



弥合数据 价值落差

数据驱动 高质发展

 **accenture**
埃森哲

前言

以数据为关键要素，充分发挥数据要素的巨大价值，形成数据驱动的智能决策能力，是企业当下转型的重要目标之一。数据的爆发式增长为企业更好地优化产品和服务、增加获客、提升客户黏性等带来了新的机遇。切实用好数据要素，将为企业谋求高质量发展带来强劲动力。

那么，各企业实际表现如何？多年来通过对数据的采集、存储、分析和配置是否真正从大数据投资中获得了预期的价值回报？

为此，埃森哲全球商业研究院面向190名企业高管开展调研，结果显示企业在努力挖掘数据要素潜能的过程中，所面临的障碍并不是技术，而是企业文化和运营，包括对数据的使用缺乏信任；

不具备数据开发利用能力，导致无法实现数据的战略支撑作用；缺乏相关企业战略等。

但这些挑战并非无法克服：我们发现很多企业采用数据驱动战略，通过数字化转型显著提升了财务绩效。我们深入分析了领先企业的案例并对实现高增长、数据驱动型企业进行了访谈。由此，构建出一个包含12项关键能力的企业数据驱动成熟度指数框架。

研究结论很明确：领军企业需要采取具体行动，解锁重要新机遇，应对未来的行业颠覆，成为“数据驱动型领军企业”。要想成功实现数据驱动，首先要多维度地了解企业当前的战略要务。

把握全局

企业在数字化转型中会投资新技术，但往往发现现有 IT 系统所能发挥新技术的价值与期望值存在巨大差异。于是，企业高管面临着手握大好蓝图却无法落地的困境。

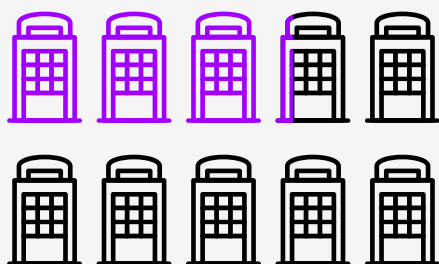
埃森哲多年研究发现，成功企业一边积极投资于当今的主营业务，一边培育推广转型方案，拥抱新技术带来的新机遇。¹

那么，数据如何融入转型方程式呢？

企业如今可以采集、存储、分析和使用大量新数据，从中扩大机遇并获取关键洞察，实现新的业务价值。全球 90% 的数据是在过去 10 年间生成的，到 2025

年，数据总量将会达到 175 ZB（即 175 万亿 GB），是 2017 年数据总量的 10 倍之多。²

仅
32%
的企业表示能够
从数据中获得直观、
可量化的价值

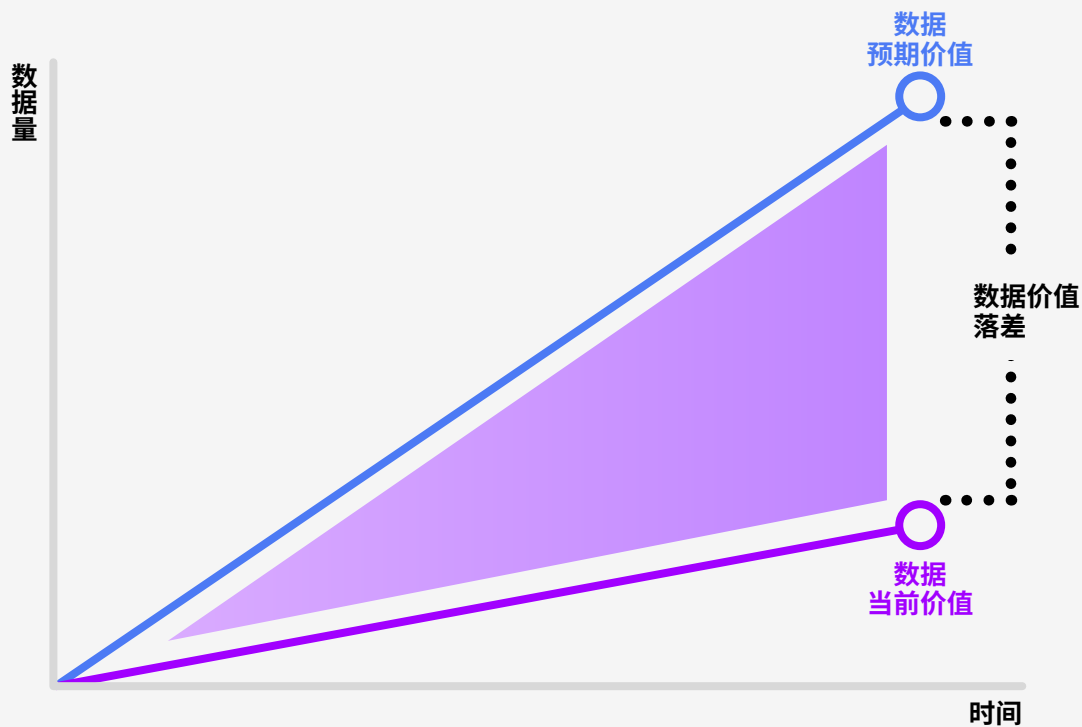


尽管企业拥有这些新数据，但仍有大量数据尚未得到充分利用——或者根本没派上用场。Forrester 研究表明，企业内部有 60%-73% 的数据未得到有效分析。³ 我们调查发现，仅 32% 的企业表示能够从数据中获得直观、可量化的价值，仅 27% 的企业表示数据分析生成的洞察和建议具有高度的可行性。

这个现象理应引起关注。如果数据当前的价值与预期价值之间存在落差（图 1），意味着企业既无法改进核心业务，也无法为未来业务的增长奠定基础。他们将无法提高运营效率、做出更明智的决策，更无法实现商业创新。

图1：数据价值落差

数据（来自企业内部和生态系统）的指数级增长为企业提供了更多的机遇，从而在实现业务价值方面获得更丰富的洞察。然而，大多数企业发现难以将数据转化为价值，导致数据可用性和洞察力之间存在巨大落差。

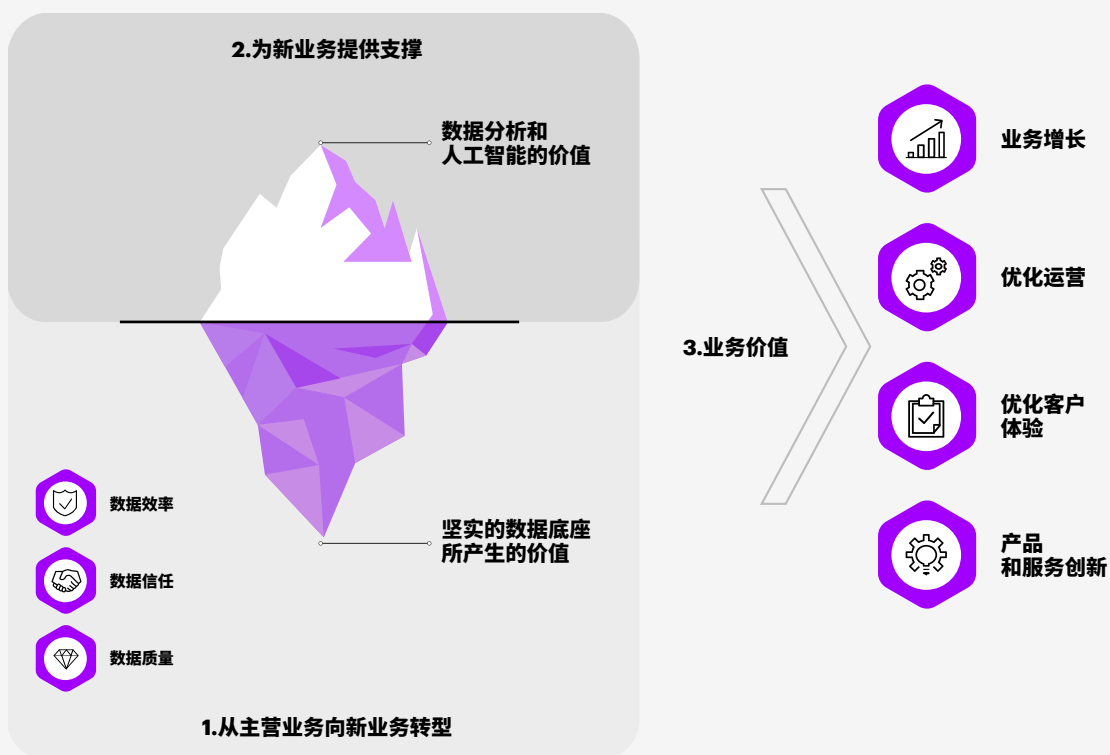


我们对数据驱动型企业的研究工作也证明了这点（图 2）。我们发现，将数据驱动型应用于企业经营的方方面面有助于提高数据质量、信任和效率，从而实现核心业务转型并提高运营的当前价值。

我们以一家大型跨国消费品公司为例，来阐明数据信任和质量问题。该公司某个区域的合同存在数据清洗的问题，即两个或多个合同导致账目差异、发票中缺少合同编号以及合同版本发送错误。埃森哲与该企业合作，共同识别这些可能对数据可信度和质量带来重大影响的因素。我们的研究表明，通过提高数据透明度和防止收入漏损来解决过期合同问题可以节省大量成本。

与此同时，建立坚实的数据基础也是构建分析和人工智能能力、推动未来发展的关键。数据产生的洞察可以在整个价值链中优化运营、促进业务增长、重构产品与服务、改善客户体验，助力企业在未来发展中提升业务价值。以一家全球投资银行为例，该银行希望推出独立于其他零售银行产品的个性化数字消费贷款业务。他们的市场差异化战略的核心是为消费者创造一种数据驱动的、高度个性化的贷款体验。在埃森哲的帮助下，公司实现了跨渠道分析，包括利用大量第三方数据和平台。成果非常显著，新贷款产品的转化率超出行业基准 40% 以上，利用数据推动业务强劲增长。

图2：使用数据



通过研究，我们发现运用数据战略抢得发展先机的企业不在少数。雪佛龙是世界第三大上市石油生产商，也用自己的例子证明数据是挖掘核心业务价值的一大利器。雪佛龙的数据驱动方法使用了专有数据库，该数据库收集了超过 500 万个油井的属性数据，以及岩石物理特性的数据⁴，例如孔隙度（空隙空间的度量）、水饱和度、渗透率和密度等。该公司从中得出的数据洞察显著减少了页岩井钻探时间，从之前的 27 天缩短到 15 天，即使是更深、更复杂的新油井也是如此，⁵ 这就是数据能够实现的真正价值。

以耐克为例。该运动鞋巨头利用数亿顾客购买习惯的数据，正逐步提高预测能力，从而更精准地聚焦产品开发、目标客户及销售方式。耐克正加快新产品推向市场的速度，并不断改善消费者体验。

在实体店方面，该公司使用 Nike.com 的本地数据和 NikePlus 会员的购买历史来确定商店持有新耐克产品的库存水平。例如，数据显示，耐克经典款 Cortez 运动鞋在某地很受欢迎，则该地实体店会增加该款运动鞋多种颜色的备货。

耐克在努力探索更直接面向消费者的销售策略同时，高度关注收集、分析数据，并能基于更多、更优质的数据调整运营。借力新技术，任何规模的企业不仅能更准确地管理库存，还能将库存管理专业知识转化为竞争优势。⁶

鉴于数据源的连通性、容量和透明度，以及巨大的算力和低价的数据存储，企业的价值越来越大，甚至还可以将其出售。



那么阻碍大多数企业把握数据价值的原因是什么？

从数据中获得价值。

三大阻碍

研究发现，企业从数据中获取价值时面临三大阻碍：

01 企业文化缺失

释放数据价值必须要打造数据驱动的企业文化。这意味着需要获得高层支持、人才以及收集和分析数据所需的资源，从而能够通过海量新数据做出明智决策。55% 的企业主要依靠人工流转来找寻企业内部数据，仅 28% 的企业运用部署的分析工具来战略性分析基础架构内的数据。其次是人才问题，一半以上的受访企业发现很难找到需要的人才并留住他们。

高管们证实，缺乏数据驱动的文化和正确的技能是企业难以实现数据价值的首要障碍。

02 数据质量不佳

如果企业花费大量时间来构建和准备不完整的数据，又或者数据本身有错误并且来源不一，这样的数据质量就不好，公司员工不会放心使用。为了进行数据分析，数据科学家花费 80% 以上的时间用于清洗数据。⁷ 如果数据得不到信任，企业就无法建立强大的数据基础。

根据我们的研究，仅三分之一的企业信任它们的数据，能够实现有效利用并从中获取价值。受访高管将“数据质量”列为实现数据价值的另一大障碍。

03 数据孤岛繁多

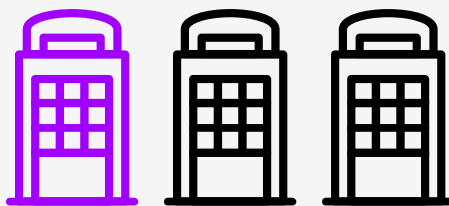
企业常常发现无法大规模地控制和管理数据，这意味着他们无法操作数据并将数据用于战略目的。他们往往沿用旧有平台，因此无法高效采集和处理各种数据、交付数据洞察以及实现高敏捷性。在我们的调查中，仅 16% 的企业表示拥有灵活的数据供应链，能快速为业务输送所需数据。

高管们也将“数据管理不善”列为实现数据价值的关键障碍。此外，83% 的企业没有建立整个企业范围内的多域主数据管理（MDM），而一半的受访企业没有定期重新评估和更新数据治理流程。我们调查的大多数企业甚至没有推动对各种数据的处理。

埃森哲的研究进一步确认了企业尝试从数据中生成洞察和获取价值时所面临的挑战（见边栏 1）。

仅
1/3

的企业信任它们的数据，
能有效利用并从中获取价值。



边栏 1:

以希望从数据中生成洞察并实现价值的“银行 A”为例。该行首先构建了一个数据湖，将所有数据收集到一个集中位置。但该银行没有建立必要的架构，最终因数据湖中的数据质量太差而无法使用，陷入数据沼泽。

问题出在哪里？

首先，银行 A 在设计和构建数据湖时没有充分整合企业的全部需求，导致数据准备、架构和沿袭不完整。该银行只考虑了内部数据，忽略了边界之外的外部生态系统（供应商、合作伙伴和客户）

数据。因此，他们也就无法挖掘数据的深入洞察，更无法实现真正意义上的企业互联。

其次，银行 A 将数据不断添加到数据湖中时，未采用恰当的控制工具来确保排除不良数据（陈旧、有偏见、被操纵和模糊的数据），也无法确保数据完整、准确、有效和一致。自然而然，人们对数据缺乏信任，致使安全和验证变得困难，无法实现战略价值。除此之外，员工缺乏正确的培训、技能和分析工具。所有这些原因导致企业难以生成洞察，无法实现数据价值。

示例：问题出现在哪里



充分释放数据要素价值

企业如何克服这些挑战以释放数据全部价值？基于埃森哲对数据驱动型企业的研究，我们分析了数据如何提高绩效的用例。汇集我们在各行业数据战略的丰富经验，加上高层调查访谈和文献综述的支持以及案例研究分析，我们总结出成为数据驱动型企业所需的 12 项关键能力框架。根据这 12 项能力，我们制定出企业的数据驱动成熟度指数模型，并将其映射到财务绩效中（见“关于本研究”）。

结果如下：企业在该指标上的平均得分为 58 分，总分为 100 分（图 3）。只有一小部分企业（占样本的 6%）得分为 76 分。鉴于这些企业拥有卓越的数据价值挖掘能力，我们将其称为“数据驱动型领军企业”。这一小组领军企业比平均分高出 1 个标准偏差，并成功展示出超高的财务绩效——它们是高增长企业，过去五年的收入和利润增长高于行业平均水平，预计未来亦如此。这些企业树立了数据驱动型企业的标杆。

企业在该指标上的平均得分为 **58 分**，总分为 **100 分**。只有一小部分企业（占样本的 **6%**）得分为 **76 分**。

58 | 76

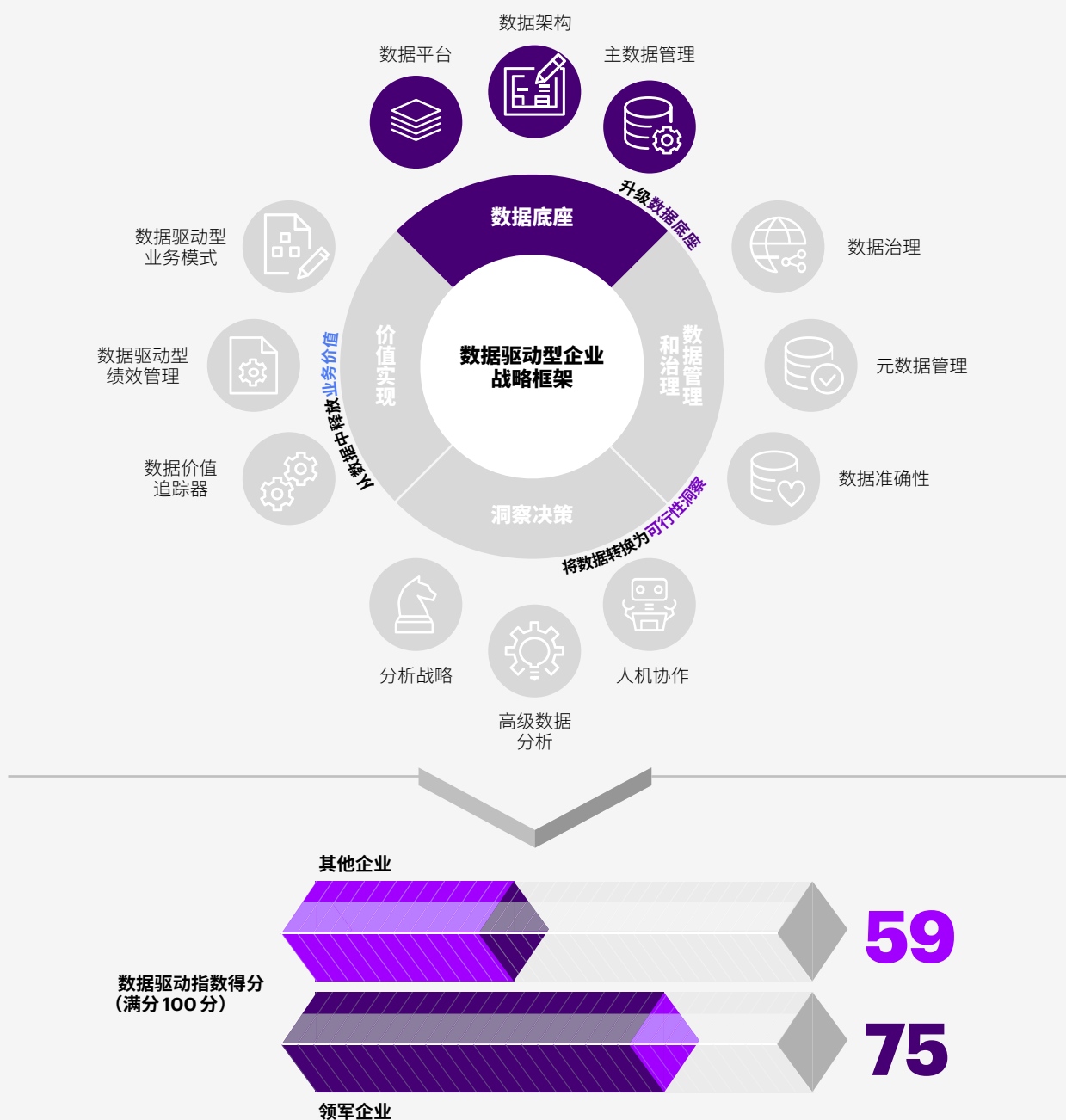


01. 升级数据底座

领军企业以结构化的方式整合企业数据。因此，企业的领导层和员工能够快速访问可靠数据，从而生成可行性洞察并据此作出明智决策。就此而言，数据驱动型领军企业的指数得分为 75 分，而其他企业为 59 分（图 4）。他们通过构建可靠的数据平台、部署正确的架构，并积极建立职能部门管理重要数据域的主数据。

坚实的数据底座是启用数据驱动型业务用例和实现切实业务价值的先决条件。

图4：数据底座能力



坚实的数据底座包括：



数据能力 #1
数据平台

几乎三分之二的数字驱动型领军企业对于他们拥有的数据及其存储位置、流向、使用者和使用方式了如指掌。他们还实施数据原则，作为根据业务目标开发、部署和使用数据相关资源的指导方针。

与其他企业相比，86%的领军企业使用自动化方法来标记、注释和编录数据，采用这一方法的领军企业数量是其他企业的2倍，证明专注于构建敏捷的数据供应链可助力业务快速访问数据。



数据能力 #2
数据架构

数字驱动型领军企业创建了一个敏捷且安全的数据平台，该平台支持数据流以及将数据转换为实体、关系、属性、字段定义、值和词汇表的数据模型。71%的领军企业构建的数据架构可以处理大量数据，同时仍遵守行业标准，而其他企业的这一比例为50%。



数据能力 #3
主数据管理

数字驱动型领军企业通过人员、流程和技术组件协同工作来确保主/参考数据的质量。91%的领军企业制定了正式的全企业MDM计划，而仅有50%的其他企业施行了该计划。

全球规模最大的电子消费品产品公司就通过升级数据底座将业务从传统的商业智能(BI)解决方案向敏捷架构和解决方案转变，改变了分析数据及获取数据洞察的方式。

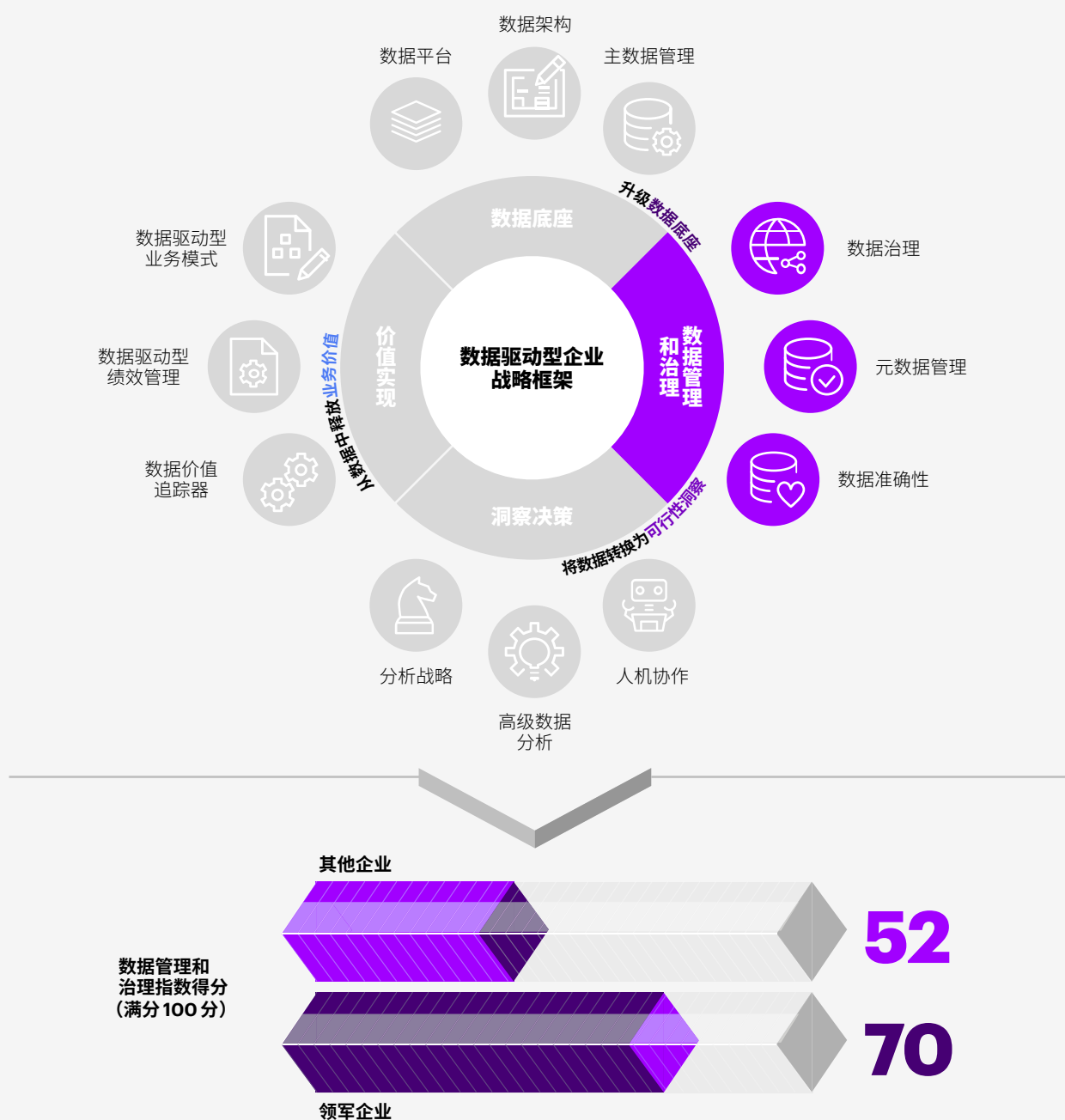
该公司采取了几个明确的步骤来保护他们的数据基础。他们创建了一个数据湖并开发了高级分析功能，以支持所有产品线和地区的在线业务的快速增长。该公司的高管们获得了28个市场的实时业务洞察，例如所有市场的线上商店转化率、收入、增长和销售业绩。

02. 提升数据管理和治理水平

企业需要建立健全的数据治理体系和管理标准，方能将数据转化为战略资产。

在这个维度上，数据驱动型领军企业指数得分为 70 分，而其他企业为 52 分（图 5）。他们主要专注于良好的数据治理、元数据管理和数据准确性来操作数据。

图5：数据管理和治理能力



数据驱动型领军企业在管理数据时会优先考虑以下事项：



数据能力 #4
数据治理

数据驱动型领军企业拥有塑造企业（内部和外部）数据的执行、控制和管理的相关文化、职能、流程和权限。例如，77% 的数据驱动型领军企业表示对满足当前数据要求的能力充满信心，而其他企业的信心值为 45%。

领军企业已经制定了运行有效数据治理功能所需的团队和流程，并且几乎（91%）都定期重新评估和更新数据治理定义，而其他企业中，高达 56% 的企业并没有这样做。

领军企业还以合规方式谨慎处理与供应商共享的数据，确保数据完整性，对违规行为进行严肃处理（97% 数据驱动型领军企业都这样做，仅有 62% 的其他企业这样做）。



数据能力 #5
元数据管理

数据驱动型领军企业在整个企业中使用通用定义，并确保整个企业的数据流无缝衔接。大约有三分之二的领军企业对自己的数据有全面的认识，有记录完善的业务和技术元数据，可随时应用于结构化和非结构化数据。领军企业还证明能够轻松地从他们的档案中检索数据并将其与相关的应用程序上下文保持一致，而三分之一的其他企业不具备这种能力。



数据能力 #6
数据准确性

数据的可信度不仅取决于所测的数据质量（即准确性、完整性、唯一性、一致性、有效性和及时性），根据风险（来源和完整性）和背景（陈旧、有偏见、被操纵或模糊）评估数据的准确性也很重要。领军企业不仅要求数据达到上述准确性参数标准，还实行严格的数据分类策略，并定期审查和改进策略以符合行业最佳实践。近 70% 的领军企业还逐渐提高了对信息安全威胁的总体认识（而其他企业的这一比例为 46%）。

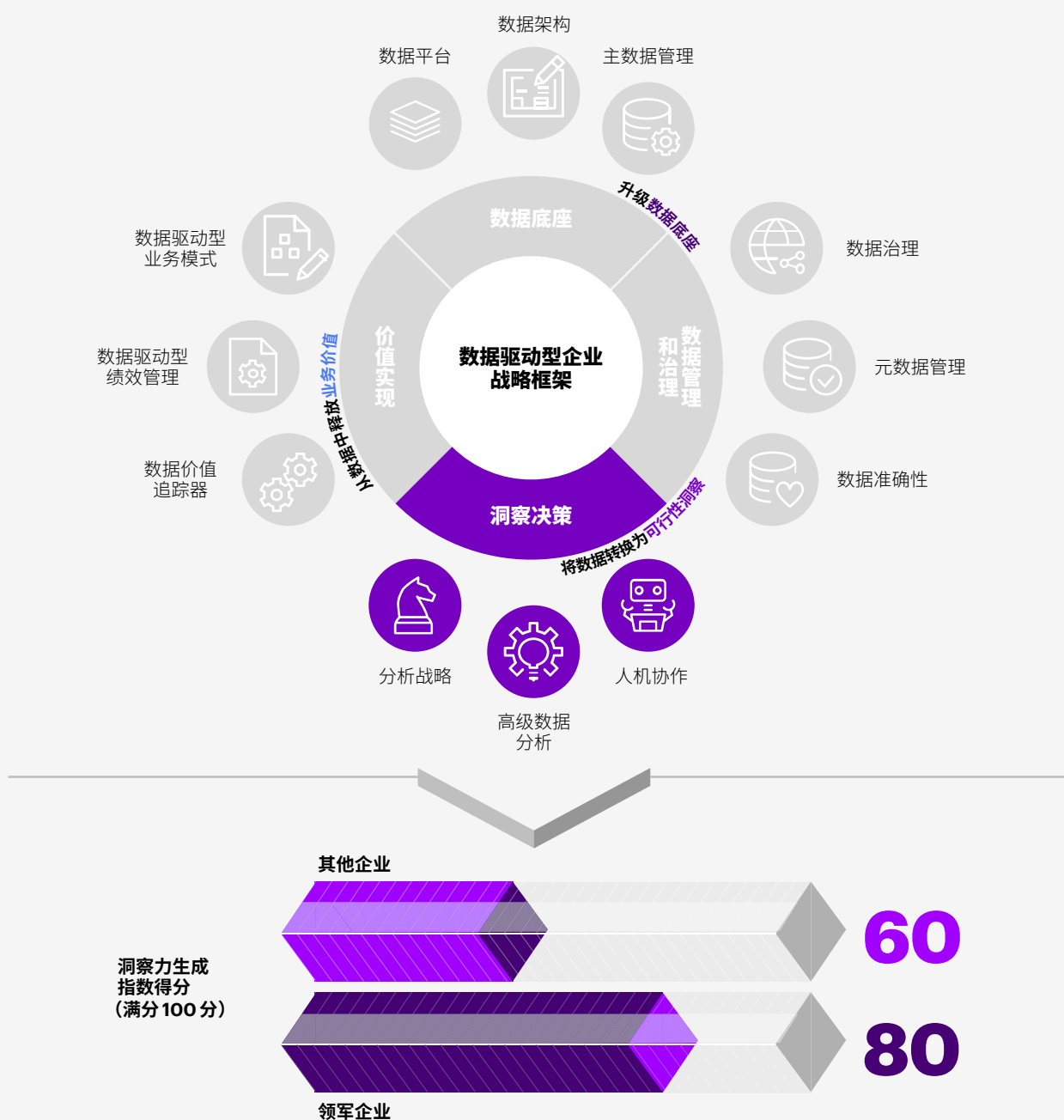
以我们合作的一家管理资产超过 4,000 亿美元的大型资产管理公司为例。该公司希望通过加强报告能力，重点关注数据治理，以确保报告的数据是准确的且不会带来声誉风险或监管罚款，从而进行自我管理以实现增长。通过数据治理自动化解决方案建立全企业的数据治理和数据质量能力，该公司凭借高质量数据、常用结构和分类法，改进了业务决策；通过建立整个企业共享的通用工件，降低了运营成本和风险；通过对关键数据集成的自动化改造，提高了效率并降低了风险。

03. 将数据转化为洞察，形成智能决策能力

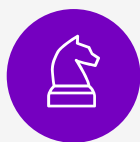
数据驱动型领军企业利用生成的分析洞察作为通向洞察驱动型企业的门户，将数据驱动型决策集成到业务功能中。在这个维度上，领军企业指数得分为 80 分，而其他企业为 60 分（图 6）。

他们之所以能做到这一点主要得益于专注于分析策略，包括高级分析以及探索人工智能的潜能。

图6：洞察决策能力



能够有效将数据转化为可行性洞察的企业都采用了以下业务实践：



数据能力 #7
分析战略

在分析团队的基础运营模型支持下，领军企业对数据分析制定了愿景和目标。近 90% 的领军企业高度参与数据处理，而其他企业的这一比例为 54%。

此外，领军企业赋能员工轻松探索数据、准备数据和自行生成简单报告；为数据分析师配备最好的工具和技术。



数据能力 #8
高级数据分析

领军企业可直观显示数据，让决策者能够轻松掌握数据的关键摘要并发现数据的重要趋势和模式。他们还根据业务背景解读数据趋势、模式和洞察，构建焕发数据活力的案例。在客户数据方面，与其他企业相比，领军企业更关注使用基于人工智能和机器学习的算法进行规范分析，以构建复杂的推荐引擎。

领军企业还积极吸引人才，保持稳定的分析技能。



数据能力 #9
人机协作

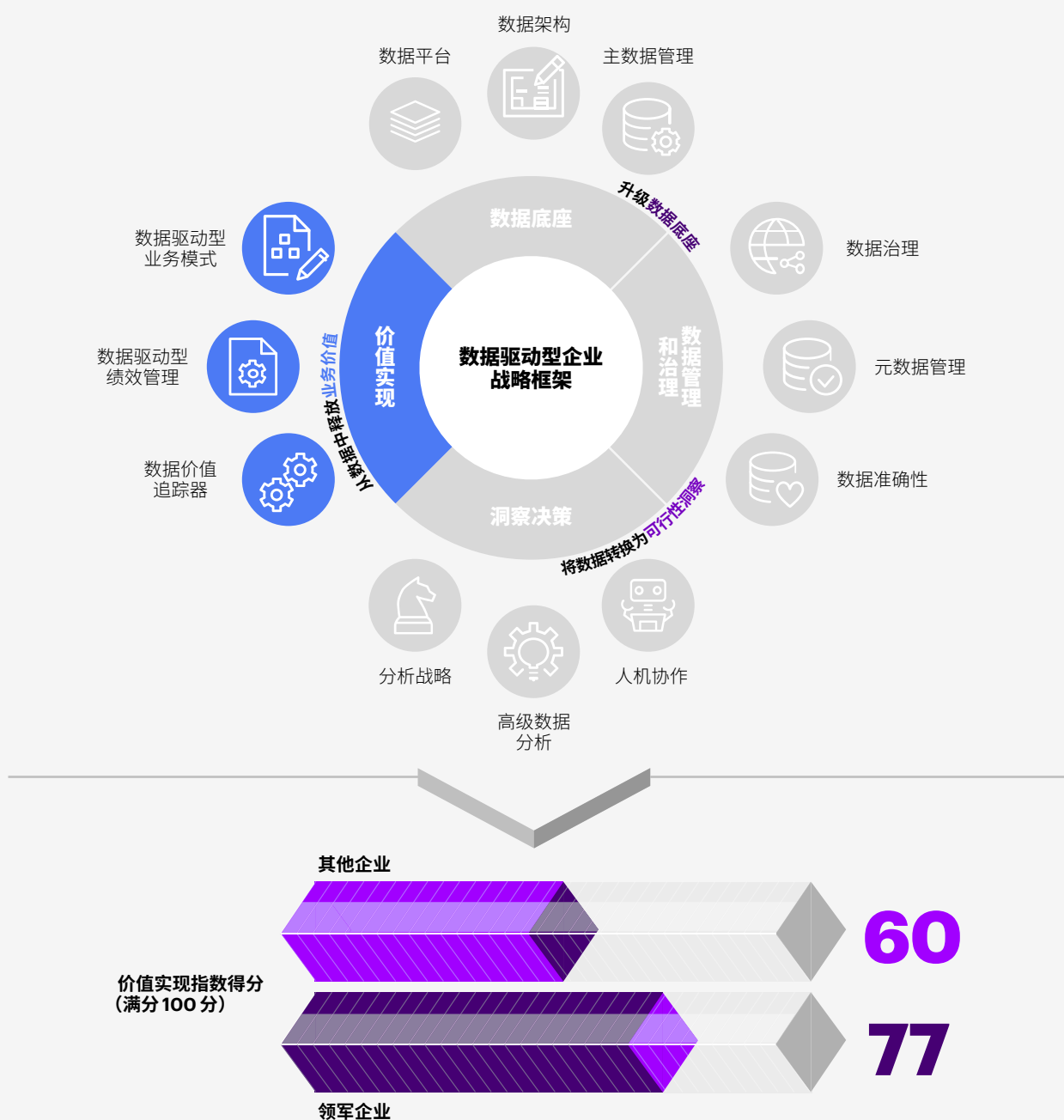
数据驱动型企业了解如何正确开展人机协作，相互赋能。他们使用统计方法和人工智能技术来构建模型，以进行预测、执行复杂分析并提供建议。近 90% 的数据驱动型企业使用自动化方法持续标记、注释和编录数据，而其他企业的这一比例为 39%。领军企业利用机器学习和计算机视觉等技术来训练机器从模式中学习，智能执行任务。此外，他们还会通过自动化流程（例如智能系统）提高数据的可信度。

一旦数据转化为可行洞察，就会对企业产生重要影响。新加坡樟宜机场寻求利用数据来解决零售供应商对高质量服务和租赁空间日益增长的需求。机场的领导团队实施了一项数字和分析计划，旨在整合多个来源的零售供应商及其客户信息，同时为客户的业务团队提供洞察。一开始影响就非常明显。樟宜机场管理局现在可以了解整个机场零售店的客流量。凭借可信数据，机场的业务团队能够从不同角度获悉零售店的客户行为和偏好。⁸

04. 从数据中释放业务价值

数据驱动型企业确保其数据和分析战略的实施不断为企业带来业务收益并推动可持续的回报。在这个维度上，数据驱动型企业指数得分为 77 分，而其他企业为 60 分（图 7）。数据驱动型领军企业通过采用数据驱动型业务模型、数据性能管理和实施数据价值追踪器来实现价值。

图7：价值实现能力



在我们的指数中得分最高的企业呈现以下特点：



数据能力 #10 数据驱动的业务模式

货币化战略是许多数据驱动型领军企业的首要考虑因素，设法通过合规方式出售企业数据或将数据用作盈利增长的关键杠杆，就能使企业完成从数据到收入的货币化之旅。因此，77%的领军企业在整个企业范围内使用数据重构产品和服务，而其他企业则有41%未这样做。数据为企业运营带来综合价值——91%的领军企业见证了价值，而在其他企业的这一比例为61%。



数据能力 #11 数据驱动型绩效管理

高绩效企业通过培训员工并赋能他们访问正确的数据集和工具来提高数据素养，以便他们可以在日常工作中使用数据并进行创新。从以下数字可见一斑：60%的领军企业使用数据来降低内部报告和运营成本，而其他企业的这一比例为36%。

领军企业根据数据而非直觉在企业各级做出决策。

这些企业使用框架和技术平台来实现超越企业边界的数据共享，让企业与供应商、合作伙伴、客户和生态系统中的其他利益相关者实现真正互联。领军企业在整个企业中利用分析工具和基础设施，确保其数据战略与业务优先级和成果保持一致，而其他企业这样做的比例不到三分之一。



数据能力 #12 数据价值追踪器

数据驱动型领军企业制定了各种框架和指标来量化和衡量数据分析产生的有形和无形价值。它们不断衡量数据计划和项目是否为企业增加了预期价值。近70%的领军企业从数据中实现了切实的大量价值（而其他企业中的这一比例为24%），数据分析实现业务价值的成功率非常高。

例如，可口可乐的社交中心计划。该公司设立了大约 40 个互联中心，这些中心使用数据挖掘工具来监控品牌在各种社交媒体平台上的影响力，包括使用图像识别技术来锁定与品牌合影的消费者，以便识别出哪种类型的内容更能产生积极的参与度，从而创造更多此类内容。

这些中心生成的洞察是许多品牌战略和市场动向的制定依据，例如“Surge 品牌重返市场”活动。通过密切监控，可口可乐公司意识到 90 年代末停产的 Surge 品牌仍然有市场需求，于是重新推出了这一品牌。此外，该公司已开始使用人工智能收集自动售货机中的数据，从而让他们能够推广最受欢迎的饮料和口味。例如，监控数据流让他们能够在某些市场上推出 Sprite Cherry（樱桃味雪碧）口味。⁹



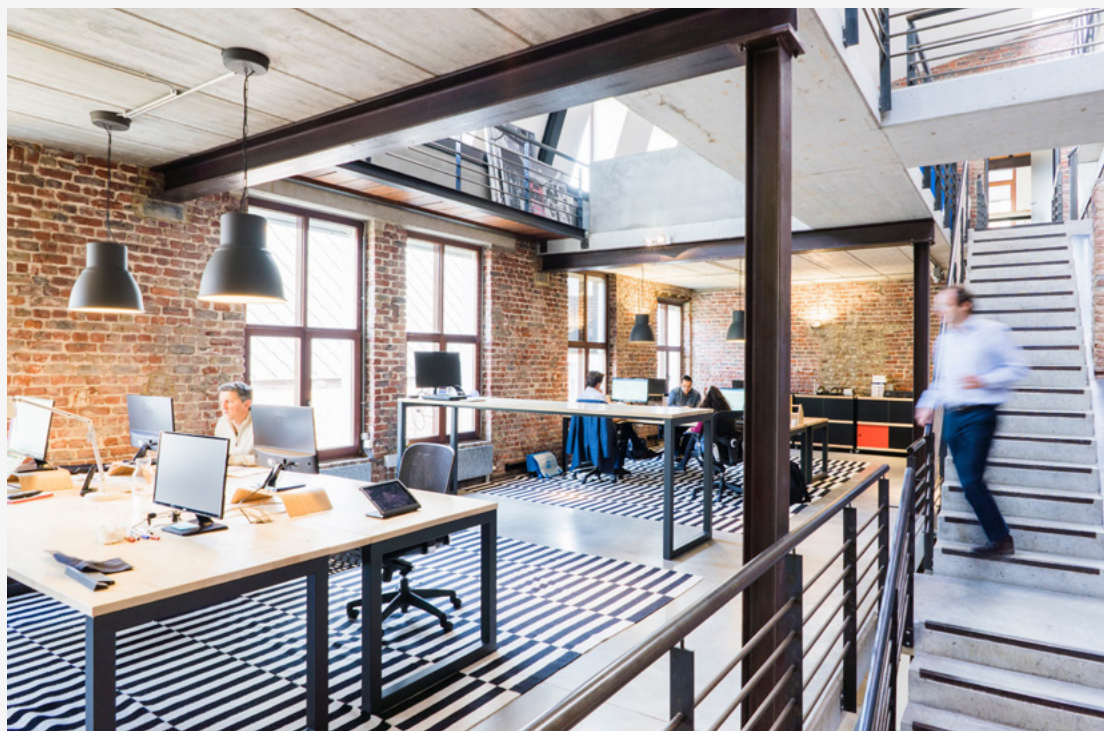
打造数据驱动型企业， 促进高质发展

与所有战略一样，数字化转型战略归结为资源的分配和使用。领军企业依赖并重塑三项核心资产：创新能力、财务纪律以及员工和利益相关者的人力资本。数据是这三者的关键。

数据要素是企业转型发展的核心引擎。如果企业没有工具和决心来了解产品、客户和市场，只求生存自保，则会被竞争对手远远甩在后面，他们使用数据来建立竞争优势，同时根据安全和法规要求管理数据丢失风险和责任。

成为数据驱动型企业需要坚定不移地致力于一系列最佳实践，包括建立强大的数据底座、建立良好的治理实践、将数据转化为洞察以及释放数据全部价值。

展望未来，企业将从海量数据中挖掘到其蕴藏的巨大价值，提升企业关键竞争力，迈向可持续新发展。

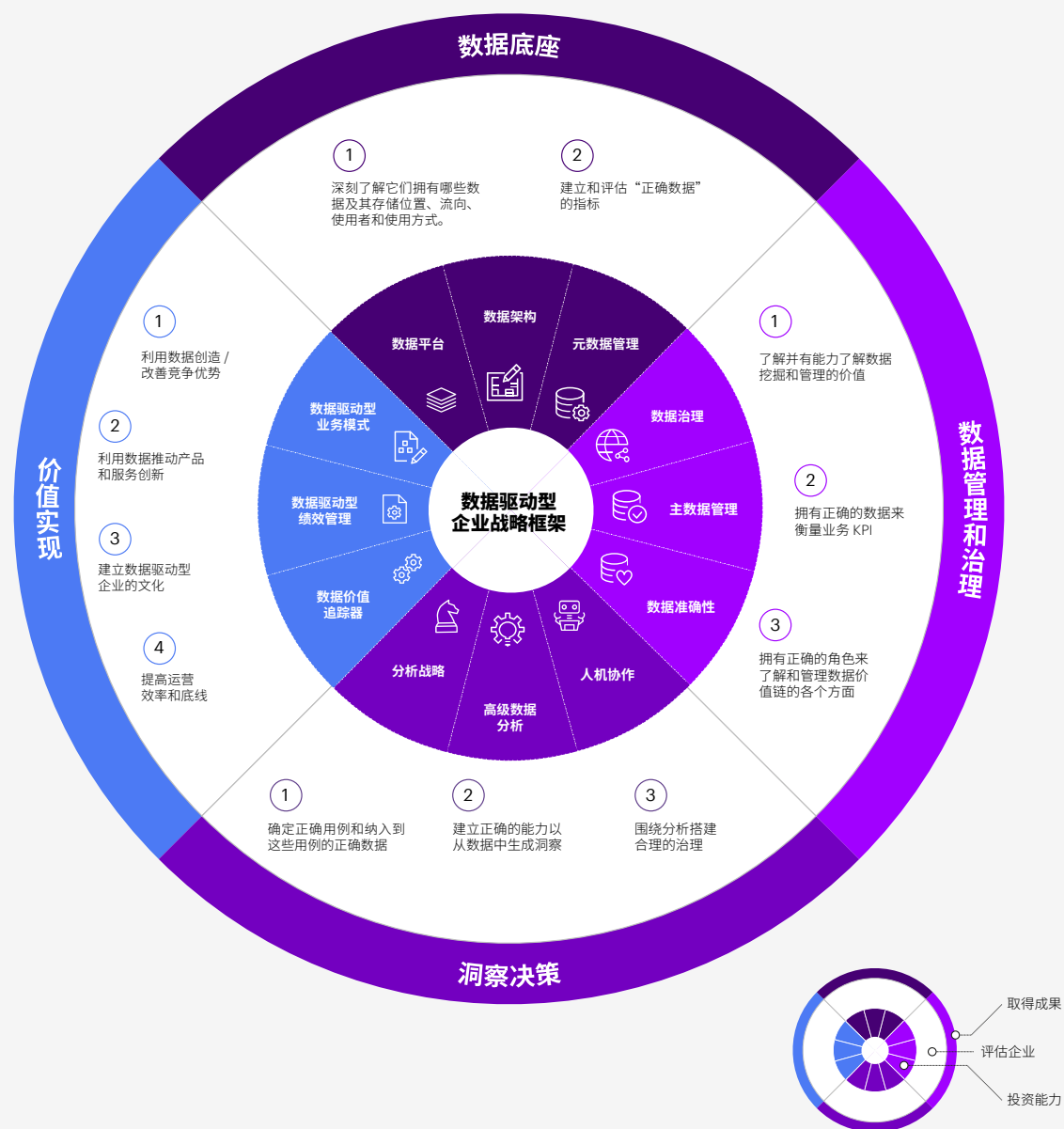


迈向数据驱动型领军企业正当时

在我们的研究中，虽然大部分领军企业早在几年前就做出了正确决策，从而确立了如今的行业地位，但其他企业仍有机会成为新的领导者。

上述四项成果为其他企业提供了制胜之策。

企业可以从以下方面进行评估：



关于本研究

本报告借鉴了埃森哲在与数据驱动型企业合作中的丰富经验。

在本研究中，我们分析了数据如何增强业务绩效的用例。辅以一项调查（针对各行业的 190 名高管）和案例研究分析以及文献综述，我们确定了 12 项数据能力，其中强调企业需要开发的关键能力，以便发展成为数据驱动型企业并解决面临的数据挑战。利用这些能力，我们创建了一个框架（以指数的形式）来诊断和评估企业的数据驱动成熟度，并将其映射到公司的财务绩效中。

为定义本研究中的数据驱动型企业，我们重点关注了许多企业的数据成熟度实践，其中同时满足以下两个标准：

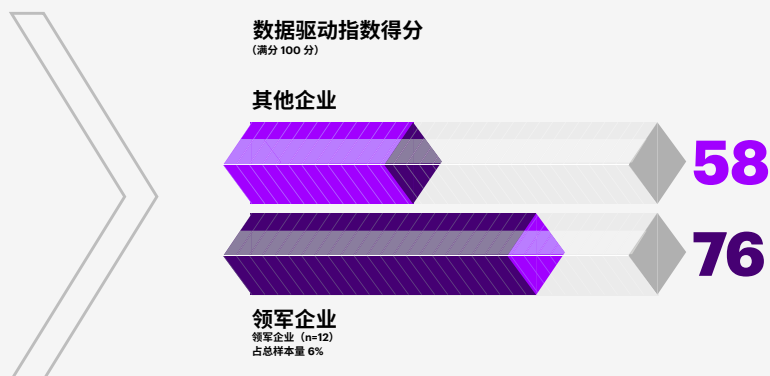
1. 得分高于指数平均分一个标准偏差
2. 是高增长企业，即自报收入和利润增长

高于 2012-17 年的行业平均水平，并预计这种情况将从 2018 - 22 年持续下去。



该指数为企业衡量支持价值创造的数据能力提供了明确的手段。

埃森哲数据驱动指数诊断工具，旨在衡量企业使用数据支持其从数据中获取价值的的能力成熟度



参考资料：

- 1 <https://www.accenture.com/us-en/about/events/pivot-future-book>
- 2 <https://www.networkworld.com/article/3325397/idc-expect-175-zettabytes-of-data-worldwide-by-2025.html>
- 3 CEO Magazine：分析使用不足可能导致企业损失数百万美元——2019年4月
- 4 雪佛龙2017年第三季度财报电话会议，2017年10月27日，彭博终端
- 5 Crowley, K. 和 Blas, J. (2018年)：“这个石油巨头是聪明还是幸运？” ，彭博商业周刊，3月7日，<https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-03-07/was-chevron-smart-or-just-lucky-in-the-permian-basin>
- 6 <https://www.accenture.com/us-en/about/events/pivot-future-book>
<https://www.cnbc.com/2017/10/19/goldman-downgrades-nike-due-to-excess-inventory-at-retailers-shares-fall.html>
<http://uk.businessinsider.com/nike-says-it-will-favor-about-40-retailers-2017-10>
<http://fortune.com/2017/10/26/nike-retailers/>
<https://money.cnn.com/2017/06/29/technology/business/nike-amazon-shoes/index.html>
<https://www.cbinsights.com/research/nike-target-adidas-local-stores-trend/>
<https://futur404.com/nike-consumer-direct-offense/>
<https://news.nike.com/news/nike-inc-is-accelerating-a-consumer-led-transformation-to-ignite-its-next-phase-of-long-term-growth>
[https://news.nike.com/news/nike-consumer-direct-offense.](https://news.nike.com/news/nike-consumer-direct-offense)
<https://www.mytotalretail.com/article/avoiding-the-nike-problem-of-excess-inventory/>
- 7 <https://hbr.org/2018/08/what-data-scientists-really-do-according-to-35-data-scientists>
- 8 <https://www.businesstimes.com.sg/focus/in-depth/cio-speaks/how-it-helps-changi-airport-to-be-smart-sweet-and-swift> and <https://www.marketing-interactive.com/features/marketing-insights-making-data-analytics-work-in-your-favour-in-retail/>
- 9 <https://www.analyticsindiamag.com/coca-cola-leans-on-data-analytics-ai-for-deeper-industry-insights/>
<https://www.coca-colacompany.com/stories/surge-is-back-in-stores-where-you-can-ind-it>
<https://business.blogthinkbig.com/coca-colas-use-of-ai-to-stay-at-the-top-of-the-drinks-market/>

关于埃森哲

埃森哲公司注册于爱尔兰，是一家全球领先的专业服务公司，在数字化、云计算与网络安全领域拥有全球领先的能力。凭借独特的业内经验与专业技能，以及翘楚全球的卓越技术中心和智能运营中心，我们为客户提供战略 & 咨询、互动体验、技术服务和智能运营等全方位服务，业务涵盖 40 多个行业，以及企业日常运营部门的各个职能。埃森哲是《财富》全球 500 强企业之一，目前拥有约 67.4 万名员工，服务于 120 多个国家的客户。我们秉承“科技融灵智，匠心承未来”的企业使命，致力于通过引领变革创造价值，为我们的客户、员工、股东、合作伙伴与整个社会创造美好未来。

埃森哲在中国市场开展业务近 35 年，拥有一支约 2 万人的员工队伍，分布于多个城市，包括北京、上海、大连、成都、广州、深圳、杭州、香港和台北等。作为可信赖的数字化转型卓越伙伴，我们正在更创新地参与商业和技术生态圈的建设，帮助中国企业和政府把握数字化力量，通过制定战略、优化流程、集成系统、部署云计算等实现转型，提升全球竞争力，从而立足中国、赢在全球。

详细信息，敬请访问埃森哲公司主页 www.accenture.com 以及埃森哲大中华区主页 www.accenture.cn。

联系人

张为普

埃森哲大中华区企业技术创新事业部数据服务主管

weipu.zhang@accenture.com

谢国忠

埃森哲大中华区企业技术创新事业部首席数据咨询专家

guozhong.xie@accenture.com