

技术变革与价值创造

2024数字化采购发展报告

DIGITALIZED PROCUREMENT DEVELOPMENT REPORT

发布单位 亿邦智库 (亿邦动力)

联合发布 中国物流与采购联合会公共采购分会

2024年7月

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

01

年度洞察

新质生产力引领数字供应链发展

02

AI变革

人工智能领航数字化采购创新

03

价值创造

供应链协同成就数字化采购最佳实践

04

供应创新

技术与服务创新拉开竞争差距

05

趋势把握

三大挑战四大机遇

ebrun 亿邦智库

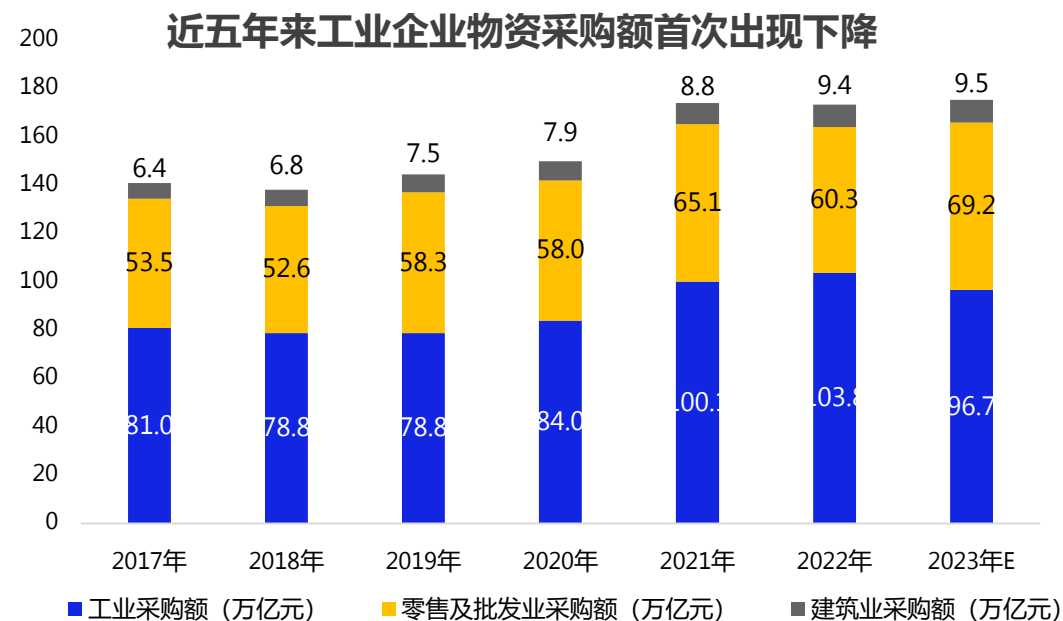
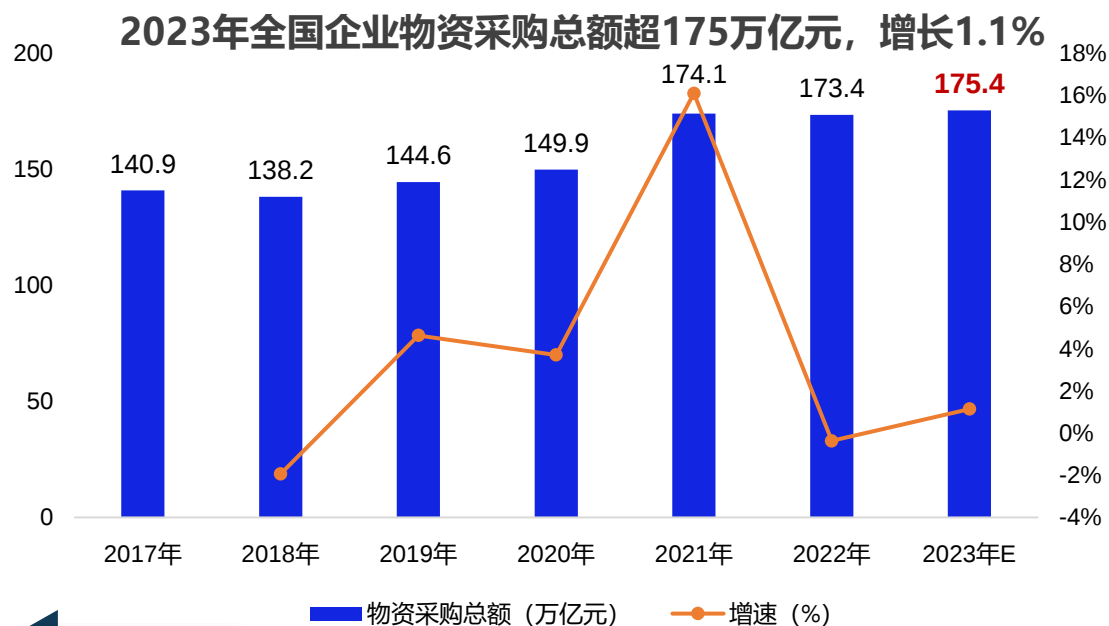
01

年度洞察

新质生产力引领
数字供应链发展

2023年全国企业物资采购总额175万亿元，同比增长1.1%

根据亿邦智库测算，涵盖工业生产、建筑业生产、零售批发业在内，2023年全国企业物资采购总额175.4万亿元，同比增长1.1%；其中工业生产采购额为96.7万亿元，同比下降6.8%，亿邦智库分析认为，根据国家统计局发布的数据显示2023年全国规模以上工业企业实现营业收入133.4万亿元，上年同期为137.9万亿元，同比下降3.3%，利润总额比上年下降2.3%。工业生产采购额的下降受多方因素影响，全球经济放缓、市场需求变化、供应链问题、政策调整、库存调整及竞争加剧等相互作用共同影响工业企业的采购需求。零售批发采购额达到69.2万亿元，同比增长7.2%，占企业物资采购总额的39.5%。



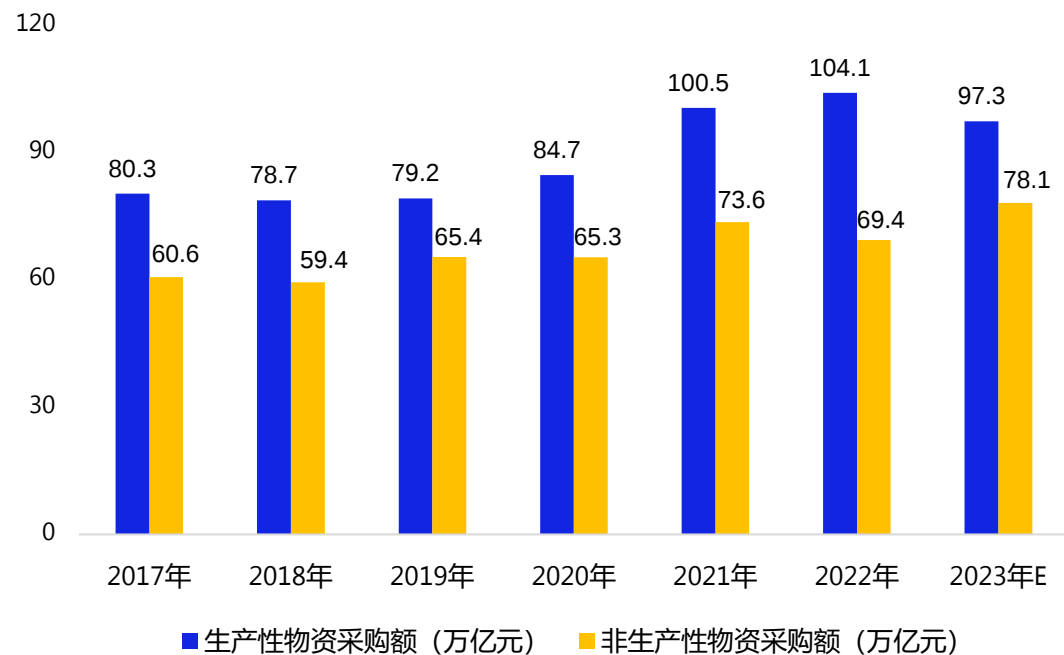
数据说明

- 数据来源：亿邦智库、国家统计局、上市公司数据整理测算，其中2022年以前采用申万对上市公司分类进行数据测算，2023年起采用国民经济行业分类中上市公司数据进行测算。
- 注：将MRO和生产性物资采购总和近似为企业生产过程中所采购的商品总额；零售商品采购额按商品从工厂——批发商——零售商两次流通进行测算。

2023年生产性物资采购额97.3万亿元，MRO采购额8.9万亿元

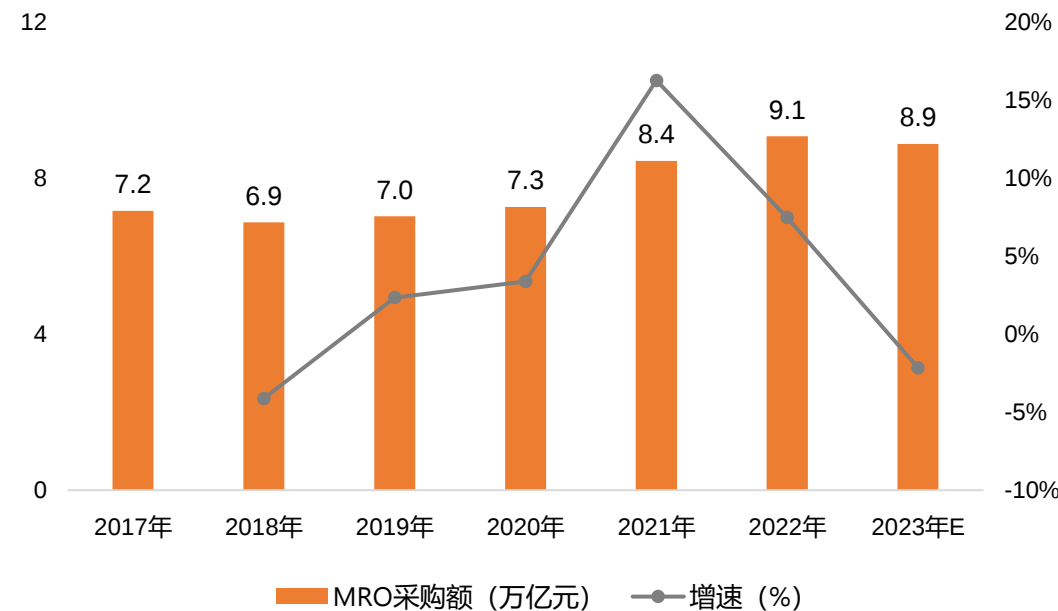
根据亿邦智库测算，从物资采购品类看，2023年生产性物资采购额为97.3万亿元，非生产性物资采购额为78.1万亿元；非生产性物资中工业品MRO采购额为8.9万亿元，同比下降2.2%。亿邦智库分析认为，一方面，MRO采购额的增长态势与工业企业的表现密切相关，随着2023年工业生产采购额下降，MRO采购额也呈现出相应的下降趋势；另一方面，企业通过利用大数据分析和机器学习，可以更加准确地预测MRO工业品的需求，采购更具有科学性，还能有效减少采购额和库存，提高企业运营效率。

2023年全国生产性物资采购额97.3万亿元，与上年相比有所下降



数据来源：亿邦智库根据国家统计局、上市公司数据、抽样调研数据整理测算
注：将MRO和生产性物资采购总和近似为生产型企业（工业及建筑业企业）经营过程中所采购的商品总额，由此估算得出生产性物资采购额。

2023年非生产性物资中工业品MRO采购规模8.9万亿元

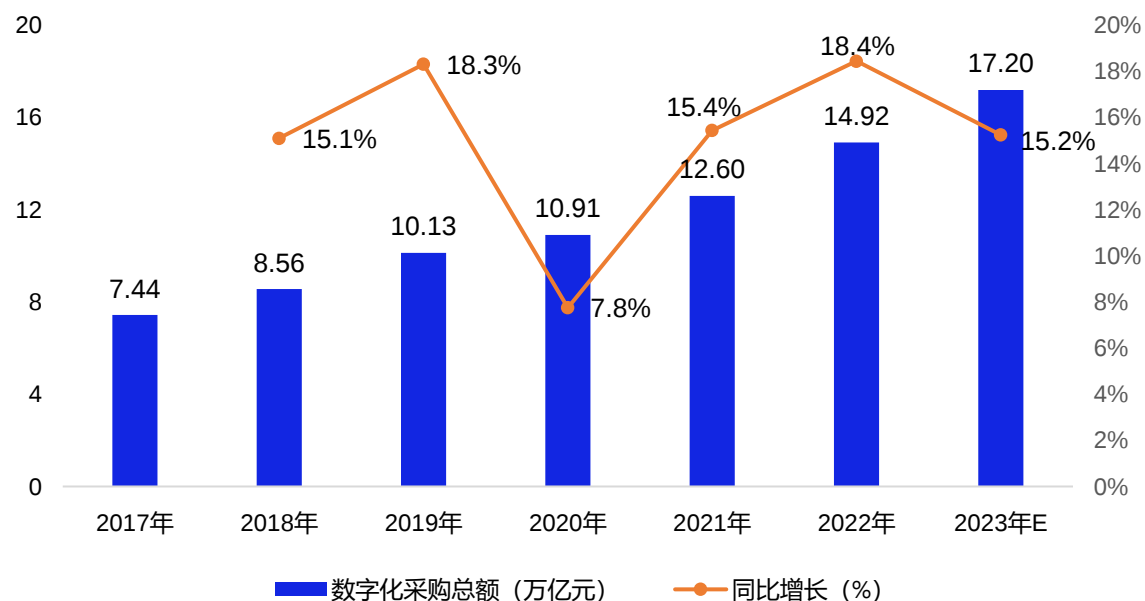


数据来源：国家统计局、亿邦智库调研整理测算
注：根据调研工业中MRO采购额约占工业企业总收入的5%，建筑业中MRO采购额约占建筑业企业总收入的7%，相较于工业和建筑业，零售及批发业的MRO采购额极小，因此将工业和建筑业的MRO采购额近似为MRO采购总额。

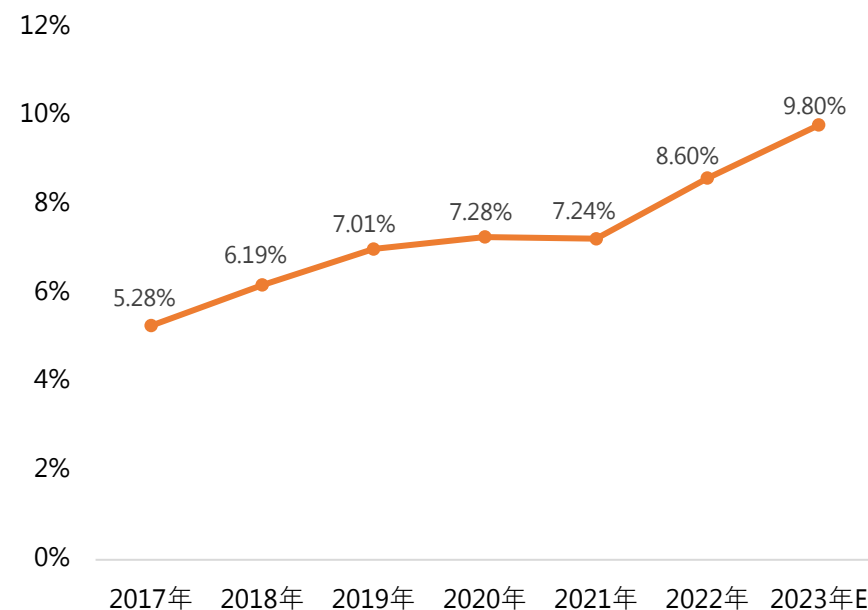
2023年我国数字化采购渗透率达到9.8%，相比2022年稳步提升

亿邦智库分析认为，一方面，政府出台电子商务、数字商务和数字化采购相关支持政策，为数字化采购的发展提供了有力保障；另一方面，随着数字技术的广泛应用，供应链正逐步实现数字化和智能化，数字化采购作为供应链的重要环节，受益于供应链数字化的推进，采购效率得到了大幅提升。根据亿邦智库测算，2023年我国数字化采购总额约为17.2万亿元，同比增长15.2%，数字化采购渗透率达到9.8%，相比2022年提升了1.2个百分点。

我国数字化采购总额及增长率



2023年我国数字化采购渗透率达到9.8%



数据说明

- 数据来源：亿邦智库、国家统计局、上市公司数据整理测算
- 本报告测算以企业数字化采购订单在线作为数字化采购的基础特征，据此亿邦智库采用“企业电子商务采购额”作为测算我国数字化采购总额的基本指标
- 2023年数据以上年数据为基础，参考2023年央国企上网采购率及其变化，调整估计得出
- 2022年数据根据统计报告略有调整。

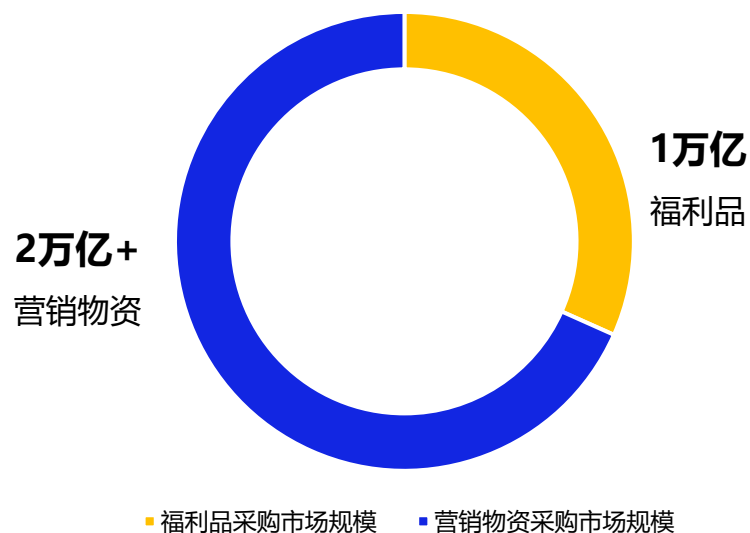
数据说明

- 数据来源：亿邦智库整理测算
- 注：数字化采购渗透率指的是我国数字化采购总额占我国企业采购总额的比例

营销及福利品采购市场规模约3万亿元，数字化采购领域出现第三赛道

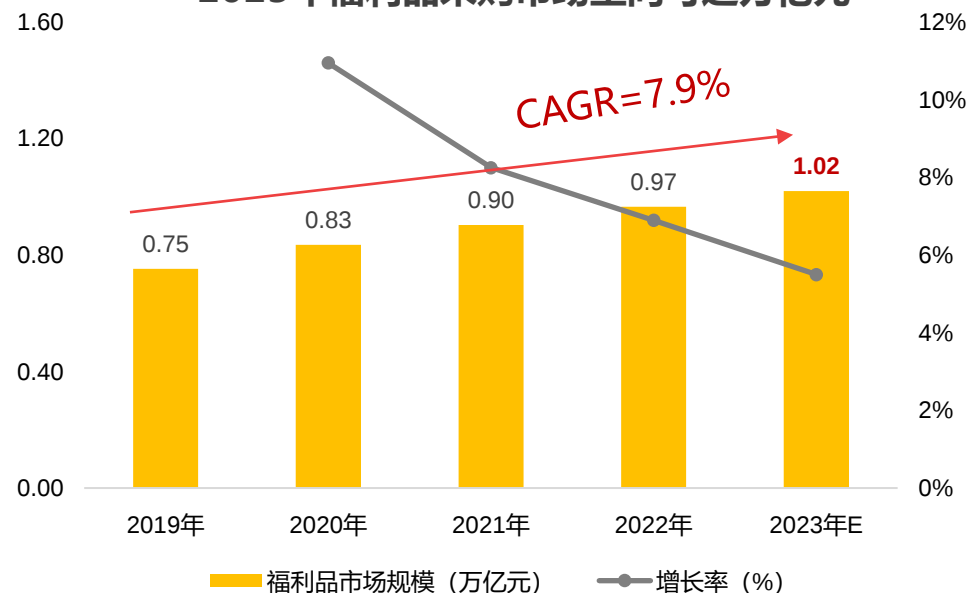
企业对营销及员工福利的个性化、场景化需求越来越强烈。一方面，随着市场竞争的加剧，企业越来越注重品牌建设，对营销物资的需求不断增加，亿邦智库调研了解到2023年全国营销物资市场规模超过2万亿元；另一方面，央国企作为国家经济发展的重要支柱，员工福利政策受国家政策的引导和支持，央国企在员工福利方面的投入也逐步增加。根据亿邦智库测算，2023年央国企员工福利品采购市场规模可达万亿元，近四年的复合增长率为7.9%。以央国企为代表的企业数字化转型进程加快，在采购营销物资和员工福利品时更加倾向于线上采购，线上渗透率将逐步提升，反观营销品服务商大多还是以线下传统服务为主，没有跟上客户数字化转型的步伐。综合来看2023年营销及福利品采购市场规模约3万亿元，数字化采购迎来第三赛道（办公用品、MRO），显示出强劲的增长势头和巨大的市场潜力。

2023年营销及福利品采购市场规模约3万亿元



数据来源：专家访谈、企业调研及国家统计局、亿邦智库调研整理测算

2023年福利品采购市场空间可达万亿元

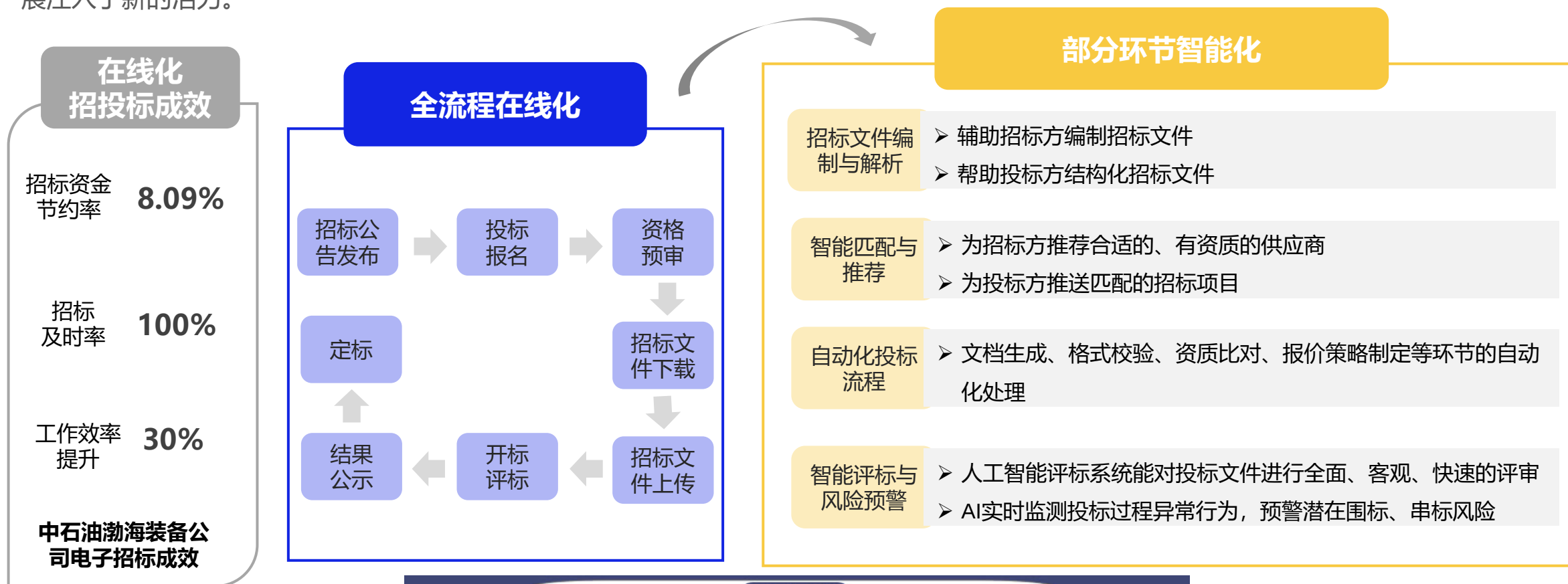


数据来源：国家统计局、亿邦智库调研整理测算

注：根据《企业所得税实施条例》第四十条规定，企业职工福利费支出不超过工资薪金总额的14%，结合国家统计局公布的2022年全国规模以上工业企业工资总额数据，核算央国企员工福利市场规模。

招采业务加速全流程在线化，部分环节智能化

在国家政策和信息技术的双轮驱动下，招投标业务正在经历从线下迁移到线上，再到智能化的深刻变革，业务价值全面升级。全流程在线化实现了信息集中管理、流程透明化、数据实时共享，是招投标业务变革的第一步。智能化技术的应用，则是为招投标业务带来了质的飞跃。通过应用人工智能、大数据分析等先进技术，招投标业务在多个环节实现了智能化，不仅进一步提高了招投标效率，还增强了招投标过程的公正性和规范性，降低人为因素的干扰，深度契合了阳光采购的核心价值——公开透明、公平竞争、规范有序和高效便捷，为招投标行业的健康发展注入了新的活力。



中央企业网上商城从支撑采购管理向数字供应链平台升级

2023年国资委印发《关于中央企业在建设世界一流企业中加强供应链管理的指导意见》明确提出供应链管理的重要性，供应链升级的目标不能仅仅停留在“降本增效”，更需要进行“价值创造”。国资委在加强央企的采购及供应链的管理对标工作指标要求中，“数字采购平台建设”是主要的考核指标之一。央企网上商城的发展是一个逐步深入、不断完善的过程，通过不断的技术创新、管理创新和服务创新，为企业提供更高效、更便捷、更透明的采购服务，并逐步向数字供应链平台升级，推动央企的数字化转型和高质量发展。

业务延伸

从单一品类、单一业务模式升级到全品类、全业务模式

- 主要用于对接第三方电商MRO、办公用品采购
- 多数是撮合、普通贸易模式
- 多数用于内部采购

- 将支持承担大宗、主材、耐辅材、设备、服务等全品类采购
- 支持自营、寄售等业务模式
- 扩展对外、toC等销售场景

管理延伸

将升级为面向全供应链的履约平台，承担透明化、精细化管理的职责

- 仅承担商城采购形式的履约
- 合规性检查、风控手段不足
- 依赖人的决策和运营方式

- 将升级为多种采购模式和采购业务的统一履约平台
- 智能化提升合规、管控能力
- 全面决策与运营

产业链延伸

上游（计划、排产、仓储、物流、结算）；下游（销售、交付、渠道协同）

- 仅和企业内部信息系统进行对接

- 打通上下游，协同更加密切
- 能够更好的提升产业链效率、降低产业链综合成本
- 信息更通畅，业务更智能

供应链管理转型

由保障服务向战略运营转型

- ✓ 供应链定位发生重大变化，在保障集团公司发展经营的基础上，充分发挥供应链管理在创造价值和提升核心竞争力方面的战略作用

由成本最低向效益最优转型

- ✓ 强调合作共赢、全环节价值最大化，注重打造共赢的产业生态，而非一家独大，体现更高的央企站位和产业链供应链领导者角色

由管控为主向管控+价值创造+共建生态圈转型

- ✓ 提升战略支撑能力、资源保障能力、风险防控能力、价值创造能力
- ✓ 加强全周期管理、全过程服务保障、全方位风险防控、全要素效能管控



中央企业网上商城与社会化数字供应链平台紧密合作，提升运营效率

中央企业网上商城运营过程中面临一些挑战，一方面，网上商城运营人员较少，难以支持数百万、数千万SKU的管理；另一方面，MRO供应商数量多、分布广泛，网上商城在筛选和管理供应商时面临巨大挑战，如何确保供应商的资质、信誉和产品质量是中央企业网上商城必须解决的问题。社会化数字供应链平台拥有专业的商品运营团队和成熟的运营流程，能够高效地处理大量SKU，从而减轻中央企业网上商城的运营压力。社会化数字供应链平台在供应商入驻前，已经进行了前置验证和质量把控，包括对商品的品质、性能、安全性等方面的检测，以及对供应商的生产能力、经营状况、信誉等方面的评估。例如某大型央企通过电商集采模式将下属九百多家单位的1000多家供应商减少至6家社会化数字供应链平台（京东工业等），一站式完成6000多个品牌的20万SKU的工业品采购，极大地提升了采购效率。

某大型央企MRO电商集中采购项目评标结果，入围的8家供应商100%为社会化供应链平台。

JDi 京东工业
— 因效而能 —

COLIPU 科力普

领先未来
LEADING



得力集

欧菲斯
OFFICEMATE

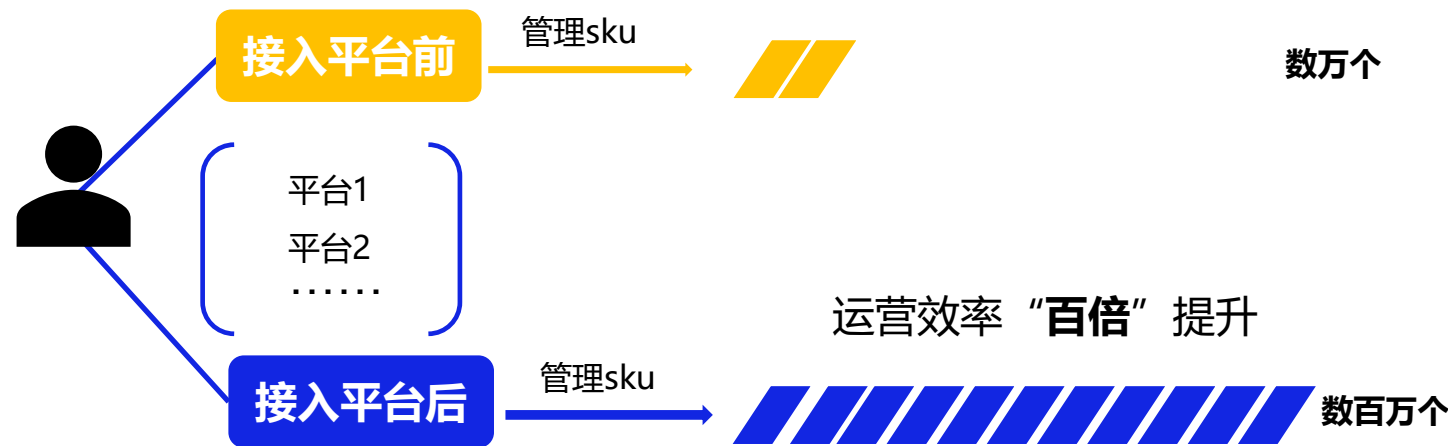
史泰博



XFS.COM 鑫方盛

COMIX 齐心集团

接入社会化供应链平台后运营效率提升



中央企业网上商城推进履约交付全流程数字化

随着数字供应链的不断完善，采购商城“前驱发动机”效应日益显现，为全业务流程提供“前驱”动力。一方面，网上商城逐渐成为一个入口，从原来的办公用品、MRO扩充到招标采购、集采业务，即从招标、采购、履约、验收全要素都可以汇聚到网上商城，通过“一平台”做到全流程业务的可视化、集约化、高效化。另一方面，网上商城服务能力在不断提升，如为供应链提供包括供应商、产品、价格、库存等数据支持；帮助采购方快速找到合适的供应商和产品，缩短采购周期，降低采购成本，提高供应链的效率；优化供应链结构，实时监控供应商履约情况，及时发现潜在供应风险。



主生产资料集采、履约在线化成为中央企业网上商城业务发展新趋势

从网上商城上架商品品类变化来看，呈现出从非生产性物资拓展到生产性物资与工程设备的特点。早期的网上商城主要以办公用品为主，诸如电脑、办公家具、办公设备等，而后陆续上线MRO工业品，如实验器材、电器、电线电缆、工控设备及器件、修理工具等。随着业务的逐步深入，平台商品开始从边缘到主流，如生产制造主要原材料及重大工程相关的主要材料、设备等主生产资料集采，网上商城正在悄然“出圈”。数字技术的发展为主生产资料集采履约在线化提供了强大的技术支持，2024年5月工信部等三部门印发的《制造业企业供应链管理水平提升指南（试行）》提出提升制造业企业供应链管理水平，其核心就是要推动主生产物资BOM线上集采进程。



采购品类拓展

从办公用品、工业品拓展到
生产性物资与工程设备

- 除了现有的办公用品和工业品，央企采购电商平台可以进一步拓展到生产性物资和工程设备等领域
- 包括生产原料、半成品、零配件、工程机械设备等，满足企业生产需求，提高生产效率和降低成本

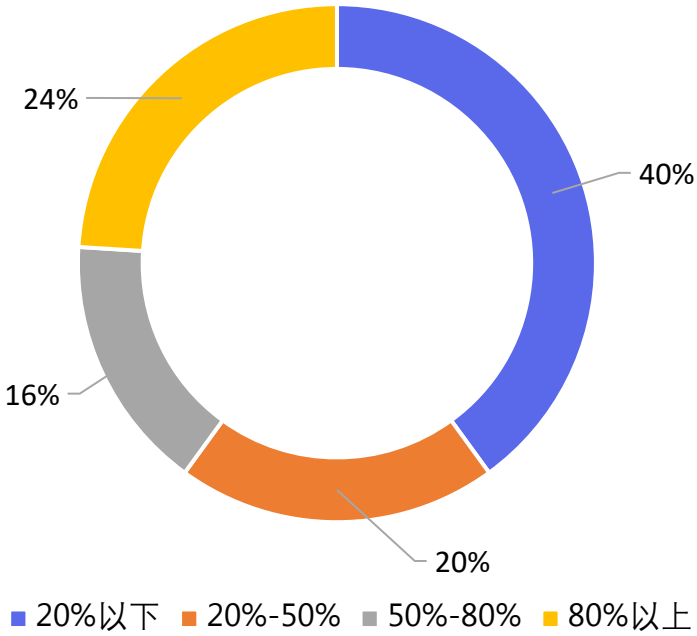


采购项目拓展

从物资采购拓展到
服务类采购

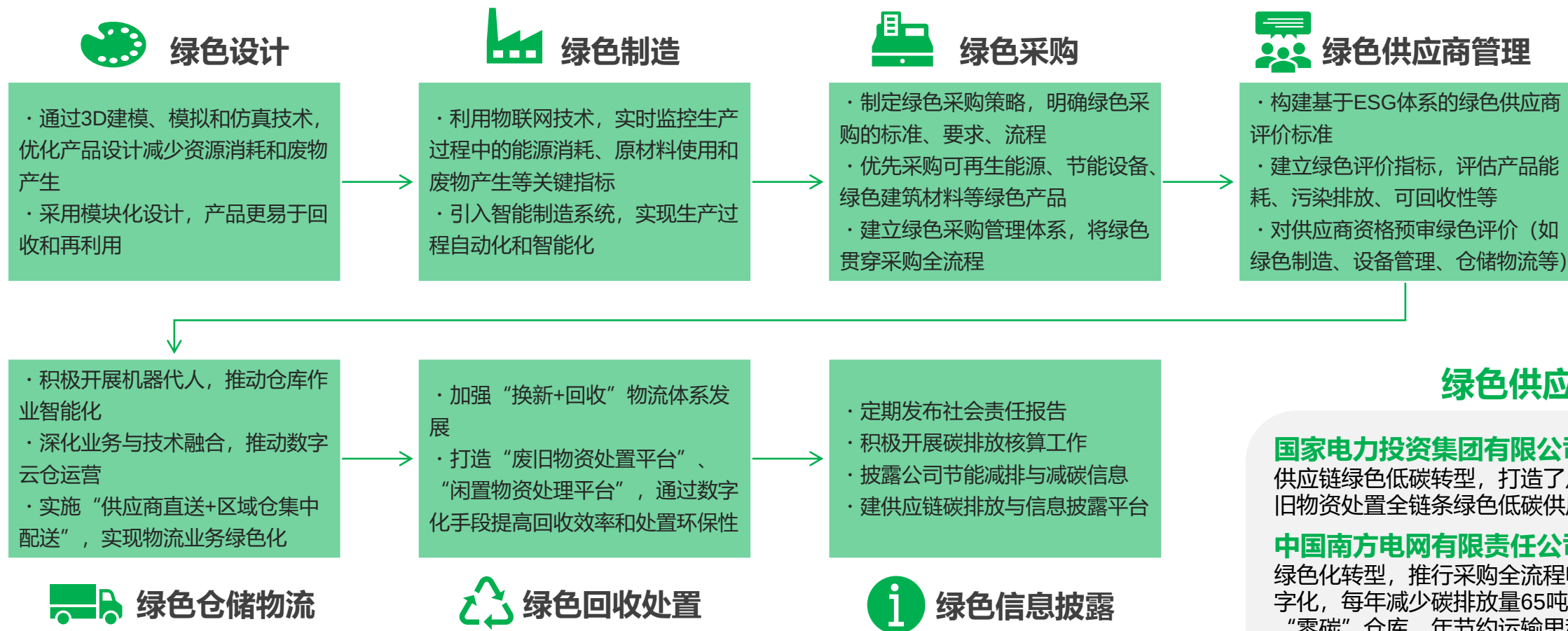
- 央企网上商城拓展到服务类领域，比如工程项目设计、施工、监理等服务，以及信息技术服务、人力资源服务等

四成企业表示生产性物资数字化采购率占比达到50%以上



数字化采购助推供应链全生命周期绿色化

随着双碳政策的提出和实施，绿色供应链发展已成为行业关注的焦点，绿色供应链强调在产品的开发、制造、销售、回收等全生命周期中实现环保绿色化。通过加强绿色技术创新、数字技术应用和供应链协同合作等措施，推动传统产业数字化智能化绿色化转型升级，实现以数字化引领绿色发展、以绿色化推动数字化升级，引导产业链向绿色化、智能化、高端化发展。



绿色供应链践行者

国家电力投资集团有限公司积极推动供应链绿色低碳转型，打造了从设计到废旧物资处置全链条绿色低碳供应链体系。

中国南方电网有限责任公司积极实践绿色化转型，推行采购全流程电子化、数字化，每年减少碳排放量65吨，建成一批“零碳”仓库，年节约运输里程超80万公里，年累计跨区域调拨利用闲置物资1.6亿元，闲置物资利用率保持90%以上。

数字化采购平台服务供应链全球化布局

随着全球化的深入发展和技术的不断进步，采购供应链已经步入了全球化新阶段。工业品出海和全球化采购成为这一阶段的显著特征，它们共同推动了全球经济的紧密连接和高效运作。国资委印发《关于中央企业在建设世界一流企业中加强供应链管理的指导意见》明确指出供应链升级的目标不能仅仅停留在“降本增效”，更需要进行价值创造，在这一背景下，中央企业增强供应链韧性，全球化布局供应链网络。以京东工业和震坤行为例，都在加快出海步伐，将供应链能力向外输出，服务海外本地企业或者出海的中国企业。

京东工业全托管出海服务模式

营销

通过京东工业采购平台实现直达终端客户的精准营销

商品及定价

提供全链路商品数字化管理服务，帮助品牌设置类目归类、便捷地完成价格管控和更高效地进行库存管理

履约

提供境内外履约、境外交付全链路综合服务，一站式关检申报、装运、跨境物流、海外清关服务

结算

提供人民币结算方式，避免汇率、跨境支付带来的风险

震坤行工业品出海服务模式

01

与厂商联合与厂商联合开发震坤行自有品牌，震坤行参与品类开发、生产、上架销售、运输、海外仓备货等环节

02

三方品牌以全托管的形式入驻ZKH美国独立站，震坤行负责选品、产品认证、运输、对客户履约；三方品牌负责产品上架与海外仓寄售，震坤行也可提供帮助

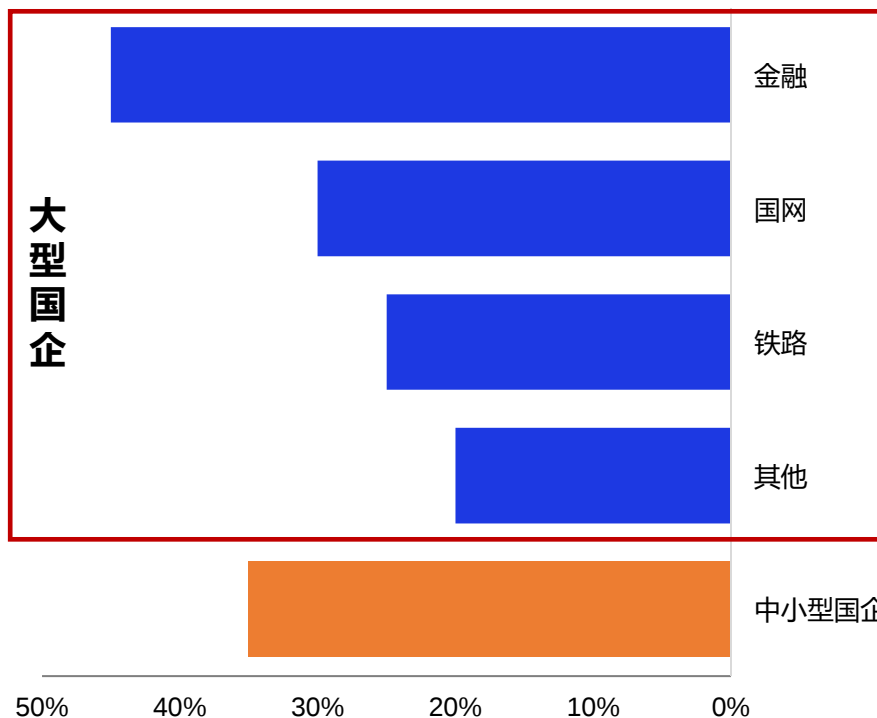
03

半托管形式，震坤行主要负责客户履约，其他环节由商家完成

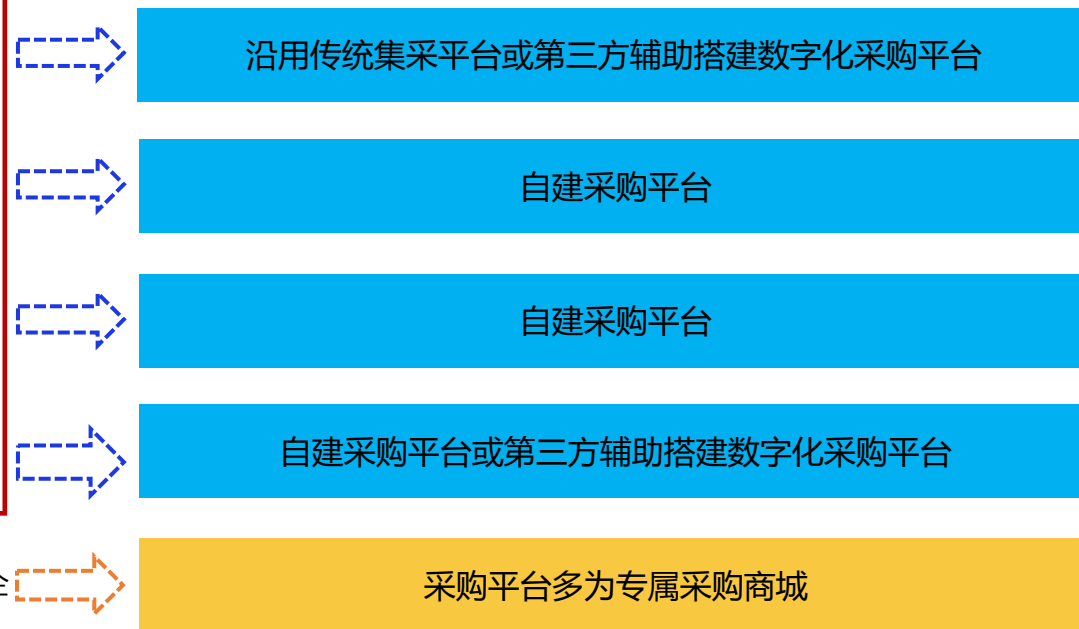
地方国有企业借鉴中央企业模式，开启数字化采购第二波浪潮

数字化转型已是大势所趋，不论是中央企业还是地方国有企业都在积极拥抱数字化。就地方国有企业而言，自建数字化采购系统涉及成本、技术、时间、安全等多方面的因素考虑，因此倾向与外部机构合作。亿邦智库调研了解到，目前一些大型中央企业已经开始尝试帮助地方国有企业进行数字化改造，但不能完全满足地方国有企业的需求；社会化数字供应链平台有技术优势、有完整的解决方案、有完善的售后服务能力等，部分地方国有企业与社会化数字供应链平台进行技术与业务合作，共同开启数字化采购第二波浪潮。

国有企业线上采购渗透率情况



实现数字化采购的主要方式



数据来源：亿邦智库根据公开演讲资料整理

“人工智能+”成为年度政策热点

2024年政府工作报告特别强调了深化大数据、人工智能等研发利用的重要性，并提出了开展“人工智能+”行动，旨在打造具有国际竞争力的数字产业集群。这一决策不仅体现了人工智能技术在国家发展战略中的核心地位，也预示着我们即将迎来一个由人工智能技术驱动的全新时代。国务院国资委召开“AI赋能产业焕新”中央企业人工智能专题推进会，强调央企要把加快发展新一代人工智能摆在更加突出的位置，带头抢抓人工智能赋能传统产业的机遇。会议提出开展“AI+专项行动”的倡议，旨在通过构建从基础设施、算法工具、智能平台到解决方案的大模型赋能产业生态，实现人工智能技术与产统产业的深度融合。



《关于推动中央企业实施创新驱动发展战略的指导意见》

鼓励中央企业在新兴领域如人工智能、大数据、云计算等进行投资和研发，抢占技术制高点



国资委：央企开展AI+专项行动

加强智能算力中心建设，提升数据处理和分析能力，推动跨央企协同创新平台建设，加强企业间合作与交流，共同推进人工智能技术的创新和应用



《关于加快推进人工智能与实体经济深度融合的知道意见》

强调场景创新重要性，以新技术的创造性应用为导向，以供需联动为路径，推动人工智能技术在各个实际应用场景中的深度融合，加速人工智能技术创新和应用



《国有企业改革深化提升行动方案（2023-2025年）》

国有企业强化企业科技创新主体地位，提升企业科技创新引领力和全球竞争力；加大对新一代信息技术、人工智能等科研投入，重视人工智能等战略性新兴产业



2024政府工作报告

深入推进数字经济创新发展，深化大数据、人工智能等研发应用，开展“人工智能+”行动，打造具有国际竞争力的数字产业集群

02

AI变革

人工智能领航
数字化采购创新

数字化采购人工智能应用场景概览

以大数据、云计算、人工智能等为代表的信息技术，加速与实体经济深度融合，推动产业数智化进程。供应链行业迎来了由人工智能技术驱动并开启的新一轮革新，这场变革不仅影响了供应链的管理方式，还重塑了企业之间的合作模式和服务交付过程。应用人工智能技术，采购流程进行了深入的优化和自动化，实现智能决策和预测。当前，生成式人工智能在采购业务中的应用越来越深入，赋能企业高效数据分析、精准采购决策与卓越业务管理。

数字化：利用数字技术改变商业模式（如电商化采购），创造价值与收益

数据业务化

- ✓ 数据价值：实现采购数据互联互通，深入挖掘数据价值
- ✓ 应用范围：采购全业务链条、全流程场景
- ✓ 设计思路：以价值为导向，以客户为中心
- ✓ 战略方向：强调系统间互联、协作、供应

从数据到业务

重构商业模式

系统辅助决策

系统辅助（数字化） VS 系统自动（智能化）

智能化：利用人工智能与算法，创新业务模式，创造新型服务形态

业务智慧化

- ✓ 数据价值：实现多种算法与数据模型，发现数据规律，创造价值
- ✓ 应用范围：全业务链条、全流程场景，提供创新的交互体验与服务模式
- ✓ 设计思路：以价值为导向，以服务与体验为中心，真正满足采购需求
- ✓ 战略方向：强调采购数据标准规范、模型资产

从数据到模型

全新体验与服务

系统自动决策

技术手段赋能运营思维革新

新技术为智能化运营提供支撑工具

- ✓ 人工智能
- ✓ 大语言模型
- ✓ 知识图谱
- ✓ 自然语言处理
- ✓ 大数据&算法
- ✓ 区块链
- ✓ 边缘计算
- ✓ 数字孪生
- ✓ 业务中台
- ✓ 数据中台
- ✓ 技术中台
- ✓ 物联网IoT
- ✓ 云计算
- ✓ 5G
- ✓

数字供应链结合人工智能技术，正在为多个应用场景带来深刻变革和赋能，使“AI+”成为推动行业创新的重要力量。

AI+数据治理

AI+采购评审

AI+采购合同

AI+数字化采购应用场景

AI+价格监测

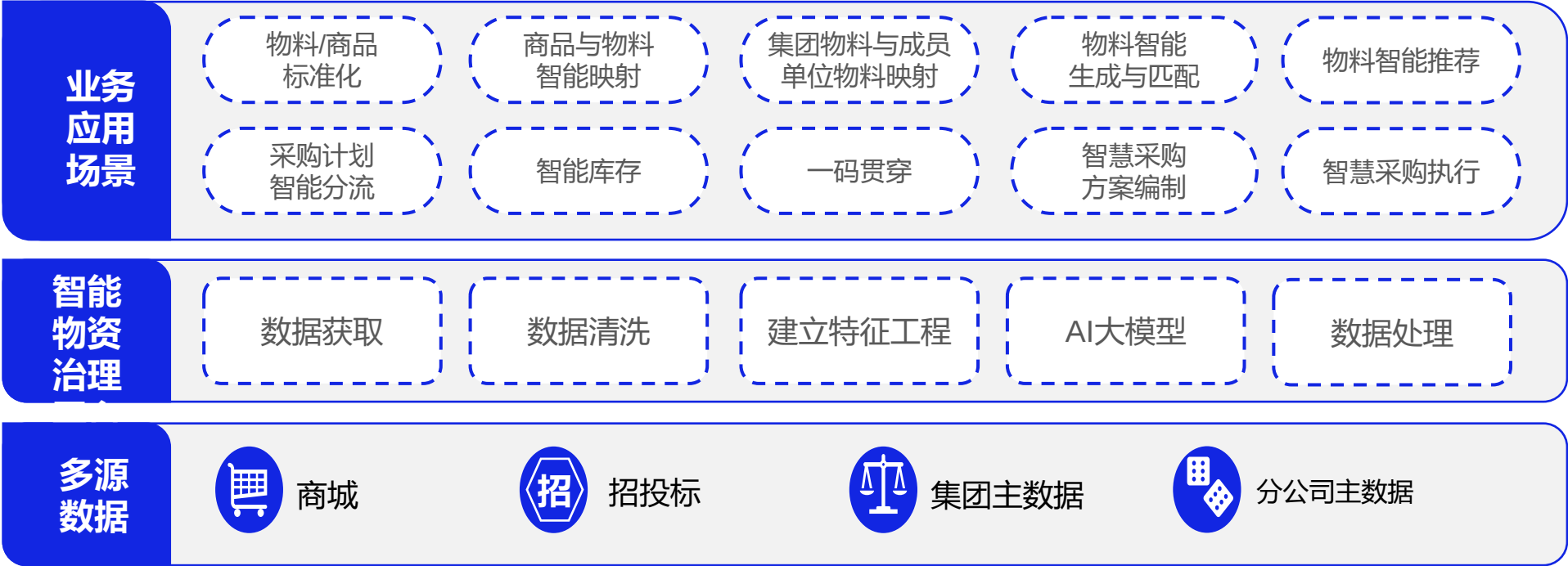
AI+采购助手

AI+数据分析

提高效率、降低成本、增强透明度和可追溯性、促进多方参与和协作，推动供应链的智能化、自动化和高效化转型升级。

AI大模型+数据治理：智能化引领数据价值最大化

AI技术的融入为数据治理带来了革命性变革，AI不仅提升了数据质量，自动纠正错误和缺失值，还通过数据挖掘揭示了数据潜在价值。在数据集成方面，AI实现了自动化处理，提高了效率和准确性。通过算法和模型，实现对海量数据的快速分类、清洗和整合，确保数据质量；实时监控数据流动，识别潜在安全风险；推动数据价值最大化利用。同时，AI通过自然语言处理和智能监控确保了数据合规性和安全性，能够分类数据、识别敏感信息，并防范数据泄露。AI与数据治理的深度融合，实现了数据分类、去重、保护和隐私保护，为企业在数字化时代高效、安全地管理和利用数据提供了有力支持。



案例

中国中煤采购供应链物料数据治理项目，由天源迪科负责实施和建设。通过确立顶层物料管理体系、构建标准规范、建设智慧识物系统，奠定了物料管控与治理体系框架基础。引入AI大语言模型技术，搭建“中煤识物灵镜”大模型底座，研发智能审批、智能搜索、价格监管、物料画像等智能化组件，持续训练提升识别精准度，成功实现了存量数据的有效治理以及增量数据的标准化管控，彻底扭转了物料数据长期无序增长的局面。

该项目依靠 AI 大模型，顺利完成了 3000多个品类，百万级的物料编码和商品数据的治理工作。



通过集成人工智能技术，实现商品数据的统一标准化，促进商品与物料的智能高效匹配，并助力央国企集团与其成员单位在物料管理上的智能协同，从

AI大模型+采购评审：“一键式”智能评审

2024年，国务院办公厅印发《关于创新完善体制机制推动招标投标市场规范健康发展的意见》提出，为进一步提高招标投标工作效率和服务水平，加快推广数字智能技术应用，推广全流程电子化交易。统计数据显示，2019年至2023年全国招标项目数量实现了连续5年自然增长，招标数量骤增，亟需通过大模型技术与采购评标相结合，提升企业采购标准化与智能化水平。国家能源集团运用人工智能技术进行采购场景创新的国内首个“智能无人评审系统”，仅需专家对自动评审出的偏离项进行复核即可完成评审，大幅降低自有裁量权、显著提高评审效率。

智能评审和关联分析展示

智能评标系统可以实现不同采购等级目录及结构化数据的系统应用，并对关联分析内容进行展示，使评标过程更加清晰

自动处理投标人信息

智能评标系统可自动处理投标人的信息，包括财务、资质、业绩等客观指标项，提高工作效率

投标文件自动定位

通过投标文件自动定位技术，将评分标准细则与投标文件响应内容进行自动关联，自动设置投标文件对应页码，点对点审查减少专家评标工作量

智能辅助验真

在评标过程中，系统可以对营业执照、资质证书、财务数据等资料进行详细逐一审核，以确保资料真实性。智能辅助验真功能可以提高审核的效率和准确性

初步评审智能化

初步评审阶段，智能辅助评标系统可以利用人工智能图片文字识别技术对供应商资质、证书等图片材料进行识别，并从中提取文字信息实现智能核验

决策支持辅助

自动计划价格分，系统能根据预设的算法自动计算投标价格分，避免人为计算可能出现的错误。智能评标系统可以根据招标文件中的评审因素，提取投标文件中的关键信息，形成结构化数据，为资格审查、具体评审提供参考依据，为评委提供决策支持

全覆盖

全链路智能化

非招标采购全类别
(物资、工程和服务)

全评审方式
(询价通知单、最低价、综合评估法)

采购文件编制

报价文件响应

评审结果输出

标准化

结构化

自动化

智能化

国家能源集团智能无人评审系统

成效

累计运行 **8万+单**

准确率 **>97%**

AI大模型+采购合同：智能化场景下的效率提升与风险控制

随着业务的快速扩展，采购合同管理变得日益复杂和繁琐，自然语言处理、机器学习和图像识别等先进技术的融入，为AI在采购合同管理领域带来了革命性的突破。这些技术使得AI能够迅速解析海量的合同数据，从中提取关键信息，并提供深入精准的分析报告。AI不仅提高了合同管理的效率，还增强了决策的科学性和准确性，实现采购合同智能化，更透明、更合规。



AI大模型+价格监测：采购价格智慧监管

部分央国企网上商城存在价格差异大、变动频繁，数据庞大、难以实时监控，渠道复杂、管控乏力及商品上架缺审核等价格管控难题。电商平台控价需要综合运用各种策略和工具，通过制度、技术和合作等手段维护市场秩序和公平竞争环境。亿邦智库了解到，有些央国企网上商城已经开始利用AI技术实现实时价格监控、优化定价模型，利用AI技术辅助商家入驻审核、监控商家价格行为等，通过充分利用AI赋能，有效解决价格管控难题。



AI大模型+采购助手：提供采购人员“顾问”及“助手”

在采购过程中，传统采购人员在信息获取、供应商管理、价格波动预测、数据分析等方面都会面临各种挑战，不仅影响采购效率，还可能对供应链的稳定性和采购成本控制产生不利影响。因此，企业需要引入新的技术和方法，如采购AI助手，不仅能提升采购效率，降低采购成本，还能为采购人员提供准确的数据分析和预测，改善供应链管理，提高供应链的灵活性和响应速度。采购AI助手将会成为推动采购行业向智能化、高效化发展的重要力量。

大数据时代，传统采购人员面临的挑战越发严峻

信息获取与筛选困难

采购人员需要花费大量时间和经理去收集、筛选和对比数据，不仅效率低，还可能会因为信息不全或错误导致采购决策失误。



供应商管理复杂

采购人员需要对多个供应商进行管理，包括供应商评估、合同谈判、订单跟踪等。随着供应商数量的增加，管理难度和成本也随之上升。

价格波动与预测困难

市场化价格波动大，采购人员难以准确预测未来价格趋势，从而制定合适的采购计划。这可能导致企业面临库存积压或短缺的风险，增加库存成本。



采购流程繁琐

传统采购流程涉及多个环节和多个部门，如需求申请、审批、招标、签订合同、收货验收等。这不仅增加采购时间，还可能导致信息沟通不畅，影响采购效率。

数据分析能力有限

采购人员往往缺乏专业的数据分析技能，难以从海量数据中提取有价值的信息，为采购决策提供支持。



风险管理挑战

采购人员在采购过程中需要面对多种风险，如质量风险、交货风险、汇率风险等，需要丰富的经验和专业的知识，传统采购人员往往难以全面应对。

业务辅助机器人—交互式采购，更高效、更轻松

大模型技术+RPA+采购业务

- **采买辅助：**可推荐找货、有计划采购、场景化采购
- **办公辅助：**我要结算、我要审批，需求单/计划单据编制草拟等

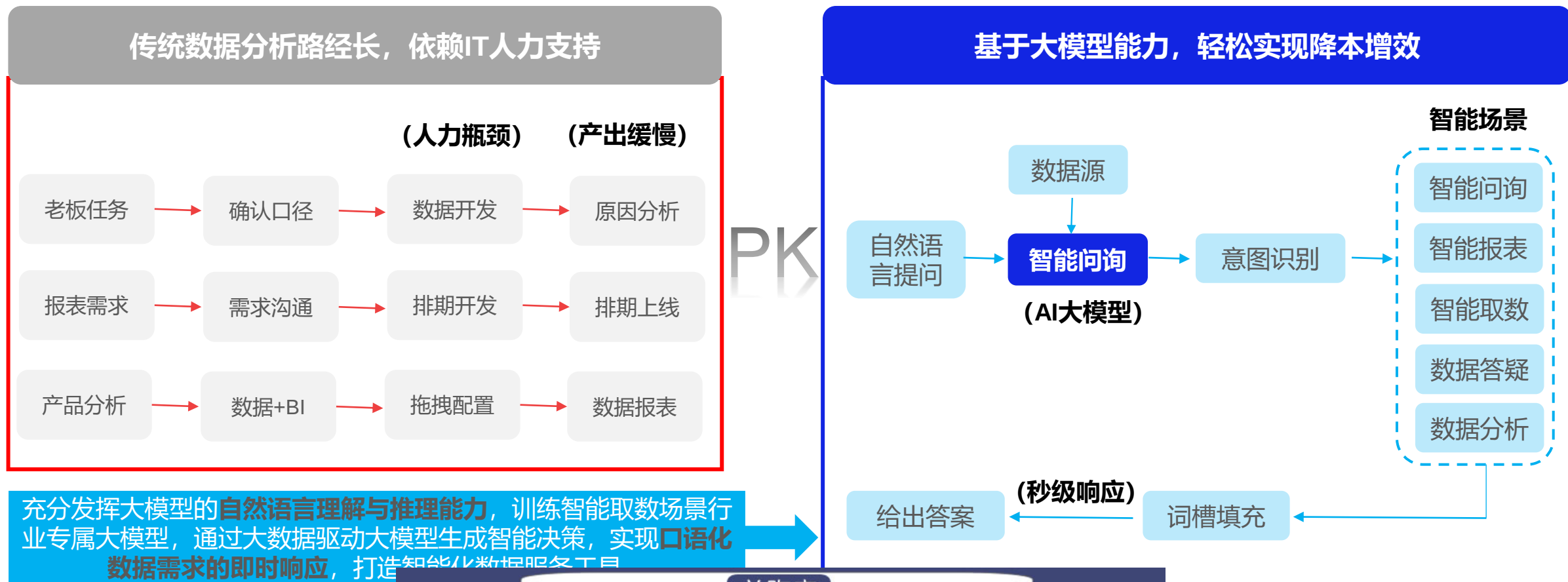
AI助手将成为采购人员不可获取的智能工具，帮助采购人员更高效地完成采购任务，提升采购流程的透明度和准确性。

采购知识问答机器人—采购问题，AI解答

- **企业专属知识，即问即答：**大模型知识是通用的、封闭的，如何与企业知识相结合？通过一键导入，将企业专属知识与大模型知识相结合，形成企业专属知识库，以对话形式获取企业流程、制度与管理规定、操作指引，面向一线采购，即问即答。
- **通用采购知识，快速检索：**通过大模型的对话能力，可回答采购通用知识，如：需求计划应包括哪些内容？可以帮助采购员、计划员等各个岗位快速检索、获取通用采购知识。

AI大模型+数据分析：数据分析及决策参考

数据，作为信息的核心载体，不仅是表达信息的有效方式，更是推动业务水平跃升的关键力量，具备巨大的生产力潜能。在数字化采购平台的运营中，数据分析已深入至每一个业务环节，它不仅能够助力企业精准优化运营管理，降低运营成本，提升运营效率。在AI技术的强大加持使下，数据分析在自动化、智能化、预测能力、风险评估和预警以及智能推荐等方面取得显著的提升，提高了数据分析的效率和准确性，为企业决策者提供坚实的数据支撑和明智的决策依据。

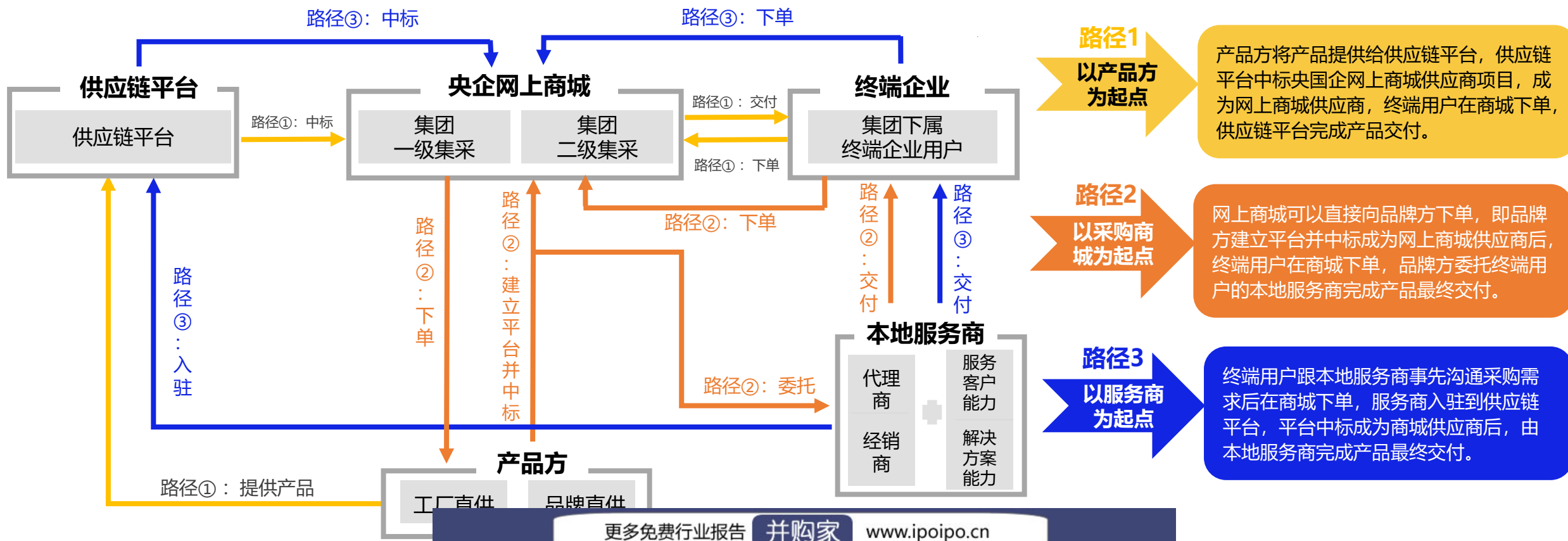


03 价值创造

供应链协同成就
数字化采购最佳实践

中央企业网上商城丰富供需协同模式，释放价值创造新机遇

随着中央企业网上商城的崛起，采购方式正经历前所未有的变革，在数字供应链生态体系中，供应链平台、产品方、本地服务商以及中央企业网上商城均扮演着全新的角色。供应链平台因产品方的积极参与获得了品牌化的新机遇，进一步提升了其在市场中的竞争力和影响力；产品方则不仅限于推广自有产品和寻求品牌化道路，更能够借助平台经济实现更广泛的市场覆盖和业务拓展；中央企业网上商城不仅积极拥抱平台经济，通过整合和优化资源，还为更多品牌提供展示和销售的机会。对于本地服务商而言，这一变革则是一次服务能力和解决方案能力的飞跃，能够更好地满足客户需求，提升服务品质。



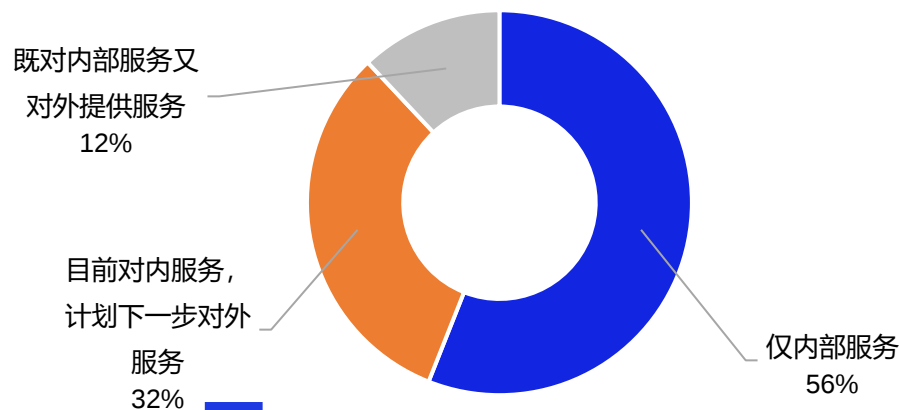
中央企业网上商城社会化服务进程加速，辐射带动产业链数字化

根据亿邦智库调研显示，超过70家的中央企业都建立了网上商城，其中有33家中央企业不仅建立了网上商城，凭借优质的平台运营和供应链管理将网上商城服务由对内延伸对外，实现更多的资源共享和互利共赢。

对外提供社会化服务的部分央企网上商城



超过40%的调研企业网上商城有对外服务能力



一是网上商城建设的目的就是供集团内部应用，完成集团内部的集采，没有对外服务需求。

部分商城未社会化服务的原因分析

二是提供社会化服务，某些特殊类商品（如图书、食品、医疗器械）在商城上架需要具备相应的资质审批或备案，否则商城运营会面临被投诉的风险，部分网上商城为了规避风险不选择对社会公开服务。

数据来源：亿邦智库抽样调研

石化e贸：全套业务在线化规范化加速石化贸易数字化升级

石化e贸通过信息化建设，形成了以ERP系统、客户关系管理系统、石化e贸电商平台、物流信息系统、数据仓库系统等核心应用系统紧密集成的业务支撑体系，实现从客户需求、计划、订单、自营采购、仓储、运输到结算多个业务领域的全套业务在线化；通过对主数据清洗与治理，建立统一中石化商品库，实现规范化管理，推动石化贸易数字化向更高阶发展。

全套业务在线化规范化

建立统一商品库 开展线上产品展示和推广

- 主数据清洗与治理
- 建成中石化5100个产品库
- 建成中石化网上商品电子手册

客户开拓和管理全生命周期在线实现

- 提升客户档案应用，推动客户全生命周期的标准化服务，实现客户管理全面数字化
- 客户开拓全程跟踪

询比价在线化实现 采购流程规范化

- 规范采购流程，将外部资源采购模式从线下协议转为线上询比价，降本减费效果显著

订单在线化实现 销售流程数字化

- 从客户需求、计划、订单、自营采购、仓储、运输到结算全面在线化，业务集成和操作自动化

售后服务线上化 提升客户满意度

- 平台开发专家技术服务管理功能，规范化工产品服务管理
- 为客户提供专家服务咨询和预约服务，满足客户对技术服务的迫切需求

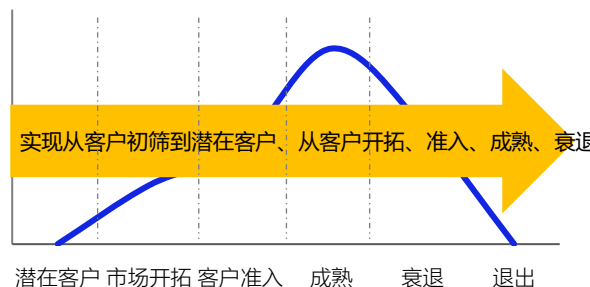
数电票提高销售 服务效率

- 通过与ERP订单传入开具数电票，企业客户可随时下载，节约大量时间成本
- 节约发票邮寄成本24万元，人工成本300万元

合同在线化提高合同 管理水平和效能

- 集数字证书、身份核验、印章管理一体化电子合同解决方案
- 签约合同、框架协议全过程上链存证，签约流转周期从一周变为“立等可取”

客户开拓和管理全生命周期在线化

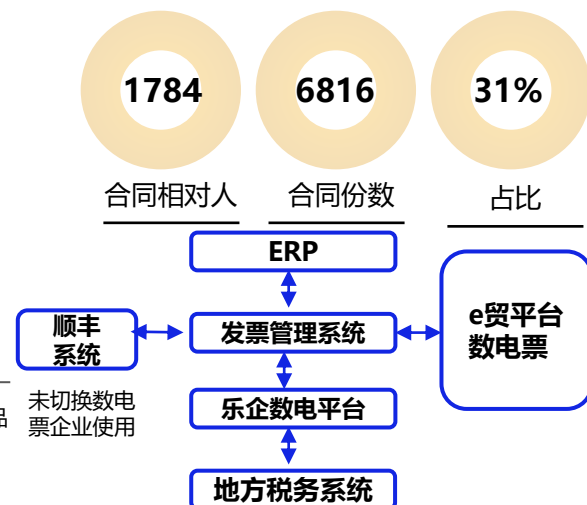
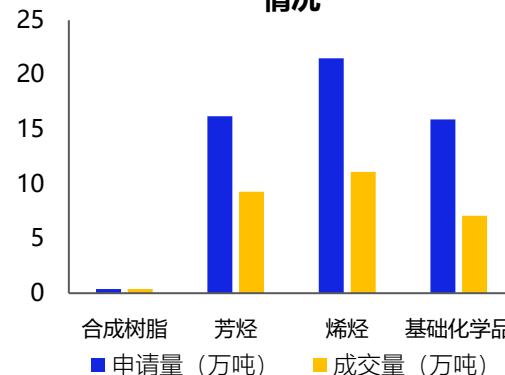


商品库

分类：6个一级、33个二级、99个三级，快速查找
产品：5100个完整商品信息
电子手册：含应用领域、生产企业、生产工艺、加工方式、物性参数等17个维度，快速定位

截至2023年底电子合同签约率超过30%

2024Q1石化e贸平台询比价交易情况



7000万+

更多免费行业报告

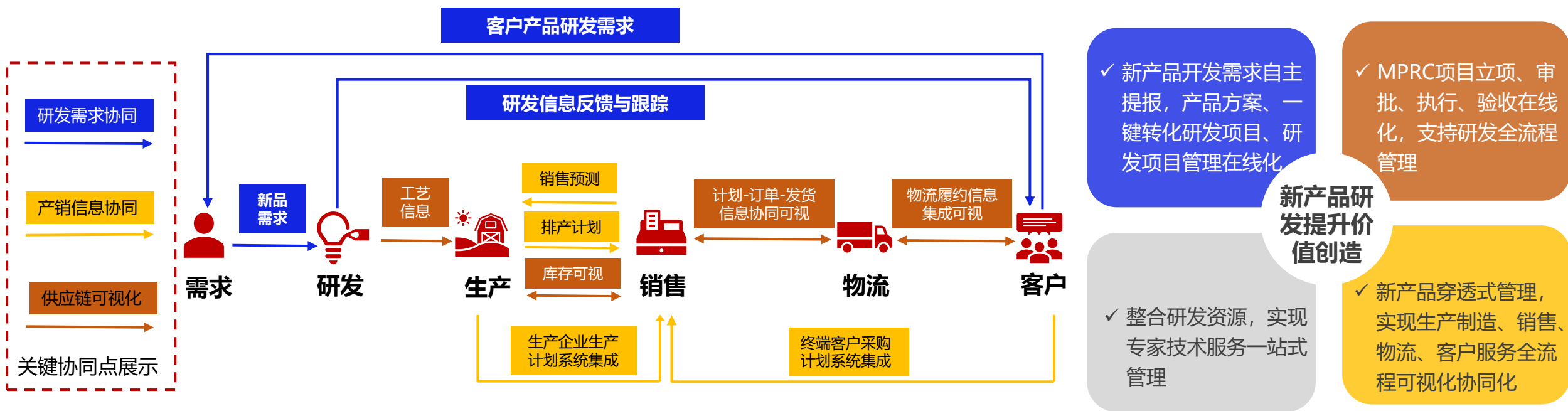
并购家

www.ipoipo.cn

+ 会员企业

石化e贸：新产品研发全闭环管理提升价值创造能力

石化e贸新产品研发实现了从客户需求提报到研发、生产、销售、物流及售后服务的贯穿式全闭环管理，推动了化工新材料开发业务流程规范化，有效连接客户与生产制造部门，不仅提高了产品研发的效率和品质，还确保了产品设计与生产制造之间的无缝衔接，满足客户多样化需求并提高满意度，通过不断创新和优化，推动石化行业的持续发展和进步，为企业带来巨大的价值创造能力。



专家技术服务系统

31家生产企业和2家研究院参与技术服务

133位专家提供线上技术服务

普通产品和MPRC产品
专家服务咨询和预约服务

缩短技术人员与终端客户距离，满足客户需求

及时、高效、一站式专家服务

成果：上线以来，成功收集新需求32条，其中1条顺利转化为MPRC项目，为产品功能的进一步推广和应用提供有力支撑。

易派客：标准引领，助力供应链数字化升级，共建数智化供应链生态

易派客凭借深厚的数字供应链服务实力，致力于为工业企业量身定制供应链管理服务方案，依托平台丰富的供应商资源和标准化的数据体系，提供“一企一面”的个性化一站式服务。易派客免费向平台企业提供“平台+资源+工具”，解决工业企业供应资源不足、信息化投入大、采购不透明等问题，降低管理成本；同时提供独立部署的供应链平台建设服务，实现信息互联互通，助力工业企业供应链数字化转型升级。

“一企一面”独立部署方案：服务内容

采购管理咨询	信息系统建设	电商标准建设	供应资源互通
➢ 协助企业建立合理规范的采购管理体系 ➢ 协助企业制定全流程采购管理制度 ➢ 发挥专家采购优势，协助企业制定采购策略、寻源方案等	➢ 通过建设采购管理系统，对外加强与供应商业务协调，提高工作效率 ➢ 通过建设电子采购商城，可直接在商城实现可视化下单采购，生成订单	➢ 合作共建“国家技术标准新基地（工业品电子商务）” ➢ 协同制定工业品产品质量分级评价标准，倡导高质量发展 ➢ 推进“领跑者”标准	➢ 共享中国石化采购成果和优质供应商资源 ➢ 集成西域、震坤行、鑫方盛等垂直第三方平台 ➢ 5个品类MRO商品集中比选，中选企业价格比主流平台价格低10%-30%

采购商城（SaaS）+ 供应资源+ 管理工具

企业采购商城（SaaS）		
组织管理	权限管理	运营管理
供应资源管理	在线找货	采购决策支持
招标投标	询价寻源	对接ERP/OA等
商品资源	服务工具	技术支撑



中化商务：深入挖掘采购价值提高采购数字化效能，打造绿色低碳供应链

中化商务的化云数智招采平台，围绕招标采购过程前、中、后产业链进行数字化产品设计，提供采购全链条数字化解决方案，利用平台优势，在行业内吸纳各界合作伙伴共同推广和使用，在招采领域引领数字化变革。为构建绿色生态供应链体系，中化商务建设化云零碳产品体系，推动供应链绿色升级，发挥带头作用，打造低碳模式，同时加大资源回收利用领域发力，以数字化推动采购链绿色升级。



云筑：聚焦建筑行业数字供应链，打造产业链新质生产力

云筑，依托自身资源优势与领先技术，打造全方位、高效能的数智化赋能平台；平台不仅为建筑产业链的上下游企业提供便捷的供应链信息共享和高效整合服务，而且致力于引领整个建筑行业的数字化转型升级。云筑不断推出和迭代先进的全链路信息化产品，通过集成先进的技术和解决方案，帮助建筑企业实现成本的大幅降低和运营效率的显著提升，并有效规避业务风险，实现合规风控。在供需撮合方面，云筑充分发挥其在建筑行业垂直领域的资源优势，通过精准匹配供需双方的需求，促进产业链的优化和升级，推动产业链内企业的协同发展，为整个建筑行业注入新的活力和动力。

五大互联网平台

寻源平台

- ✓ 一站式撮合服务
- ✓ 供应商资源丰富
- ✓ 业务流程短
- ✓ 结构化信息存储

物资交易平台

- ✓ 一站式建筑物资自营商城
- ✓ 货源正规、品类齐全、合规高效

数科平台

- ✓ 提炼全流程数据价值
- ✓ 信贷全生命周期管理
- ✓ 信融宝：供应商信用类融资
- ✓ 保理易：建筑企业反向保理
- ✓ 保险易：替代投标保证金
- ✓ 到货融：数据增信融资

物流平台

- ✓ 搭建行业级物流平台
- ✓ 实时追溯物流路线
- ✓ 物流运单时时可视
- ✓ 助力建筑物资准时达

工匠职聘平台

- ✓ 首创行业领先的数字信用与职业等级双认证体系
- ✓ 提供精准、便捷、信任的专业招聘服务

四大数字化系统

招采系统

- ✓ 深入采购供应链，全方位提升招投标作业效率
- ✓ 阳光合规，成本控制
- ✓ 工期控制，风险管理

商城系统

- ✓ 采购在线化，降低采购成本，规范流程透明
- ✓ 根据客户定制化需求，打造专属SaaS商城

收验货系统

- ✓ 实现项目物资交付环节全方位管控，提高物资管理效率
- ✓ 无人值守称重方案、独立化部署、防作弊系统

劳务管理系统

- ✓ 建筑工人全生命周期智慧管理，提升建筑施工安全效能
- ✓ 云筑劳务SaaS平台、云筑智造、智慧数据管理

采购商

数字招采
曝光机会

搜索匹配
供需会议

AI推荐
增值服务

资源专区
技能培训

供应商

3000+ 采购商

17

更多免费行业报告

并购家

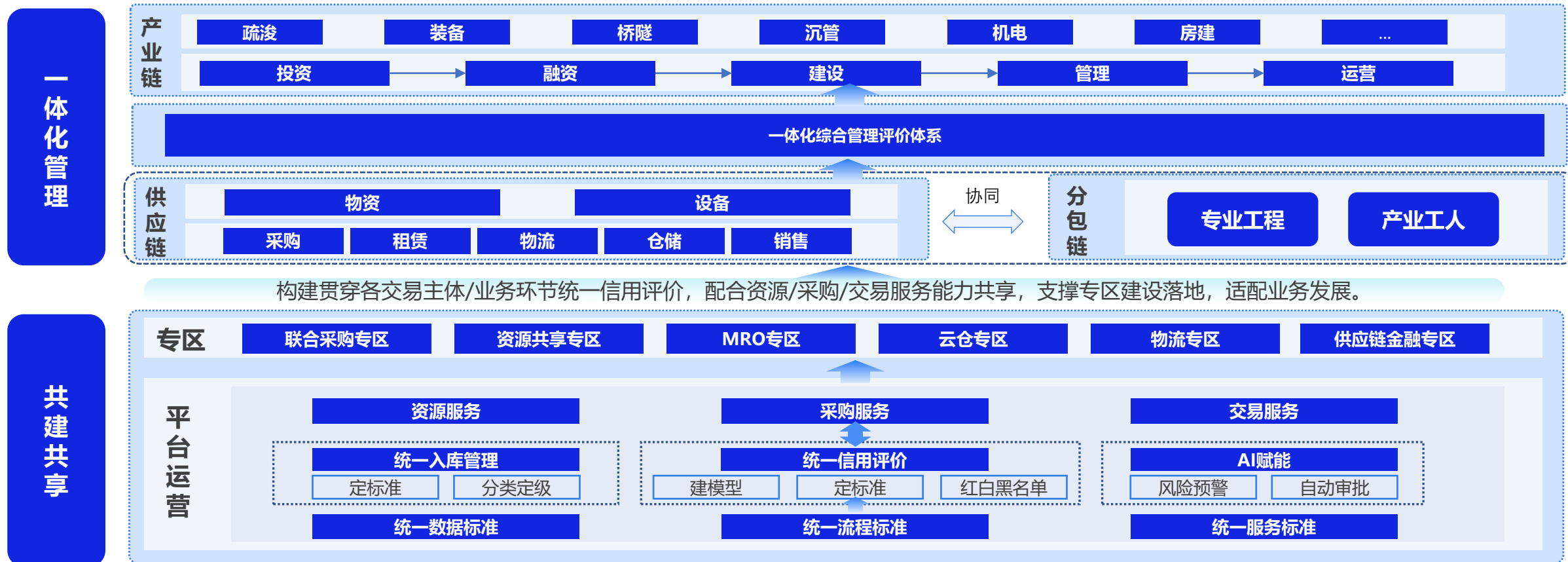
www.ipoipo.cn

商

310万+ sku

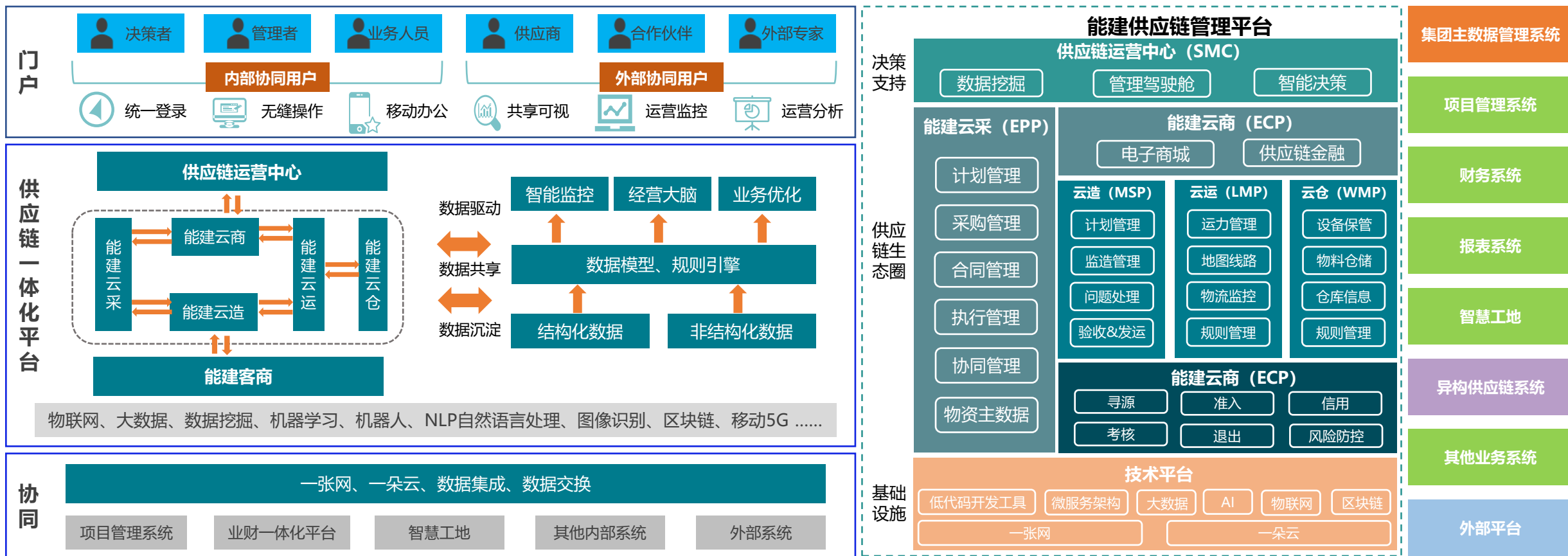
中交：构建“三链”平台，AI赋能产业链供应链分包链韧性安全

中交集团基于供应链管理，拓展全产业链交易场景，提升产业链、供应链韧性和安全水平；构建贯穿各交易主体、重点管理环节的统一信用评价体系，适配“红白黑”名单，优化战略合作；实现全品类线上采购，建设招标采购履约服务等业财一体化全流程闭环供应链体系；构建统一底座、统一标准、统一资源库、统一交易/采购服务，以“大平台小专区”的方式，实现供应商、分包商、产业合作商分级分类管理，指导与管控采购交易服务；通过AI 赋能，提升数智化创新能力，优化资源配置水平，促进产业创新发展。



中国能建：构建全链高效协同、自主安全可控的现代供应链管理体系

中国能建发布供应链发展规划，强化资源整合、生产保障、价值创造和发展支撑能力，在内部一体化发展和内外部融合发展方面取得显著成效。中国能建采用标准、数据、架构、应用、管理“五统一”的设计理念，运用“云、大、物、移、智、链”技术，基于公司“一张网、一朵云”信息高速公路建设“6P一中心”供应链管理一体化平台，实现一数之源、一源多用、全链管理；聚焦提升供应链精细化水平，推行采购策划、采购预算、需求计划、采购计划“四位一体”成本控制机制，精准控制成本。



|| 国网商城：引领行业级供应链创新数字化采购平台

国家电网公司倾力打造“九中心一商城”行业级供应链公共服务平台，为支撑绿色现代数智供应链建设，构建了电商化采购体系架构。其中，国网商城是国网公司实施电商化工作的支撑平台，已经实现了履约全过程的线上化执行、确保全要素无纸化交付，并在全环节实施规范化管理，这些创新实践不仅保障了供应链数据的可追溯性，还提升了整个供应链的透明度、规范性和效率，同时实现了低碳节能的目标；应用新技术推进电商化横向集成产业链，推动业务贯通、资源互补、协同运营。

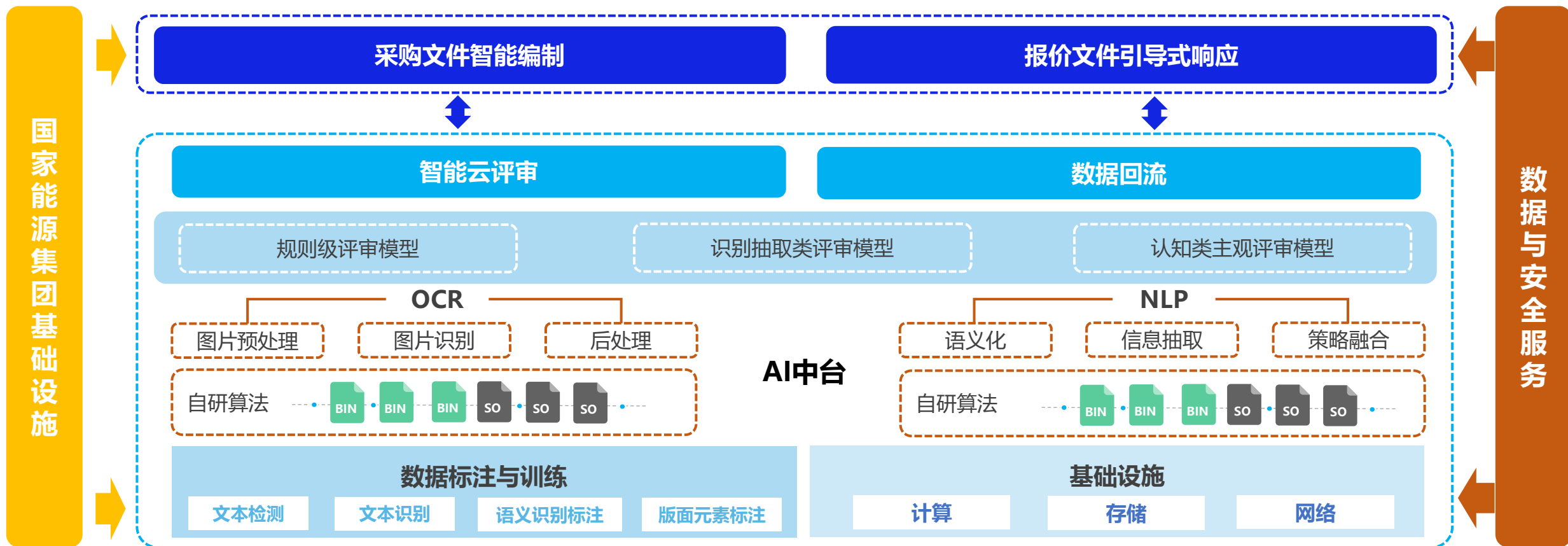


服务采购用户 147万个 供应产品 5万个 上架商品 2000个 年交易额 1800亿元

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

国能e购：国内首个采购智能无人评审系统，掀起行业范式革命

国能e购利用人工智能技术，结合非招标采购业务实际，自主研发“国能e购智能无人评审系统”，国内首家实现非招标采购评审过程的智能化。系统依据“国产化、绿色化、低侵入”的设计原则，按照“标准化-结构化-自动化-智能化”的建设思路，建设了一套从采购文件编制、报价文件响应、评审结果输出为一体的智能化采购解决方案，实现非招标采购全类别、全评审方式全覆盖，上线运行8万余单，准确率超97%。智能无人评审系统，创新采购行业合规管控手段，推动采购行业业务模式革命，实现人工智能技术与数字供应链产业的创新融合。



华能智链：大模型+智慧供应链构建能源电力行业供应链新质生产力

上海华能电子商务有限公司，作为华能集团物资供应中心重要载体，打造“华能智链”平台，为能源发电行业提供全面业务场景、科技应用与服务体系；通过数智科技，公司构建产业互联网生态服务平台，实现采购、物流、仓储、数字信用、供应链协同等一站式智慧供应链集成服务，实现能源电力供应链的全过程追溯、全场景调度和全方位风险预警与防控，促进供应链、数字链、创新链与能源电力生产的深度融合，为整个行业带来了降本增效的效益，并构建了可持续发展的能源电力产业生态圈。



降低采购成本 >10%

供应商

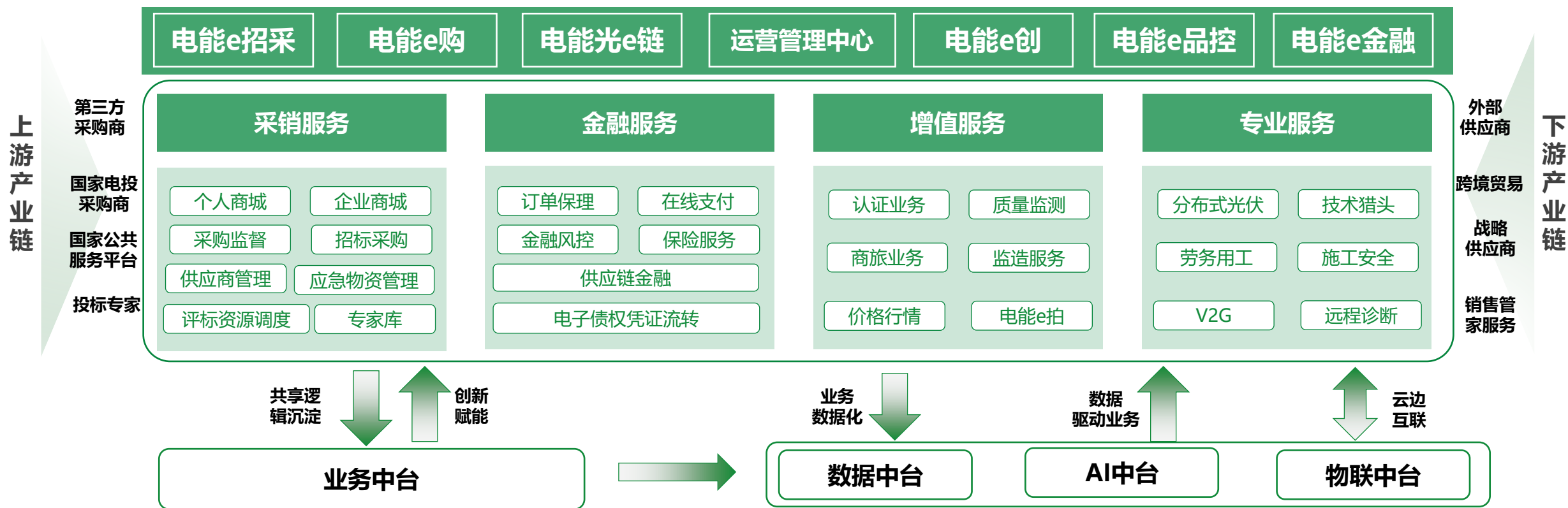
更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.cn

万+

物资供应周期缩短 30%

国家电投：“六e一中心”驱动智慧供应链新动力

“六e一中心”智慧供应链体系是中国电能围绕国家电投“2035一流战略”，全面推动供应链管理平台体系数字化转型的重要成果，该体系旨在打造具有国家电投特色的供应链管理生态，降低运营成本，提高供应链的效率和稳定性。其中，“电能e招采”、“电能e购”实现四流合一，推动供应链数据要素便捷化流动、网络化共享、系统化整合和高效化利用，大幅提升资源配置效率；“电能光e链”通过数智引领，助力供应链绿色赋能，形成发电收益超8000万元；“电能e创”、“电能e品控”、“电能e金融”以创新驱动，深化供应链价值创造。



25万用户

更多免费行业报告

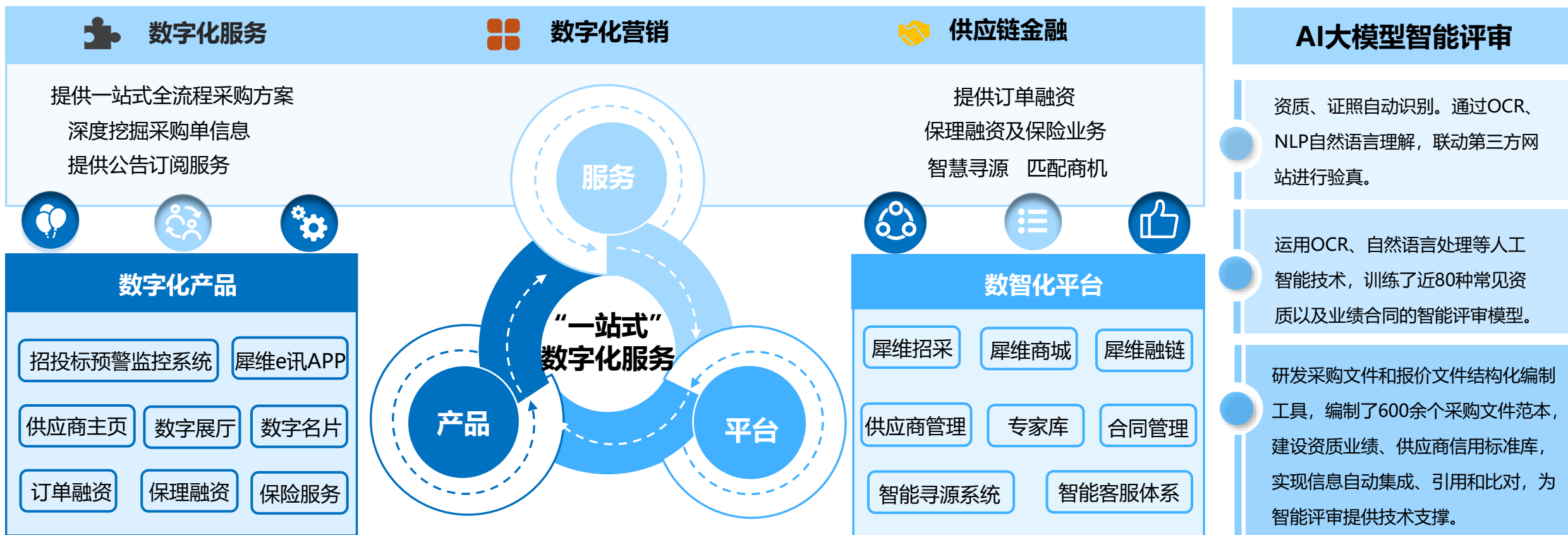
并购家

www.ipoipo.cn

1200+亿电商交易额

大唐犀维电商：创新全方位数字服务体系，提升供应链价值创造能力

大唐犀维电商致力于电力行业供应链平台建设，聚焦供应链数字化产品研发与应用，探索增值服务新模式，促进上下游产业链整合，打造协同数智供应链，加快发展“一站式”数字化产品及服务，构建“平台、产品、服务”三位一体运营体系，夯实技术底座，深入挖掘数据价值，提升供应链价值创造能力。大唐电商通过大数据与AI大模型的应用，构建行业技术领先的“大数据辅助+AI大模型智能”评标体系，在招标采购领域实现了显著创新，为企业的高质量发展提供了有力引领。



降低采购成本 >20%

供应商

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

+

服务用户数 1000+

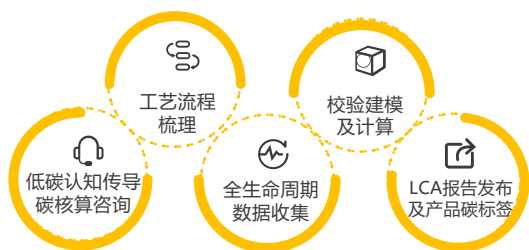
欧贝：建设上下游协同发展的工业品供应链新生态

欧冶工业品通过专业化整合、平台化运营、生态化协同、市场化发展、多元化混改，形成线上线下完整的供应链生态服务能力，致力于成为工业品供应链服务引领者。欧贝生态平台，深度解析供应链全景，立足解决行业痛点，以“六全”为核心，为工业品生态圈参与者提供四流耦合、创新业务、基础设施等多层次服务，汇聚生态资源，共建工业品数智化和低碳化新生态，并为生态各方在规范、降本、增效、提质等方面创造价值，助力生态圈数字化、低碳化转型发展，促进数字经济与实体产业融合发展。



欧贝零碳：以工业品全生命周期碳核算助力企业低碳发展

供应链环境绩效正日益受到全球广泛关注。欧冶工业品全力打造工业品碳核算系统平台——欧贝零碳，以数智化技术为驱动，提供工业品领域最专业、最全面、最高效的碳足迹核算及碳数据服务，推动行业碳排放核算标准体系构建，助力企业低碳发展，积极建设工业品绿色低碳供应链，树立绿色低碳发展示范标杆。欧贝零碳遵循ISO14067国际标准的LCA生命周期评价理论（Life Cycle Assessment），通过构建模块化碳核算模型和高效便捷的数据收集规则，实现对复杂的工业品碳排放原始数据的高效梳理、快捷核算和规模化运营。截至2024年6月，已协助超过1400家企业核算碳排放数据，签约核算产品数超过4100个，发布碳足迹报告近4000份。



累计工艺模型**4700**个+

平均评价周期**4-6**周

LCA碳管理专家**30**位+

零碳运营服务

碳足迹核算

碳认证

碳标签

碳基准值

工业品碳数据库

区块链存证

基础运营服务

会员注册、审核

电子签名

客服中心

在线支付

消息中心

数字云共享

基础设施

容器存储

开放架构

标准接口

微服务

覆盖工业品类**500**个+

服务企业数量**1400**家+

签约产品数量**4100**个+

碳足迹报告数量**4000**份

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn



碳足迹核算

- ✓ 传导低碳认知，产品碳足迹核算咨询；
- ✓ 帮助企业收集从摇篮到大门的各种活动水平数据；
- ✓ 基于国际标准+专业模型开展产品碳足迹核算并出具产品碳核算报告。



碳数据服务

- ✓ 提供产品碳足迹报告查询及下载服务；
- ✓ 建立覆盖中国工业品多行业多品类的碳数据库，为行业、企业提供工业品实际碳核算因子数据。



低碳数智转型

- ✓ 通过碳排放监测、在线试算，减碳分析，可视化、一站式满足企业对持续降碳的数智化需求；
- ✓ 建立绿色低碳产品应用机制和清洁运输体系，打造工业品绿色低碳供应链。



碳标签产品推介

- ✓ 帮助企业在欧贝平台发布产品碳标签；
- ✓ 通过低碳评价，为企业宣传低碳产品；
- ✓ 打造工业品绿色采购管理体系，满足下游客户绿色采购需求。

|| 龙腾云创：供应链数字化协同，赋能金属矿产供应链安全可控与提质增效

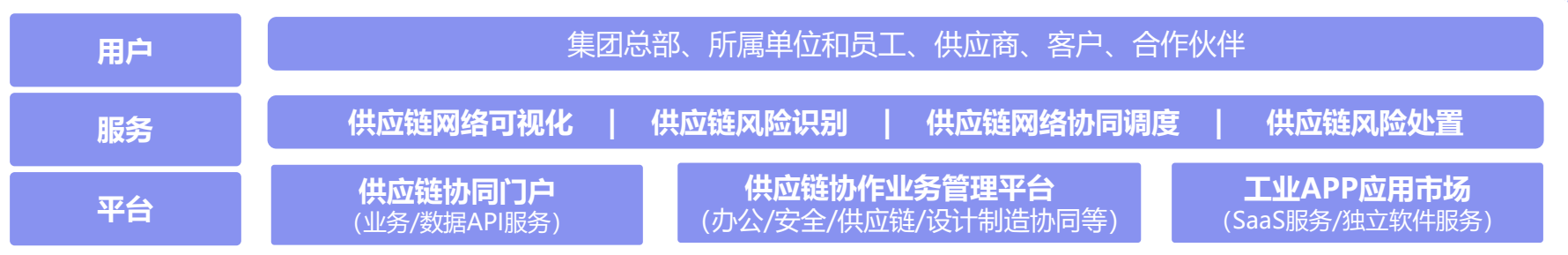
龙腾云创专注于大宗商品供应链一体化服务，通过一体化协同和数字化赋能，强化金属矿产供应链保通保畅能力，提升供应链全要素一体化协同竞争力，推动贸易物流行业提质增效。公司聚焦关键物流节点卡位和优势区域，布局自建库和自管库、监管库，通过轻资产运营满足仓储需求；在分散区域，通过数码仓和数据交互实现仓储线上化，提高货物可控性；构建“通道+枢纽+网络”物流运行体系，打造多式联运平台，提供一站式全流程物流服务，实现物流信息互联互通和全程数字化、可视化、智能化。



中航国际金网：创新供应链协同平台方案，为产业链企业提供全面数字化升级服务

中航金网基于“平台+技术+生态”的稳固架构，以“数字化供应链协同平台”为定位，致力于为产业链企业带来全方位的数字化升级服务。中航金网积极倡导并践行生态共建的理念，推动数字化资源的共享、共用与共创，通过市场化运营手段，构建跨网络、多层多级供应链生态体系。该体系不仅提供资源共享和开放服务的平台，还具备严格的安全防护措施，形成一套行业领先的数字化协同基础设施，为产业链企业提供坚实的支撑和保障。

供应链服务



为**链长**提供数字化多维管理服务，加强链长在行业管控、全局统筹优化的整体能力，助力链长更好履行“司令部”“参谋部”职责。

为**核心企业**提供跨网络、跨层级的多方业务协作能力，拓展企业管理视野和业务半径，实现主营业务降本增效与高效运营。

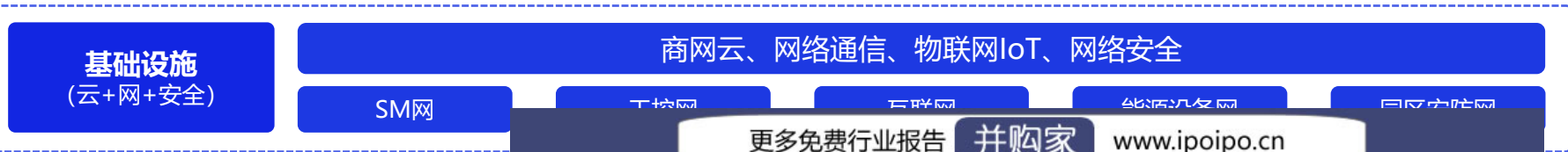
联合内外部产业资源方，为**行业中小企业**赋能，提供一站式工业互联网+工业APP服务，降低企业数字化转型门槛，提升全产业链生产与服务效率。

数据智能驱动，实现航空供应链的高效资源管理。通过关键物料全链路数据收集与分析，建立多维度知识型共享物料库，让**产业链成员**准确了解和把握关键物料的全局情况。

供应链中台



数字化底座



04 供应创新

技术与服务创新
拉开竞争差距

产业图谱

央国企平台

供应商

技术服务商

基础支撑

央国企

政府

金融机构

军队军工

高校

大型企业

SME



供应链平台



品牌平台



第三方技术服务商



云服务



标准服务商



金融服务



仓储物流服务



基础服务商



更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

京东工业：整合工业品和工业科技优势，提供工业供应链一体化综合解决方案

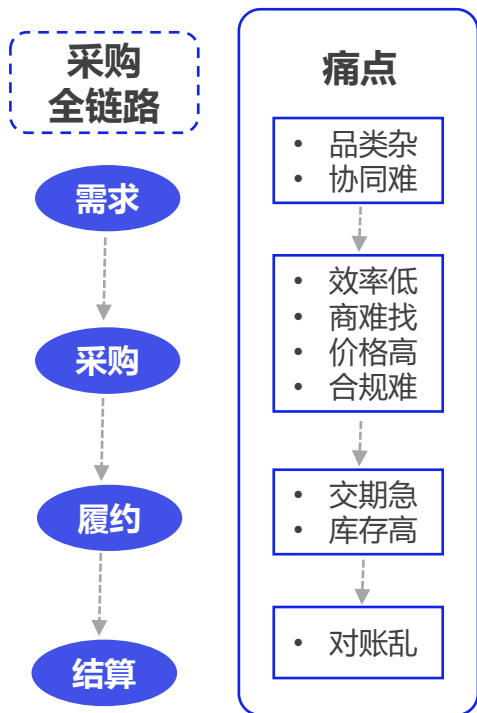
京东工业已服务7000+重点企业客户和260万+中小企业，包括50%+的中国《财富》500强企业及40%+的在华全球《财富》500强企业。京东工业基于京东工业品最佳业务实践和京东工业科技服务的整合优势，推出太璞数智供应链解决方案，实现供需的最优匹配，降低社会化协同成本，提升全要素生产率。太璞围绕需求数智化、采购数智化、履约数智化、运营数智化形成了一系列技术服务产品，不仅打造了超级商品供应链，还提供从咨询诊断到顶层设计、再到系统搭建的多样化服务，为供应链的数智化转型提供全方位支持。



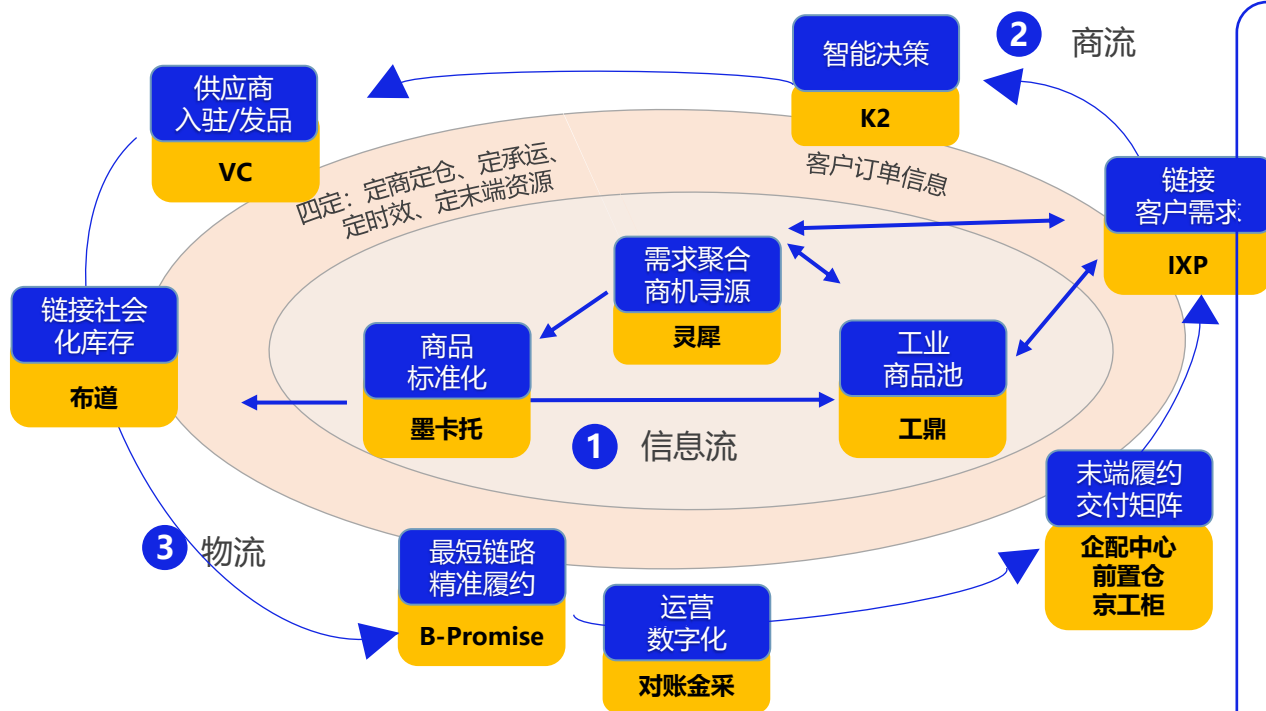
京东工业：构建工业品行业信息高速公路，链接供需两端实现供应链全链路数智化

工业品行业存在供需两端高度分散、分销层级冗余、海量非标准化商品、采购流程及供应链管理低效和高昂的沟通及交易成本等问题，根本原因是供应链数据不通，信息不畅，太璞数智供应链解决方案系统性地帮助供应链供需两端实现数智化：在供给侧，对接外部供应商的需求，通过IPNP技术聚合海量供应商，链接需方计划与库存，缩短中间环节，通过智能决策实现供需的最优匹配和高效协同；在需求侧，完成内部供应链的数智化，包括企业自身内部需求计划、管理、供应商管理、财务打通等。

工业品行业痛点



供应端数智化



需求端数智化



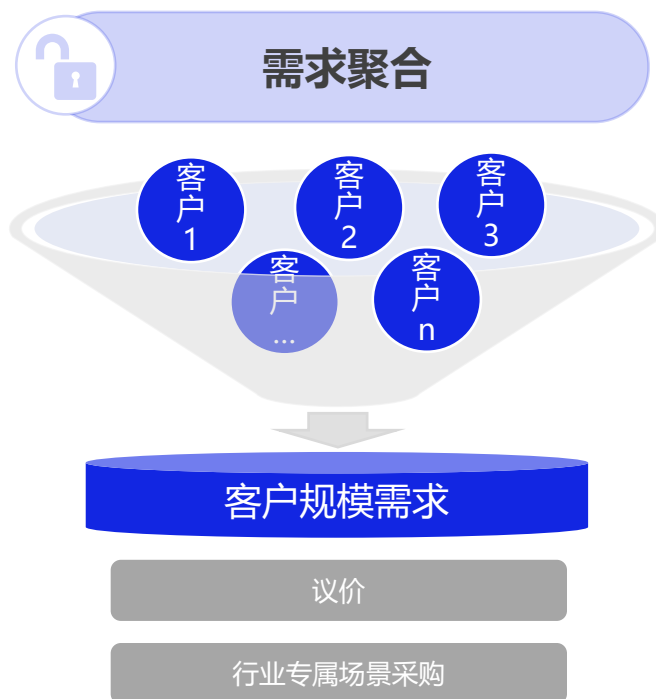
京东工业：践行新质生产力发展理念，创造降本增效保供合规四大价值

京东工业聚合了48个二级品类、2000+知名品牌、3万+优质供应商和4000万+优质商品，能够一站式满足企业的多场景采购需求。打造全链路数智化供应链体系，链接供需两端，实现降本增效保供合规：通过数字化平台，减少中间经营环节，把零散的需求融合成一个大的订单，从而降低采购成本；实现数据的自动流转，大幅提升采购的时间效率、供应商管理效率和供应链运营效率；依托强大的商品供应链能力和供应链网络显著提升供应链韧性；输出合规经验与最佳实践，实现“品商区隔”和“智能决策”，打造供应链合规体系。

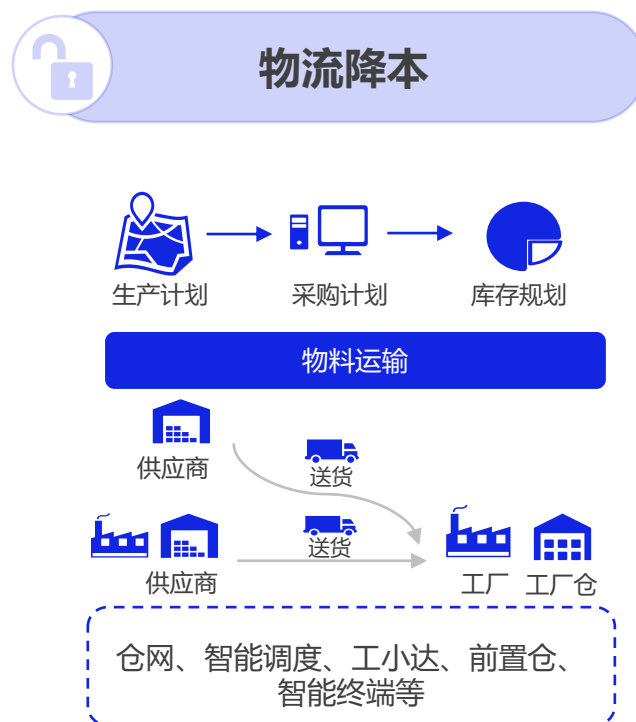


京东工业：提升产业链上下游协同，实现采购降本、物流降本和库存降本

京东工业基于算法和大模型的预测，精准满足客户需求，打造最短链路，通过数据多流动商品少跑动，可以实现协同降本。京东工业将下游的需求计划与上游品牌厂商的生产计划进行联动，实现供需最优匹配，减少供需两端的中间环节，并集合行业客户需求，以规模效应获取更低物料采购价格；通过数智化履约网络与末端基础设施，降低运输环节和存储环节的物流成本；通过寻源数智化精准匹配供需，通过交期承诺和寄售等助力客户降低物料库存水位，从而降低库存成本。



- 集合行业客户需求，以规模效应获取更低物料采购价格



- 通过数智化履约网络与末端基础设施，降低运输环节和存储环节的物流成本



- 通过寻源数智化，精准匹配供需，通过交期承诺和寄售等助力客户降低物料库存水位

京东工业：全链路促进供应链数智化，大幅提升供应链管理和运营效率

通过数据的自动流转，替代大量的人工操作，大幅提升采购的时间效率、供应商管理效率和供应链运营效率。通过采购全流程梳理，对审批环节、购买环节、配送环节等的改造与优化，实现采购周期大幅缩短；整合长尾供应商，借助平台的资源和综合能力，大幅缩减供应商数量和SKU数量，提升了供应商的管理效率；依托墨卡托标准商品库，快速完成了平台目录中所有工业品的寻源，同步实现配套服务资源的匹配。



采购时间效率

- 寻源秒级响应，品商择优匹配
- 系统无缝对接，供需高效协同
- 算法技术加持，平台精准决策

案例：通过采购全流程梳理，对审批环节、购买环节、配送环节及账款票等的改造与优化，实现采购周期大幅缩短，带来效率的极大提升。

25天
↓
3天



供应商管理效率

- 通过京东供应链能力整合长尾供应商
- 通过需求梳理、品牌型号整合及数字系统对接，减少SKU数量和安全风险

案例：通过电商平台整合长尾供应商，借助平台的资源和综合能力，大幅缩减供应商数量和SKU数量，极大的提升了供应商的管理效率。

供应商数量减少
90%



供应链运营效率

- 商品标准化聚合
- 精准交期把控
- 全链路数字化赋能
- 集成履约单据，系统集成对账，高效准确

案例：依托京东工业品的墨卡托标准商品库，既快速完成了平台目录中所有工业品的寻源，又同步实现了配套服务资源的匹配。

4天寻源SKU
53万

人工智能 + 大模型

数据支撑

墨卡托标准商品库
四级商品类目、1500家工业品专业品牌合作、2500多个商品数据库标准模板

快速寻源

智能选品

能力支撑

商品标准化
标品类目、标品模板、标品数据

工业知识图谱
高频词、同义词、关键属性、规则知识库

数据算法能力
数据、算力、算法

同品识别

智能决策

技术引领

千亿级训练数据

大模型技术领先

超大规模计算集群

智能比价

智能履约

采购数据

工业数

更多免费行业报告

并购家

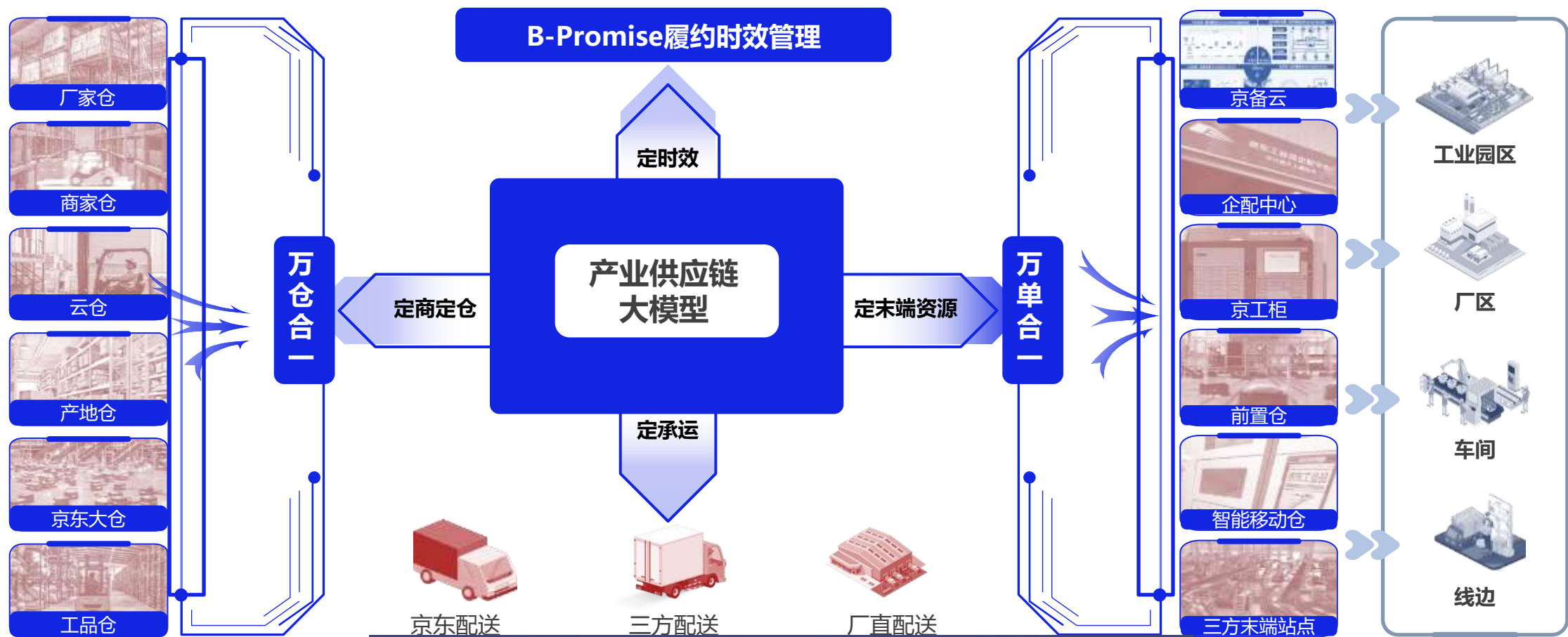
www.ipoipo.cn

琴α

提升寻源效率

京东工业：依托“万仓合一、万单合一”供应链能力和网络，提升供应链韧性

在仓配履约环节，通过“万单合一”实现供应端资源整合——将多平台、多品类、多订单的集单寻源和集单配送“化零为整”，避免多供应商分散履约带来的低效率交付体验；通过“万仓合一”实现履约效率的提升——协同品牌厂商、三方供应商以及属地服务商现货及期货库存，打通仓配资源进行统一调度，达到资源优化和供应链效率提升，满足客户保供需求，让“零库存”成为制造业产业标配。京东工业还搭建了海外平台，通过国际数智供应链提供伴随式出海服务，有效保障了客户全球范围的保供需求。



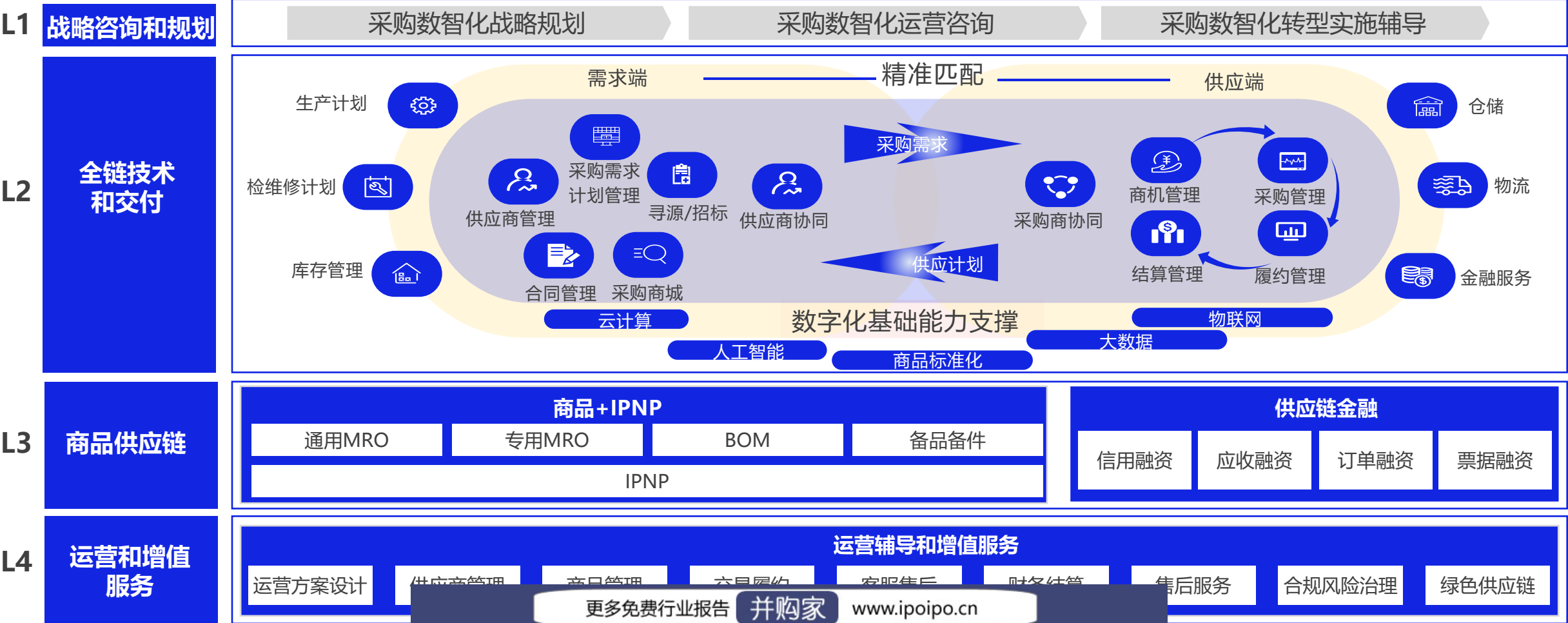
京东工业：定规则建平台强管理，助力客户搭建供应链合规管控体系

通过供应链合规咨询，帮助客户识别供应链管理风险，建立合规管理制度，搭建供应链风险管理指标体系；建立合规管理控制塔，通过合规控制塔进行画像显示，实现供应链全域风险可视化管控，全面提升企业对供应链合规风险的识别与应对能力；对供应链端到端全链条合规风险探测，做到供应链风险可视化、可预警、可防控、可追踪；率先实现商品与供应商的解耦、客户订单和履约单的解耦，能够帮助企业实现品商隔离和智能决策分单，有效避免了采购过程的人为干预。



京东工业：四位一体全链模式，提供央企和KA客户供应链全生命周期全流程服务

京东工业通过四位一体全链模式服务央企和KA客户，提供供应链全生命周期全流程服务：第一层是战略咨询和规划，可以帮助客户做采购供应链顶层设计，制定目标并规划实施路径以及落地辅导等；第二层是全链技术和交付，通过技术帮助客户整体应用或部分补齐数字化建设的薄弱点，实现供应链的端到端全链路数智化；第三层是商品供应链，帮助客户实现基于IPNP的上游供应链数智化建设，降低社会化协同成本；第四层是运营和增值服务，通过运营辅导强化专题领域的应用升级和业务创新。



京东工业：探索新能源汽车行业数字供应链转型升级之路，助力龙头企业降本增效

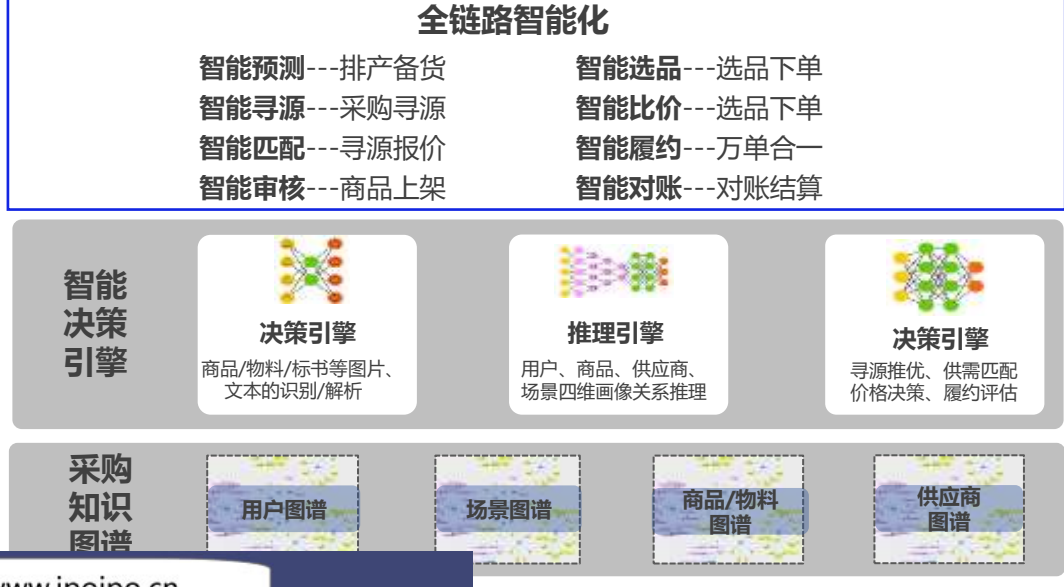
某新能源汽车龙头企业全国建有30座工厂，个性化的需求和分散的地域导致采购寻源时间长、履约时效性差；供应商总数增长至1万多家，供货质量、服务水平参差不齐；非生产物资种类繁多、价格不透明。京东工业帮助其实现了供应链全链路的数智化转型升级，创造了巨大的产业价值和示范效应：采购平均时长由21天压缩至7天，缩短70%以上，而采购成本则降低了5%，全年库存成本减少约3000万元，供应商数量优化50%以上，战略寻源工作效率提升20%以上。

客户痛点

- **现有供应链能力无法保障业务高速增长**：寻源时间长、履约不及时、中间环节多、供应商众多（约1.2万家）。
- **采购效率低**：区域分布分散（8个基地，24座工厂），个性化需求多，计划性差；非生产物资量少种类繁多，价格不透明。
- **财务压力**：预算工作量大、海量订单对账难、内部审批流程长。
- **商品服务问题多**：供货质量参差不齐，服务水平参差不齐；服务过程无监督。

客户收益

- 采购周期缩短**70%**以上，采购平均时长由**21天**变成**7天**
- 采购成本降低**5%**以上
- 库存成本下降**3000万**（年度）
- 战略寻源效率提升**20%**以上
- 供应商优化**50%**以上



鑫方盛：构建人货场工具数据核心能力体系，实现采购全流程在线协同

鑫方盛为企业端采购场景构建“云”“数”“智”“慧”四种数字化采购交易模式，依托数字化、供应链及专业服务三大能力，满足央企、大型企业、中小微企业对数字化采购服务需求，打造从采购管理、采购执行、数据分析、支付结算到最终收款核单全生命周期解决方案。通过为中铁四局、国家电网、中铝集团等央企提供商品、订单、物流、对账开票等接口服务、专属服务，连接企业采购端与鑫方盛供应端，实现从订单到支付的全流程在线协同，提高采购效率；建立上中下游采购供应链关系，帮助企业在数智化管理进程中更透明、及时、合规、可控。



鑫方盛：数字化系统矩阵凸显落地能力，助力客户实现降本增效

鑫方盛依托强大的自主研发矩阵，助力平台上下游合作伙伴提升数字化程度和供应能力。在供应链数字化核心领域，鑫方盛聚焦于客户端和供应商端的全面解决方案，支持多样化的库存合作模式，持续完善商品平台的精细分类，确保为客户提供卓越、高效的供应链服务；在数字化交易场景中，无论是客户直接通过鑫方盛商城采购商品，还是企业自建系统需求对接，鑫方盛都提供了云、数、智、慧四种创新模式，全面满足各类型客户数字化采购的需求。目前鑫方盛数字化协同已为上万家中大型企业提供实时服务、助力数字化转型升级，进一步实现降本增效。



鑫方盛：AIGC探索与实践，为数字化采购注入新活力

鑫方盛作为工业品电商的领军者，正积极融入AIGC技术革新浪潮。通过AIGC，不仅实现了图片设计自动化、商品信息快速补全，还大幅提升了内部运营效率，减少了人力投入。同时，鑫方盛引入多种聊天机器人，为用户提供7*24小时全天候服务，确保客户随时获得帮助，不仅提升了客户满意度，也显著增强了企业的运营效率。



代码补全

通过AIGC技术，实现行级/函数级的实时代码续写，以及自然语言生成代码、SQL代码生成、单元测试生成等功能，减少了技术研发人员编写代码的时间，提高了代码的质量和可读性。个人效率提升在**5%至30%**之间，预计整体代码编写效率将提升**20%**。

代码扫描

自动检查代码标准、潜在的缺陷、复杂的代码结构、糟糕的设计、代码重复、注释不足或过多等问题。自动化的检查不仅提高了工作效率，减少了人工检查的繁琐，而且通过问题代码的及时优化，显著增强了代码的整体质量。

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

云中鹤：一站式B2B数字化采购服务，领航营销及福利品赛道

云中鹤作为一站式B2B数字化采购服务商，提供数字技术+商品供应链（营销物资/办公物资/福利劳保/工业物资）+数字营销服务的整体解决方案，经过20年积累，在营销与福利数字化采购垂直赛道领先，从专业服务的量身定制，到全链路数字化管理，打造可持续竞争力为客户带来更大服务价值；集采平台同时解决了管理端和营销端的问题，实现价值闭环；根据企业场景需求精准匹配品类产品，打造专属供应链体系。



云中鹤：营销及福利品数字化业务，助力企业营销增长增强市场竞争力

云中鹤通过整合数字技术、创新供应链管理、覆盖全国的属地化履约交付能力，成功打通营销与采购各环节，降低企业采购成本，并大幅提升采购效率。在营销物资垂直赛道中，云中鹤凭借专业的数字化营销及运营服务，以及精准匹配的商品供应链，确立了行业领先地位，助力企业客户高效达成获客、活客等营销目标，实现持续营销增长。云中鹤还推出数字化员工福利解决方案，通过优化福利管理流程，提供个性化福利选择，提升员工对福利的感知度和满意度，激发组织活力，优化管理效率与采购成本。



云中鹤：高效运营+专业定制服务为客户创造更大价值

云中鹤以全链路客户运营服务为核心，深度融合工具、营销与运营三大要素，凭借自研智能选品\比价系统，快速、精准地匹配商品资源，极速提升商品供需衔接效能；针对强营销属性行业，覆盖用户从导入期到成长期、成熟期，再到休眠期和流失期的每个环节，打造全生命周期的营销与采购定制服务，展现强大运营能力。从服务方案的定制、供应链的精准匹配，到商品的个性化定制，直至用户运营的全面覆盖，实现多维度定制化服务；商品定制提供浅度、中度、深度定制三种模式，满足客户在营销与福利场景中的个性化需求，突显企业形象。

B2B2C综合运营能力

用户运营

用户拉新、促活、转化、留存等

商城运营

商城原型规划、页面装修

活动工具配置

商品上下架

活动运营

活动主题策划

活动页面推广

活动复盘

商品运营

商品精准选品

流量入口获取

爆款商品培养、商品备货统筹

数据运营

活动运营报告、商城调研

平台运营策略

用户画像分析

B2B综合运营能力

商品运营

商品展示规则

商品结构制定

商品价格体系规划

商城运营

平台自然流量获取

商品调价改价支持

用户分析

平台热销商品分析

行业采购规律分析

商品采购情况分析

智能化客服管理系统

20s极速响应

1v1专属客服

7*24h不间断服务

全周期客户服务/售后服务

免费送货、安装

国家三包标准

全周期运营

多维度定制

采购服务方案定制

根据客户所处行业不同、数字化进程不同、内部组织架构不同、管理目标等，提供采购定制化服务方案

采购商城定制开发

根据需求定制采购商城，包括企业LOGO、主题轮播图、采购/营销场景专区、商品价位档分类、主题活动专区等

供应链服务定制

根据企业需求，基于不同项目的特性，提供商品结构匹配、库存规划、物流、履约交付、售后等定制服务

商品个性化定制

根据企业不同营销场景需求，结合企业用户/员工需求画像，提供营销物资、福利品的深度定制

营销方案定制

根据不同营销场景\节点、营销预算、用户需求特征等，提供营销活动、互动工具、推广设计等全案营销方案定制

运营服务定制

根据企业需求及项目特性，提供用户运营、商品运营、商城运营、活动运营、数据运营等定制化服务

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

|| 得力集实：构筑办公物资工业品福利礼品供应链生态，实现一站式采购

得力集实以办公物资、工业品、福利礼品三大业务为核心，以“精、准、合、规”为准则，基于得力集团强大的品牌矩阵并深度整合全球数万知名品牌及数百万SKU，实现全品类物资一站式覆盖，致力于为客户提供全场景、全品类、全流程采购解决方案。得力集实基于政企客户的数字化采购变革，打造供应链新生态，通过一站式采购服务，助力政企客户实现采购全流程阳光合规、降本增效。



全场景解决方案 满足客户一站式采购

办公物资解决方案

办公家具解决方案

工业品解决方案

员工福利解决方案

营销礼品解决方案

企业定制解决方案

系统集成解决方案

公益服务解决方案

得力 - 多产业品牌矩阵



办公类

工业品

福利礼品

持续领先

第二增长曲线

高速增长

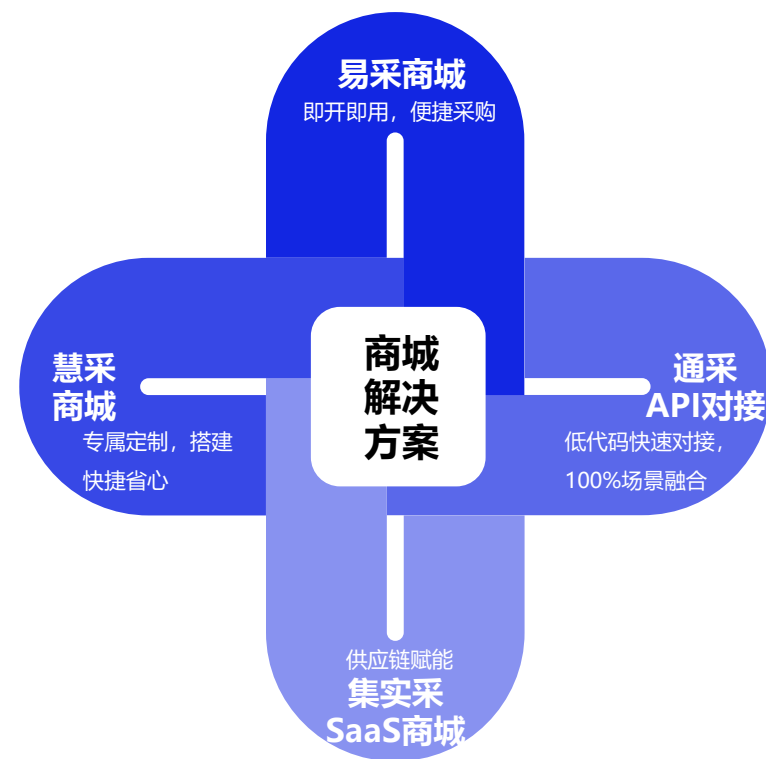
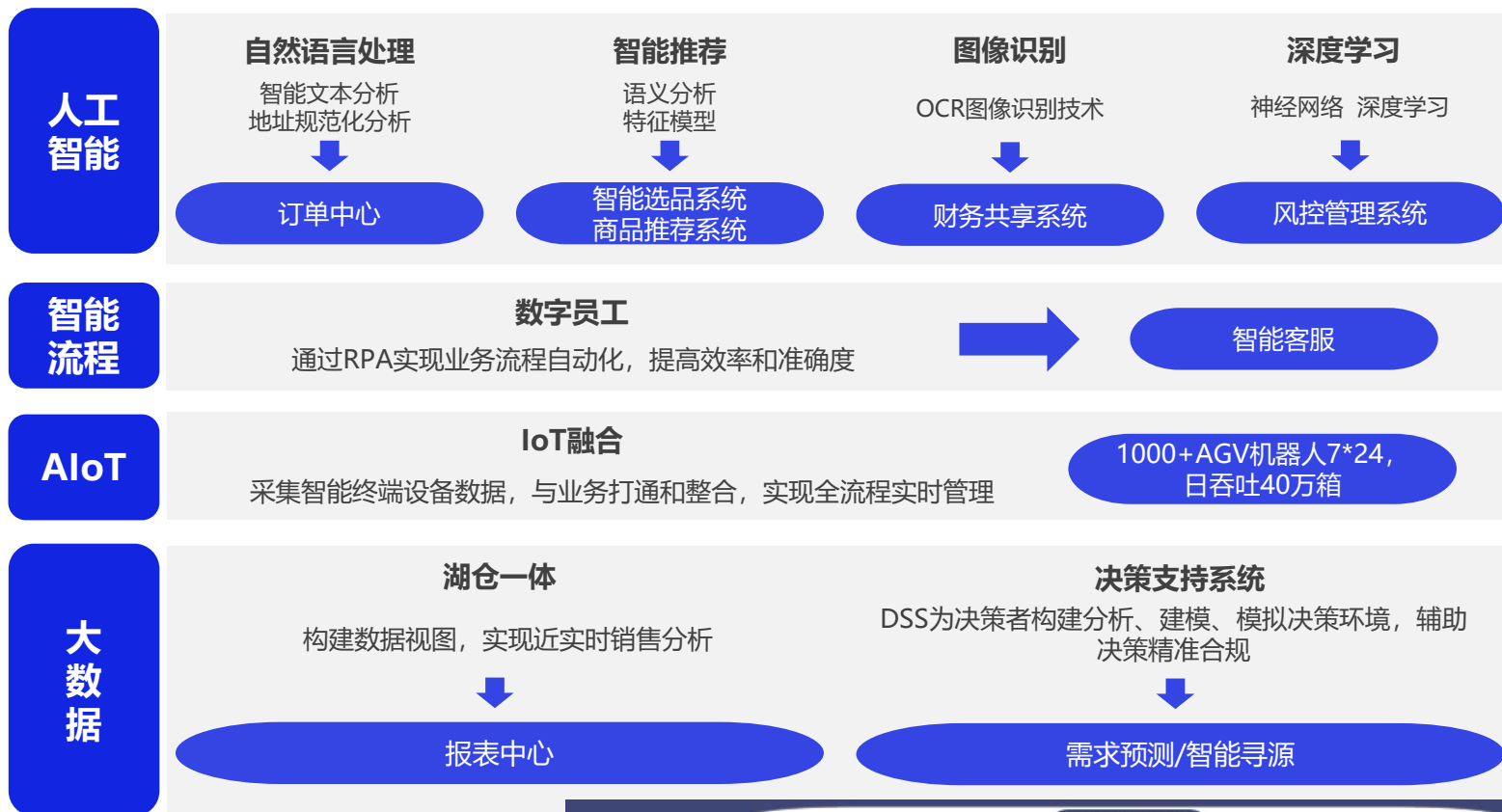
更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

|| 得力集实：大数据和人工智能助力数字化采购提质增效

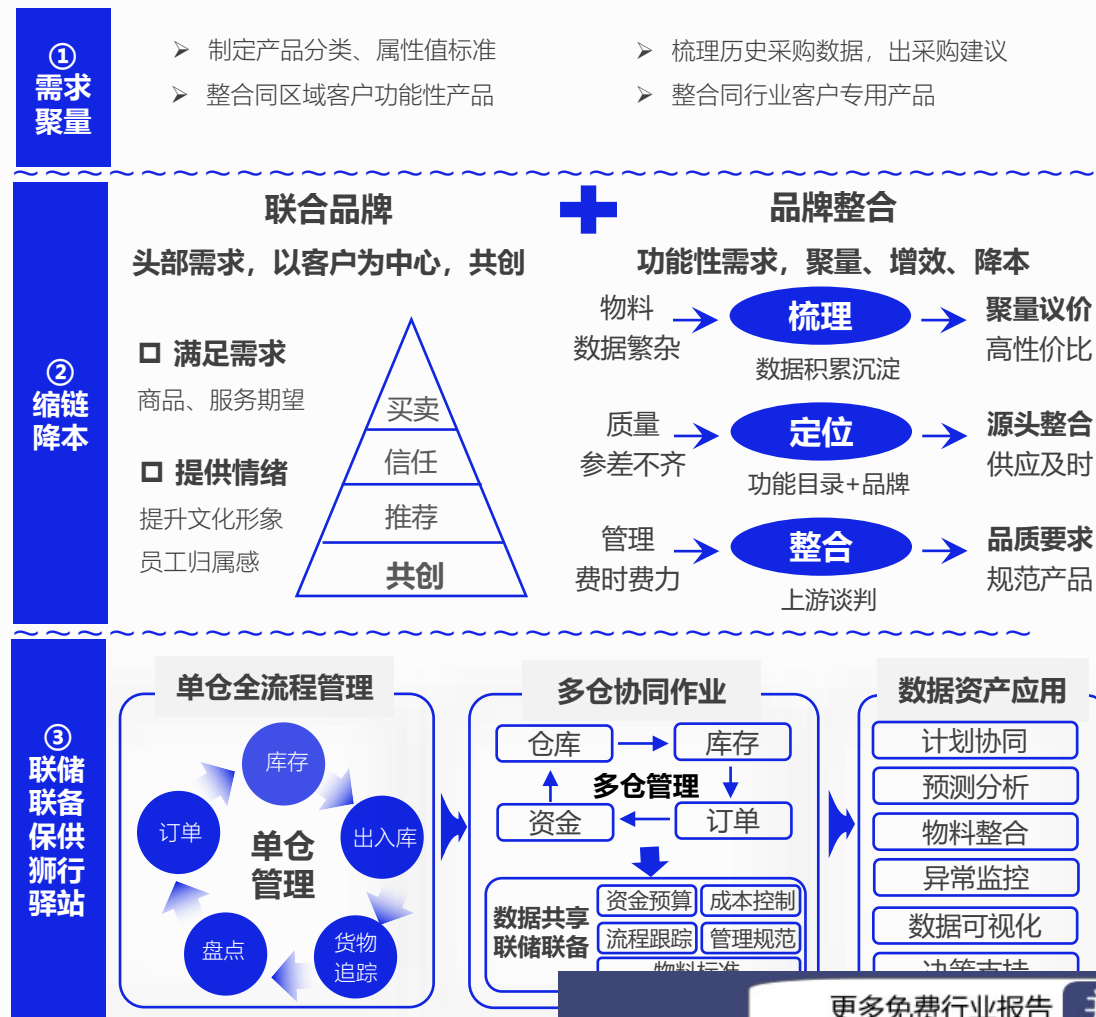
凭借大数据、人工智能等先进技术，得力集实构建智能系统，通过语义分析提升选品效率，OCR技术降低票据处理成本及错漏率，自动化和增强交互打造数字员工，NLP技术提供智能客服，开放数据分析平台实现近时销售、财务分析；通过建立决策模型，模拟决策环境，实现智能化决策支持系统。得力集实推出“易采”、“慧采”、“通采”和“集实采”四大采购模式，精准满足多角色、多场景、多终端以及多链路的数字化采购需求，助力客户实现采购服务的协同高效管理。



西域：MRO数智供应链专家，全面赋能产业链数字化升级、缩链降本增效保供

西域专注于数字化采购方案的技术创新和MRO供应链的服务创新，建设数字网、产品网、物流网、服务网、人才网，全方面提升服务能力。针对MRO头部窄线SKU（30%）进行需求聚量、缩链降本、联储联备保供，降低显性成本；针对MRO中部宽线SKU（60%），提供数智化供应链解决方案，提高流程效率、沟通效率、供应商管理效率及交付效率，降低隐性成本。

30%
窄线需求降低显性成本



数字化供应链解决方案

西域易购云 E-Mall

主要面向MRO采购管理信息化程度较低的客户

- 全方位专业MRO在线采购及审批管理
- 基本数据管理、报表分析，助力客户降本增效

西域企通云 Punch-out

主要面向具有完善采购系统的企业级客户

- 免登录checkin接口，checkout回企业内部采购，开放接口完成下单操作
- 免去人工线下沟通，满足客户内部采购管理规范要求

西域企采云 API

主要面向有稳定运行的电商采购平台的集团客户

- 提供标准业务交互接口，开放接口模式对接，与企业电商平台协同联动
- 企业员工可通过登录集团商城，实现选品采购下单

供应链建设四部曲

- 100000+SKU
- 行业精选产品 30000+SKU

商品数据建设

供应链建设

- 客户仓库领用
- 西域仓库现货
- 品牌商仓库现货

交付保证

数字化赋能

- PMS
- MBR
- 赋能仓库管理

60%
宽线增效降低隐性成本

西域：应用大数据及AI技术，实现智能匹配推荐、采购自动溯源及PMS计划管理

在商品智能化方面，西域针对客户不同需求提供商城上架阶段的精准推送方案、日常运营阶段的数据梳理方案、深度合作阶段的场景解决方案，为客户赋能；在供应商管理上，为保障供应商的质量，西域有严格的供应商引入审核机制及高标准的供应商绩效评价和分级考核管理机制，并通过SRM系统与供应商紧密集成，确保为客户提供最优的产品质量；在交付上，通过PMS、TMS、WMS等数智化交付协同模式，保障交付最佳体验。

智能匹配推荐系统

商品数据标准化

标准品牌库
一物多码清理
CCM属性标准化
产品名称标准化

商品大数据

客户商品池
供应商商品池
西域高标准商品库
MRO工业品商品库

分布式搜索引擎

向量引擎
文本检索
大数据计算
分布式倒排索引
海量结构化数据处理

搜索匹配算法

深度学习
机器学习
AI大模型技术
物料智能分类
商品属性识别
知识库中台



步骤



数据池



技术支持

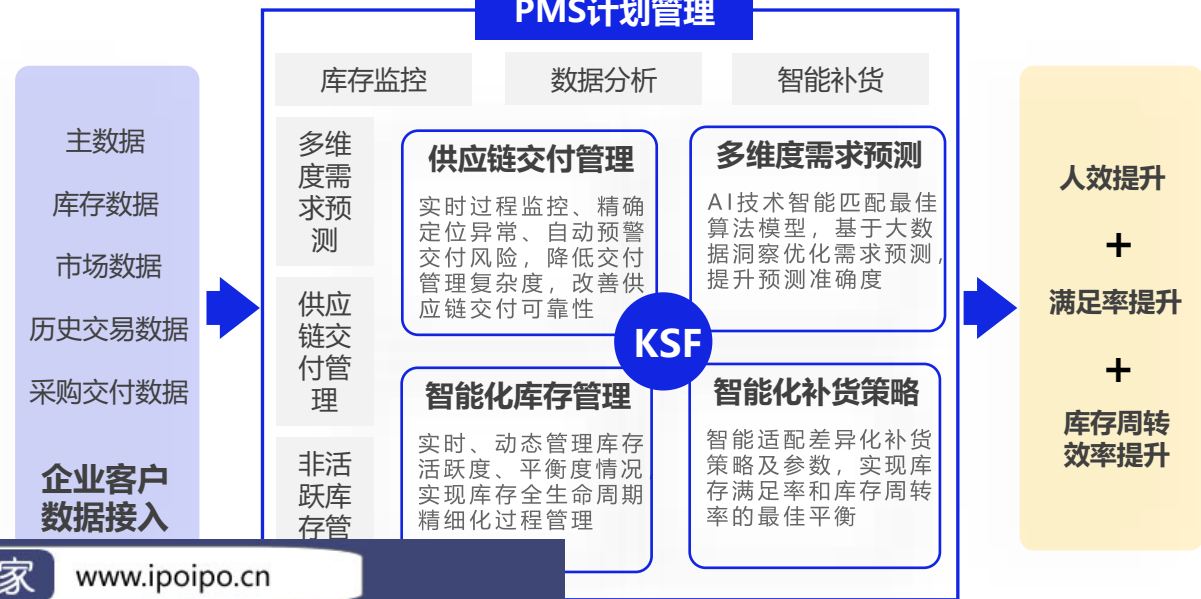


AI技术-应用

商品解决方案



PMS计划管理



更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

瑞氮维尔：提供安全、智能、环保管理方案，助力企业管理水平提升

企业的竞争就是管理的竞争，瑞氮维尔（Raxwell）站在企业管理的角度，为日常生产提供管理者最关心的安全、智能、环保三方面的管理方案，降低人身、生产安全风险，建立更多智能方案，实现节能减排，提升企业专业水平和管理水平，增强竞争力。



阳采集团：开创“三码一体”标准化体系，建立标准化物料信息商品库

阳采建立了标准化物料信息商品库管理系统，开创了三码（EAN编码、主流电商链接码、税收编码）标准化体系，符合三码的产品超70万个。阳采供应链通过“三码一体”的精准商品大数据，在经营过程中发挥了重要的价值：首先，精准筛选推荐专用产品池，以有效精准的产品数据满足客户的采购需求；其次，优化仓储管理，精准计算出采购入仓产品的种类和数量；第三，为开发自有品牌产品及营销策略提供有力支持。



阳采集团：开设仓储式体验卖场，集采规模效应惠及中小制造企业

面向中小企业，阳采提供“工业品Costco”、“工业品山姆会员店”模式的一站式体验卖场，解决中小企业的高频、小批量采购需求，让大型企业的集采规模效应溢出服务中小企业：产品质量有保障，交付随取随用。为了满足中小企业的急需，阳采还提供工业品的即时零售需求。

企业会员制仓储式卖场

阳采致力为企业会员服务，为企业提供专业物资需求

- 为本地企业物资采购及工会福利提供采购场景，卖场体验，满足职工热销产品全品类供应。
- 与企业合作：为企业提供办公、数码、电器工业品和MRO工业品需求，为企业提供线上+线下采购解决方案，搭建商城+供应链+线下店，全方位解决企业采购需求。
- 与本地企业工会和后勤组织合作，以职工惠民的方式，走入企业批量办理会员卡。
- 采购阳光透明，采购决策快，一单多品采购效率高，快速送达，产品明码标价，价格管控系统确保售价低，降低采购成本，随买随用，降低库存占压资金。

会员制 低价格



仓储式 全品类



零售型 大卖场



场景化 体验感



阳采集团：“SaaS商城+百万产品”赋能1000+信合伙伴

阳采成为中型供应商的集货商和技术服务商，在全国各地复制“小阳采”。阳采从全国各地的传统销售渠道中，精心挑选最优秀的经销商和服务商，与他们建立紧密的“信合伙伴”关系。这些信合伙伴，可以一站式获取“SaaS商城+百万产品”的全方位支持。阳采帮助信合伙伴打造属于自己的数字化电商平台，并提供全品类的百万产品，通过数字化升级，原来的单向买卖关系升级转变为交互式合作关系。

分销平台服务内容

“工业用品、家电设备、日用百货、办公数码、粮油食品”五大供应体系，300+SKU产品24小时快递代发全国，服务在线时间售后问题2小时解决。

分销平台运营模式

采购模式，经销商可在线采购所需产品，可直接填写客户地址由阳采供应链代发全国；服务商模式，各地服务商与阳采集团合作服务本地政企大客户，采用订单报备方式，在线完成全部流程；供应商模式，拥有优质优价的产品能力，达到交付发货服务的约定要求，可申请成为平台POP供应商，为各地区本地最优秀的经销商赋能，互联网电商平台+百万产品，经销商在无货、无网、无经验的情况下，也能快速合作政企大客户电商供货和员工福利商城业务。

分销平台技术方案

前台电商系统化、中台开放式接口、后台数字化业务链。

前置体验店赋能

在大客户竞标成功的企业总部周围，开设阳采集团线下体验店，增加商家线下体验场景、加强服务能力。



齐心：探索大模型和AIGC技术，以数智化赋能产业链新突破

齐心集团致力于将AI与实际业务场景深度融合，通过与华为云、百度展开深度合作，深化构建数字化全场景企业服务平台。齐心集团通过数智化供应链服务平台，连接客户、供应商、品牌商和制造商，为企业提供全链路采购解决方案，满足多场景、多模式采购服务需求，提升供应链价值。2024年，齐心集团利用大模型和AIGC技术，通过预测、推荐、知识库、智能问答等系统，优化了MRO供应链资源和供应链效率，初步建立了MRO品类专家库，提升了MRO服务效率。

企业服务数字化解决方案

数采

央国企、超大型企业、政府采购专享

- 稳定、多场景兼容的平台对接方
- 标准的API接口，与客户平台进行系统对接

数字化开放平台

云采

银行、大中型企业专享

- 需线上化集中化高效采购
- 为自身无采购平台的企业客户部署定制化的SaaS采购平台

定制化商城

易采

ERP/OA 对接企业专享

- 需从内部系统嵌入平台
- 实现OA、ERP系统单点登录
- 订单、审批、商品信息互联互通

定制化便捷采购平台

AIGC典型应用场景

以图生图

智能客服

自动报价

数字人

企业知识库

商品标准库模型

商品专有大模型库

自动生成促销语、营销语

商品标准库模型

商品池

平台

供应商

协议

淘汰

获取商品信息

标准化处理

商城选品
审核上架

参与询价/招标

动态议价

定价、签约

商品评分

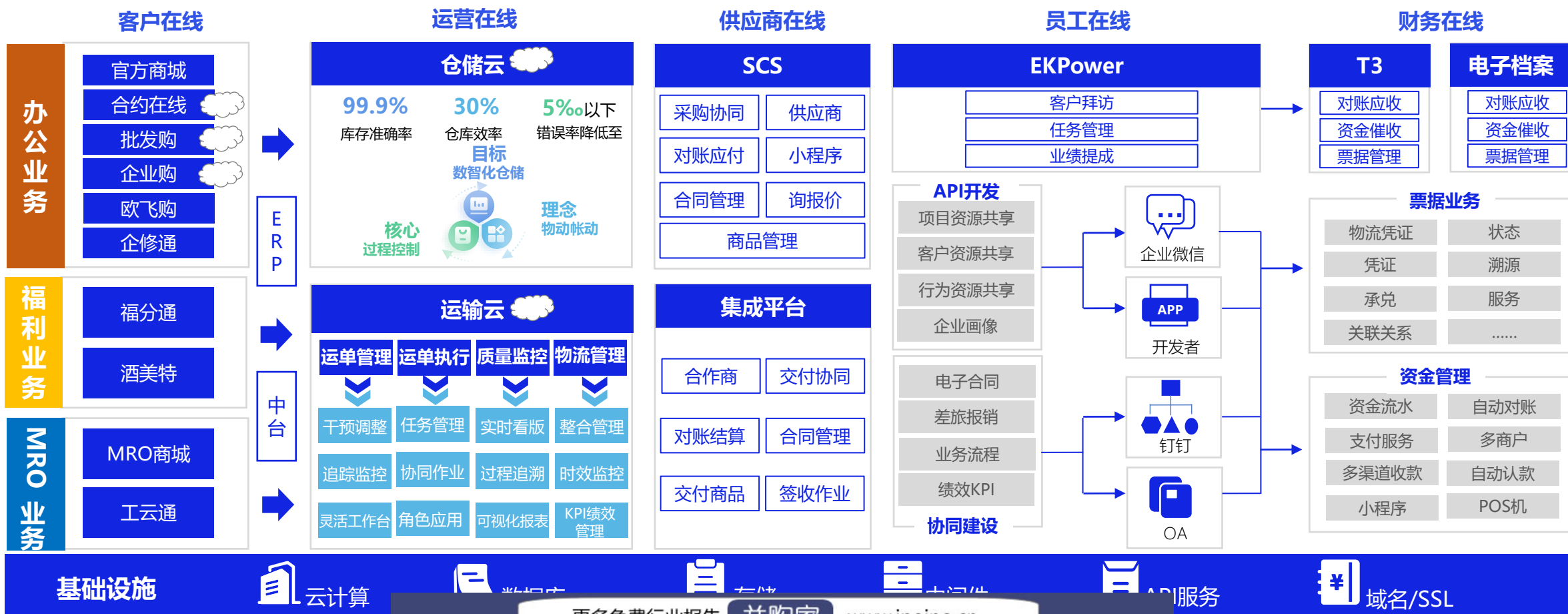
淘汰申请

商城下架

大模型基座

欧菲斯：数字化供应链全场景一站式解决方案服务平台

欧菲斯旗下谊风信息技术（重庆）有限公司，提供行业企业全场景的数字化管理解决方案，围绕易企购（一站式数字化采购平台）、商贸通（行业企业SaaS管理云）、仓储云（仓库管理智慧大脑）、运输云（运输数字化可视化）、企修通（企业设备全生命周期管理）、EKPower（轻量级业务过程数字化管理）等产品为客户构建数字化场景，基于连接、数据、赋能的数字化思维，让业务和技术相互融合，通过业务在线化与业务数据化帮助客户构建持续竞争力。



班德瑞：专注环保能源，以专业数字化供应链服务助推行业可持续发展

班德瑞基于互联网技术和供应链生态，凭借专业技能为环保和能源行业提供工业品采购和管理综合解决方案服务，帮助企业实现供应链采购透明、生产提效和运维降本，实现可持续发展。未来，班德瑞将不断夯实和积累产业洞察、资源整合、平台赋能、技术实现和运营管理方面的核心能力，为产业提供商品、咨询、内容、技改等全链路的深度服务。

环保能源供应链生态全链路服务



星苹台：数字化采购路由器，高效链接产业链供应链

在新的数字化采购发展浪潮中，中小供应商缺少专业技术人才，较难享受到政策和市场红利。星苹台将自身沉淀的采购数字化技术开放，从供应商转型政企采购聚合运营平台，自主研发的“B2B电商网络交易平台”和“电商中台运营系统”，能够协助中小供应商快速启动B端电商业务，为中小供应商提供一站式入驻的接口价值、数字化提效的效率价值和集约化配套的资源价值。星苹台已成为服务下沉市场数字化采购的路由器，助力中小企业接入数字化采购全国大市场，在采购数字化浪潮中发挥独有的下沉服务优势。



60+

政府电子卖场

3000+

更多免费行业报告

600+

并购家

www.ipoipo.cn

700+

2116

覆盖省市县区

星苹台：一站式赋能中小供应商，为品牌商提供全渠道运营服务

星苹台一方面围绕服务全国各地中小微供应商一站式接入政企采购平台，通过星苹台提供的数字化中台，中小微供应商可以统一管理运营商品、客户、订单履约及开票等，享有一站式全流程数字化能力；另一方面，凭借下沉的区域服务能力、丰富的供应商资源以及自采政采央企平台资源，星苹台为众多品牌商提供全渠道运营服务，大幅度降低品牌商的运营成本，大幅度提高品牌商的数字化供应运营效率，目前已为几十个品牌商提供京东平台、国铁平台、自采平台、政采平台等全渠道运营服务。2024年，星苹台获得重庆品胜科技面向军队行业的全国独家代理商授权后，提供全面招商、线上线下渠道销售，帮助品牌服务铺设到全国市场。

为中小微供应商数字化赋能

- 帮助供应商办理相关资质及入围电商平台，满足央国企、政府等B端采购客户越来越高的资质要求，拥有数字化服务能力。

平台入围/
资质办理

供应链及
资金支持

发票管理

- 超100万SKU，600+供应链品牌合作伙伴，为合作伙伴提供集约化资源配置。
- 获得多家银行授信，解决供应商采购资金痛点。

- 海量发票快速录入，高速扫描搭载OCR发票识别；对接权威发票查验接口；电子发票自动查重；批量进项发票认证。

为品牌商提供全渠道运营服务



京东平台

- 店铺开通、品牌新增、产品上架、项目入池、订单发货、客服开通、售后处理



国铁平台

- 店铺入驻、品牌授权、产品上架、订单处理、售后发货



自采平台

- 产品上架、商品报价、库存管理、订单处理、售后处理



政采平台

- 产品上架、订单发货、合同发票、售后妥投

专业运营团队，标准化作业流程，帮助合作伙伴快速启动项目，

天源迪科：智能化技术+专项团队+数据沉淀，AI全面赋能采购供应链

天源迪科凭借扎实的技术实力、深厚的数据积累以及完善的产品矩阵，在解决企业采购供应链难题方面展现出了显著能力；成立的人工智能研究院与大学的合作，更是为技术创新提供了源源不断的动力。天源迪科AI+采购智能化产品矩阵，覆盖采购供应链各个环节，帮助企业实现供应链的全面优化；通过引入人工智能技术，成功实现了物资、商品数据的标准化，使得商品和物资的匹配更加智能、高效，大幅提升采购智能化水平；通过三大数据源、四大管控策略和六大应用场景，赋能企业采购合规性提升，实现数字化供应链降本增效，有效解决物资价格难题。

AI+ 采购 智能解决方案体系

数据
沉淀

千万商品数据、央企物资治理经验、国家/行业标准

人员
投入

专项团队：物资治理专家 + 采购业务顾问 + AI算法专家

人工
智能
+
大数
据技
术

自研物资治理算法模型

大模型技术 | 大数据计算 | 机器学习

集团专业智能化组织机构

天源迪科智能研究院 | 大模型实验室 | 机器人实验室

商业合作

百度 | 阿里 | 智谱

学院合作

北京大学 | 清华大学 | 东华大学

天源迪科采购智能化产品矩阵

物资治理

* 基于AI的物资治理，
解决重码、错码、冗余、
杂乱等问题

采购AI助手

* 基于大模型+RPA的
新一代助手，实现智能
引擎驱动业务流程

智能问数

* 交互问答式企业数据
获取，快速采购决策

商品治理

* 实现商品归一及商品
数据标准化，实现商城
同品精准对比

智能合规监管

* 业务风险一点管控，
智能化判断风险要素，
事后审计转向事前控制

智能搜索

* 企业采购供应链专属
搜索服务，精准、合规、
智能化

价格监测

* 监测物资价格波动情
况，实现智能比价、智
能控价

智能知识库

* 管理企业采购知识资
产，构建企业专属采购
知识问答机器人

智能培训

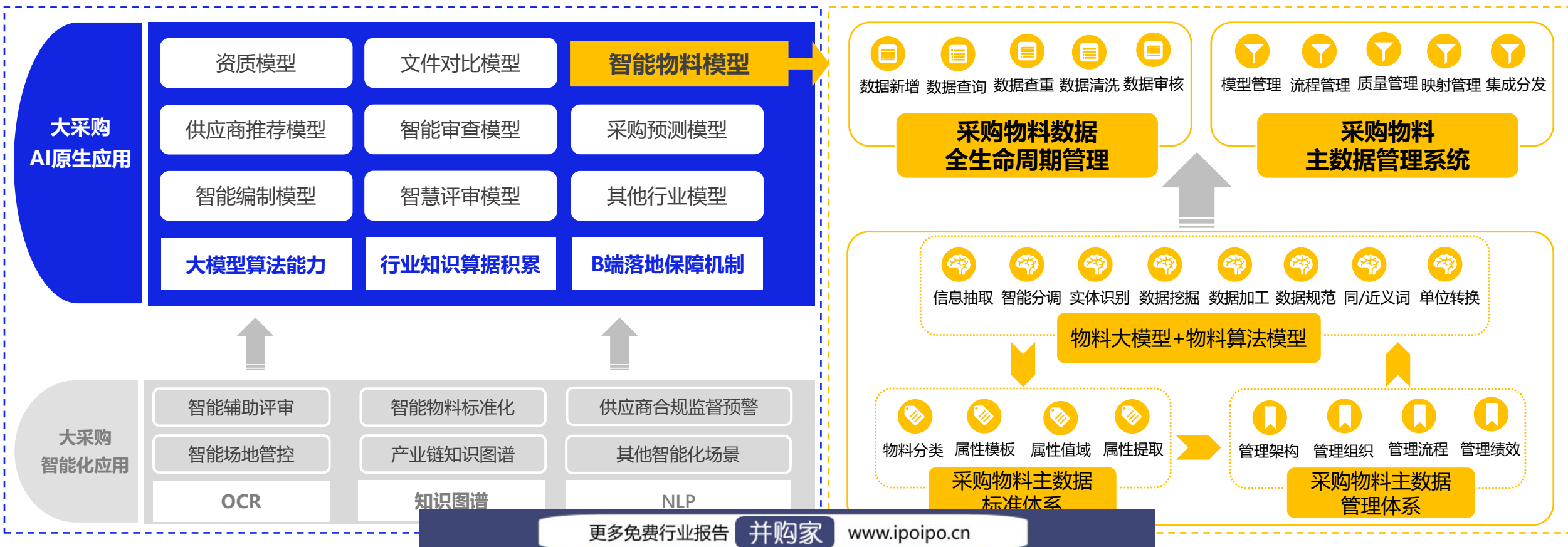
* AIGC采购内训平台，
AI+制作/学习/测评，
提升采购人专业能力

北京筑龙：结合大模型持续拓展“大采购”智能化能力及落地应用

北京筑龙是京东战投的行业内专业化公司，结合多年积累的行业知识以及信任、风险、安全管理框架确保大模型得以在B端采购行业落地。在为众多超大型及大中型国央企和集团化民营企业提供采购平台服务的同时，形成智宇AI应用范式，持续拓展“大采购”的智能化能力。例如利用大模型算法在命名实体识别、语义识别等方面的能力优势，对智能物料等行业垂直模型中的对应算法能力进行迭代，使整个模型更精准，交付更高效。同时部分结合大模型的海量知识储备和泛化能力，加入不断积累的行业管控算法，提升了模型对于新物料数据的处理能力。

大采购智宇AI体系

智能物料模型



一采通：深耕数字化采购市场，全流程智能化助力央企采购商城价值跃升

一采通为中粮集团构建中粮E采商城，形成“一套体系，两种模式，三化驱动”数智化采购平台，以集团智改数转规划为导向，建立多级集采集管与采购交易全程数智化体系。E采商城作为招标后采购交易全程数字化管理平台，构建“外部电商”+“协议商城”两大模式，覆盖集采物资目录化交易、MRO电商化采购业务，通过“集成化、数字化、智能化”驱动集团采购精益、高效、智能化提升。一采通从采购品类端切入，以品类供需特征构建采购管理策略，形成一套战略采购和供应链价值实现的系统性产品、体系、方法、工具及过程，引领行业新潮流。



05

趋势把握

三大挑战
四大机遇

ebrun 亿邦智库

三大挑战与四大机遇

数字化采购随着范围、角色的不断延展，面临各种挑战，包括“平台化带来品类品质动态管理挑战、数据要素准备不足制约智能化进程、数字化采购创新与规制建设创新存在磨合期”等等，但这些挑战都是数字化采购发展中存在的问题，在发展的过程中这些挑战会被逐渐化解，而且化解这些挑战时，数字化采购也到了新的战略机遇期，其中四大机遇是“大规模设备更新为数字化采购提供用武之地、绿色低碳成为采购及供应链数字化的新动力、AI落地为数字化采购各方提供创新机会和全国统一大市场与数字化采购相辅相成”。面对挑战，抓住机遇，数字化采购发展的前景广阔。

- 平台化带来品类品质动态管理挑战
- 数据要素准备不足制约智能化进程
- 数字化采购创新与规制建设创新存在磨合期

三大挑战

四大机遇

- 大规模设备更新为数字化采购提供用武之地
- 绿色低碳成为采购及供应链数字化的新动力
- AI落地为数字化采购各方提供创新机会
- 全国统一大市场与数字化采购相辅相成

挑战一：平台化带来品类品质动态挑战

央企网上商城从单一的采购管理向供应链管理平台转化，需要链接和处理的供应商、品牌、品类越来越多，需要不断动态更新品类和商品，因此动态管理对数字化系统有很多挑战。供应链平台系统在动态管理中需要处理好成本与质量的平衡，处理各种数据源带来的数据整合困难，以及处理多业务系统的复杂衔接。同时，还要面临由于技术创新带来新技术、新材料和新工艺，导致新产品不断涌现，供应链平台也会面临新产品接入和品质控制等问题。



复杂的供应链网络

- 市场需求不断变化以及市场趋势的快速演变，导致产品品类品牌频繁调整和更新，增加了供应链平台对品质动态管理的难度。
- 来自不同地区和背景的供应商在生产能力、质量控制水平和管理理念上存在差异，供应链平台需要统筹管理。
- 供应商可能在应对市场波动和质量改进方面缺乏足够的灵活性和响应能力，供应链平台需要处理品类品质的不确定性。



数据管理与业务整合

- 为了有效地进行品类品质动态管理，平台需要收集、分析和整合来自供应链各个环节的大量数据，包括原材料质量、生产工艺、物流运输条件等。
- 数据来源的多样性和数据格式的不统一，往往导致数据整合困难，影响供应链决策的及时性和准确性。
- 新的生产技术、材料和工艺的不断涌现，既为提升品类品质提供了机会，也带来了动态管理潜在的风险。



成本与质量平衡

- 在追求品质提升过程中，可能会增加成本，如采用更严格的检测手段、优质的原材料或先进的生产设备，这需要增加平台成本。
- 在保证品质的前提下，实现成本的有效控制，是平台面临的一个重要挑战。同时对于出现的品质问题，如产品召回、质量投诉等，需要具备有效的风险识别、评估和应对机制。
- 平台在风险管理方面存在不足，可能无法及时有效地应对品类品质的突发问题。

挑战二：数字化及数据要素准备不足，制约智能化进程

数字化采购及数字供应链尚处在线上化阶段，智能化依赖大量准确和实时的数据进行分析、学习和决策，智能化还需要在清晰、可度量的流程上进行优化和创新，关于主体、对象、行为的数字化不足，数据要素准备不充分，导致智能化进程比较缓慢，需要对原来的信息化系统进行升级改造。央国企数字供应链实践将沿订单在线化、系统集成化、流程自动化、决策智能化、生态全面融合的路径方向迈进。数据要素准备不足，也导致数据价值难以充分评估，数据资产的价值也还没有充分体现。

数字化程度低会导致数据采集不全面、不准确或不及时。低质量的数据难以支持智能化系统进行有效的分析和学习，从而影响决策的准确性和可靠性。

各个业务部门和系统之间缺乏数字化的整合与连通，数据无法自由流通和共享，形成信息孤岛。这使得智能化应用难以获取全面的信息，限制了其对复杂问题的洞察和解决能力。



缺乏数字化基础设施和技术架构，无法有效承载和运行先进的智能化算法、模型和应用程序。这可能导致智能化技术的部署和应用困难，延缓创新和优化的进程。

数字化不足使得企业在面对市场变化和新的业务需求时，难以快速调整和优化业务流程和智能化应用。无法及时响应变化，会使企业在竞争中处于劣势。无法充分利用数字化带来的自动化、标准化和规模化优势，导致智能化应用的成本较高，效益难以充分发挥，从而限制了企业在智能化方面的投入和持续发展。

挑战三：数字化采购创新与规制建设创新存在磨合期

数字化采购创新是一个动态的过程，但规制建设却相对滞后，在磨合期中规制建设很难根据市场变化和创新发展及时进行调整和完善，因此面临立法包容性和司法灵活性的挑战，以及对如何面临数字化采购模式前瞻性规制的挑战。数字化采购涉及上下游各个环节的多种角色，可能会影响到相关各方的利益，包括供应方和采购方，因此在规制建设过程中，需要妥善协调各方利益，避免因利益冲突而阻碍创新或损害其他方的权益。磨合期中，如何建立建立健全监管等机制，为数字化采购创新提供一定的试验空间，同时加强对试验过程的监测和评估，也面临一系列难题。

规制滞后性

- 在数字经济时代，数字化创新速度加快，规制系统的回应可能相对滞后。数字化采购创新模式不断涌现，现有的规制体系可能无法及时跟上创新的步伐，导致出现规制不足或规制不当的情况。
- 数字化采购创新的多样性和复杂性使得对其进行准确界定和分类变得困难。这可能导致在确定适用何种规制以及如何进行规制时存在模糊性，不同的创新模式可能涉及多个领域的规制问题，但其边界并不总是清晰明确的。

创新与规范

- 需要在鼓励数字化采购模式创新和维护市场秩序找到平衡。过于严格的规制可能抑制创新的积极性，而过于宽松的规制则可能导致市场混乱和不公平竞争。
- 新技术的不断涌现为数字化采购创新提供了动力，但也带来了不确定性。规制建设需要应对技术快速发展带来的影响，例如如何规范数据的使用、算法的透明度等问题。
- 在全球化背景下，数字化采购往往具有跨地域的特点。不同国家和地区的规制差异可能导致企业在跨国经营中面临不一致的要求，增加了合规成本和运营难度。

机遇一：大规模设备更新为数字化采购提供用武之地

2024年《政府工作报告》提出，要推动各类生产设备、服务设备更新和技术改造，鼓励和推动消费品以旧换新。近日，国务院印发的《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》明确了到2027年的目标，包括工业、农业、建筑、交通、教育、文旅、医疗等领域设备投资规模较2023年增长25%以上等。大规模设备更新带来了巨大的采购需求，数字化采购能高效处理这种大规模业务，通过自动化流程减少人工操作，快速筛选供应商，大大缩短采购周期。同时，集中管理采购需求，实现规模经济，降低采购成本。



需求增长与市场扩大

- ✓ 大规模设备更新意味着大量的采购需求，将显著增加数字化采购平台的业务量，吸引更多企业采用数字化采购方式来高效处理庞大的采购任务。
- ✓ 通过数字化采购平台，企业可以快速整合和分析来自不同部门、不同地区的设备更新需求，实现集中采购。
- ✓ 大规模设备更新还包括设备的安装调试、售后维护、零部件采购等一系列后续服务。数字化采购能够将这些环节有机整合，提供一体化的解决方案，从而为数字化采购市场创造了更多的商机和发展空间。



精准决策与供应链优化

- ✓ 大规模设备更新需要精准决策，以确保投入的合理性。数字化采购提供丰富的数据支持，通过大数据分析，对不同设备的性能、价格、售后等进行全面评估，为决策提供有力依据。
- ✓ 在大规模设备更新过程中，数字化采购能够更好地整合供应链资源，实现供应商的快速筛选、评估和合作，降低供应风险；优化供应链，实时监控供应情况，确保设备按时、按质交付。
- ✓ 根据历史数据预测设备供应的潜在问题，提前调整采购策略，保障更新计划顺利进行。



供应链协同与可持续发展

- ✓ 大规模设备更新对供应链的协同能力提出了更高要求。数字化采购能够打破企业与供应商之间的信息壁垒，实现供应链的高效协同。通过数字化平台，企业可以与供应商实时共享需求计划、库存信息等。
- ✓ 随着环保意识的增强，大规模设备更新也越来越注重可持续发展。数字化采购可以帮助企业筛选出符合环保标准的设备和供应商，推动绿色采购，不仅满足企业可持续发展需求，也符合市场趋势。

机遇二：绿色低碳成为采购及供应链数字化的新动力

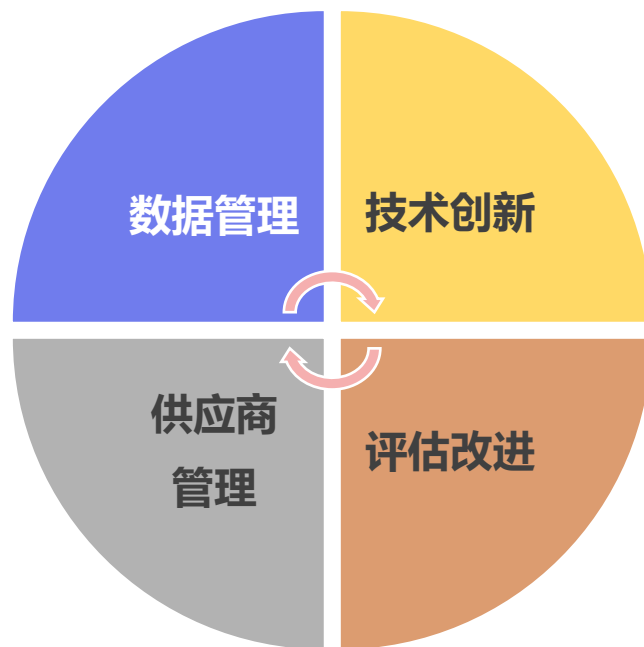
在绿色低碳的要求下，企业需要更精准地管理资源和能源的使用，降低碳排放，这就促使采购环节必须更加精细化和高效化。采购数字化能够通过大数据分析、人工智能等技术手段，帮助企业更好地评估供应商的环境表现，选择更环保、低碳的原材料和产品，优化采购流程以减少不必要的浪费和碳排放。数字供应链能够实现对整个供应链的碳排放进行实时监测和追踪，从而找到减排的关键环节和优化点，通过创新、改进流程、优化资源配置等方式实现价值增长。绿色低碳成为采购及供应链数字化的新动力，表现在挖掘更多的市场需求，通过技术创新产生新模式、新业态、新服务，创造新的价值；进行产业链整合，在产业链生产要素、效率等方面，挖掘价值和创造新的价值；通过资源优化，消除不必要的环节，创造新的价值。

绿色数据管理

- 收集和整合供应链中与能源消耗、碳排放、资源利用等相关的数据。
- 利用数据分析工具和技术，挖掘数据中的潜在机会和问题，为决策提供支持。

供应商管理

- 与供应商共同制定绿色低碳目标和行动计划，激励供应商采用绿色技术和可持续的生产方式。
- 建立供应商评估体系，将环境绩效纳入供应商选择和评价的标准。



技术创新

- 投资和采用先进的数字化技术，如物联网、区块链、大数据分析、人工智能等。
- 利用物联网设备实时监测供应链中的能源使用和环境参数。

持续评估改进

- 定期评估绿色低碳采购数字化、数字供应链的实施效果。
- 根据评估结果调整策略和措施，持续改进。

机遇三：AI落地为数字化采购各方提供创新机会

AI与数字化采购的结合正在深刻改变采购领域。数字化采购为人工智能的应用提供了数据基础和平台支持。人工智能在数字化采购中的应用带来了诸多优势：需求预测更精准、供应商评估更全面、采购流程自动化、风险预警更及时。同时，AI落地应用有助于采购方提升效率、降低成本、优化供应链，并增强在市场中的竞争力；有助于供应商个性化服务和精准营销，供应链协同优化；有助于服务商提供一站式智能化解决方案。借助AI落地应用，提升了各方的效率、竞争力和协同能力，推动采购向更加智能化和高效化方向发展。

采购商

- **智能采购决策平台**：利用人工智能整合内外部数据，为采购决策提供实时、全面信息支持，实现更明智的采购规划。
- **自动化采购流程**：通过机器人流程自动化（RPA）技术处理重复性工作，如订单生成、发票处理等，提高采购效率，减少人工错误。
- **需求预测与精准采购**：借助人工智能的预测模型，根据历史数据和市场动态准确预测需求，实现按需精准采购，降低库存成本。

供应商

- **个性化服务与精准营销**：基于采购企业的数据分析，供应商能提供更贴合需求的产品和服务，并进行精准的市场推广。
- **供应链协同优化**：利用数字化平台与采购方实时共享生产、库存等信息，协同优化供应链，提高响应速度和交付准确性。
- **智能生产与库存管理**：根据采购需求预测调整生产计划和库存水平，降低生产成本和库存风险。

技术服务商

- **一站式数字化采购解决方案**：提供集成人工智能技术的采购平台，涵盖采购流程的各个环节，实现一站式服务，提高用户体验。
- **数据分析与咨询服务**：基于大量采购数据的分析，为采购企业和供应商提供专业的咨询和策略建议。
- **供应链金融创新**：利用大数据和人工智能评估风险，为采购各方提供更灵活、便捷的供应链金融服务。

机遇四：全国统一大市场与数字化采购相辅相成

全国统一大市场建设与数字化采购发展相辅相成，共同推动经济高质量发展，提升企业竞争力，促进市场的繁荣与创新。全国统一大市场的构建，打破了地域与行业的壁垒，使资源得以在更大范围内自由流动和优化配置。这为企业创造了更广阔的市场空间，也促使采购活动跨越地域限制，寻找更优质、更具性价比的供应商。数字化采购则在这一过程中发挥着关键作用。它凭借先进的信息技术，整合分散的采购需求和供应商资源，实现精准匹配。通过数字化平台，采购流程更加高效透明，降低了交易成本，提升了采购效率。



全国统一大市场建设为数字化采购发展提供基础

- 全国统一大市场建设消除了地域间贸易障碍，促进了资源的自由流动。这使得供应商数量增多、竞争加剧，为数字化采购提供了更多选择。
- 统一的市场规则和标准，让采购流程更规范，数据更准确，为数字化采购精准分析和决策提供有力支持。
- 统一大市场的形成推动了基础设施的完善，为数字化采购的技术应用创造了更好条件。



数字化采购发展推动全国统一大市场建设

- 数字化采购提高了市场透明度，让供需信息更对称，加速了资源的优化配置。通过大数据分析，企业能精准对接需求，提高采购效率，促进市场交易活跃。
- 数字化采购打破时空限制，拓展市场范围，加强不同地区企业间的合作，促进产业协同发展，进一步推动全国统一大市场的完善和壮大。



两者相互促进提升市场效率

- 在全国统一大市场中，数字化采购能更有效地整合供应链，降低采购成本。高效的数字化采购可以吸引更多企业参与，丰富市场主体。
- 统一大市场的规模效应有助于降低数字化采购的技术成本，使其普及更广泛。数字化采购的精准匹配减少了库存积压和资源浪费，共同提升了整个市场的运行效率。



两者相辅相成增强市场竞争力

- 全国统一大市场为企业提供了广阔舞台，借助数字化采购，企业能迅速获取优质资源，提升产品和服务质量。
- 数字化采购使企业紧跟市场需求，创新采购模式，增强在统一大市场中的适应性。
- 两者协同发展，促使企业不断优化经营，推动产业升级，从而提升我国在全球市场的整体竞争力。

阳采集团

数字化采购生态 创新与探索实践

专题报告



目录

CONTENTS

Part 01 **全品类优选是政企网上商城的最佳方案**

Part 02 **赋能中小企业探索生态健康发展之路**

Part 03 **释放技术与标准的采购数字化基石动力**

Part 04 **价值创造是阳光采购赋予的时代机遇**

政企网上商城有别于消费者网购商城

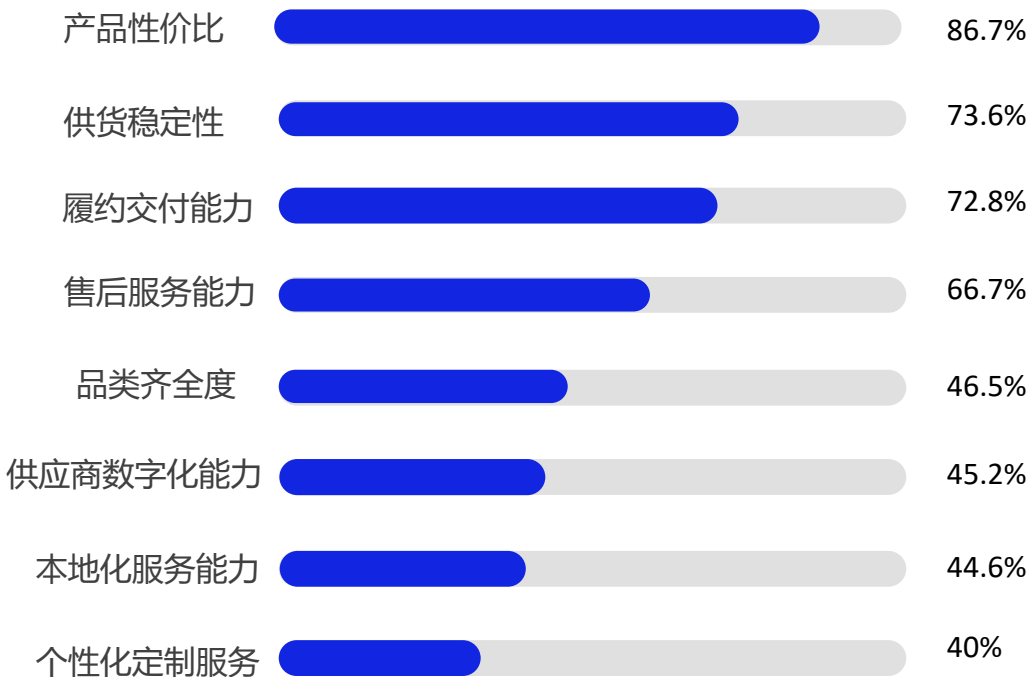
政企采购是企业行为，是组织和流程决策，而消费者网购是个人行为和个人决策；政企采购要求是阳光集采、合规保供、增效降本；消费者网购商城要求供应商越多越好，因为消费者网购商城的商业模式是卖流量，政企网上商城更加关注合规高效低成本，要对品类、品牌、商品要进行管理和优化。



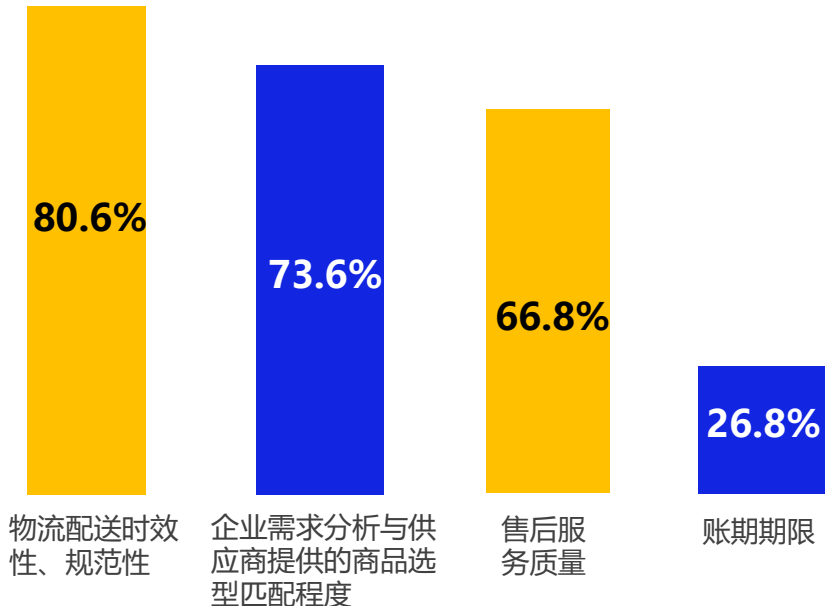
政企网上商城多纬度关注优供优服优配

在供应商选择方面，网上商城重点关注供应商的“优供优服优配”，采购用户更倾向选择长期稳定的供应商，保障持续地供货，因此要求供货稳定性、履约交付能力、物流配送时效性、售后服务能力等。

网上商城选择供应商主要关注的因素



供应商需改善的能力



阳采创建“三轮叠加优选”模式

阳采以“商品优选、自营主导、自有品牌”三种优选模式，服务政企采购阳光高效低成本。阳采优选五大供采体系，服务能源电力、石油化工、钢铁冶金、航天军工、轨道交通、建筑工程、运输物流、通讯信息、金融保险、政采税务十大领域。



阳采创建“三轮叠加优选”模式

阳采秉承“福利有温度，员工更幸福”的经营理念，优选主流电商平台上评价超过一万以上的产品作为数字福利的主流产品，除了主流产品以外，阳采还为客户提供了日化美妆、电影票订购、礼品鲜花、健康体检、图书文艺等，并服务企业职工的家庭消费市场。阳采还成立了专门的药品公司，经营药品、医疗器械等应急物质，为政企用户提供应急保障服务。

数字福利：瞄准职工家庭消费



- 日化美妆
- 电影票
- 礼品鲜花
- 健康体检
- 图书文艺



应急保供：药品、医疗器械等



- 药品零售
- 药品批发
- 第二类医疗器械经营
- 第三类医疗器械经营
- 药品互联网信息服务
- 药品进出口





目录

CONTENTS

Part 01 全品类优选是政企网上商城的最佳方案

Part 02 赋能中小企业探索生态健康发展之路

Part 03 释放技术与标准的采购数字化基石动力

Part 04 价值创造是阳光采购赋予的时代机遇

|| 供应资源赋能20000+中小供应商

阳采成为中小供应商的“供应商”，一直致力于通过线下渠道的深耕细作，打造出一套高效、可靠的数字化采购体系，充分发挥集中采购的优势，与2700家一线品牌进行直接合作，并为多个一线品牌做2B供应独家渠道托盘，提供超过300万种不同的商品（SKU），这些优质供应链资源服务20000+中小供应商，中小供应链在线采购阳采商城的商品，阳采提供订单履约交付全程服务，全国七大仓支持全国一件代发。



数字化技术赋能1000+信合伙伴

阳采成为中型供应商的集货商和技术服务商，在全国各地复制“小阳采”。阳采从全国各地的传统销售渠道中，精心挑选最优秀的经销商和服务商，与他们建立紧密的“信合伙伴”关系。这些信合伙伴，可以一站式获取“SaaS商城+百万产品”的全方位支持。阳采帮助信合伙伴打造属于自己的数字化电商平台，并提供全品类的百万产品，通过数字化升级，原来的单向买卖关系升级转变为交互式合作关系。

分销平台服务内容

“工业用品、家电设备、日用百货、办公数码、粮油食品”五大供应体系，300+SKU产品24小时快递代发全国，服务在线时间售后问题2小时解决。

分销平台运营模式

采购模式，经销商可在线采购所需产品，可直接填写客户地址由阳采供应链代发全国；服务商模式，各地服务商与阳采集团合作服务本地政企大客户，采用订单报备方式，在线完成全部流程；供应商模式，拥有优质优价的产品能力，达到交付发货服务的约定要求，可申请成为平台POP供应商，为各地区本地最优秀的经销商赋能，互联网电商平台+百万产品，经销商在无货、无网、无经验的情况下，也能快速合作政企大客户电商供货和员工福利商城业务。

分销平台技术方案

前台电商系统化、中台开放式接口、后台数字化业务链。

前置体验店赋能

在大客户竞标成功的企业总部周围，开设阳采集团线下体验店，增加商家线下体验场景、加强服务能力。



仓储式体验卖场让集采惠及中小制造企业

面向中小企业，阳采提供“工业品Costco”、“工业品山姆会员店”模式的一站式体验卖场，解决中小企业的高频、小批量采购需求，让大型企业的集采规模效应溢出服务中小企业：产品质量有保障，交付随取随用。为了满足中小企业的急需，阳采还提供工业品的即时零售需求。

企业会员制仓储式卖场

阳采致力为企业会员服务，为企业提供专业物资需求

- 为本地企业物资采购及工会福利提供采购场景，卖场体验，满足职工热销产品全品类供应。
- 与企业合作：为企业提供办公、数码、电器工业品和MRO工业品需求，为企业提供线上+线下采购解决方案，搭建商城+供应链+线下店，全方位解决企业采购需求。
- 与本地企业工会和后勤组织合作，以职工惠民的方式，走入企业批量办理会员卡。
- 采购阳光透明，采购决策快，一单多品采购效率高，快速送达，产品明码标价，价格管控系统确保售价低，降低采购成本，随买随用，降低库存占压资金。

会员制 低价格



仓储式 全品类



零售型 大卖场



场景化 体验感





目录

CONTENTS

Part 01 全品类优选是政企网上商城的最佳方案

Part 02 赋能中小企业探索生态健康发展之路

Part 03 释放技术与标准的采购数字化基石动力

Part 04 价值创造是阳光采购赋予的时代机遇

阳采形成PSSL四大数字化能力架构

阳采的经营理念是阳光高效低成本，与之配套的采购数字化能力架构，阳采经过多年的探索，总结出“PSSL”的架构，即一件多品化（P）、系统数字化（S）、产品服务定制化（S）、物流高效化（L）。其中，产品管理能力和数字化系统是基础，产品服务定制化满足客户个性化需求，物流高效化提升客户采购体验。

智慧化供应链PSSL数字化能力



一件多品化（Products 产品）

2700个一线签约品牌，精选11万个高频热销产品
50000+自有品牌产品
7大核心仓储+200余个前置仓服务网点
确保一件多品集中配送能力



数字系统化（Systems 系统）

巨量产品标准化数据库
多元化数字系统API接口匹配
自研应用ERP、WMS、OMS、SaaS等系统管理
阳采供应链智慧化管理的得到了保障



产品服务定制化（Service 服务）

满足企业客户不同场景需求，提供个性化解决方案。
拥有强大的研发团队和技术实力
积累了十年一线企业客户的服务经验
拥有优秀灵活的柔性供应链能力



物流高效化（Logistics 物流）

客户下单24小时配发
订单配送全流程追踪
借助自研的WMS软件实现高效、低成本的仓储管理



AI+商品库，优化商品识别和标准化处理

AI大模型从小切口和具体场景切入，在建立商品库的过程中，阳采探索通过AI图像识别对商品图片急性搜索、识别和匹配，通过AI智能分词来对商品的品名、型号、属性及描述信息，进行识别和标准化处理，从而探索了一套工业品的商品库。

痛点

当前，大多数电商采购平台，因为早期数据的数字化水平低，大数据缺失基础完整的数字化重要信息，例如：标准产品图片，标题，品名，重量，体积，69码，电商平台链接，税收编码等。就会出现高达几百万巨量产品不良数据，并且重复产品多、比价难、选品和下单决策缺乏数据参考依据、产品参数数据无法对比等一系列问题。阳采供应链正在帮助政采云等大型电商平台进行数据清洗、修正和整理工作。

AI构建商品标准库



1、AI图像识别技术：

通过产品图片和详情页的采集和分析能力，对图像进行多层次特征提取，与标准供应链数据库图像信息进行搜索、识别及匹配。



2、AI智能分词技术：

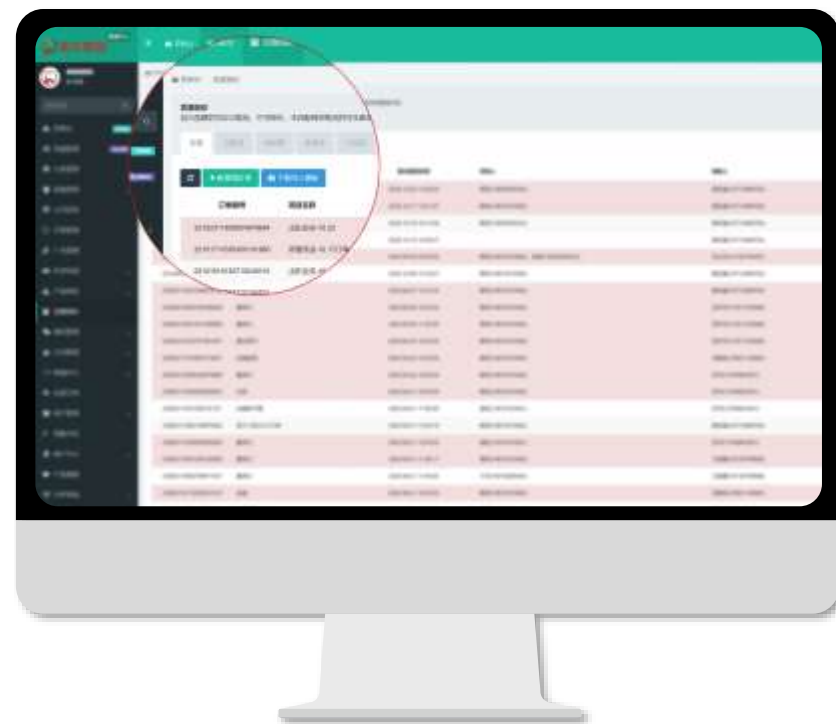
通过字符形式的产品标题，产品的品名、型号、属性及描述信息，进行识别分类和标准化处理。

AI+寻源，高效精准报价提升采购效率

AI大模型在寻源系统中的应用，正逐步重塑供应链管理的面貌，通过深度学习、自然语言处理以及大数据分析等核心技术，能够实现对海量市场信息的实时捕捉与深度解析，从而在寻源过程中实现高效精准的报价策略，极大地缩短了询价周期，提升了整体采购效率。



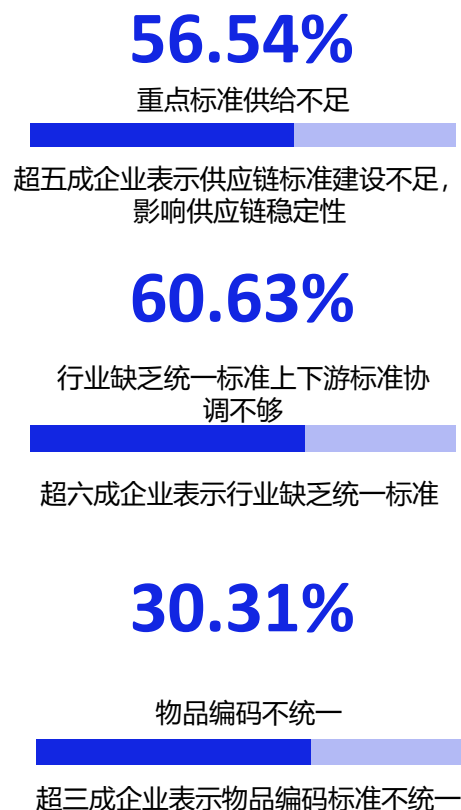
AI+ 寻源系统



标准化是数字化采购的艰巨挑战

工业品的分类和编码标准是采购行业的“老大难问题”：通过调研得知，超五成的企业认为数字化采购标准建设不足，超六成的企业表示缺乏行业统一的标准，超三成的企业表示物品编码标准不统一。

供应链标准化方面存在的问题



标准化建设方面的建议

补标准漏洞

加快供应链标准布局，针对供应链存在的标准断点和堵点，加快修订相应标准，提升标准供给水平

建立行业统一标准

发挥龙头企业、协会等机构的引领作用，强化跨行业、跨领域供应链标准化协调，鼓励龙头企业带动上下游配套中小企业共同开展标准研制，推动上下游标准有效衔接

阳采开创“三码一体”标准化体系

阳采建立了标准化物料信息商品库管理系统，开创了三码（EAN编码、主流电商链接码、税收编码）标准化体系，符合三码的产品超70万个。阳采供应链通过“三码一体”的精准商品大数据，在经营过程中发挥了重要的价值：首先，精准筛选推荐专用产品池，以有效精准的产品数据满足客户的采购需求；其次，优化仓储管理，精准计算出采购入仓产品的种类和数量；第三，为开发自有品牌产品及营销策略提供有力支持。





目录

CONTENTS

Part 01 **全品类优选是政企网上商城的最佳方案**

Part 02 **赋能中小企业探索生态健康发展之路**

Part 03 **释放技术与标准的采购数字化基石动力**

Part 04 **价值创造是阳光采购赋予的时代机遇**

从专用物资扩至通用物资，十年成长跻身百亿梯队

阳采集团受惠于国家的阳光采购政策，十年成长跻身百亿梯队。从专用物质供应扩展到通用物质供应，从场景化解决方案提供、从场景化服务方案提供到通用物质的全品类供应。以阳采供应链-集货商、阳采商城-供应商、阳采科技-服务商、阳采仓储式卖场--零售商“四商一体”为战略布局。目前有员工1500+，47个子公司。

阳采集团发展历程

2014

平台服务商

以客户需求为导向不断积累开发渠道资源，为主流电商平台供应采购各种产品，包括五金工业、家电设备、日化百货、办公数码、粮油食品、家具建材、图书健

康等

2016

数字化驱动供应链转型

阳采集团以成熟的供应链体系加大数字化系统开发，以电商数字化系统驱动产业供应链降本提效，提高阳采供应链供应韧性

2018

开创阳采商城

阳采集团以国家发展为导向，成立“阳采商城”，为全国政企客户提供全品类一站式智慧采购方案，以国内大型电商平台的资格，直接参与政企客户数字化电商采购

2020

发挥供应链优势

阳采集团从抗疫驰援到保交保供，阳采为社会捐赠超360万元的防疫物资，始终站在履行社会责任的“第一阵营”，业务版图上持续推进阳采大健康产业布局与阳采大药房项目落地，发挥供应链优势，为客户提供高效保供服务

2022

阳采生态业务布局

形成三横三纵的业务生态，通过“集货商、供应商、服务商”三商一体战略布局，加强建设全品类数字化，提升企业采购供采能力，以数字为基础，以科技为手段，助力企业数字化转型发展

未来

阳采与众 共开新局

阳采集团继续推进技术创新，大力实施人才强企战略，向全球一流企业看齐，向更高标准迈进，为推进数字化经济和实体经济融合蓄势赋能，加速建设数字阳采，科技阳采，智慧阳采



构建“一链双轮增长模式”：链带轮，轮驱链

阳采始终以供应链为集团核心竞争力，一轮是“直营服务大客户”，对大客户坚持直营服务模式，提供阳光、高效、低成本的一站式全品类数字化采购服务；另一轮是“发展分销生态”，让区域化、本地化分销商服务众多客户。大客户直营和分销批发两类业务也带动了供应链的丰富、集约化和规模化。

大客直营 01

阳采供应链为能源电力、石油化工、钢铁冶金、航天军工、轨道交通、建筑工程、运输物流、通讯信息、金融保险、政采税务十大行业300余家大型政企客户提供“阳光、高效、低成本”的一站式全品类数字化企业采购服务。



经过10年经营积累，已有全国代理商、经销商、服务商20000余家在线采购，实现了24小时全品类一件多品代发服务能力，信息通过移动终端同步到客户。

从三年前的90%直发模式转变为现在的97%代发模式，在数据安全和履约交付能力等方面建立信任，各地伙伴对阳采供应链的需求和依赖越来越强，对供应链的要求也越来越高。

分销批发 02

助力央企创新数字化采购模式变革

阳采通过优选、自营、自有等三类全品类优选模式服务央国企，让央国企自建的网上电商平台商业模式变革，从服务内部到有能力服务外部，赋能全行业的采购数字化；通过三码一体的标准化和工业品商品库，探索出一套央国企数字化采购的数据治理解决方案，也为AI大模型应用、数据资产的认定和评估打下了一定基础，助力管理模式变革；通过AI大模型在商品库和寻源系统中的创新探索，实现了服务模式的变革。

商业模式变革

开放平台，实现资源和管理工具共享



形成外部服务体系

向外开放和输出

强大资源整合能力

供应链管理
能力

央国企自建的电商平台

管理模式变革

加深数据治理，实现数据驱动的供应链管理



数据要素价值越来越凸显

更加重视
采购供应链全生命周期
数据的治理能力

实现

更多的数据智能应用

形成

数据驱动的创新管理模式

服务模式变革

供应链职能定位从“辅助支持”转为“战略职能”



供应链人员职能转变

采购业务执行人员
供应链运营和管理人员
战略支撑职能

供应链中心定位转变

从企业的“成本中心”
“战略部门”
“价值创造中心”

报告编写组

报告主笔

亿邦智库高级分析师

张 晶

亿邦智库联席院长

赵廷超

报告指导

亿邦动力董事长

亿邦智库院长

郑 敏

研究团队

亿邦智库执行院长

王 姗

亿邦智库商业研究总监

李夏茹

亿邦智库资本市场首席分析师

施 玮

亿邦智库首席数据官

黄妮玲

亿邦智库高级总监

樊 飞

亿邦动力产业互联网频道主编

张 睿

中国物流与采购联合会公共采购分会会员部主管

饶绉君

数据来源

- ◆ 亿邦智库采取问卷调研、访谈等形式，与部分企业代表、机构及行业专家进行深入交流，获得相关一手信息和数据。
- ◆ 行业公开信息、行业资深专家公开发表的观点、政府公开数据与信息、宏观经济数据、企业财报数据等。
- ◆ 本报告中数据采用研讨、调研或公开数据研判所得，某些数据未经相关企业认可，同时限于数据可得性等客观因素，部分数据未必能够完全反映真实市场情况。

法律声明

- ◆ 本报告所有的文字、图片、表格均受到中国知识产权法律法规的保护。
- ◆ 未经本机构书面许可，任何组织和个人不得使用报告中的信息用于商业目的。任何非商业性质的报道、摘录及引用请务必注明版权来源。
- ◆ 如发现纰漏，恳请批评指正，不胜感激。

任何问题请联系：zhangjing@erbun.com

特 别 鸣 谢

中国物流与采购联合会副会长	蔡 进	大唐电商技术有限公司董事长、党委书记	毛 茅
中国物流与采购联合会会长助理	胡大剑	国家电网有限公司物质管理部（招投标管理中心） 招投标三处处长	王培龙
中物联采购委常务副主任、公采分会秘书长	彭新良	上海华能电商公司党委委员、副总经理、工会主席	黄云飞
中物联公共采购分会专家委员会副主任 中国石化物资装备部原首席专家	王志刚	云筑（中建电商）副总裁	杨崇谊
中物联公共采购专委会委员 清华大学互联网产业学者	平庆忠	五矿国际招标有限责任公司副总经理	徐开晟
易派客电子商务有限公司党总支书记、 执行董事	沈中祥	中国宝武欧冶工业品股份有限公司 供应链首席专家	梁志明
中国交建集团供应链管理部副总经理	任宏伟	中化商务有限公司党委副书记、副总经理	顾有恒
中国能源建设股份有限公司 生产与项目管理事业部副总经理	王喜营	中航国际金网副总经理	付茂盛
国家电力投资集团有限公司物资装备 分公司副总工程师	张启春	中国石化化工销售有限公司信息化管理高级专家	陈永凯
国家能源集团物资有限公司业务管理部主任	苏成金	北京天源迪科网络科技有限公司副总经理	刘 欣
(排名不分先后，并向所有支持我们的各位专家致以深深的谢意)			

eb**run**亿邦智库



CFLP

中国物流与采购联合会
公 共 采 购 分 会

China Federation of Logistics and Purchasing Public Procurement Branch

