**专访冷酸灵CIO |借泛微OA系统支撑企业“数字化”转型**

链接：<http://www.weaver.com.cn/subpage/aboutus/news/news-detail-17588.html>

作为日用国货品牌典型代表之一，冷酸灵近年来在数字化转型与管理升级实践中走在行业前列，借助“数字化”进入全速发展阶段。

**一、冷酸灵介绍**

重庆登康口腔护理用品股份有限公司(以下简称登康公司)是中国极具影响力的专业口腔护理用品公司。“冷酸灵牙膏”作为登康公司旗下品牌，自投放市场以来，已累计销量超过50亿支，在抗牙齿敏感领域拥有60%以上的市场份额，年销售收入超10亿元。



冷酸灵是“中国牙齿抗敏感领导品牌”，“冷热酸甜，想吃就吃”这一脍炙人口的广告语多年来享誉大江南北，男女老少耳熟能详。

**二、访谈实录**

近日，泛微与冷酸灵针对企业数字化转型展开对话，以下为访谈记录：

**数字化——日用品行业下半场“新节奏”**

数字化“新节奏”包含“**新成本、新效率、新体验**”三个方面的转变，主要表现在企业成本下降、效率提升、体验优化。

2017年我国牙膏生产企业数量100家左右，目前，已在中国设立公司的外资牙膏企业共计9家。中国本土牙膏企业约85家，其中年销1亿支以上规模的企业共计10家。

冷酸灵CIO周阳认为：“当今时代，市场瞬息万变，日用品行业面临的挑战来源于**渠道、用户、商品、员工**多个方面，线上线下渠道多元化、用户需求个性化、商品多样化、员工年轻化，这些都在将我们推向数字化。”

同时，他也提到企业在数字化转型过程中，主要分为五个阶段，即辅助阶段、支持阶段、增值阶段、竞争优势、战略洞察。目前，日用品行业基本处于支持阶段向增值阶段过渡状态，只有极少数企业利用信息化手段完成了服务增值以及客户关系升级。

针对此现状，周阳指出：“我们大部分企业在此过程中都遇到一些困难，比如IT如何重新定位，转变被动响应状态，增强业务驱动力，企业海量数据如何整合，挖掘其价值等等，克服困难也成为贯穿整个信息化的指导思想。”

目前，冷酸灵正在稳步进行着他的五年数字化转型之路，其中有很多具有实际价值的经验值得学习与借鉴，总结起来可以概括为“**核心、驱动力、支撑、辅助**”。

**“**[**OA系统**](http://www.weaver.com.cn/oa/index.html)**”——冷酸灵数字化转型支撑**

“懂大众是冷酸灵最大竞争优势”周阳这样说道，经过50多年的发展，作为本土化品牌，我们最大的优势就是懂大众，我们了解中国人的饮食习惯，也清楚普遍存在的口腔问题，我们更能准确的抓住中国人民在口腔护理方面的需求。

如何借助“数字化”将优势扩大，提升企业对市场变化的响应能力是我们的首要目标。

周阳透露：“冷酸灵在对数字化转型规划中，有四大重点即分析决策平台、企业管控平台、业务运营平台、服务支撑平台。具体来说，对我而言ERP系统是核心，全渠道营销系统是驱动力，[**OA系统**](http://www.weaver.com.cn/oa/index.html)**是支撑**，其他系统是辅助。”

他认为企业数字化的“支撑”对于冷酸灵而言十分关键，当时在进行[OA](http://www.weaver.com.cn/oa/index.html)选型时，企业内部对[OA](http://www.weaver.com.cn/oa/index.html)有**三大功能定位**：

**1.全员统一的协同办公平台：**强大的流程引擎将企业决策层、管理层、执行层的各类工作场景统一规范管理。

**2.全员统一的**[**移动办公**](http://www.weaver.com.cn/oa/index.html)**门户：**灵活的移动引擎将所有办公应用搬到“手机”，随时随地高效处理事务。

**3.企业异构系统“整合器”：**稳定的集成引擎成为整个企业信息系统的入口，极大增强企业数据整合能力。



周阳强调：“当初选择泛微[OA系统](http://www.weaver.com.cn/oa/index.html)，正是因为它满足这三项功能定位，尤其是泛微[OA系统](http://www.weaver.com.cn/oa/index.html)的集成能力，是我最看重的一点，泛微[OA系统](http://www.weaver.com.cn/oa/index.html)作为整个冷酸灵异构系统的入口，增强了我们中高层对于企业动态的获知能力，提升了企业员工的办公效率。”

当提到冷酸灵在使用移动[OA](http://www.weaver.com.cn/oa/index.html)办公之后的变化时，他指出，领导们经常这样说起：“以前，我外出一天后回到办公室，总是会有一堆文件材料等着我，然而现在不会了。”

**日用品企业未来数字化转型路上需内外兼顾**

数字化管理转型的中心应围绕“人”，用系统来配合人，提升企业每个人的能力，这需要从内部与外部两个方面着手，做到内外兼顾。

根据日用品行业市场环境与企业自身发展特点，日用品企业在数字化转型路上建立的目标主要包括：

1.企业对市场变化快速的响应能力：通过平台化、电子化、智能化系统来支撑。

2.企业产品的迭代更新能力：通过流程化、精细化系统辅助产品研发项目管理。

3.企业成本控制能力：通过一体化费控平台规范企业对外支付与对内报销行为。

4.企业供应链运营能力：通过各系统协同运营，让供应商运营更规范、更高效。

5.企业管理决策能力：通过一体化报表门户，整合数据，为决策提供可靠依据。

出处：泛微官网 2018-10-31