

# 分组讨论书面汇报材料

## 分组讨论（1）： ——围绕部门职责，如何更好落实年度一级部门和小部门的目标

整体要求：人人发言，简明扼要。

组 17：

组长：李文喜；

组员：陈娟、李跃红、郭志涛、孙国明、唐彬彬、魏欣、徐亮、黄永常、吴启昊、  
蒋莹珑、王臣、陈家瑶、胡佳琪、黄敬、戚康康

核心要点：

17 组讨论汇报材料

数字企业业务部核心 KPI	1、业绩目标/进度：收入 1 亿（3900 万/39%）、订单 1.5 亿（4000 万/26.7%）、回款 8000 万（4000 万/49%）； 2、企业大脑方案沉淀及样板点打造 3、浙江样板点打造及赋能效应提升
陈娟	业绩目标： 1、锚定北京移动的框架合同（客情、沟通成本优势），尽量落更多项目。结合 AIGC 的行业落地，拓展场景实践；典型场景：移动集团各地的宣传方案/地推方案策划、宣传语的 AI 推荐、AI 画图、广告文案等全套的智能化规划和组织，“一键方案策划”； 2、中外运：招商局集团在选定数字化厂商推进 AIGC 探索，招商局总部的数字化业务部在选型（中外运有推荐权）。建议在中外运创科做测试，测试报告对集团有参考意义。8 月份需要入围测试； 3、重点商机跟进：西南能矿（咨询完成后，今年有落地第一批项目的机会）、金川（网络 2 千万项目近期落地）、兰州佛慈制药（医药行业与 AIGC 结合的场景机会）、陕西有色集团交流（潜在样板点），华大集团（AIGC 结合的可能场景），广东（日立电梯、盐业集团），重庆联交所（今年项目落地较难），参加过我司峰会的央国企重点突破。甘肃电投

	<p>二期（看一期交付效果），中国星网上海和重庆分公司的云网（与系统部形成合力）</p> <p>企业大脑方案与样板点打造：方案细化与丰富化（场景与新华三的业务结合度不高、较零散，多由外部供应商开发），新华三白皮书，与信通院合作的数字化转型白皮书（9月初发布），</p> <p>浙江样板点：浙江样板点的新场景和亮点场景分享到部门、重点参观的客户；样板点中 AIGC 的结合实践的进展分享；</p>
李跃红	<p>订单拓展：</p> <p>1、移动后续有订单追加，年度总订单约 1200；</p> <p>2、AIGC 的应用：移动 M 域的投资额较小，AIGC 落地考虑结合 B 域的场景落地：</p> <p>3、（陈娟）北京移动的电子签章，OCR，北京公司内部的子公司和二级部门内部所有电子流程自动调用电子签章的能力，可以考虑推广；</p> <p>4、法务与审计领域，可较好的与 AIGC 结合。规则相对固定（国家、行业、区域法规要求），内审外审都有需求，建议落地推进产品方案；内审、专项审计，引进预审机制，线上审，外部审计机构的评价等。建设审计知识库，审计抽检的智能推荐；</p> <p>5、档案系统：与紫软的档案系统结合 AIGC 能力，打造联合方案；</p>
郭志涛	<p>休假中，请假</p>
孙国明	<p>业绩目标：</p> <p>保障好今年的 OPEX 项目，做好 24 年项目规划支撑；</p> <p>数据资产管理，业务场景融合，结合 AIGC 推进创新能力交付；</p> <p>AIGC 产品/方案最好从集团落地，推广到省公司；</p> <p>业务报表、脚本工具等，可以使用 AIGC 能力替代，以及考虑 AIGC 跨业务的贯穿，支撑业务；</p> <p>样板点：样板点参观后订单的转化率、客户参观交流的满意度；</p>
唐彬彬	<p>AIGC：移动 M 域的数据资产平台，可考虑结合 AIGC 能力，帮助用户生成公文、通知等文稿；</p> <p>智能数据报表生成也有需求；</p>
魏欣	<p>拓展：前期项目的场景和已建成能力也要谋划与 AIGC 能力的结合，以挖掘新的机会；</p> <p>样板点：针对不同行业或背景的客户，规划有针对性的个性化参观内容和交流方案；需要强化亮点效果，应该是系统化的，需要我司帮忙落地建设的；</p>

徐亮	<p>业绩目标： 浙江亚运年，上下都很重视安全，建议包装全套安全方案做推广； 场景建设方面，重点项目缺少长期持续的上层汇报和关系维护；建议推进现有客户的日常工作与 AIGC 能力的结合，组织客户侧的 AIGC 相关汇报； 企业大脑方案：华大集团很多工作还是靠人工，Excel 的使用很多，目前填报工具是很好补充；二期引导需要系统化地参考新华三经验，二期的数据对填报仍有较大需求； 滨江样板点：参观完之后跟进深入交流的机会少；</p>
黄永常	<p>业绩目标： 1、滨江的可预期订单最多 1 千万左右，要更多靠可双算的项目带动订单数字； 样板点：滨江样板点运转正常，需要带动部门业绩目标，后半段的转化缺少跟进，需要闭环机制（参观效果评价、代表处跟踪机会）； 2、企业大脑方案及样板点：企业大脑方案融入解决方案部的流程体系（立项、质量、评价等，暂时缺失）。</p>
吴启昊	<p>市场目标： 1、浙江市场上阿里回归，前官员被判，威胁与机会并存； 2、市里数字化建设的模式已转变，要求快餐模式，迅速提供 demo 和样板应用； 3、滨江样板点：如何把滨江的先进经验在省里复制，AIGC 要尽快有本地落地样板点； 4、企业：需要分析竞争对手的策略，明确我们的策略 AIGC：理清楚竞争力的重点，在于产品还是方案；需要明星级重量产品，保证销量和最终市场效果； 城市大脑建设：各领域的分工很清晰，各业务部门自行牵头推进建设，数据局推进通用能力落地，建议我司提供通用能力，通过先期应用的落地提供示范效应，抓住窗口期；</p>
蒋莹珑	<p>业绩目标： 1、收入目标：滨江样板点应用和场景到外地的复制，浙江数字化改革整体体系的能力输出； 2、一网统管和社区 2.0，与 AIGC 能力的结合；需要与 AI 团队的能力结合； 3、参观接待：参观接待后的跟进和能力输出，与大师团队的经验总结输出，对外地项目的跟进支撑；</p>
王臣	<p>业绩目标： 1、现有项目机会的推进、与代表处争取联合拓展打标签的智慧类项目，提升业绩数字； 样板点支撑：滨江样板点参观效果好，但缺少直接效益；项目建设效果也在持续提升中，经验总结也持续输出； 2、交付口碑：对样板点效果做好长期保障 3、杭州项目金额在持续缩小，AIGC 能不能有最小集，可以与现有项目融合。</p>

陈家瑶	<p>业绩目标：</p> <p>滨江的物联平台在推进三年规划，明年有立项预算，需要重点推进；目前在整理滨江建设的场景、方案、成效，我们已做的项目大多有较好的复制价值，需要考虑输出外地做商机拓展；</p> <p>城市大脑与 AIGC 能力结合的场景，需要方案团队的支撑，以多参与到杭州市城市大脑建设；</p> <p>滨江样板点价值输出：协助业务部整理输出一网统管经验；西藏那曲市希望基层治理的落地等。</p>
胡佳琪	<p>样板点：接待时已尽量考虑有项目落地机会的客户，建议对参观效果的量化；</p>
黄敬	<p>业绩：保障口碑交付，站在客户视角考虑问题，增加新机会拓展；</p> <p>通过智能工具提升工作效率</p>
戚康康	<p>统计局、人才两个场景的经验输出，滨江的人才竞争力分析要好于省里的成果，值得复制推广（数据的难度较高）；</p> <p>统计局 4 期的企业服务端，集合 AIGC 的能力，客户领导希望推荐给上级部门，建议推进；</p>
李文喜	<p>业绩目标达成：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、萧山智算中心项目落地</li> <li>2、央国企系统部联合推进企业大脑和 AIGC 方案汇报，争取突破；</li> <li>3、现有重点客户 AIGC 方案与牵引场景汇报；</li> <li>4、北京移动框架合同新订单开拓；</li> <li>5、滨江参观后续商机跟进闭环，参考德令哈与喀什模式，帮忙外地协调后请集成部与当地办事处跟进拓展，协助提高大部门业绩；</li> </ol> <p>方案与样板点：</p> <p>企业大脑方案的两个重点：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、我司经验整理包装（交流材料及白皮书准备进一步评审优化）、信通院合作的数字化转型白皮书发布；</li> <li>2、场景 AIGC 化，跟进我司经验，推进客户侧样板点落地的破局；</li> <li>3、浙江样板点经验整理输出，加大应用场景的提炼和输出；</li> <li>4、上海业务破局加紧推进。</li> </ol>