

# Exploration of the Path of Enterprise Digital Transformation under Big Data

Kun Deng

Xuzhou Xinzhi Technology Co., Ltd., Xuzhou, Jiangsu, 221006, China

## Abstract

In the era of big data, enterprises are facing a new development trend. China proposes to build a digital economy where data is the key, and promote the transformation of enterprises to digital, networking and intelligence. In the implementation of the big data strategy at the national level, enterprises must enhance their competitive strength to accelerate their digital transformation. More and more enterprises are beginning to devote themselves, but they are faced with problems such as unclear transformation goals, no mature reference template, lack of relevant technical talents and insufficient digital capabilities. In order to explore an effective digital path in the context of big data, enterprises must pay great importance to personnel ability and organizational ability, and build a scientific digital business mode.

## Keywords

big data; enterprise; digital; transformation

# 大数据下的企业数字化转型路径探索

邓昆

徐州信智科技有限公司, 中国·江苏 徐州 221006

## 摘要

大数据时代下,企业面临着新的发展趋势。中国提出构建数据为关键的数字经济,并推动企业向数字化、网络化、智能化转变。在国家层面大数据战略实施中,企业要提升竞争实力,必须加快数字化转型。越来越多的企业开始投身其中,但面临转型目标不清晰、没有成熟的参照模板、相关技术人才缺乏以及数字能力不足等问题。为了在大数据背景下探索有效的数字化路径,企业必须要重视人员能力和组织能力,构建科学的数字化商业模式。

## 关键词

大数据;企业;数字化;转型

## 1 引言

现如今,新一轮产业和科技革命正在迅猛发展,中国在战略发展规划中强调“加快数字化发展,建设数字中国”。国务院国有资产监督管理委员会下发的《关于加快推进国有企业数字化转型工作的通知》,在大的社会背景下,国资国企面临着数字化转型的使命。大数据可以说是数字化转型的重要特征,大多数企业用大数据作为数字化转型总驱动,确保数据的质量和可用性。然而,任何企业数字化转型过程,当前阶段并不成熟,还处于探究适宜自身数字化转型的发展道路。论文即以此为主题,分析大数据下的企业数字化转型面临的问题,并提出有利的数字化转型策略。

**【作者简介】**邓昆(1978-),男,中国安徽庐江人,硕士,网络规划师,从事信息安全管理研究。

## 2 大数据下的企业数字化转型面临的问题

现如今,在国家战略规划和市场竞争环境中,多数企业借助大数据技术开展了数字化转型活动,尤其国资国企处于探索尝试阶段,实践多停留在营销模式和运作流程以及管理体系上,缺乏对产品和服务的创新。尽管企业将数字化转型作为自身创收的驱动力,有强烈的数字化转型意愿,然而受人才、技术、思维、样板等条件的限制,转型成果不明显。部分头部企业因自身成熟的管理体系,使得数字化转型进入了新的发展空间。而在转型过程中企业普遍会遇到原有运行模式难以转变、新技术驾驭困难,数字化转型路径不明确等问题,过往的经验和模式并不能成为当下转型的重要参考,企业需要有新的支持因素<sup>[1]</sup>。国资国企作为传统企业,其本身缺乏数字化基因,要投入数字化转型改革,则需要自上而

地进行思维理念转变,清晰传递转型愿景,界定执行战略,将转型落实到部门、团队。需要加强技术人才的引进和培育,尽快驾驭和应用新型兴技术,以此在大数据背景下为数字化转型赋能。

### 3 大数据下企业数字化转型的重要性

企业数字化转型是借助新的数字技术,尤其以云计算、大数据等新的信息技术,推动组织方式、商业模式以及生产方式进行改革创新。包括数字化业务转变、数字化业务优化。数字化业务转型具有跨界竞争特点,会改变自身的商业与收入模式,而数字化业务优化仅仅是对管理的优化,更好地防范风险,并提升业务处理效率<sup>[2]</sup>。但本质上都是借助数字化手段来推动企业转型升级,探索新的发展之路。对于企业发展而言,数字化转型顺应国家战略发展规划与行业的变动,同时能够极大地提升市场竞争力。因为数字化经济时代的到来,企业所处的外部市场发生较大变化,市场需求多变且模糊,想要赚取经济利润,则要求企业快速且精准把握消费者的需求。面对市场复杂且变动较快的状况,企业需要更快速地响应业务需求,把握消费者动态,提供优质服务体验,而这对自身的战略能力、组织力、技术融合创新提出了更高的要求,由此数字化的转型升级成为不可缺少的手段。在社会层面它属于大势所趋,而在企业内部则能够最大化地提升产业效率,让其拥有强大的竞争力。

## 4 大数据下的企业数字化转型路径

### 4.1 构建数字化转型团队

大数据环境中,企业数字化转型面临复杂多变的市场局面,要探索出适合自身的数字化发展模式,则需要构建高效的协同模式,拥有底层架构来支持。即企业要构建自身的数字化团队,有针对性地对职能进行定位,转变企业和外部共享经济形态、组织之间的关系。根本上来说,企业数字化的转型首要作出思维认知的变化,站在全业务链全流程考量企业的发展,从整体上来提升发展效率和服务体验,以消费者为导向来促使全业务链条的数据驱动,打破以往标准化的系统发展模式,通过协同、赋能的手段来构建数字化系统。在具体构建数字化转型团队中,其职能定位要从两方面着手:

第一,借助新的信息技术和互联网平台思维实现企业全业务链的高效协同,以用户为中心实施联动整个产业的各项环节。

第二,沉淀自身的数字化资产,包括知识、算法和数据。在今天大数据环境中,数据智能算法会成为企业核心竞争力。

这需要数字化转型团队以数据和场景做出洞察,在合理的成本范围内获得更优效益<sup>[3]</sup>。

但要注意,大数据下的企业数字化转型要因地制宜,结合企业实际情况,积极响应政策号召,适应行业竞争,抓住时代潮流,把握人工智能、云计算、大数据的机遇。在数字技术赋能下,提升企业数字敏捷度和洞察力,以更好地呼应市场需求,抢占利益增长点。

### 4.2 搭建数字化转型应用领域

要实现企业数字化转型并不能一蹴而就,小步快走进行系统更新迭代,需要以局部改造、模式创新等推动企业结构变革,并相应搭建数字化转型应用领域。基于自身内部而言,在管理体系上进行数字化升级,构建以门户为核心的电子报销平台、财务管控平台、协同办公平台、人力资源平台等。同时,全力推动管理、营销模式的数字化转型,在大数据支撑下精准经营、销售,开辟全数字化管控和分析模式;推动自身业务运作流程数字化,比、如设备管控运维自动化流程、智能供应链配送、线上申报平台等<sup>[4]</sup>。另外,对自身的服务作出创新,开辟个性化体验、一站式服务、数字化产品等。

### 4.3 应用大数据为数字化转型赋能

企业数字化转型并不容易,要打开新的变革突破口,形成可以有力践行的全面数字化转型战略,则需要充分利用大数据为其赋能,创造全新、安全的发展业态。充分运用大数据技术来为企业构建大数据知识体系,一方面提高内部知识的转化率和外部知识的吸收力,另一方面加强知识管理,推动企业有效创新。构建大数据知识体系的基础上,需要加快知识的分析和关联,借助知识图谱、大数据为企业业务发展建设出海量数据知识网络,形成及时更新、反馈的动态知识服务模式,全面提升企业业务处理水平<sup>[5]</sup>。此外,构建大数据知识体系为不同层次的管理人员进行数字化战略转型决策和创新提供有效支持。因为数据知识体系可以基于场景感知给予智能知识服务和精准性的数据信息,全面的业务知识融入研究和决策过程,由此可以提升决策的准确度,使得企业数字化转型更加的健康、安全。

### 4.4 打造企业数据资产管理体系

突出大数据核心作用是企业数字化转型的重要手段。首先要为自身打造数据标准规范体系,制定合理且全面的技术标准和业务规范体系,以此形成推动力;其次形成顶层统筹、安全可靠且共享应用的大数据资源库,为企业业务处理和数据分析奠定基础。另外,通过大数据应用平台来加强企业个

(下转第100页)

的新产品开发等活动中来,这又同以前消费者的被动接受产品形成鲜明对照;消费者通过网络来满足其个性化需求,这种行为使企业明确其真正的目标市场,主动上网搜寻信息的人,使企业的行为更有针对性,从而避免了传统中把大众作为其目标市场进行促销所导致的损失。

## 7 消费者购买后的粘度建设

将全球性移动性以及社交性的服务进行有效融合,能够基础地运用到跨境电商的行为消费中去,使得消费者对自己的行为习惯发生巨大的转变,只有这样才能更加多样化地满足社会消费者的需求,能够在社交网络以及体验与分享的平台中得到更好的消费可以将消费变为线上或者是线下统一消费的行为,能够将更好的商品和服务进行使用 and 购买,能够通过信息的搜索与筛选,或者是个体群众的推荐来进行跨境电商行为模式的转变。

(上接第95页)

性服务与智能化决策水平。其中大数据应用平台包括采集处理、共享服务、治理、智能算法、分析应用平台,不同平台承担相应的数据处理职能。以大数据智能算法平台为例,针对企业发展中的生产辅助、信用精准画像等需求,汇集、储存多维数据,并深度理解业务,在算法开发、数据建模等技术上,构建出智慧高效应用的大数据算法平台,使得企业能够更灵活、快速地挖掘有用数据。

## 5 结语

企业数字化转型在大数据环境中尽管有了一定成效,但尚处于初级阶段,不仅存在转型路径不明确、固有发展模式制约的问题,同时还存在能力短板等挑战。本质上,企业数字化转型是大数据环境下的一场变革,也是长期推进的工程,其中存在诸多不确定性,所以顶层设计尤为重要企业。企业需要构建出数字化转型团队,各个组织进行相应

## 8 结语

综上所述,对于中国跨境电商的有效发展,最主要的一点在于消费者的消费理念以及消费习惯,能够对消费者的各种消费理念进行有效的掌握,能够实时地向他们推送感兴趣的商品,以此来推动中国跨境电商的有效发展。将消费者的行为模式与企业的营销方式进行更加有效的结合,能够通过消费者的需求来将营销模式进行有效的转变,只有这样才能使得中国跨境电商有更好的发展前景。

### 参考文献

- [1] 张夏恒.中国跨境电商消费者研究:特征及其行为评价[J].广西经济管理干部学院学报,2017,29(2):76-83.
- [2] 卢婧.网络口碑在不同消费决策阶段对消费者行为的影响研究[D].北京:北京邮电大学,2015.
- [3] 罗珣.WCO框架下多部门联动推进跨境电商可持续发展模式探讨[D].杭州:浙江长征职业技术学院,2021.

支持。同时,要弥补技术方面的缺陷,为自身搭建出数字化应用领域,相应借助大数据技术为转型赋能,使其能够提升数字化转型成效。

### 参考文献

- [1] 李勇.企业数字化转型的路径探讨[J].轻工科技,2020,36(8):117-118.
- [2] 王丹梅,侯清涵.基于大数据技术的BI分析系统在财务管理方面的应用[J].国际商务财会,2020(7):3-6.
- [3] 陈文惠,尹伟,翟丹妮.“互联网+”时代企业数据中台的研究与应用[J].通信企业管理,2020(7):71-74.
- [4] 孔敏娜.企业数字化转型的桎梏及引导[J].农村经济与科技,2020,31(6):144-145.
- [5] 刘李.大数据下的企业数字化转型研究与实践——以MT企业为例[J].中国管理信息化,2019,22(15):51-53.