

杜晓梦

北京大学国家发展研究院
副教授，管理创新实验室副主任

更新日期: 2026 年 07 月 02 日
Email: xmd@nsd.pku.edu.cn

工作经历

全职:

2026.07– 现在, 北京大学国家发展研究院, 营销管理学副教授
2026.04– 2026.07, 北京大学国家发展研究院, 管理创新实验室副主任
2023.04 – 2026.03, 北京大学国家发展研究院, 智库助理研究员、BiMBA 商学院运营主管
2019.01 - 2023.03, 北京百分点科技集团股份有限公司, 数据科学实验室, 首席数据科学家
2016.01 - 2018.12, 北京百分点信息科技有限公司, 企业业务事业部, 总经理
2014.07 - 2015.12, 北京百分点信息科技有限公司, 数据科学与研究部, 研发总监

兼职:

2021.01– 现在, 北京大学光华管理学院, 商业分析项目业界导师
2020.09 – 现在, 北京大学信息管理系, 业界实践导师
2018.06 – 现在, 北京大学国家发展研究院-百分点 数据智能与国家发展实验室, 副主任
2018.05– 2021.05, 微总部创业创新基地, 创业导师
2017.09 – 现在, 中国人民公安大学信息技术与网络安全学院-百分点公共安全大数据与人工智能联合研究中心, 副主任
2017.09 – 现在, 北京大学国家发展研究院 BiMBA 商学院, 企业讲师
2017.03 – 2018.02, 中山广播电视台《数据中山》, 项目顾问
2016.06 – 现在, 中央财经大学-百分点金融营销大数据研究中心, 联合主任
2016.06 – 现在, 北大软微-百分点联合实验室, 联合主任

教育背景

2010.09-2014.07, 北京大学, 光华管理学院, 营销模型专业, 博士, 导师: 苏萌
2007.09-2010.07, 北京大学, 中国经济研究中心, 企业管理专业, 硕士, 导师: 张黎
2003.09-2007.07, 北京大学, 信息管理系, 信息管理与信息系统专业, 学士
2003.09-2007.07, 北京大学, 中国经济研究中心, 经济学专业, 学士(双学位)

奖励

2021 年中国市场研究行业“分众传媒”优秀论文奖, 专业组三等奖, 中国信息协会市场研究业分会, 2021.11
2020 年度 Emerald 杰出论文奖, 英国 Emerald 出版集团, 2020.12
2020 年度北京市科学技术进步奖二等奖, 北京市人民政府, 2020.08
2019 年获副高级研究员职称资格, 北京市科学技术委员会, 2019.12
2018 年北京市科技新星, 北京市科委, 2017.11

2018 年中国数据大工匠，工信部中国大数据产业生态联盟，2018.08
2018 中国软件研发管理行业技术峰会（CSDI Summit）最佳分享奖，2018.07
第十三届“中国市场研究‘宝洁’论文奖”，专业组三等奖，2014.09
北京大学 2007 年优秀毕业生，2007.06
北京大学 2005-2006 学年三好学生，2006.11
北京大学 2005-2006 学年光华奖学金，2006.11
北京大学第十四届“挑战杯”五四青年科学奖竞赛，二等奖，2006.06
北京大学 2004-2005 学年三好学生，2005.11
北京大学 2004-2005 学年五四奖学金，2005.11

授课/研究兴趣

数字营销；营销模型；大数据与 AI；企业数字化转型

教学陈述

任职北大国发院现任岗位以来，主要教授如下课程：

- 1) MBA 项目，“Digital Marketing”课程、“AI in Business”课程和“AI Practice”课程；
- 2) 《AI 企业家领航班》C 端培训项目中，“业务增长”与“降本增效”两大模块课程；
- 3) 《CMO 前沿课程》C 端培训项目中，“数据技术驱动营销升级”模块课程；
- 4) 企业 EDP 培训课程，为宝马集团、默克药业、工商银行等项目授课。

授课或参与培训的其他学院课程如北京大学光华管理学院、北京大学政府管理学院、北京大学信息管理系、中央财经大学商学院、北京科技大学市场营销系、华中师范大学、北京农业大学、广西财经大学、西南财经大学、北京联合大学、上海财经大学等十几所商学院和相关学院；授课、咨询及实施、指导的企业包括华为、国家广电总局、国家质检总局、中国铁路科学院、TCL、王府井百货、华润商业置地、中信集团、宁波银行、爱心保险、上海烟草、云南烟草、广西烟草、汤臣倍健、宝马汽车、太古集团、诺华制药、兴业银行、默克制药、辉瑞制药、泰隆银行等。

代表性教学课程介绍：

- 1) 《人工智能+：中美技术趋势、产业布局与行业落地》

本课程旨在帮助企业系统性了解以 Chatgpt、Deepseek 为代表的人工智能技术的现状、趋势、行业场景和中美等各国 AI 政策、产业布局、生态及未来发展方向。深入洞察人工智能技术在行业里落地的场景和效益，剖析企业在应用人工智能技术时面临的挑战和解决方案，帮助企业理解拥抱人工智能技术的重要性，以及如何利用新技术为业务赋能，提升业务效率，创新业务场景。

- 2) 《数字化时代的营销变革：新技术、新平台、新打法》

本课程具备如下课程目标；

- 在经济增长放缓、市场竞争加剧和获客成本高企的今天，企业跑马圈地的营销空间缩小，过去几十年所适应的并发展起来的营销思维正在发生很大变化。新市场条件下，如何利用数字化的手段了解消费者、基于对客户需求的洞悉实现爆款产品的打造和营销、探索新的营销平台和营销模式以推动业务的增长、科学运用人工智能和数据技术等是本营销课程要讨论和解决的核心问题；
- 市场环境已从增量的瓜分演变为存量争夺的同时，直播、短视频、新零售、IP 打造、社群经济等新媒体商业形态不断涌现；ChatGPT、AIGC、VR、数字人等新媒体技术也接连出现。作为企业营销团队，该如何“优术、合众”，以便应对时代前沿的营销方法，实现全域增长，是本课程着重考虑的问题；
- 在消费碎片化的时代，产品生命周期在不断缩短，如何通过打造爆款产品使品牌获得持续的竞争力是每个企业需要考虑的问题。同时，将大数据和小数据的技术方法结合起来，从产品上市前、中、后期对产品进行监测、分析，采用量化和智能的手段维护产品和品牌的健康度，对于数字化时代的产品创新至关重要；
- 数字化时代，企业的品牌、市场和公关工作需要协同和重构。线上线下营销、整合 KOL 管理、私域营销等将成为新时代企业构建全域营销能力的重要方法。

发表论文及专著

- 1) 赵占波、张语涵、杜晓梦 编著，《智慧营销》，北京大学出版社，2025 年 8 月
- 2) Ji Li, Xv Liang, Xiaomeng Du, and Shunzhi Xv, Measurement of free trade zones' investment Attraction: Sustainable Corporate Development Perspective, Sustainability[J], 2024,16(23).
- 3) 邹鹏，霍迪，杜晓梦，姜明辉，“疫情对视频观看和分享的影响：食品健康性的调节作用”，管理科学，36（5）：1-14
- 4) 杜晓梦，组织数字化转型中的四大核心环节，数据[J]，2023（2），62-67.
- 5) Han Yan, **Xiaomeng Du**, Lu Xu, Shichao Xu, Yanfeng Zhang, Peng Gong, Toward intelligent clothes manufacturing: a systematic method for static and dynamic task allocation by genetic optimization, Nerual Computing and Applications [J], 2022
- 6) **杜晓梦**，黄伟，刘译璟，苏海波（2020），新型冠状病毒疫情期间公众情绪演化以及话题挖掘研究 ---基于新浪微博评论数据，Journal of Data Science [J]，2020（12），860-874.
- 7) 苏萌，贾喜顺，**杜晓梦**，高体伟（2019），数据中台技术相关进展及发展趋势，数据与计算发展前沿 [J]，2019，1（1）11-15. *此论文获评期刊优秀论文 202309*
- 8) **杜晓梦**（2019），大数据、小数据，我们该何去何从？软件和集成电路 [J]，2019（6），36-38.

- 9) Zhanbo Zhao, **Xiaomeng Du**, Fan Liang, Xiaoming Zhu (2019), Effect of product type and time pressure on consumers' online impulse buying intention, Journal of Contemporary Marketing Science, Vol.2 No.2, pp.137-154. (获得 2020 年英国 Emerald 出版集团“杰出论文奖”(Emerald Literati Outstanding Paper))
- 10) **杜晓梦**, 呼迪 (2018), 人工智能助力金融个性化营销, 人工智能 [J], 2018 年 10 月, 52-61.
- 11) **Du, Xiaomeng**, Su, Meng, and Zheng, Xiaona (2017), Bidding for Multiple Keywords in Sponsored Search Advertising: Keyword Categories and Match Types, Information Systems Research [J], 28 (4), 711-722.
- 12) **杜晓梦** (2017), 借新兴技术之力, 助推零售产业发展, 互联网周刊[J], 2017 年 10 月, 41.
- 13) **杜晓梦** (2016), 基于分布式架构的大数据建模实践, 电信网技术 [J], 2016 (10), 48-55.
- 14) **杜晓梦** (2016), 数据决策力方法论, IT 经理世界 [J], 2016 (446), 73.
- 15) Keh, Hean Tat, Il Hye Park, Sarah Kelly, and **Xiaomeng Du** (2016), "The Effects of Model Size and Race on Chinese Consumers' Reactions: A Social Comparison Perspective," Psychology & Marketing, 33 (3), 177-194.
- 16) 孙鲁平, **杜晓梦** (2015), 消费者对缺陷汽车召回的认知及召回效果调查, 标准科学[J], 2015 年 12 月, 499 期, 59-62.
- 17) **杜晓梦**, 赵占波, 崔晓 (2015), 评论效价、新产品类型与调节定向对在线评论有用性的影响, 心理学报 [J], 2015, 47 (4), 555-568.
- 18) 苏萌, **杜晓梦** (2014), 渠道归因: 用大数据精准营销, 北大商业评论[J], 2014 年 09 月, 122 期, 66-71.
- 19) 赵占波, **杜晓梦**, 陈凯 (2014), 网络强迫性购买的影响机制及应对措施研究, 管理评论 [J], 26(4), 130-141.
- 20) **Du, Xiaomeng**, and Su, Meng (2013), Incorporating consumer browse data: Extended item-based top-K recommendation algorithms, Proceedings at 2013 International Conference on Information Technology and Applications, 248-253.
- 21) 吴川, 张黎, 郑毓煌, **杜晓梦** (2012), 调节聚焦对品牌延伸的影响: 母品牌类型、母品牌与延伸产品匹配类型的调节作用, 南开管理评论[J], 15(6), 51-61.

- 22) **杜晓梦**, 张黎 (2011), 实用性和享乐性附加目标及其对手段偏好度评价的影响, 营销科学学报[J], 7(3), 59-84.
- 23) 吴川, 张黎, **杜晓梦** (2010), 消费者归类属性对品牌延伸评价的影响[J], 营销科学学报, 6(4), 61-78.

工作和会议论文

- 1) Ji Li, Xv Liang, **Xiaomeng Du** and Guijun Li (2022), Evaluating Foreign Direct Investment Attraction and Location Decisions in China's Free Trade Zones, Journal of Asian Economics[J], Under 1st Round Review
- 2) 邹鹏, **杜晓梦** (2022), 疫情、舆情与情绪管理: 健康威胁对短视频用户行为的影响研究, 管理科学[J], 一轮评审中
- 3) **杜晓梦**, 徐宜臻, 杨嘉玥 (2021), 基于公众环境满意度与环境质量的关联分析, 此论文荣获中国信息协会市场研究业分会 2021 年“中国市场研究行业优秀论文奖”三等奖
- 4) **杜晓梦**, 赵占波, 崔晓 (2014), 评论效价、新产品类型与调节定向对在线评论有用性的影响研究, 心理学报[J], 二轮评审中, 此论文荣获第十三届“中国市场研究‘宝洁’论文奖”专业组三等奖.
- 5) 2014 International Conference of Asian Marketing Association, Seoul, Korea, 2014.03 **Du, Xiaomeng** and Zhao, Zhanbo (2014), “Research on the influence mechanism of online shopping environment to consumers’ online compulsive buying intention”.
- 6) International Conference on Information Technology and Applications, Chengdu, China, 2013.11 **Du, Xiaomeng** and Su, Meng (2013), “Incorporating consumer browse data: Extended item-based top-k recommendation algorithms”. EI and ISTP indexing.
- 7) 营销科学学术年会, 广州, 中国, 2011.08 **Du, Xiaomeng**, Zheng, Xiaoying and Keh, Hean Tat, “In or out of your brand store? The interactive effect of evaluation mode and category width on brand extension.”
- 6) 营销科学学术年会, 北京, 中国, 2010.08 **杜晓梦**, 张黎 (2011), 实用性和享乐性附加目标及其对手段偏好度评价的影响[J], 营销科学学报, 7(3), 59-84.
- 7) 营销科学学术年会, 天津, 中国, 2009.10 **杜晓梦**, 张黎, 吴川 (2011), 趋优消费, 消费价值观和产品价值, 研究论文.

著作

- 1) 《大数据真相: 数字经济时代你需要知道的事儿》, **杜晓梦**, 马京晶 编著. 人民邮电出版社. 2022.06

以大数据为代表的新一代信息技术已被我国列为“十三五”重点战略研究方向。从那时起大数据技术在中国的政府、产业、社会、生活中逐渐落地生根，潜移默化地影响着人们的生产生活。本书深入浅出地介绍了大数据和人工智能等相关技术，如何影响人们的生活和各行各业的发展。内容的安排上，充分考虑到大众对于技术的认知程度，作为一本通识性读物，本书中不涉及那些深奥的技术理论和技术细节，而是以大众关心的、感兴趣的问题作为讨论重点。内容丰富、案例全面，非常适合大众阅读，可以促进大众对大数据的认知，提高对新一代数据技术应用思考的深度，从而更好地拥抱由科技创新与发展引领的时代潮流。

2) 《大数据用户行为画像分析实操指南》，杜晓梦，唐晓密，张银虎 著。电子工业出版社。2021.08

本书系统地介绍了用户行为分析的理论基础和实施步骤，书中列举了大量翔实的应用案例。第1~2章概要介绍了用户行为分析的基础知识和应用场景。第3~4章详细介绍了基于大数据的用户行为数据的采集、存储和处理方法的技术原理和实施步骤，以及常用的采集与分析工具。第5~6章重点介绍了用户行为分析的常用指标和用户模型构建，以及用户行为分析在企业日常运营中的具体应用。书中详细阐述了用户行为全程追踪方法，介绍了转化分析、用户分群、用户生命周期、用户流失预警、用户价值管理等经典的精细化运营模型。第7~9章详细介绍了用户画像和标签体系的构建方法、步骤，阐述了用户画像在推荐系统和智能营销中的具体应用。第10章详细阐述了用户行为分析在若干个不同行业的经典应用案例，包括金融、电商、房地产、快销品、互联网媒体等行业。本书既可以作为学习用户行为分析理论的入门书，也可以给相关领域的实践操作人员提供具体的实施步骤和应用方面的启迪。可供企事业单位管理人员、大数据从业人员和大专院校相关专业的师生阅读参考。

发明专利

- 1) 发明人：杜晓梦，刘钰，骆永健，党拓，张扬，吴昊，谭树国，张建枝，李红梅，谢靖鹏. 信息抓取方法及装置. 申请号/专利号：CN201510938034.X. 申请日期：2015-12-15. 国家知识产权局, 已授权
- 2) 发明人：梁培明，张文学，杜晓梦. 社交网络中用户影响力分析方法、装置及电子设备. 申请号/专利号：CN201710633575.0. 申请日期：2017-07-28. 国家知识产权局, 已授权
- 3) 发明人：苏萌，刘译璟，苏海波，张一帆，杜晓梦，刘国栋，黄伟，余锦煌，徐岱. 一种商品评论数据的口碑分析方法和装置. 申请号/专利号：CN201610321688.2. 申请日期：2016-05-16. 国家知识产权局, 已授权
- 4) 发明人：苏萌，刘天旻，高体伟，刘译璟，边蓓蕾，杜晓梦. 一种事件预测方法、装置及系统. 申请号/专利号：CN201711064205.6. 申请日期：2017-11-02. 国家知识产权局, 已授权

- 5) 发明人: 王然, 苏海波, 孙伟, 刘钰, **杜晓梦**, 刘译璟. 语句等价性判断方法和装置. 申请号/专利号: CN201910832807. 4. 申请日期: 2019-09-04. 国家知识产权局, 已授权
- 6) 发明人: 苏萌, 梁培明, 胡为松, 苏海波, **杜晓梦**, 黄伟. 一种基于规则的实时决策系统和方法. 申请号/专利号: CN201811294029. X. 申请日期: 2018-10-31. 国家知识产权局, 已授权
- 7) 发明人: **杜晓梦**, 徐璐, 高体伟, 苏萌, 左云鹏, 刘译璟. 产品与客户群体的匹配方法和系统. 申请号/专利号: CN202010542093. 6. 申请日期: 2020-06-15. 国家知识产权局, 实质审查中
- 8) 发明人: **杜晓梦**, 高体伟, 徐璐, 于淼, 唐晓密, 苏萌, 刘钰. 一种供应商运营能力的评估方法、装置和电子设备. 申请号/专利号: CN201911244815. 3. 申请日期: 2019-12-06. 国家知识产权局, 实质审查中
- 9) 发明人: 高体伟, **杜晓梦**, 刘钰, 徐璐, 李阳, 唐晓密, 于淼, 苏萌. 一种基于用户消费行为的决策方法和装置、电子设备及存储介质. 申请号/专利号: CN201910984284. 5. 申请日期: 2019-10-16. 国家知识产权局, 实质审查中
- 10) 发明人: 苏萌, **杜晓梦**, 唐晓密, 赵宽, 左云鹏, 高体伟, 赵丹, 郭逸飞. 商品采购方法、装置、存储介质及电子设备. 申请号/专利号: CN202011634653. 7. 申请日期: 2020-12-31. 国家知识产权局, 实质审查中
- 11) 发明人: 刘译璟, 高体伟, **杜晓梦**, 徐若萱, 黄腾, 赖太阳, 张银虎. 一种人群筛选方法和装置. 申请号/专利号: CN202011518720. 9. 申请日期: 2020-12-21. 国家知识产权局, 实质审查中
- 12) 发明人: 高体伟, 左云鹏, 沈海涛, **杜晓梦**, 孙伟, 刘译璟. 媒体数据的价值评估方法及装置. 申请号/专利号: CN202011594800. 2. 申请日期: 2020-12-29. 国家知识产权局, 实质审查中

代表性研究项目

1. 2014.01-2018.12 基于全网数据的消费者行为与偏好研究

此项目属于国家自然科学基金重点项目(项目批准号 71332006, 申请代码 G0208)。此项目包括四个子课题: 1) 子课题一: 基于全网数据的消费者特征识别与偏好获取; 2) 基于消费者跨

电商行为的个性化交叉商品推荐；3) 基于全网数据的互联网广告动态效果分析与预测；4) 基于全网数据的消费者社交网络选择与行为偏好研究。

本项目在云计算技术和云营销理念的基础上，进行全网数据的采集与分析，分别提出基于二部分图资源分配法的交叉推荐以及基于概率模型法的交叉推荐，开展了跨平台广告效果的动态分析，构建不同社交网络的消费者兴趣图谱，这些研究内容具有较大的理论贡献和创新，填补了国内在基于全网数据的用户偏好提取、个性化商品推荐、基于大数据的互联网广告策略等营销领域的研究空白。

1)在消费者全网大数据研究中，采集并获取了来自 1000 家国内电子商务企业的共 500TB 的数据，在自行搭建的服务器集群上基于 Hadoop 对海量数据进行存储，并且用 Hadoop 中的核心模块 Hive 来提取数据。

2)英文论文“Coupon trading and its impacts on consumer purchase and firm profits”, 于 2014 年发表在国际著名 SSCI 期刊 Journal of Retailing。

3)论文“汽车市场消费者自述偏好和实际偏好不一致研究——消费者知识视角”，于 2015 年发表在国内 CSSCI 期刊《经济管理》。

4)论文“Competitors’ vs. focal keywords: An empirical analysis of sponsored search advertising”于 2017 年，国际 A 类核心期刊《Information Systems Research》发表。

2. 2016.09-2019.09 广电总局无线局发射机故障预测与健康管理系统项目

此项目结合广电无线局的实际需求，将物联网技术与大数据技术紧密结合，实时监测台站发射机信号，运用大数据流处理技术，实时获取发射机状态数据，数据源包括维护日志、性能日志、监测数据、检查报告、环境数据、甚至采购维护数据。通过大数据建模分析，在结构化和非结构化的数据中检测到微小的异常情况或故障模式，以确定引起发射机故障的主要因素，预测发射机故障变化趋势，提前给予预警。

此项目为广电无线局搭建了大数据存储、计算平台，并实现了包括：发射机健康度监测和状态预警、发射机故障诊断与分析、发射机预测性维护建议、发射机健康管理决策的四大主要系统功能模块。其中故障预测部分的评估和预测对监测系统未来的健康状态并做出判断，多维预警。当设备出现异常波动时，模型均能判断出不同时长范围内故障的概率，如判断 3 天内必故障的概率高达 97%。现已申请并获得实用新型专利证书“中短波发射机故障预警装置”，专利号：ZL 2016 2 0290355.3

3. 2016.11-2018.10 国家质检总局缺陷产品管理中心-缺陷产品大数据处理和建模分析平台

此项目为国家质检总局搭建大数据底层平台，融合包括汽车产品缺陷投诉数据、消费品缺陷投诉数据、我国汽车召回数据、国外汽车召回数据、生产者备案数据、舆情监测数据、呼叫中心咨询及投诉数据等在内的十多项多源异构数据源，建立统一的数据仓库，并生成完整的汽车产

品画像、车主信息画像，并结合中心的实际业务需求，设计并实现了服务于综合信息会商会议的汽车召回预警模型。

过去的汽车召回判定决策，以季度为周期的决策方式，从每个季度的数据收集到最后召集 15 位左右专家进行 2 天的会商，最终判定哪款汽车是否进行召回。决策过程冗长、效率低下，浪费大量宝贵的人力、物力、时间资源。现在整个决策过程由过去以季度为周期的方式变成现在随时决策，且 2 个小时即可完成。该平台上线以来，已经累计处理近数百起汽车召回案例，召回车辆超过几千万辆，占召回总比的 70%。并且召回模型仍然在不断地学习与优化，来提升判断的精确度。

项目获得中国标准化研究院可研委托项目支持，以及中国标准化研究院院长基金项目支持。项目组在《标准科学》期刊中发表三篇文章《我国汽车产品缺陷信息分析研究初探》、《我国汽车召回领域媒体信息传播影响力分析》和《消费者对缺陷汽车召回的认知及召回效果调查》，另有一篇已录用将于 2017 年 1 月发表《网络舆情大数据分析在我国汽车召回领域应用》。2018 年 11 月《大数据辅助质检总局进行汽车召回决策》被 DT 大数据产业创新研究院（DTiii）评为“2018 中国大数据应用最佳实践案例”。

4. 2016.12-2018.03 王府井大数据中台与智能零售营销可视化系统项目

此项目基于王府井集团所属百货店的全渠道数据，以及外部多方数据，搭建大数据资产管理平台，进行数据沉淀、整合、分析和应用，帮助王府井集团实现一站式数据管理服务。定制开发品类、品牌和会员精细化运营的智能营销系统，开发完成精准营销闭环的数据、模型、可视化系统的支撑平台。

- 1) 上线集团大数据资产管理平台，完成集团线上线下用户、商品、交易层面的数据资产化。
- 2) 王府井集团 30 余家门店智能营销系统上线，内嵌智能营销系统 11 个模型，完成潜客营销、大促营销、RFV 精准营销、广告投放四大场景设计，促进营销更加智能精准。
- 3) 实现营销活动数字化运营，有效提升活动业绩。降低拉新成本，平均获客成本减少 70%以上；短信转化率（领取人数/推送人数）提升 70%以上。

凭借本项目，百分点公司获得零售连锁协会（CCFA）“2019 年度零售技术新锐企业奖”杜晓梦博士作为此项目的负责人，对项目内涉及到的四大场景，11 个营销模型进行了详细的技术方案设计。其中包括生命周期模型、流失预警模型、RFV 聚类模型、品类关联挖掘模型、品牌关联规则模型、品类 TGI 指数模型、品牌 TGI 指数模型、商圈 Lookalike 模型、访客 Lookalike 模型、供应商指数模型、自定义 Lookalike 模型。

5. 2018.06-至今 中国免税品集团大数据管理与决策分析平台项目

此项目为中国免税品集团构建大数据管理与分析决策（BI）平台，拉通集团内 30 多个省市九大类型的 200 多家免税店全业务链条数据，实现以数据驱动管理和决策的模式，全面提升招标采购、物流配送、市场营销、运营管理的效率。基于一站式、全链路的大数据生命周期管理，实现数据资产化；构建经营管理驾驶仓，全面掌控运营情况，科学指导经营决策；基于业务的大数据分析和挖掘，有效支撑精准营销等应用。依托“数字化中免”建设，推动总体毛利率、存货周转率、门店经营效益等显著提升。

- 1) 实现数据共享。通过数据平台实现数据集中，确保公司各级（总部、零售门店）均在可保证数据隐私和安全下使用数据，充分发挥数据作为企业重要资产的业务价值。
- 2) 加强业务协作。实现分散在 MDM, NC56、NC63、久其、EOP 等各个业务系统中的数据在数据平台中的集中和整合，建立单一的租户、产品、客户等数据的企业级视图，有效促进业务的集成和协作，并为企业级分析、进销存管理提供基础。
- 3) 促进业务创新。公司业务人员可以基于明细、可信的数据，进行多维分析和数据挖掘，为业务创新（客户服务创新、经营模式创新等）创造有利条件。
- 4) 提升建设效率。通过数据平台对数据进行集中整合，为管理分析、深度挖掘、预测预警提供一致的、反映迅速的数据基础，改变现有系统数据来源多、数据处理复杂、业务需求处理时间长的现状，实现应用系统建设模式的转变，提升相关 IT 系统的建设和运行效率，并推动总体毛利水平、存货周转率、门店经营效益的显著提升。

2018 年 12 月 百分点双中台，多维提升中免集团数字化转型效果项目被 i 黑马评为《2018 企服案例 TOP50》。2019 年 10 月，项目荣获了今年 DT 大数据产业创新研究院“2019 中国大数据应用最佳实践案例”奖项。