

 云时通

应“云”而变，全“时”贯“通”

云时通数字中台—— 食品餐饮行业解决方案

用数字化赋能，让企业全时在线，内外通达

PART ONE

云时通介绍

应“云”而变，全“时”贯“通”

应“云”而变，全“时”贯“通”

强大的技术研发能力

上海高新技术企业，**近百项软件著作权**，旗下产品荣获多个奖项，博奥奖最佳跨平台应用奖。

100%的项目交付能力

基于埃林哲有着丰富的项目管理经验及实施经验基因，**500+顾问和工程师资源池**，涉及17+行业专业业务模块的项目定制化实施经验，帮助企业规避业务试错成本。

优秀的业务+数据双中台的规划与落地能力

通过业务和数据双中台架构，和云梯技术平台后端支撑，以及在平台中孕育研发的SRM系统、SCRM系统、骨科手术跟台系统、B2B大客户销售运营和DMS经销商管理等云时通套件产品，为消费品、医药健康、制造业等领先企业数字化赋能。

100+数字中台灯塔客户实践

已为大昌行集团、雅迪、优伊萌集团、如新（中国）、中燃、叮当快药、国药器械、东明、海尔日日顺、百胜、喜茶、九毛九等优秀集团企业成功实践数字化转型和业务创新。

“云” 数字化赋能

📍 定位

中大型企业，具有消费品、大健康行业最佳行业实践，基于数字化双中台架构，聚焦客户体验，为企业业务数字化赋能，提升企业供应链运营效能和市场敏捷反应能力，助力企业成为行业领跑者的数字化赋能平台。

“时” 让企业全时在线

🧬 产品基因

企业管理理论&实践和信息科技技术&应用交融

“通” 内外通达

💎 产品价值

用数字化赋能，让企业全时在线，内外通达

云时通产品体系

基于数字化双中台架构，聚焦客户体验，为企业业务数字化赋能



荣誉资质

受到工信部与权威机构认可，具有高新技术企业，完整、安全、高质量的软件开发管理服务体系。



拥有近百项国家软件自研著作权，历时12年打造云时通数字平台产品，成功服务多个大型分销零售集团客户



ISO20000信息技术
服务管理体系



ISO27001信息安全
管理体系



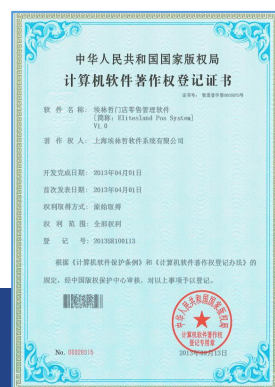
ISO9001质量管理
体系



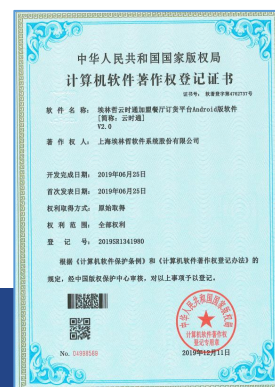
CMMI3等级



云时通数字平台



云时通数字门店



云时通加盟店管理



博奥创新奖

- ✓ 中国中小企业协会副会长单位
- ✓ 中国物流与采购联合会常务理事单位
- ✓ 上海市认证“专精特新”中小企业
- ✓ 上海市计算机副会长单位

- ✓ 中国中小企业信息化分会会长单位
- ✓ 中国两化融合服务联盟成员
- ✓ 华为战略合作品牌，13款产品上架合作
- ✓ SAP 合作伙伴创新大赛创新解决方案奖

埃林哲简介

埃林哲-企业数字化

“端到端” 解决方案服务商



美国办事处
日本办事处



业务覆盖全球，总部在上海，
为客户提供7*24小时优质高效的本地化服务

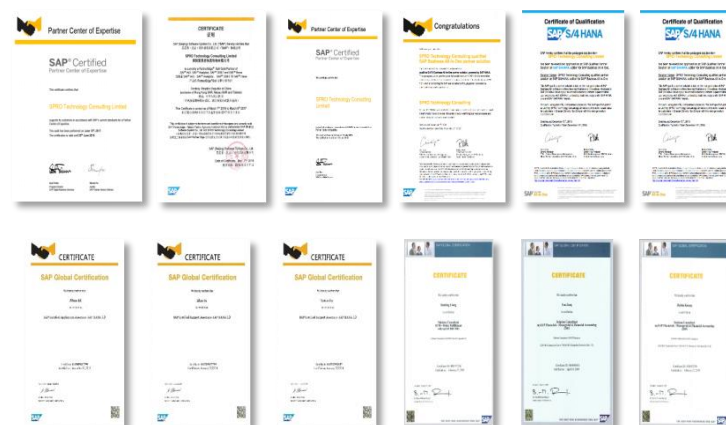
国际顶级厂商产品实施服务能力



Oracle 白金合作伙伴—具备Oracle核心 产品实施服务能力



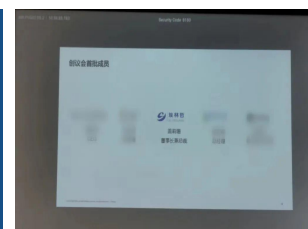
埃林哲SAP资质清单 (核心产品实施资质)



SAP官方授权 VAR渠道 金牌合作伙伴



SAP创新咨询委员 会创始会员之一



SAP工业互联网 创新生态联盟首 批成员



PART TWO

食品餐饮行业数字化变革

行业新趋势+企业数字化创新场景



食品餐饮行业的发展动态——消费新趋势



埃林哲
ELITESLAND



云时通

后疫情时代，疫情的影响使消费观念、习惯、行为等发生变化，产生新消费趋势；更多的企业依托数字化工具和手段，提供线上、线下多场景融合的产品与服务。先行品牌正在构建以消费者为中心的全新的触达、交互、服务和履约模式，引导渠道、伙伴、终端构建新的生意模式，提升用户体验和经营效率。

消费 更讲究

短保日日鲜

体验 更新奇

探索异国味

寻觅他乡菜

微醺喝小酒

食尚变潮流

生活 更健康

零食讲“功能”

吃货“零”追求

理念 更绿色

植物基替代

烹饪 更便捷

小白下厨房

家烧老字号

消费 趋势 变化 对食品企业的 启示

营销场景创新：

- 在数字化驱动下，新零售的渗透率得到了显著提高；
- “熟人经济”特色业态（如，社群电商、社区团购、社区小店等）在三线及以下城市快速崛起：依托下沉市场人与人之间的紧密联系。

产品创新：

- 消费者的观念由原本的性价比为王，向健康需求涌现，进而对高端化产品提出新需求。
- 随着食品市场的日益成熟，**消费者需求、产品形式、方便性、健康程度**都成为了产品创新的重要方向。

食品餐饮行业的发展动态——

随着消费场景由线下转向线上，许多消费者养成了依赖外卖或者购买预制菜品/食材自己做饭的习惯。整体消费水平的提背景下，消费者对餐饮的心理诉求也影响着食品品类的需求变化趋势。

食品品类 需求变化趋势



肉类及家禽

供应链水平的提升使新鲜生鲜品类从鸡蛋、牛奶拓展到了高损耗、高恒温要求的肉类和蔬果品类，满足了消费者对“全面新鲜的餐桌”的追求。零售及品牌商在精准需求预测、实时效期管理以及高效动销管理等诸多方面的能力提升，让供应链的升级实现生鲜的同天上下架。



低糖低脂产品

数据显示，2020年中国无糖茶市场规模突破50亿元大关。这背后既是“茶”元素的国民认可，也受惠于国人对茶文化表现的天然与低糖低脂的健康诉求本质的把握。



酒类

2021年，饮酒的场景和目的都发生了巨大的变化。在新冠疫情的催化下，饮酒场景从餐厅逐渐向家庭转移。



预制菜

通过私人厨房的复刻，预制菜的出现解决了消费者不会做、没时间、不好吃的痛点。在供应端真空包装技术的成熟与物流冷链设施的完善，也为预制菜的发展提供了必备的土壤，中国市场对于预制菜品的需求绝非伪需求，而是长期与持续的市场趋势。



功能性食品

保健品在国内被分为运动营养、体重管理、维生素和膳食补充剂。未来，在保健品行业所有细分领域中，运动营养品有望成为发展最快的细分领域。

2022年-2023年食品饮料连锁行业数字化建设方向

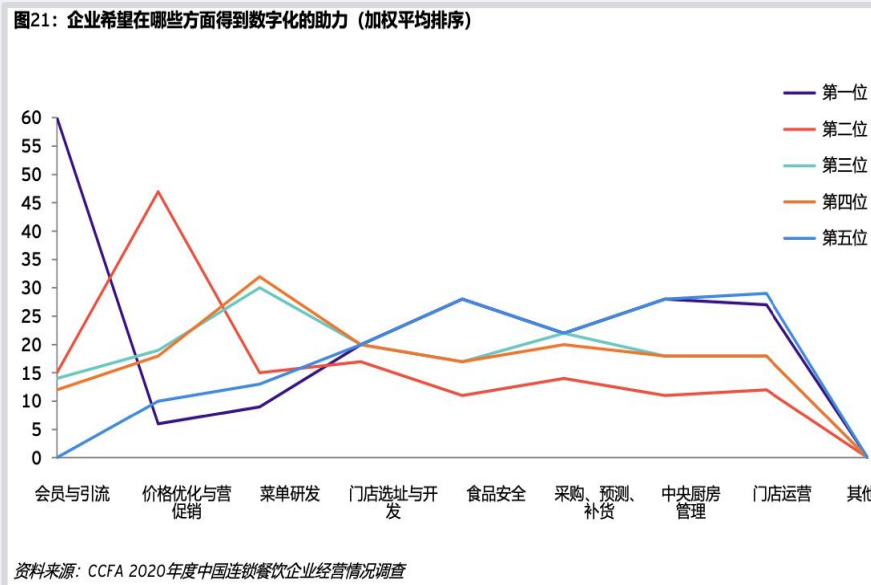
“向阳而生、数启增长”，餐饮企业在数字化的赋能下，一定能平稳发展，成为拉动我国内需的重要引擎。

食品饮料行业的数字化转型阶段成效

68%的企业充分认识到数字化转型的必要性，
30%的企业推进数字化转型，已取得阶段性成果。

整合高效、可靠且具有敏捷能力的数字解决方案对企业数字化转型起到了事半功倍的效果。

数字化转型本质上是一种企业战略，需要根据企业自身实际情况，以业务为导向、数据为基础与传统生产要素相结合，利用新一代数字技术反向赋能业务、驱动业务和服务创新。



食品饮料行业的数字化重心

- 业务数字化，数字业务化，全面驱动业务透明化、自动化、和智能化；
- 产品、服务、场景的多元融合；
- 会员与引流、SCRM私域会员管理、价格优化与营销、促销的前端数字化管理运营。

食品餐饮企业的数字化变革方向

通过人货场的体系赋能数字化营销，产供销高效协同赋能数字化运营



价值
对象

价值
关注

体系
赋能

体系
建立

数字化营销

人	货	场
- 对于客户的快速识别 - 潜在客户的快速转化 - 完善的忠诚度管理模型 - 会员唤醒与不断刺激 - 营销内容传播	- 门店库存周转率的提升 - 以消费者为中心的商品组合策略 - 商品敏捷供应	- 销售渠道优化 - 线上线下一体化视角 - 商品差异化的客户接触模式管理 - 大客户主动销售
- 建立线上会员管理体系 - 建立线下消费者线上会员转化 - 建立会员积分权益体系 - 建立会员动态标签并辅以针对性促销方式 - 建立针对会员的常规性营销活动	- 门店库存实时反馈体系 - 建立商品&渠道&品牌的结构化关系 - 门店商品供应流程重塑	- 销售组织与分销渠道网状建设 - 全渠道中台中枢建设 - 商品品类与渠道关系体系确立 - 批发渠道全过程管控
会员管理体系	营销活动管理体系	电商平台管理体系
O2O外卖管理体系	全渠道管理体系	批发大客户管理体系
卡券/储值管理体系	商品管理体系	

数字化运营

产	供	销
- 制造规模化和标准化 - 产销协同计划驱动模式 - 车间现场精益化管理	- 供应需求转化及采购执行 - 库存周转及内部物流	- 销售渠道优化 - 线上线下一体化视角 - 商品差异化的客户接触模式管理 - 大客户主动销售
- 产品BOM配方管理集团模板和区域模板 - 年月产销经营预测计划体系 - 常规性/节令性门店要货供应计划体系 - 生产现场工单管理体系（任务、料、工）	- 供应商准入-合作-评估循环体系 - 采购价格前置/层次差异化管理 - ABC货源分级管理 - MRP计划/人工需求转化 - 多类型采购订单执行管理 - 存货量价合一管理及流程规范	- 客户一定价-信贷三要素体系建设 - 发货需求整理-分货拣配-装车到货签收体系 - 销售业务核算及公司间交易核算 - 业务核算与业绩绩效的分离管理结构
制造标准化体系	产销计划驱动体系	车间现场精益管理体系
集采管理体系	库存管理体系	客户管理体系
商品发货管理体系	销售获利能力分析体系	

03

PART THREE

食品餐饮行业解决方案

数字化经济时代端到端的解决方案

数字经济时代，各业务场景重塑企业核心竞争力

行业整体数字化的加速，帮助企业打通线上O2O外卖接单、自营连锁店、自建物流，打造数字化营销、数字化营运、数字化供应链、数字化扩张和数字化决策的全链路增长模式。



食品餐饮化，食品企业开线下
体验连锁门店

餐饮零售化，品牌餐饮进行包装
类食品业务，展开渠道销售

云时通解决方案和价值

- 云时通面向食品零售、餐饮连锁多种细分业务的最佳实践积累，软件系统赋能助力；
- 云时通一店多铺多业态解决方案；
- 商品线上、线下全渠道一键上架发布，经营目录管理解决方案；
- 拎手供应链：面向多渠道备货、配送和订单履单和售后处理能力。

数字经济时代-抢滩下沉市场，向供应链要效益

品牌下沉市场，覆盖更大规模人群，降价格不减利润，向供应链要效益

某知名连锁茶饮品牌实行降价，
15-25元的产品占比已接近60%
以上，攻占更大市场份额

连锁奶茶、冰激凌产品面向下
沉市场，定价低，利润不低。

云时通解决方案和价值

- 企业多品牌、多产品线的管理方案；
- 不同市场定位、价格带品类在多个渠道的上下架、定价管理；
- 产品成本费用结构精细管理，准确采集数据核算，毛利控制，汰换不盈利、低销量单品；
- 供应链运营优化，低库存水平的高有货率，精益管理采购、加工、仓储、运输、配送作业，减少浪费。

打造线上O2O外卖接单+自营连锁店+自建物流的数字化增长模式

啤酒品牌自建直营门店，在商圈和生活社区里，为周围3~5公里的社区提供30分钟新鲜快送的服务。



品牌与商家合作，借助外卖场景，与70多个连锁餐饮品牌和3万多个商家达成了深度合作，成为“外卖标配”。



云时通解决方案和价值

- 多种加盟模式快速展店，加盟专营、加盟直管、轻加盟、单品加盟沾卡种模式的支持；
- 门店数字化店、O2O线上线下融合的运营、督导管理；
- 门店人员主动面向周边小B、企业的拓客赋能，扩大销售额；
- 会员私域，B2K2C导购创新场景；
- 与第三方O2O、到家平台合作生态方案。

满足鲜食鲜饮的需求，新鲜直送，差异经营竞争优势，线上外卖O2O、线下营连锁店，物流最后一公里配送体系。

打通线上O2O外卖，自营连锁店，自建物流供应链的数字化增长模式

预制菜行业的多元化产品运营

随着食品加工行业科技的进步和物流冷链运输的完善，中国的预制菜行业已经在B端取得了长足的发展。

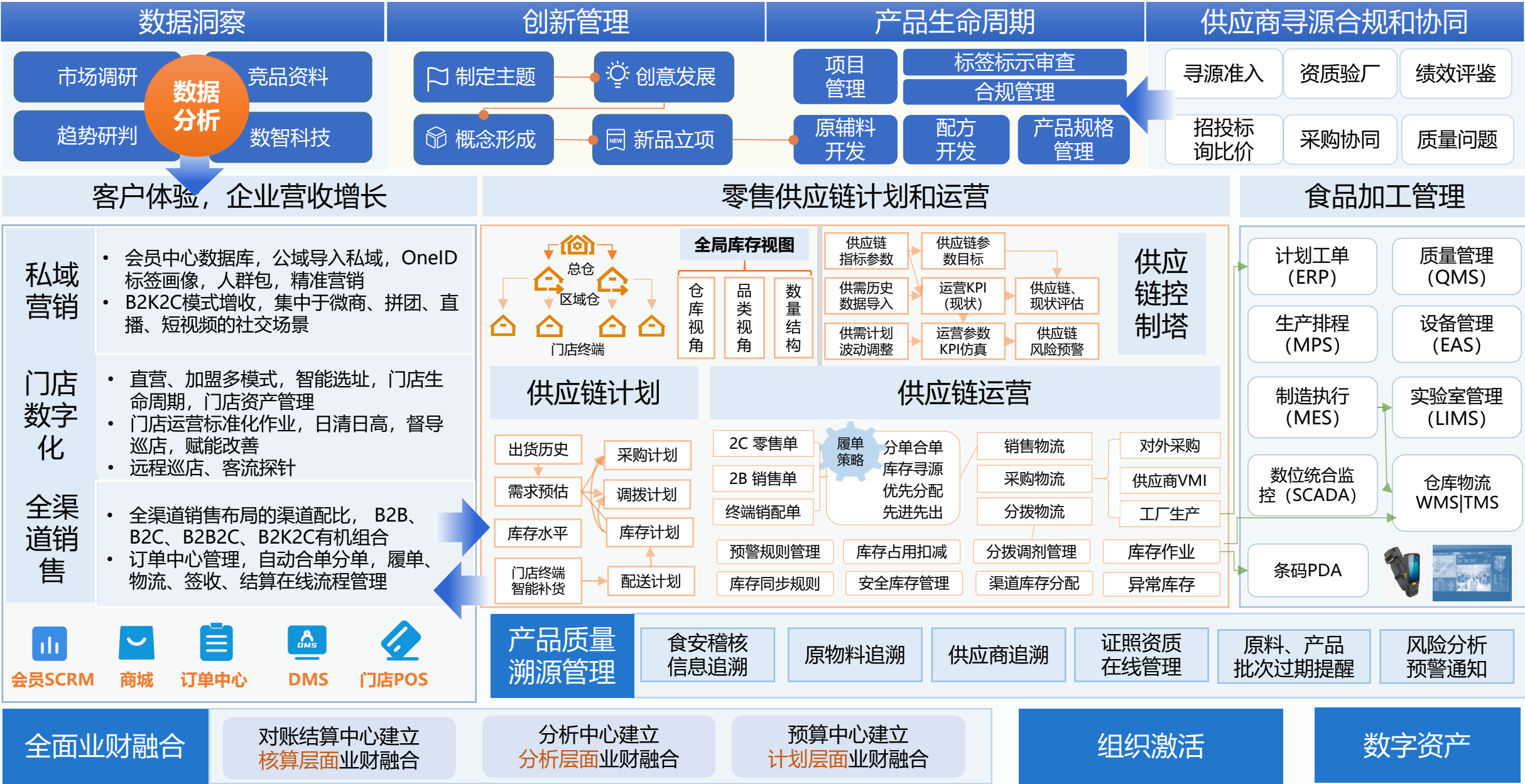
居家场景催生了预制菜的销量增长，产业上下游企业争相布局，长期来看我国预制菜行业规模有望超过3万亿元。加块食品加工专业、餐饮、零售、综合业态发展。

云时通解决方案和价值

- 预制菜新品创新、研发、合规解决方案；
- 预制菜上线：新品快速上线展开销售的能力；
- 预制菜营销：私域会员+小程序商城接单、直播，到店消费的带货场景；
- 预制菜的供应链：与自有/外协工厂加工的协同、冷链配送。



基于云时通中台倾力打造食品餐饮行业整体创新解决方案



埃林哲食品餐饮行业数字化方案的结构



埃林哲
ELITESLAND



云时通

从客户需求体验、数字化智能运营、全渠道高效连接和数字化精益管理，整合企业上下游资源，智能连接消费者、员工、渠道、仓储和供应商，实现业务与数据双向驱动，助力企业数字化转型。



食品餐企数字化解决方案的整体优势

基于数字化双中台架构，聚焦客户体验，为企业业务数字化赋能



咨询力

行业标杆客户的典型案例和最佳实践积累，数字化专业IT平台落地建设经验，流程梳理和IT评估规划

行业趋势和案例

- “餐饮品类革新，鲜食配送、预制菜
- 门店+X”的消费场景多样化
- 用户私域运营，轻触点前移，扩大服务半径和品类场景
- 食品质量合规，溯源和风险管理

场景共创和流程梳理

- 会员私域，线上B2K2C模式
- 品类升级，鲜食，C2M定制
- 会员复购，门店场景化运营
- 门店扩展，店铺运营水平提升
- 供应链、财务支撑体系的配套

数字化转型和IT规划

- 数据洞察，研发创新
- 私域用户，精准营销
- 人货场的运营智能化
- 供应链数字化
- 业财融合数字化



产品力

云时通中台产品的能力领域、新零售思域营销、供应链、门店数字化的多场景应用赋能企业数字化转型

数字化营销

市场活动
私域会员运营
评价舆情
品牌营销

数字化门店

选址、建店
排班考勤、店务管理
远程巡店、督导管理
客流管理
资产设备、设施管理
加盟店管理
门店运营数据报表

新零售

自建外卖平台
第三方平台运营
B2C商城
扫码点餐|POS|支付

数字化财务

门店收款、外卖平台
对账及核销
营收结算，成本结转
门店租赁、水电煤、
费控
加盟商结算

智慧供应链

商品品类	智能补货
门店订货	需求计划
产销协同	采购协同
仓储物流	移动PDA
质量溯源	食安合规

创新研发

创意 | 产品构思
配方开发
产品数据结构和分类
产品生命周期



技术力

埃林哲云梯技术架构平台产品，赋能企业IT团队应用DDD领域驱动设计方法，实现新业务场景的快速迭代开发，大型系统的Devops运维

增长的业务

业务拓展，持续深化



伴随业务不断迭代

迭代的系统

小步快跑，迭代优化

业务贯通

前瞻性

开放性

可靠性

友好性

安全稳定

智能化

扩展可用

溯源能力

可维护性

快速迭代

PART FOUR

优秀客户案例实践

深耕行业，成就客户持续创造价值

项目背景

集团创立于2007年，专注烘焙领域15年，集研发、生产、销售为一体，秉承“用心制造，用爱传送”的理念，致力于用美味推动人类对生活的热爱。拥有现代化的生产设备及卫生标准生产厂房，旗下品牌优D妞妞已经有22年历史。企业发展现阶段，除了修炼扎实内功，也要紧紧契合市场的变化，更要柔韧富有弹性，企业数字化能力建设，将推动企业产品和服务能力升级。

企业痛点

- 数据来源不统一，无法实现业务数据实时共享，支持多品牌业务效率
- 营销增长乏力，缺乏精益运营的能力
- 缺乏统一管理平台，产销供运营成本大

企业需要

- 加速对信息化整体构建进程，打通信息壁垒，实现信息共享，统一集中管控整体集团业务。实现多品牌在运营、系统、数据层面的独立运营和统一管理。
- 以消费体验为核心，构建数字化门店全渠道信息一体化，从全局视角协同管理销售，支撑灵活多样的销售业务形态，实现业务财务数据一体化，支撑各前台业务，提升销售营销运营效率。
- 提升市场反应敏捷性，智能连接上下游，形成整体数据进行平衡预测，降低库存，提高资金周转和供应商协同效率。



国内知名食品连锁集团



埃林哲
ELITESLAND



实现业务智能化敏捷化转型，智能连接上下游，业务实时在线，支持商业模式创新



项目价值收益

多品牌协同发展，业务与数据相互赋能，助力业绩增长和经营效率提升。

实现全线业务智能化、数据化



打通业务信息壁垒，实现业务数据实时在线，实现一体化数据管理，全线业务在数字化体系下深度融合，拥有线上线下一体化经营能力和全局数字化驱动能力。

打造新能力，创造新场景，多品牌共同精进



打通营销前端和中台业务应用场景，赋能企业创新运营能力，支撑各品牌在运营层面、系统层面、数据层面独立，实现集团对多品牌的独立运营和统一管理，借助信息化手段，规范多品牌业务管理，优化资源互哺，减少运维成本。

数字体系下端到端业务流程



建立适用于当前及未来发展的数字化管理业务流程及有效的MRP计划体系，支持从销售到收款，从采购到付款，从研发到上市，从计划到交付，端到端闭环，提高经营管理效率。

拥有精细化管理能力



建立业务财务一体化平台，赋能业财一体的精细化管理能力，实现财务业务一体化率达99%。

项目背景

大昌行（中国）消费品于2018年启动了麦肯锡变革作战项目，项目设计并发布了具备大系统、小尖刀特色的全新组织架构。在大系统的共享支持下，赋能小尖刀的市场拓展与渠道行销。新架构在大系统下设立了供应链部门，作为大昌行中国消费品的共享供应链平台。大昌行产品种类多，包含3大业务线：(1)食品急冻及冰鲜肉类和海产、食用油、糖、大米、饮品，(2)电器，(3)医疗保健产品，其中占比最高的FMCG食品，代理了7大品类、50多个品牌、1000多个SKU。

企业痛点

- 产品种类众多，国际进口链条长，销售模式多样；
- 库存高企VS库存缺货；
- 流程自动化水平有限，人效距目标有较大差异；
- 供应链可视程度底，看不清看不全；

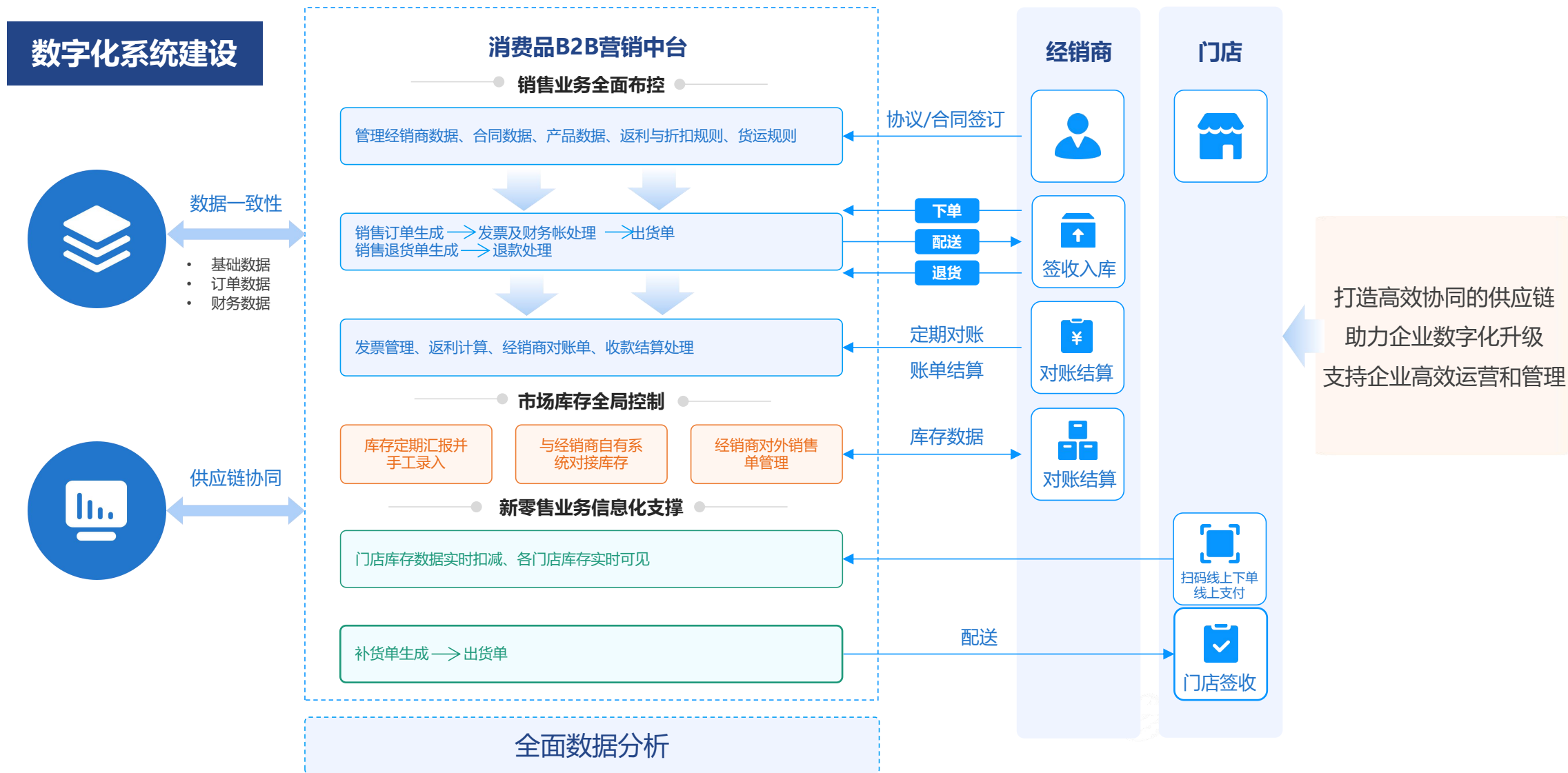
企业需要

- 建立数据标准，统一流程，为企业的数据集成共享、业务协同和数字化运营做好基础保障。
- 提升管理企业内部供应链数字化，支撑企业采购、库存、计划预测等，保障及时、稳定的智慧物资供应链资源管理。
- 让订单与交易自动化；提升计划管理能力水平及数字化程度。
- 打造供应链数字化建设，供应链数据可视化，提高数据报表质量，数据提升管理、数据驱动业务。



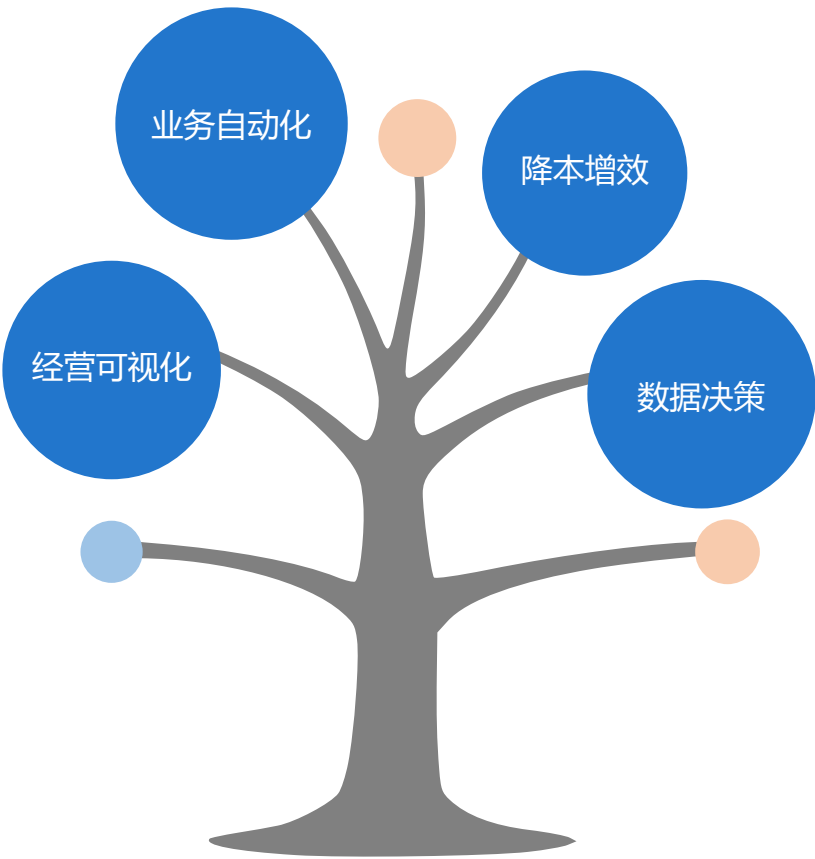
国内知名食品贸易公司

重构供应链数字中台，打造数字生态环境，提高供应链部门人效及库存管理效率。



项目价值收益

业务自动化，经营可视化、降本增效、数据决策



供应链计划部门人效提升30%+

运用新技术，减少不必要或价值较低的人工工作量，提升工作效率；



订单与交易自动化70%

统一和明确供应链管理标准，统一供应链交易处理型操作自动化水平，提升供应链运营效率和准确度



提升计划管理能力水平及数字化程度

实现供应链数字化变革，强化全链路的库存监控与及时预警，减少风险库存，降低企业运营成本；实现供应链的端到端全程实时可视，提升对全链路上的库存与商品的管控。



客户订单需求准时完整交付率 (OTIF) 提升20%

围绕客户体验，优化供应链效率，提升客户订单需求交付效率



30%
人效提升



70%
订单与交易自动化



数字化
实现供应链数字化变革



20%
订单准时交付率

知名餐饮连锁集团

项目背景

唐宫连锁餐饮集团，首间餐厅于1992年开业，集团经营多个品牌，务求迎合不同消费市场，为顾客提供优质的中式佳肴、港式茶点、日式美食、马来西亚风味以及韩式美食等多元化的餐饮服务。餐厅策略性地开设在中国一线及二线城市，并在上海自设食品厂。餐厅数量60多家，年营业额20亿左右。为构建企业核心竞争力，形成数字化运营创新能力，需要进行业务梳理、全面透视、数据挖掘、构建数字化餐饮门店中台系统，驱动业务增长。

企业痛点

- 缺乏统一的信息管理平台，实现集团对所有门店集中管理
- 产销供信息壁垒，无法实时共享信息，为销售业务提供数据依据
- 门店订货、收货缺乏统一的数据管理，影响门店协同效率

企业需要

- 建立一体化信息平台，实现门店业务与数据集中管理
- 商品、门店、销售、顾客的数据实时共享，提升店员运营效率，可视化数据辅助运营效果，实现降本提效
- 线上报单、数据可视化，多维度数据全面展现，提升采购协同效率



打造门店运营管理BOH系统，支持ERP系统实现数字化供应链中台为核心的整体信息化架构，实现业务精益管理。

营销前端

门店主档	物流模式
档口主档	采购价格
菜品主档	最小起订量
原材料主档	包装
成本卡	订货日历
一品多规格	订货模板

门店报货

菜品预估量 (手工)	门店原材料 毛需求量查询
原材料 毛需求量计算	门店订货 建议量计算
需求查选	门店订货 工作台
需求汇总	门店申购提交
主要食材 漏订提醒	门店报货订单 跟踪查询

千次/千元率模型

客流量 历史统计	千次点击率 计算/调整
客流量 系统预估	千元物料用量 结构系数
客流量预估 查询调整	千元用量 计算调整
门店客流 安全加放量	促销/新品 预估量调整

预警提醒

公告信息

值班管理

门店物资收货、
耗用和盘点

损耗原因	库存调拨	门店盘点	门店报损
信任收货	清点验收	中心强配 物资收货	差异处理

定量
补齐
模型

原材料消耗 历史统计	安全库存量 计算更新	最低库存量 计算更新
最高库存量 计算更新	定量补齐 订货量计算	定量补齐 订货量调整

门店预
制计划

餐段客流量预估	门店菜品分餐段预估	门店菜品预制计划	菜品预制量管控规则
---------	-----------	----------	-----------

门店日结
和财务

菜品销售数据	理论用量计算	门店进货汇总	销售收入汇总
门店收银数据	负库存调整	门店损耗汇总	收银数据汇总

门店报表模块

POS系统接口

ERP系统接口

电子称接口

食安平台接口

项目价值收益

一体化信息管理平台，让数据实时共享，提高门店经营管理效率，数字化赋能业务增长。

实现一体化信息管理平台，进行业务数字化管理。

通过实施Oracle ERP 与云时通中台系统实现高度的**财务业务一体化**管理模式，提升整理供应链协同管理水平，固化**标准业务管理流程**。

实现业务流程的规范化、标准化，从物料源头采购开始，搭建餐饮行业的**食品安全保障追溯跟踪体系**。

实现采购高效协同，降低采购成本。

门店订货通过**订货工作台**将对数据直接处理，减少人工录入错误，提升门店**订货准确率**。

实现**集采地采多种采购模式**，保证供应链业务的同时，能有效地降低库存成本，同时能提高库存周转率。

门店数字化管理，提高人效，节省成本。

实现财务**账实相符**，财务**成本核算准确**同时减少重复性工作，从繁重的财务记账工作向管理财务转变，实现财务报表快速生成，提高财务月结效率。

通过银企直联、微商城、药监局、乐才人事系统的接口，建立唐宫基于ERP核心的IT生态系统



中国头部食品餐饮连锁行业客户口碑之选

合作客户一览（部分）



THANKS

服务热线：400-820-0087

官方网址：www.yunstone.net

公司地址：上海市诸光路1588弄虹桥世界中心L2A幢7层