、O+O 等业务场景，让数据流通更即时、商业决策更畅通、成就更优商业价值。

欧电云提供什么？

- 1、前台交易系统：B2C\BBC\O+O\B2B\全渠道\门店 POS\智慧门店
- 2、中台策略系统：业务中台\数据中台\技术中台\OMS
- 3、后台执行系统：WMS\TMS
- 4、辅助云产品：消息云（全网信息推送）\跟踪云（用户行为分析）\价格云（爬虫比价）

华为云提供什么？

Workspaces 云桌面,ECS, EVS, EIP, CSBS, SFS, HSS, 云堡垒机, Anti-DDos, 身份鉴别等云服务器、云硬盘、网络、安全等服务。

2.2. 欧电云 SRP 大中台解决方案整体架构

2.2.1. 技术架构

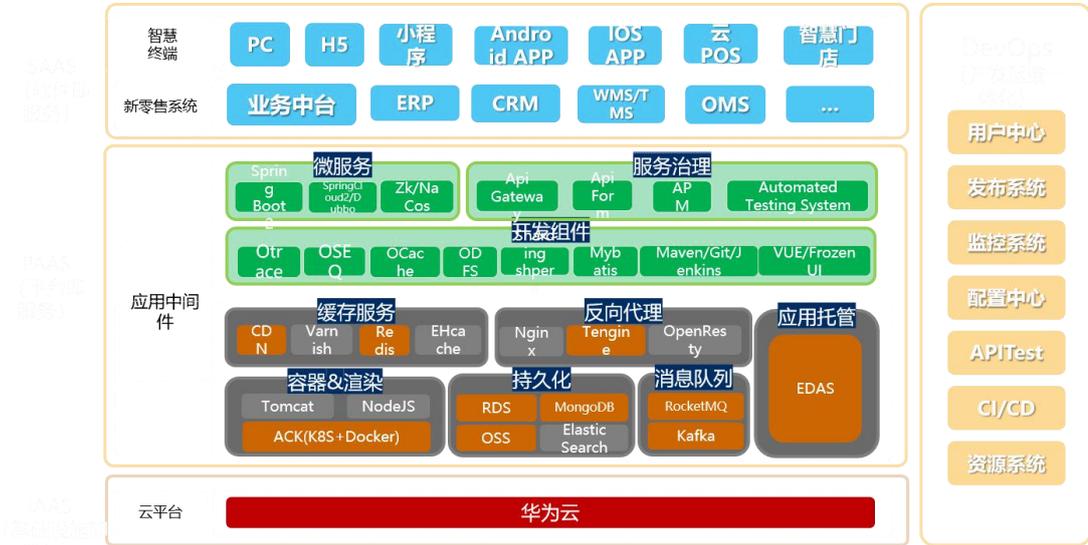


图 2.1 技术架构图

2.3. 欧电云 SRP 大中台解决方案应用场景

	<p>零售</p> <p>借助欧电云的零售解决方案，从单一的实时零售平台到全渠道零售平台可以无缝衔接，卖场、超市、便利店、百货商场等支持多业态的协同。以人为中心，经营数据实时显示，预测客户需求，系统云部署，便于企业的柔性拓展。</p>	<p>服装</p> <p>借助欧电云的服装解决方案，依托供应链快反、大数据驱动下的自动采购等解决方案提升库存周转率，适应服装商品生命周期短、季节性强的特点。支持产销一体化型企业、生产型品牌运营企业、生产外包型品牌运营企业、营销型企业（代理品牌）等多种运营模式。</p>	
	<p>快消</p> <p>借助欧电云的快消解决方案，对于B2C企业，你能够预测消费者需求，通过导购、O+O商城、CRM供给个性化的价值服务，并赋能经销商。对于B2B企业，通过DRP直控终端，深耕渠道，提升销量，赢得新客户。</p>	<p>医药</p> <p>借助欧电云的医药解决方案，你能用全触点，全局库存满足顾客多样化需求。高效集成的商品供应链运营平台；“轻、快、易”；全渠道管理；全渠道融合下的顾客营销与服务。</p>	

2.4. 欧电云 SRP 大中台解决方案优势



3. 欧电云 SRP 大中台解决方案卖给谁

3.1. 目标企业

一种是大型集团企业，企业是多法人、多业态、多运营主体的品牌流通型企业，有将原有多套烟囱体系的软件系统进行整合，有打通业务和数据一体化的需求。

另一种是处于快速发展的准独角兽企业，业务变化比较快，高并发的数据处理能力需求大，需要 IT 体系能赋能企业业务的发展，快速做出应变。

3.1.1. 客户定位

零售、快消、美妆、服装、医药等行业年营业额在 10 亿以上的头部企业。

3.1.2. 典型需求

1) 如何实时的满足消费者的个性化需求？通过全渠道触点洞察消费者行为。

越来越多的领军企业采用全渠道策略，然而全渠道所产生的数据规模庞大。但是大多数企业都无法有效利用这些数据，来满足消费者千人千面的需求。

2) 如何打破信息孤岛？帮助企业内部各个部门与外部合作伙伴更快的协同响应新机遇。

IT 系统建设受制历史局限性，先后实施的系统顶层设计不足，各系统间相互游离，形成大量信息孤岛。各渠道以及供应链各环节数据碎片化严重，数据整合困难，难以发挥数据优势。

3) **如何加强总部掌控力？让 CEO 的决策即运营，解决全渠道、多业态布局带来的统一管理的低效问题。**

数据收集滞后，时效性差，运营决策及对市场的反应滞后，总部缺少管控各业态各分公司业务运营的渠道，掌控力不足。各分公司或系统基础数据口径不一致。资源调拨难，缺乏统一管控。资源浪费严重。

4) **如何整合跨平台的多种系统与应用？使供销一体化降低管理与运营成本。**

随着业务的发展企业采购的软件类型越来越多，员工需要在多个系统间反复切换，重复提交数据进行业务操作，作业成本高，效率低下，协同困难。供销分离，多业务系统独立结算，在新零售越来越丰富的玩法下，财务核算成本高，难度大。

5) **如何在保持当前业务正常运营的同时，现有的数字化体系能够支持企业业务的柔性拓展与营销创新？**

原有以 ERP 为代表的传统企业数字化系统架构难以适应新业务发展需求，改造成本高，性能差，易用性差。当有新的业务拓展时无法良好的适配和融合。

6) **数字化如何赋能组织？让企业的员工与部门都能发挥最大的价值，而不是依靠管理与监督驱动。**

随着企业全渠道的布局，数据抓取与积累越来越多，单一的数据挖掘与分析只能辅助 CEO 等进行决策，对于企业内部的组织部门并不能直接赋能体现价值。企业需要将数据与业务体系打通，在数据反馈与决策的同时，各个组织部门能相应的调动相关的企业内部与外部的社会化资源来匹配，才能发挥数据的最大价值，真正的赋能组织。

4. 欧电云 SRP 大中台解决方案怎么卖

4.1. 行业拓展策略

聚焦品牌流通型企业，重点在零售、快消、服装、美妆、医药领域。

4.2. 项目拓展策略

业务中台、数据中台、技术中台聚焦头部领军企业。

前端的 BBC、B2C、O+O，以及 CDP、CRM、WMS、OMS 等基于中台架构上的产品主要面向腰部客户，未来有柔性拓展的需求。

4.3. 联合推广策略

欧电云市场部与华为云市场部会在多个城市联合举办城市论坛等活动，针对不同行业的客户进行 SRP 大中台的干货讲解，让 CIO 们更好的了解欧电云 SRP 大中台的优势以及企业到底应该如何实施大中台战略，CIO 如何与 CEO、CMO 互动，基于 SRP 大中台项目更好的体现 IT 部门的战略价值赋能业务的快速发展，提升内部话语权。

5. 客户案例

5.1. 家乐福

大型商超企业—助力传统线下零售向线上融合，打造全渠道零售电子商务平台 成就更优商业价值

所属行业：大型商超



欧洲第一大零售商
世界500强列68位

- ◆ 员工数超43万人 ◆
- ◆ 年销售额约850亿欧元 ◆

家乐福创办至今已经有接近60年的历史，在全球范围内的数量已经达到了10000多家，且遍布全球30多个国家。



家乐福 2022 转型计划

- 更加关注电商业务经营和发展
- 实现线上和线下的全面融合发展

1 业务痛点分析

- 线上线下载裂，无法相互引流，缺乏用户忠诚度培养体系
- 业务数据分散于多系统，信息交互未打通或不及时，运营效率低
- 多渠道难以统一营销、库存难以统一调配

2 系统痛点分析

- 陈旧的技术架构难以支持持续增长的性能需求
- 系统耦合度过高，应用升级困难，难以应对灵活多变的新零售业务
- 系统间集成关系复杂，新系统切换风险高

- 全渠道大中台
- B2B2C
- O+O
- 分销系统等

家乐福—助力传统线下零售向线上融合，打造全渠道零售电子商务平台 成就更优商业价值

- 搭建多商家入驻平台
- 平台自营店铺与商家店铺同台在线销售，共享流量
- 自建O2O电商平台
- 同时入驻美团外卖、饿了么、百度外卖、京东到家



200%
线上销售额提升

50%
运营效率

1000万
IT成本每年下降

300%
系统性能提升

- 服务模块拆分，业务解耦
- 整体架构高稳定、高拓展、高可用
- 系统性能支持弹性拓展，可支持高并发需求

3个月替换富基融通
做了3年的系统

5.2. 晨光

办公用品企业—围绕渠道业务数字转型，提升渠道核心竞争力

成就更优商业价值

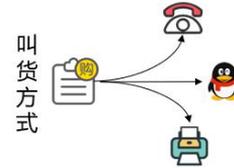
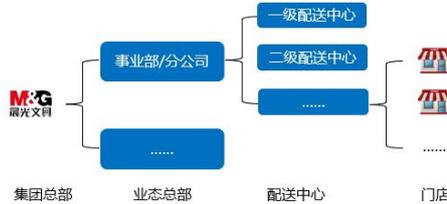
所属行业：办公用品

M&G
晨光文具
国内文具领头羊
年营业额约86亿

◆ 7万多样板店 ◆
◆ 1000多家合作伙伴 ◆

1、产品及服务：书写工具、学生文具、办公文具及其他相关产品；
2、渠道：30家一级（省级）1000多家供应链合作伙伴、近1200多家二、三级合作伙伴；
3、7万多家晨光文具样板店、加盟店、办公会员店；
4、总人数：3674，研发：418，占比：11.38%

业务现状：基于传统叫货方式的经分销体系，对渠道管控薄弱



1 业务痛点分析

- 渠道层级太多，总部的影响力呈递减趋势
- 缺乏对终端数据的掌控，无法及时获取消费趋势
- 缺乏对渠道的掌控，容易出现价格体系不统一、串货等状况
- 终端门店叫货方式较为原始，交易模式的效率低

2 信息系统痛点分析

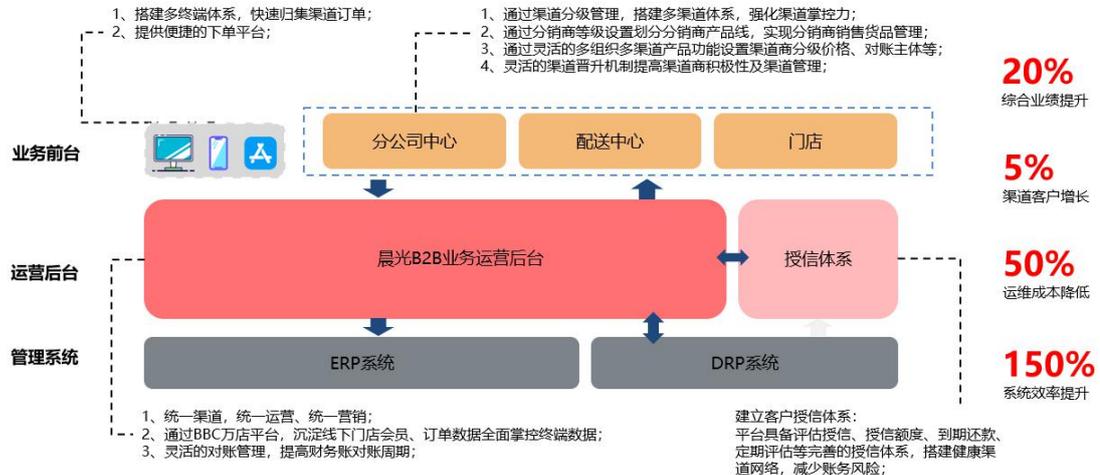
- 现有系统难以支撑新的业务形态
- 现有系统难以做到全面掌控终端数据

3 输出的产品

- > B2B分销平台
- > BBC万店平台

晨光文具—通过渠道建设，提升渠道效率、沉淀线下会员数据

成就更优商业价值



5.3. 供销E家

大型商品流通企业—中台助力多业态多模式下的统一运营管理

成就更优商业价值

所属行业：商品流通



业务覆盖全国4万多家

供销E家是延伸到省市区县镇村，实现供给与需求有机对接，着力构建服务“三农”的综合性、可持续发展的农村电子商务交易服务平台。

供销E家

供销E购-B2C	供销E批-B2C	供销E通-B2B	供销E农	供销E仓
<ul style="list-style-type: none"> 为农产品向城市C端消费者上行提供基础设施服务 为日用品消费品向农村C端消费者下行提供基础设施服务 	<ul style="list-style-type: none"> 连接地方上游渠道与地方下游终端零售店的B2C农村电商业务平台 为生产生活用品的下行提供基础设施服务 	<ul style="list-style-type: none"> 全国范围内的多种农产品大宗交易业务模式 为农产品上行提供基础设施服务 	<ul style="list-style-type: none"> 为农民提供围绕农产品的商品和服务 提供农业专家问诊服务 形成基于互联网的农业知识库 	<ul style="list-style-type: none"> 整合供销社强大的线下资源网站，构建E家自有的仓库物流体系 具备多仓库、多节点的复合型物流仓储配送体系

1 业务难点分析

- 多层次组织架构、多运营主体、多结算主体特征
- 多业态体系、多种商业模式、对全国农业资源、生产资源、贸易资源等的整合

2 平台建设难点分析

- 多业态多模式下的统一管理、统一运营、统一分析
- 平台各个角色对多业态运营的统一协同
- 数据的统筹、各业务系统间接口的统一规划
- 海量业务下的系统架构支撑

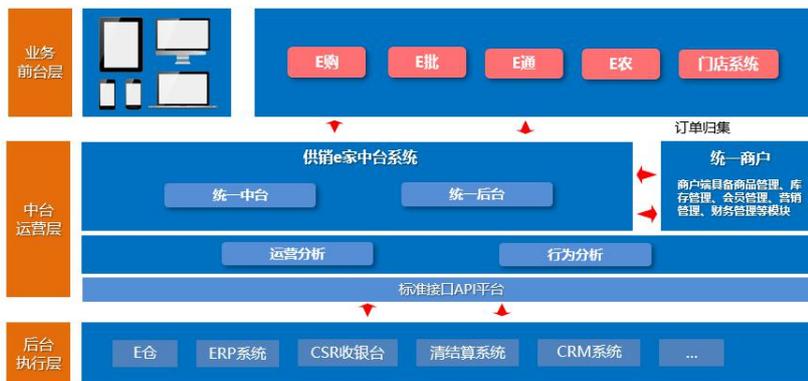
全渠道中台

供销E家--中台助力多层次多业态多模式下的统一运营管理

成就更优商业价值

多终端、多角色的支持

在统一运营管理的前提之下，基于每个业态，地方建设有管理平台，权限涵盖商户、商品、订单、财务模块。在业务层面独立管理好地方商户，做好地方运营



100多个
国家级贫困县受益

30多个
农特中心仓库

105亿
线上交易额

1.5万个
注册商户

- 整合前端多业务系统，中台核心承载交易规则制定、运营管理等职能
- 作为与外部系统统一对接的API数据交换中心，打通信息孤岛
- 中台实现架构、业务、数据一体化，便于数据沉淀，有助于数据分析
- 数据中心包含客户数据、订单数据、商品数据、行为数据等
- 统一归集前端系统业务数据、用户行为数据，构建供销E家全局统一的运营分析、大数据分析体系，用数据智能全方位辅助业务运营