

中台产品进阶之路

刘光月-AMY

InfoQ ^{ueue} 传媒和整合营销服务

对技术人群极具影响力的新闻网站 / 技术社区

InfoQ 是一家全球性的在线新闻 / 社区网站，创立于 2006 年，创始人是 Floyd Marinescu。目前全球拥有英、法、中、日共五种语言的站点。InfoQ 中国于 2007 年由极客邦科技创始人兼 CEO 霍太稳引入中国。

十五年来，InfoQ 致力于促进软件开发及相关领域知识与创新的传播，凭借在技术服务领域的深耕。

300W+

InfoQ 网站
月访问量

150W+

积累公众号
粉丝

100W+

微博
粉丝

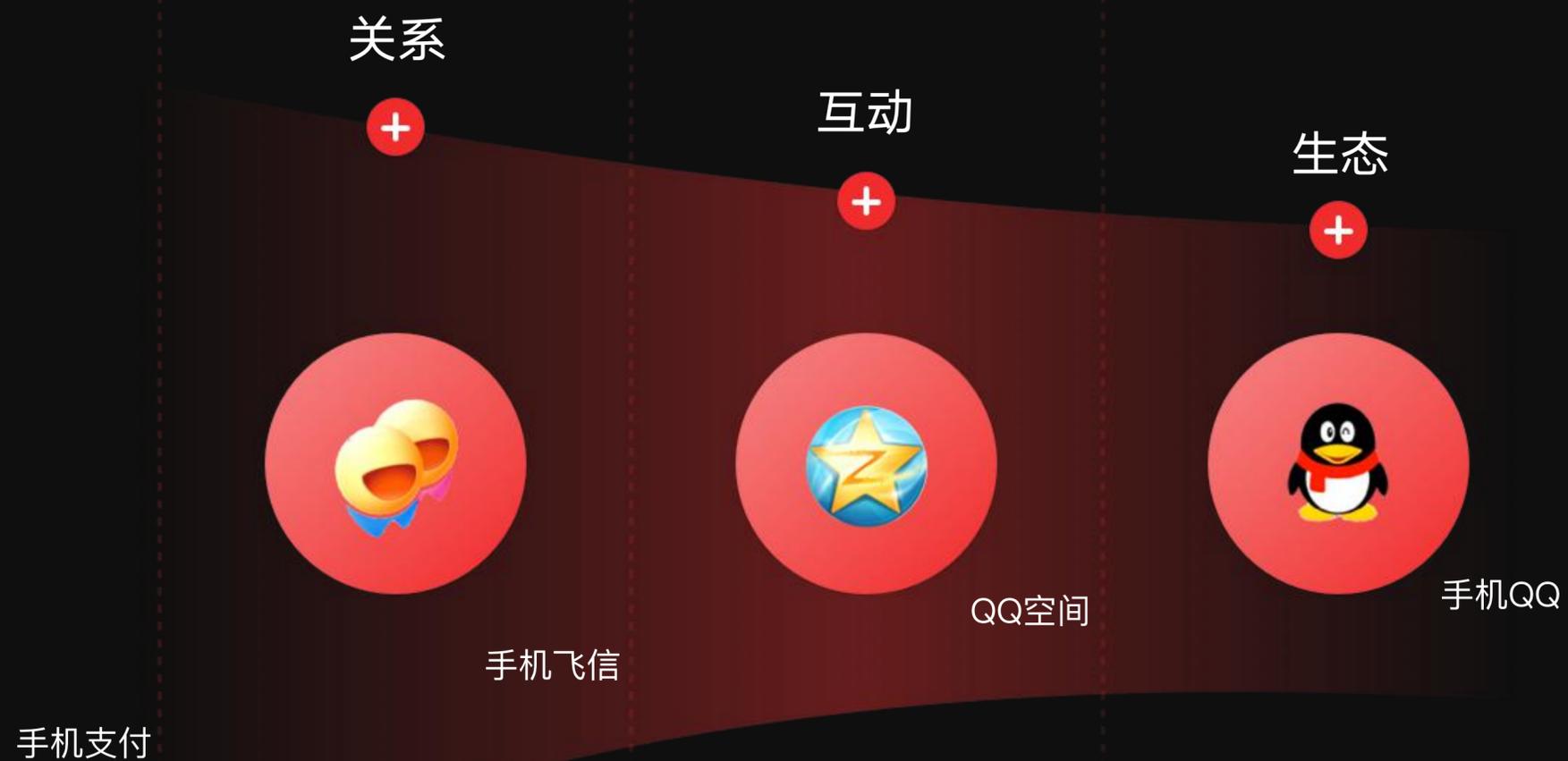
300W+

覆盖中高端
技术开发者

1600+

CTO、
技术高管

社交产品



电商产品



目录

- 中台的概念
- 电商中台产品之路
- 如何打造产业中台
- 中台产品经理进阶之路

中台的概念

中台的概念



中台概念早期是由美军的作战体系演化而来的。

“中台”主要是学习这种 **高效、灵活** 和 **强大** 的指挥作战体系。

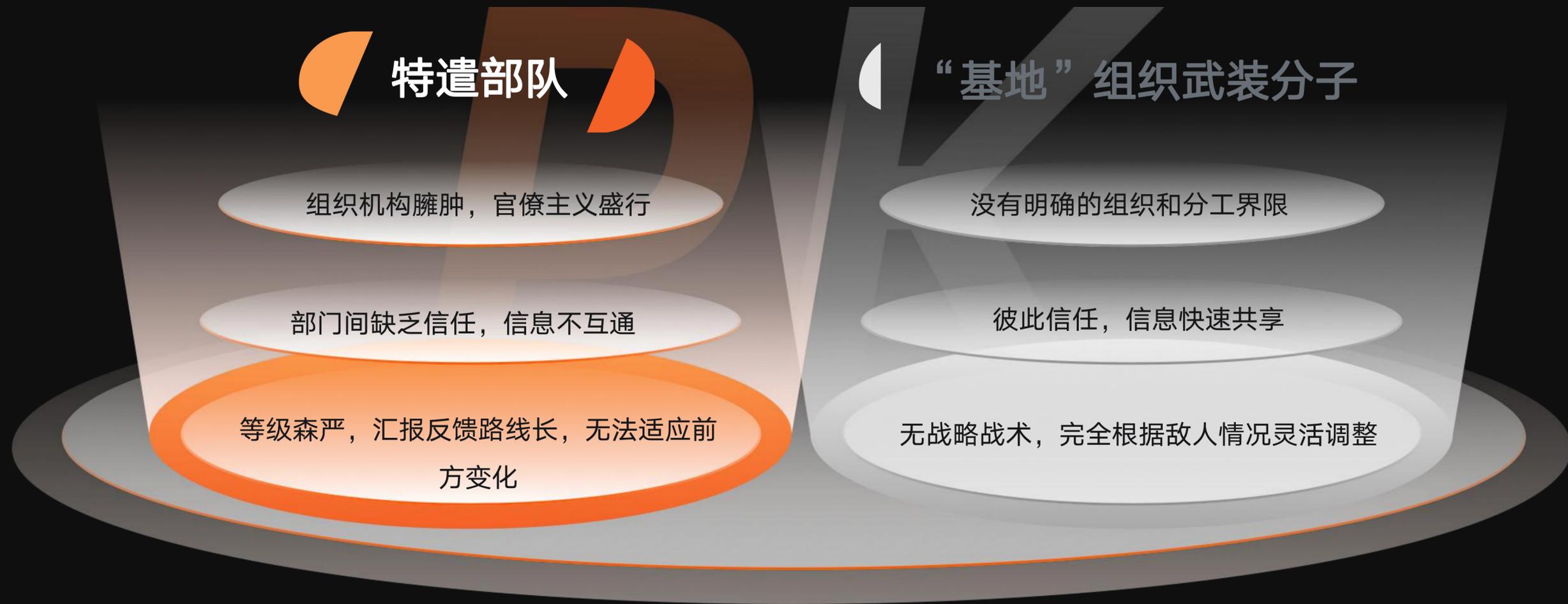
提出背景



斯坦利·麦克里斯特尔

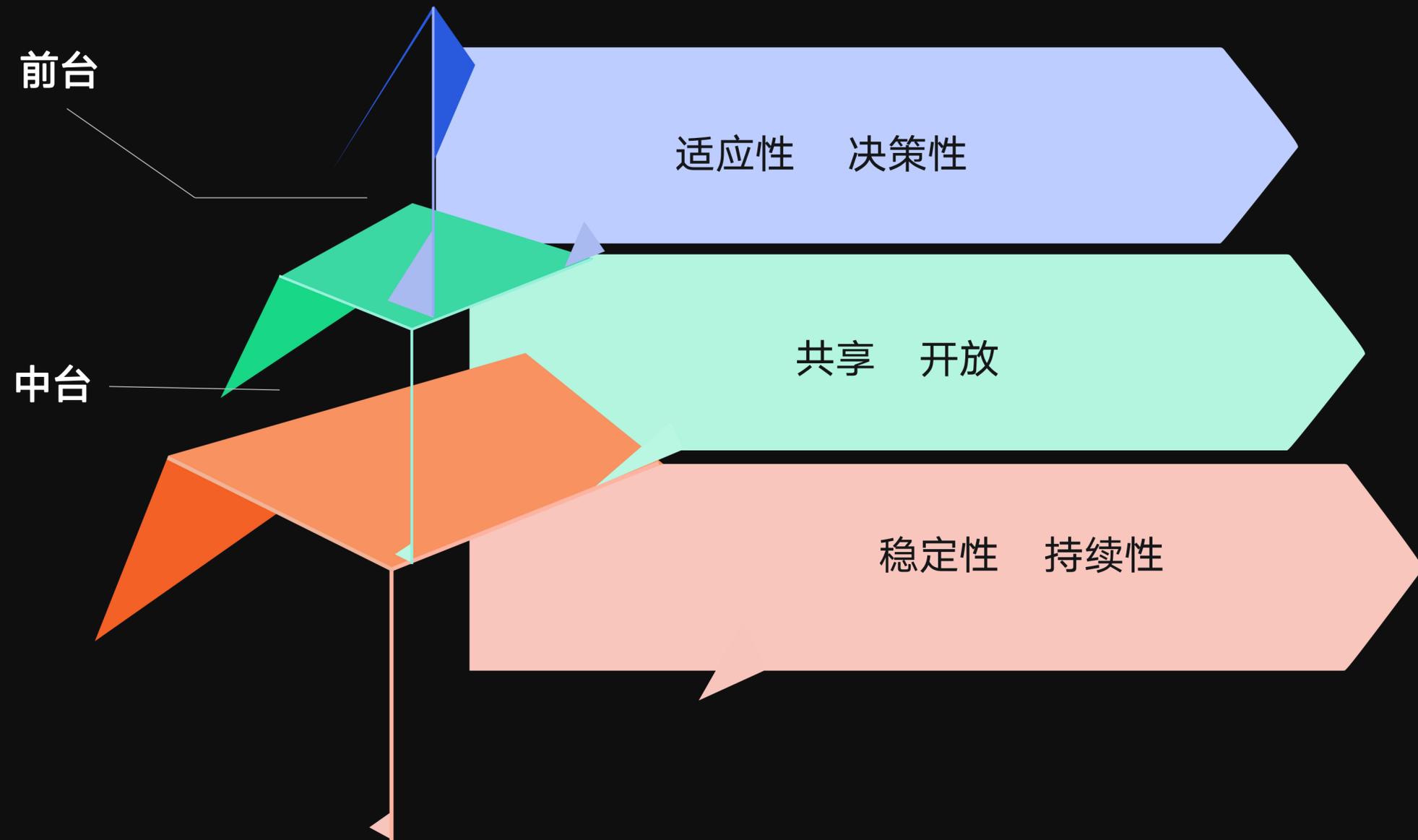
美军驻伊拉克联合特种作战部司令，03年推翻萨达姆政权后，美军的主要对手变成了伊拉克“基地”组织。

问题分解

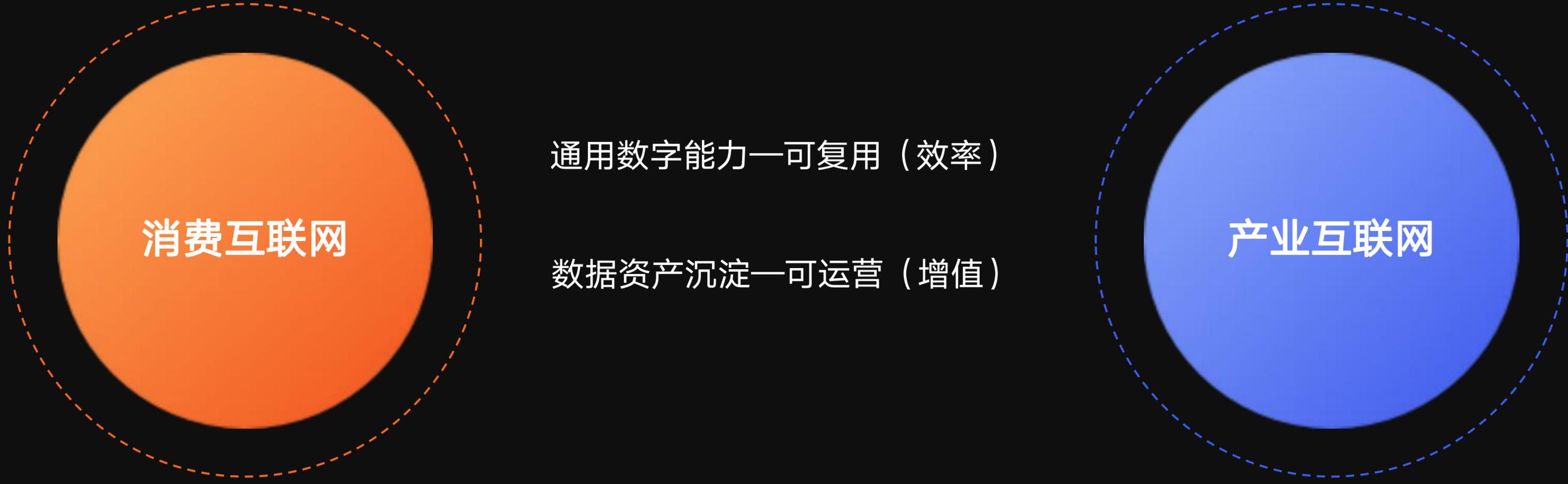


特遣部队，单月伤亡超过1000人

中台目标-打造具有生物型的生态系统能力



什么样的企业需要中台



消费互联网

通用数字能力—可复用（效率）

数据资产沉淀—可运营（增值）

产业互联网

电商中台产品之路

B2C交易

基础	商品	库存	价格	C用户
交易	购物车	结算	订单	管道
营销	促销	优惠券	红包	京贴
	限购	预约	预售	
财务	京豆	支付	台账	发票
	运费	计费		
履约	拆分	promise	配送	分拣
	接单	生产		
逆向	售后	客服		



B2B交易

基础	商品	库存	价格	B用户
	交易域			
交易	购物车	结算	订单	管道
营销	促销	优惠券	限售	价格
	订货会	预售	拼购	渠道
财务	支付	京采豆	承兑	发票
履约	承运	集单	城配	
逆向	售后	客服		



线下交易 — 门店服务

门店的客户

- 管理门店的用户
- 用户权益打通（等级、积分、券卡）
- 增加线下营销方式

门店的工作人员

- 员工排班
- 数据报表
- 员工绩效
- 积分任务

门店专属商城

- 商城管理
- M站
- 小程序



金融产品

- 供应链金融
- 消费者金融产品
- 支付通道

平台结算

- 商品返佣
- 采购返利
- 计件返利
- 样机返利
- 物料返利
- 装修返利

供应商营销

- 广告结算
- 堆头任务
- 操作任务
- 拉新任务
- 新品销售任务

货的经营

- 选品
- 补货
- 促销

货的监管

- 核销
- 授信

门店货的管理

- 门店采购（买断、地采、寄售、非现货）
- 门店库存
- 门店销售
- 门店售后

线下产品演绎过程 — B2B2C阶段

B2B

B2C

采购平台

门店零售

订货平台
营销系统

结算平台
地勤系统

智能POS
门店营销

CRM
门店科技

门店仓管理
门店OA

开放赋能平台

中台基础交易平台

商品

库存

价格

订单

用户

数据

演绎全域交易能力

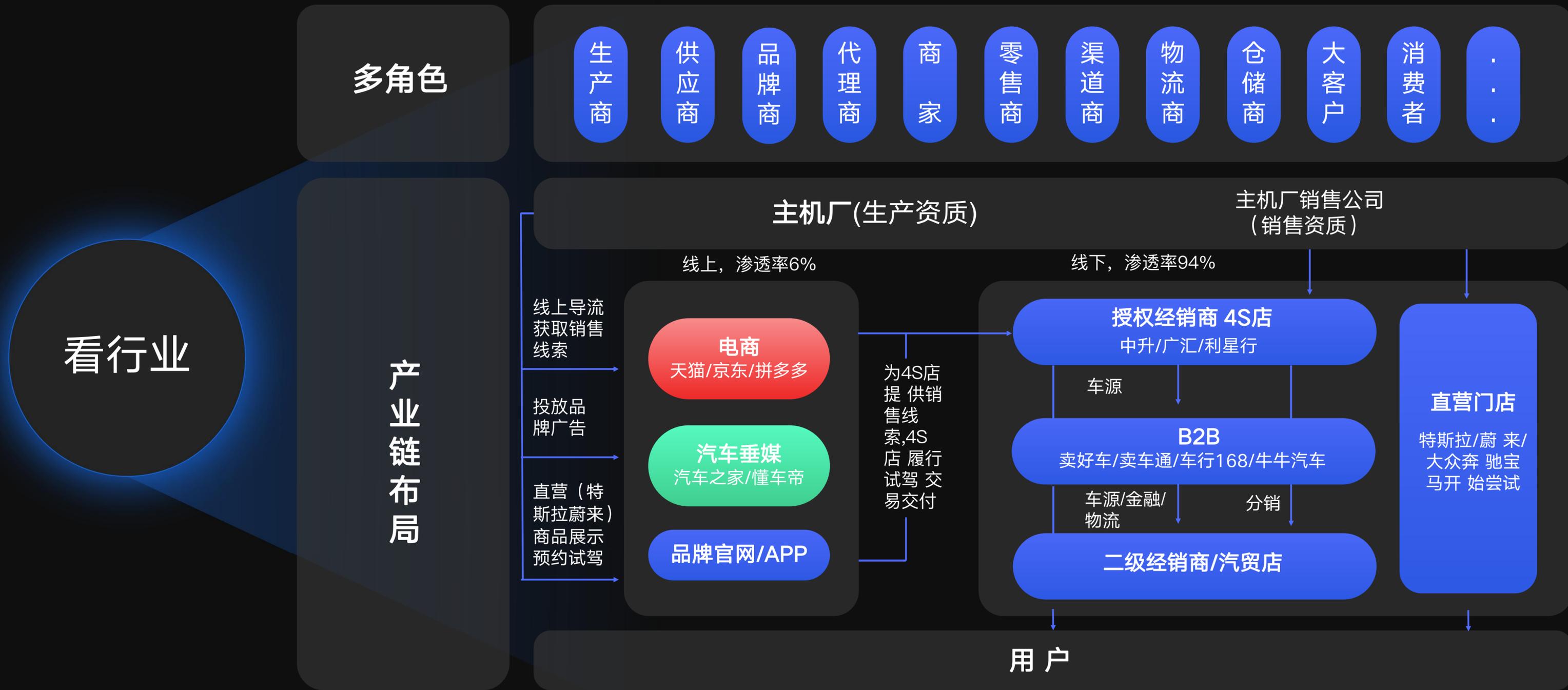


商品通 库存通 价格通 订单通 会员通 支付通 资产通 服务通 数据通

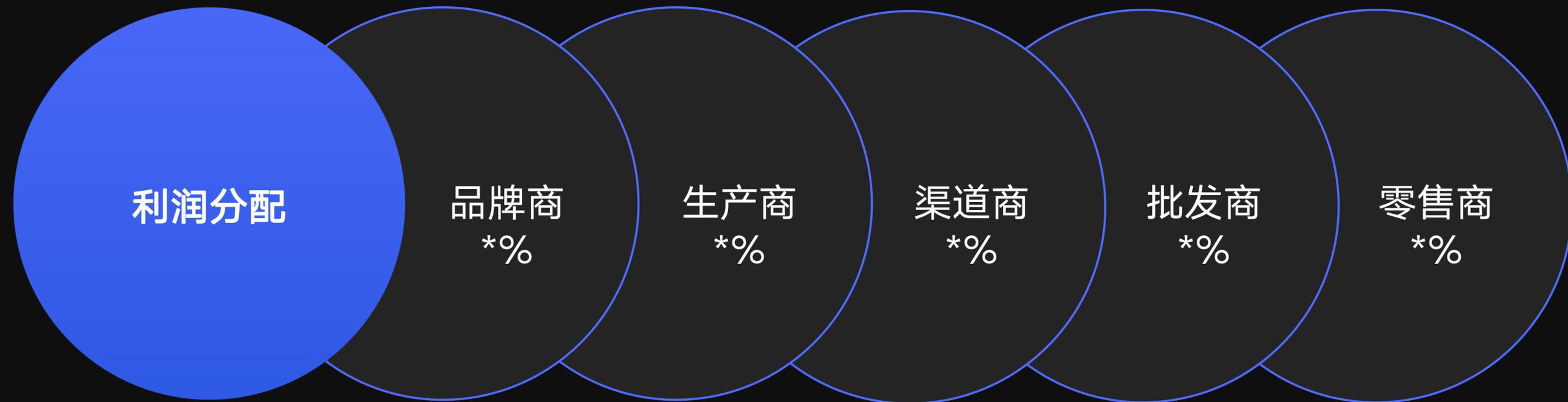
打造全域、全场景的线上线下一体化交易能力，支撑零售业务模式持续拓展

如何打造产业中台产品

看行业—多角色生态参与，商业链条纵深且互相影响



看价值 — 产业链的价值分配

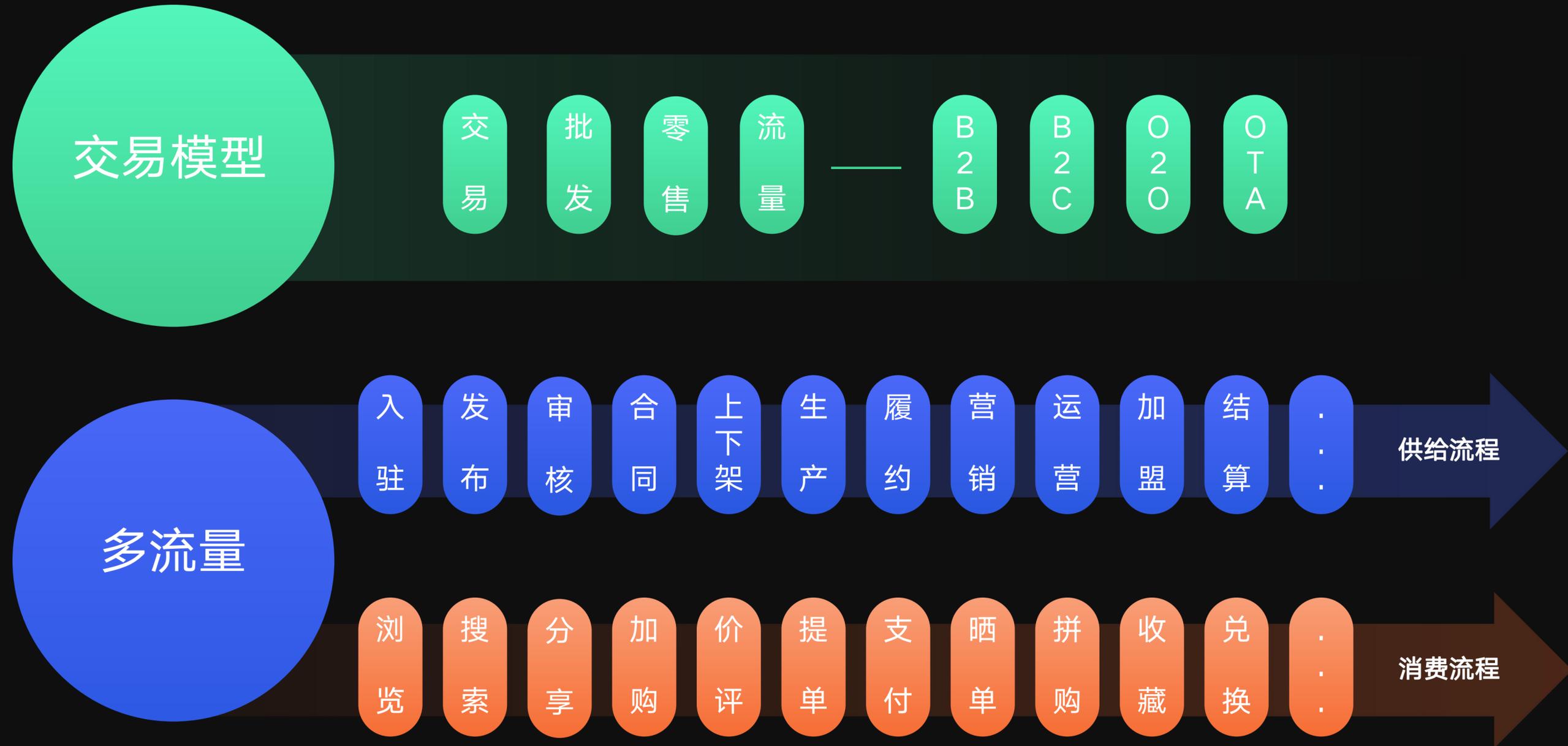


看本质 — 行业本质是什么



进入要赚那部分钱？

看流程 — 商业链条纵深且互相影响



我们的角色定位：满足消费者需求



轮胎SKU数：58253个

轮胎规格

225 / 45 R 17 94 Y

名义断面宽度 (mm)

名义高度比

子午线轮胎

轮毂名义直径 (in)

载重指数

速度



轮胎品牌

轮胎花纹



>8种专业规格参数

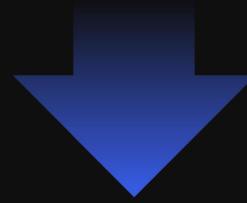
小白车主：哪一种轮胎适合我的车？

技术赋能效果—效率提升

合作前

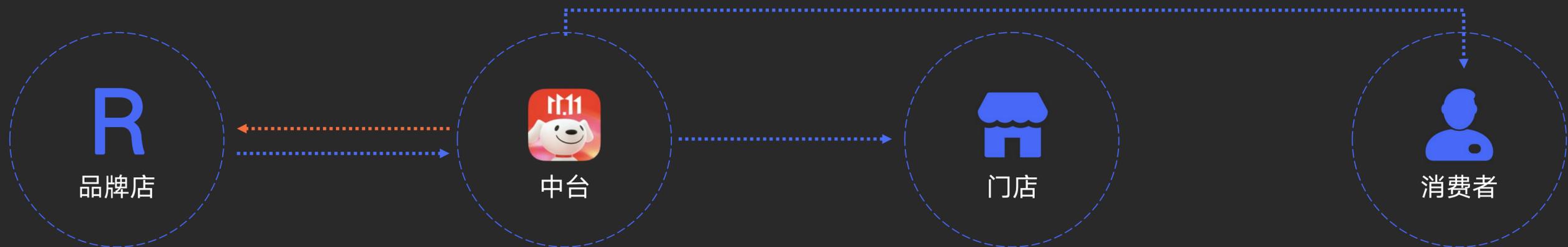


信息透明



效率提升

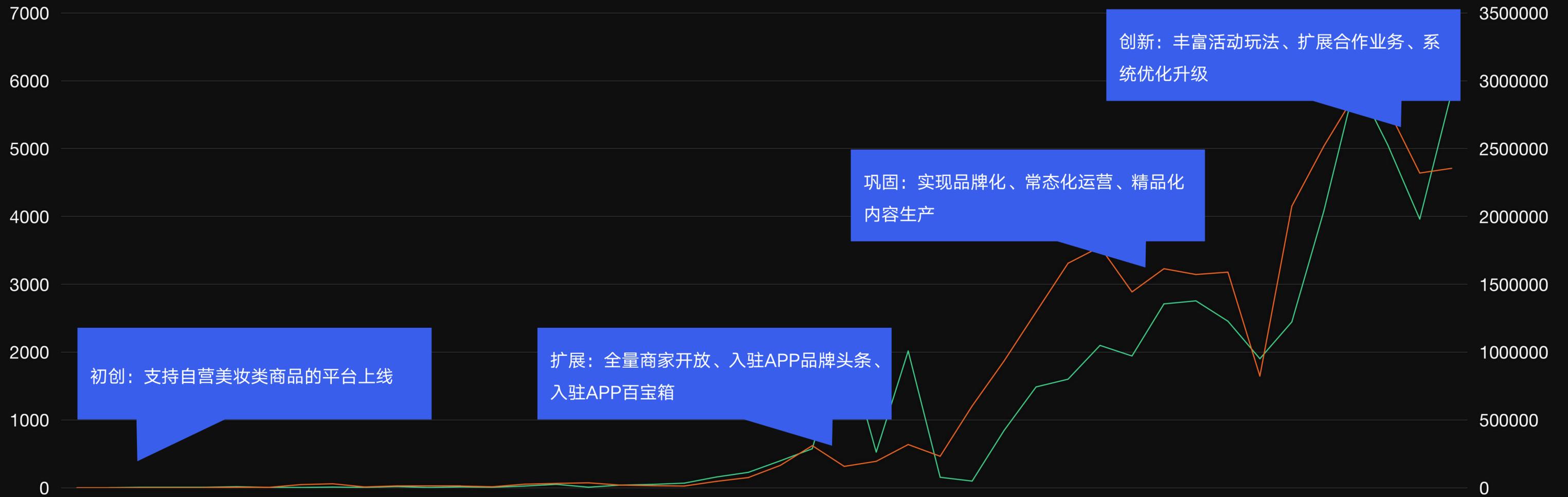
合作后



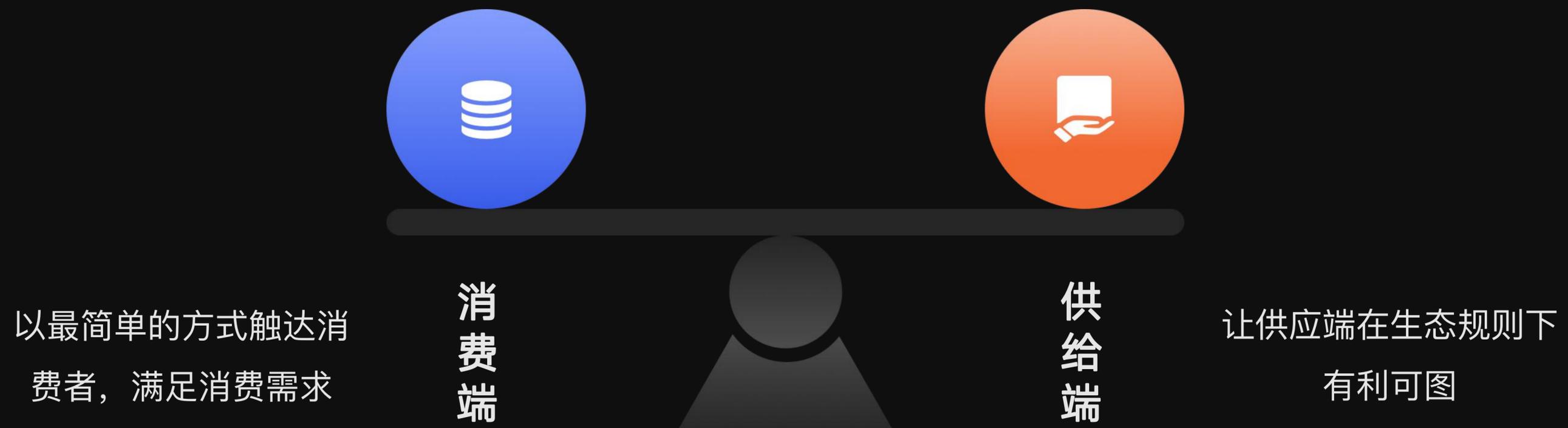
生态互相促进

试用平台活动与申请用户增长曲线

— 日均在线活动数 — 日均申请人次

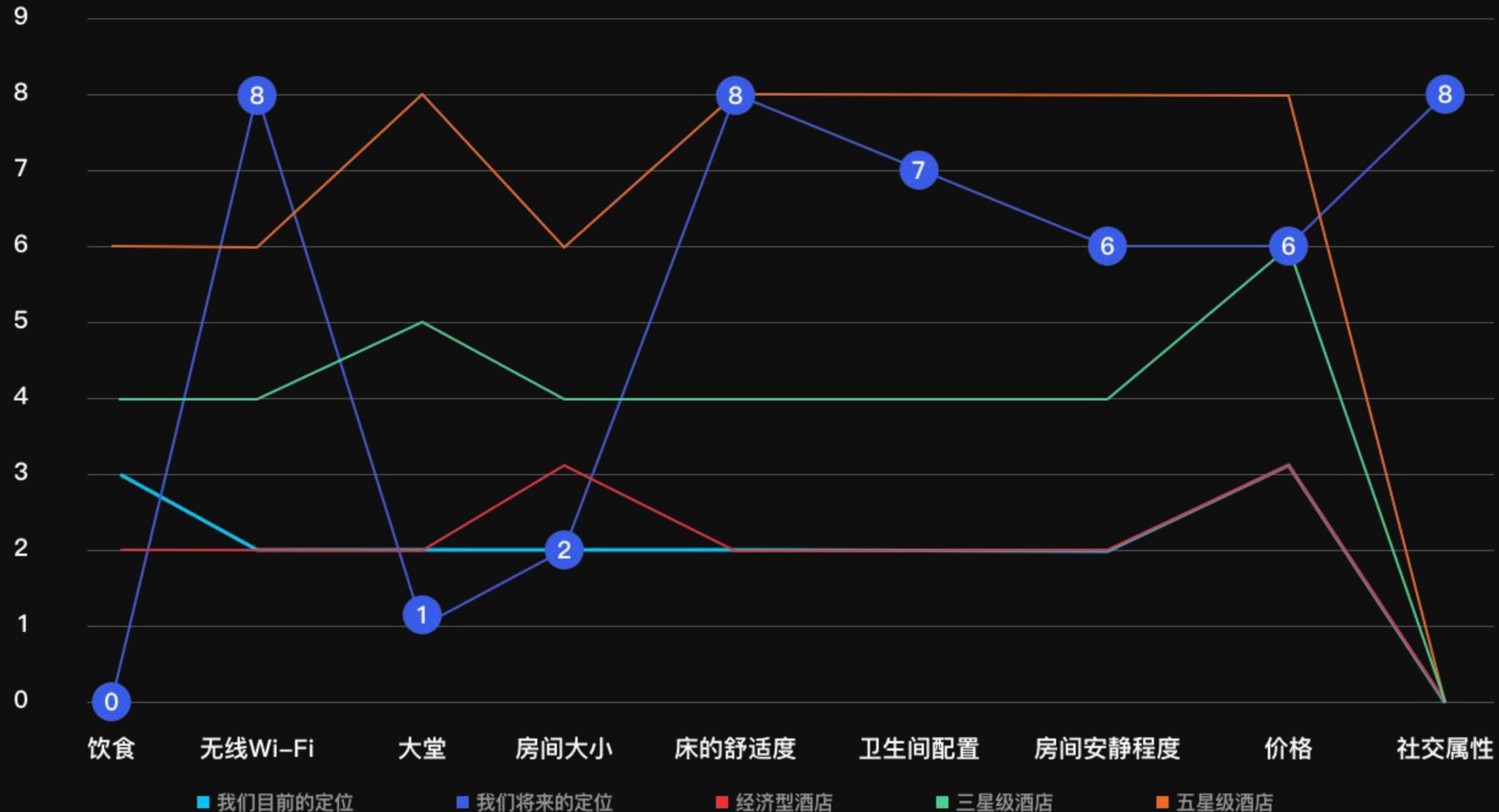


看生态 — 生态是一个天平，不能偏向一侧



差异化竞争

和竞争对手的差异化竞争：价值曲线模型、用户画像，解决用户/客户为什么选择我们的问题？



用户群画像（举例）：

年龄：28-40岁

收入：5000-12000元

出行目的：

商务、休闲、单人出行

特点：

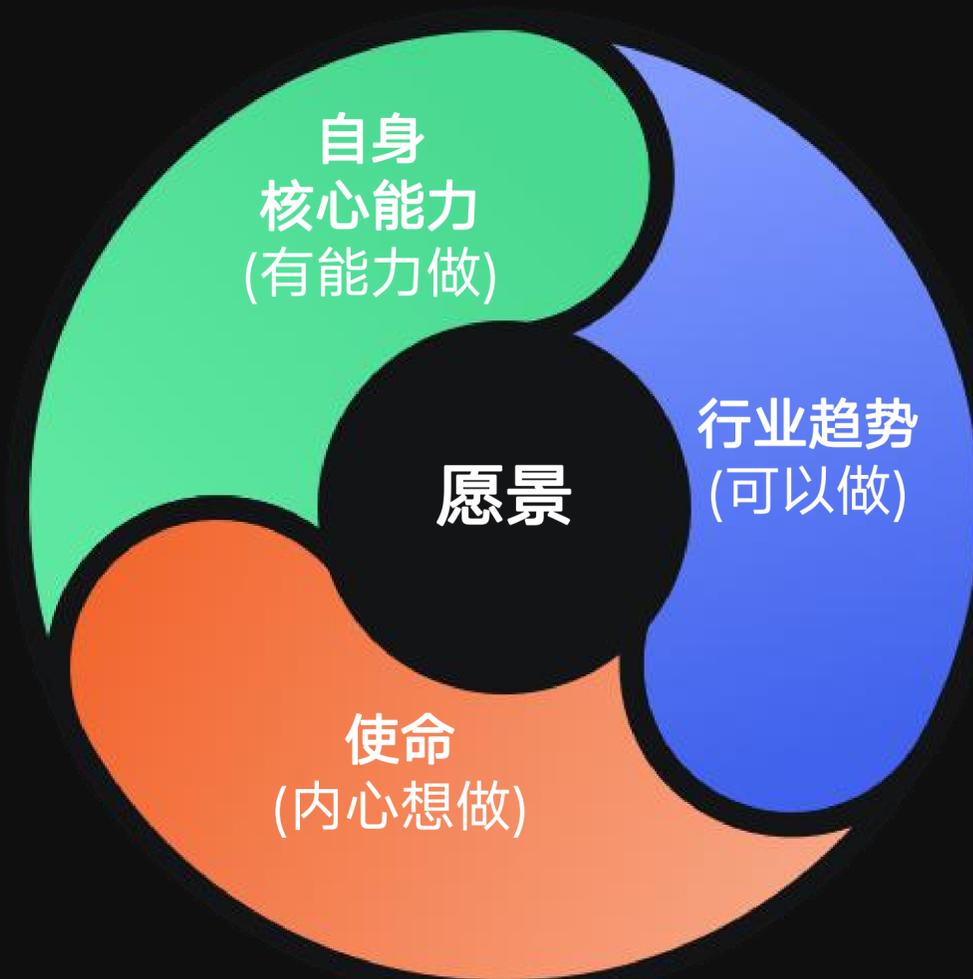
时尚、愿意接受新事物、适度享受、追求品质、注重环保健康

看自己 —— 看战略作取舍

战略定位 —— 业务中台

系统边界 —— 懂得取舍

内部推动 —— 一门艺术

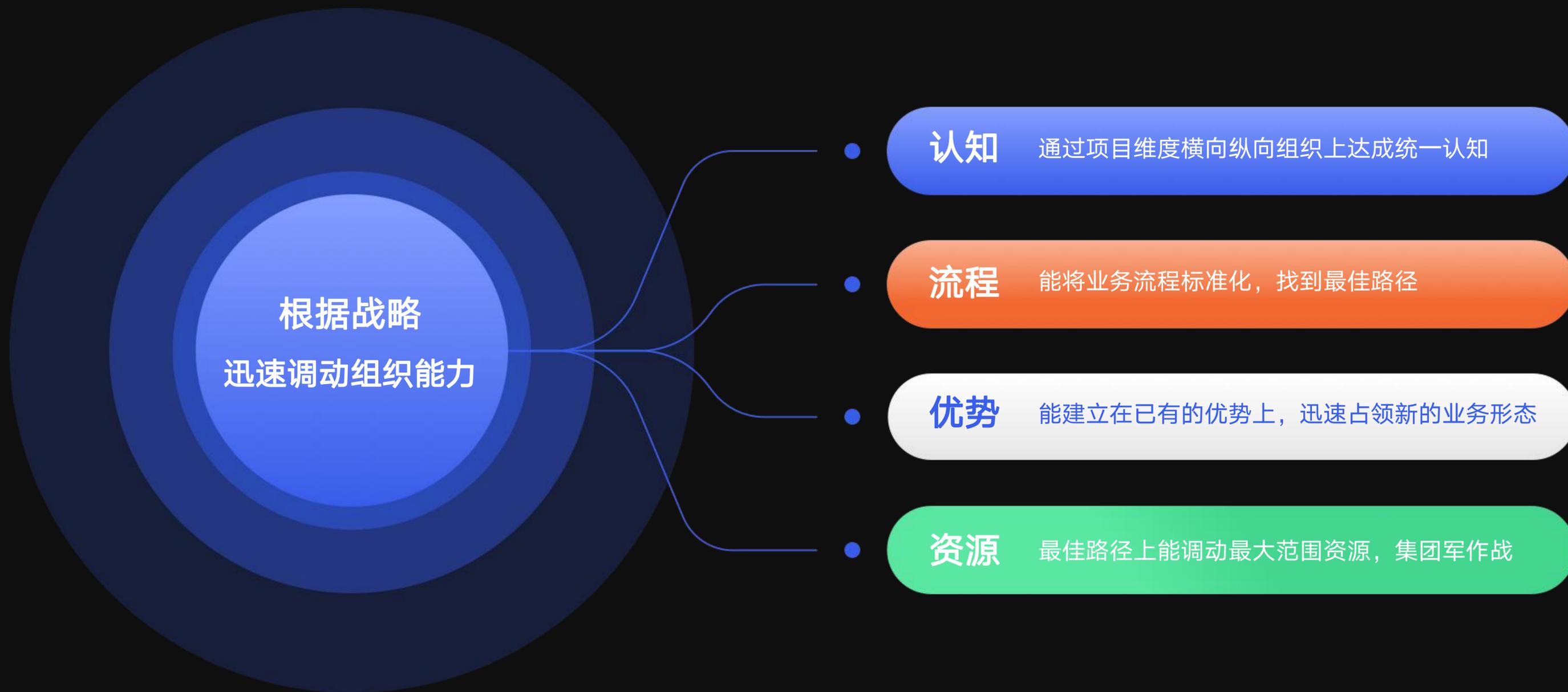


中台组织思考

中台组织的思考



中台的组织能力



中台产品运营

初期
—
打标杆

中期
—
重生态

长期
—
看资产

中台产品经理 进阶之路

看清全局 — 找价值创造



流程



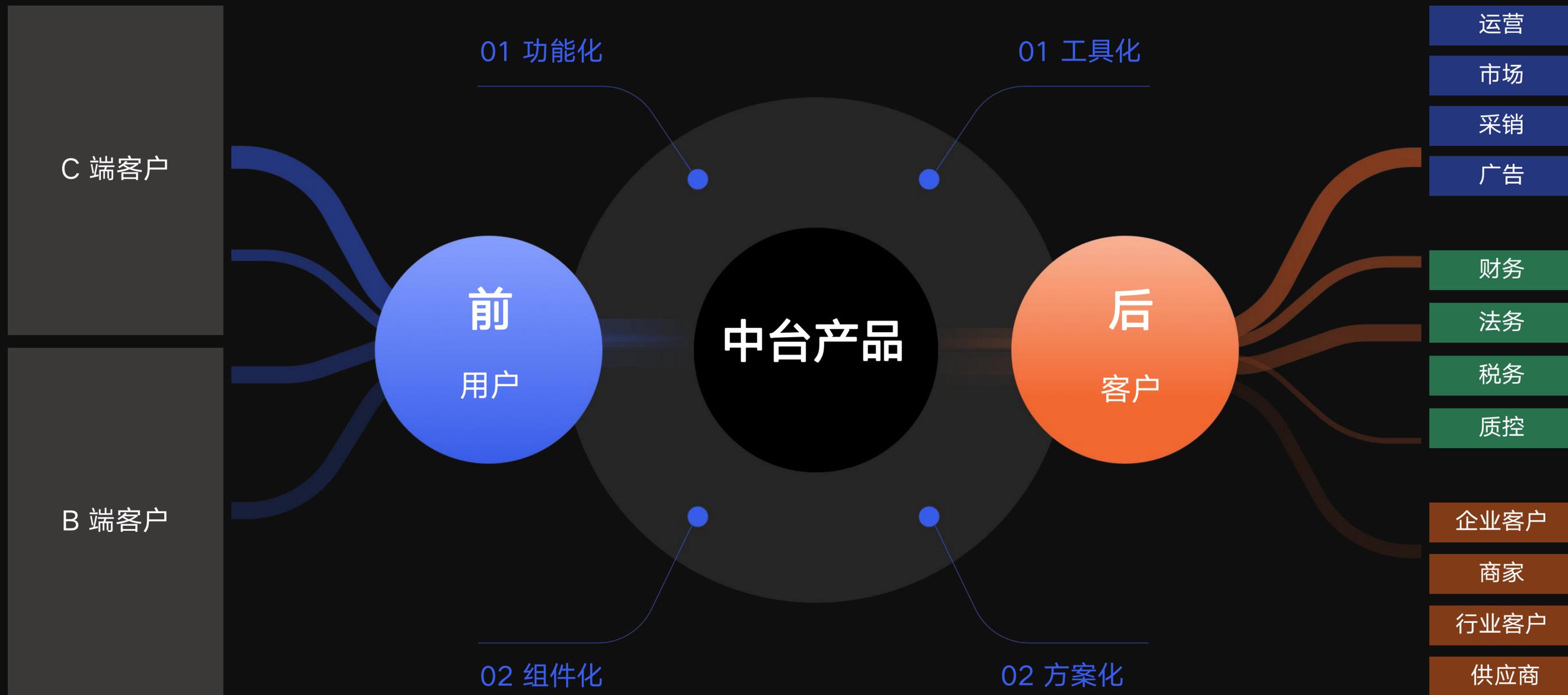
角色



本质



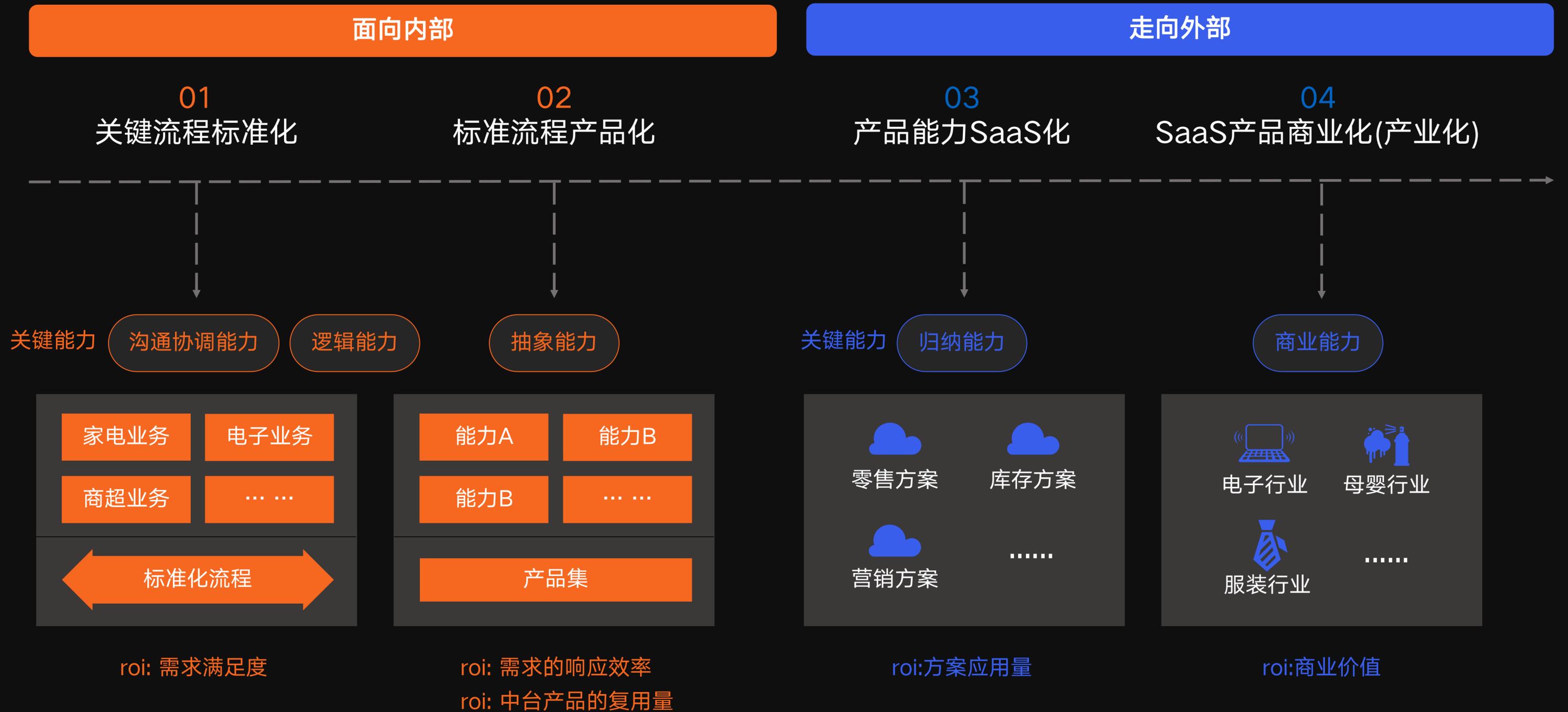
找角色推演流程



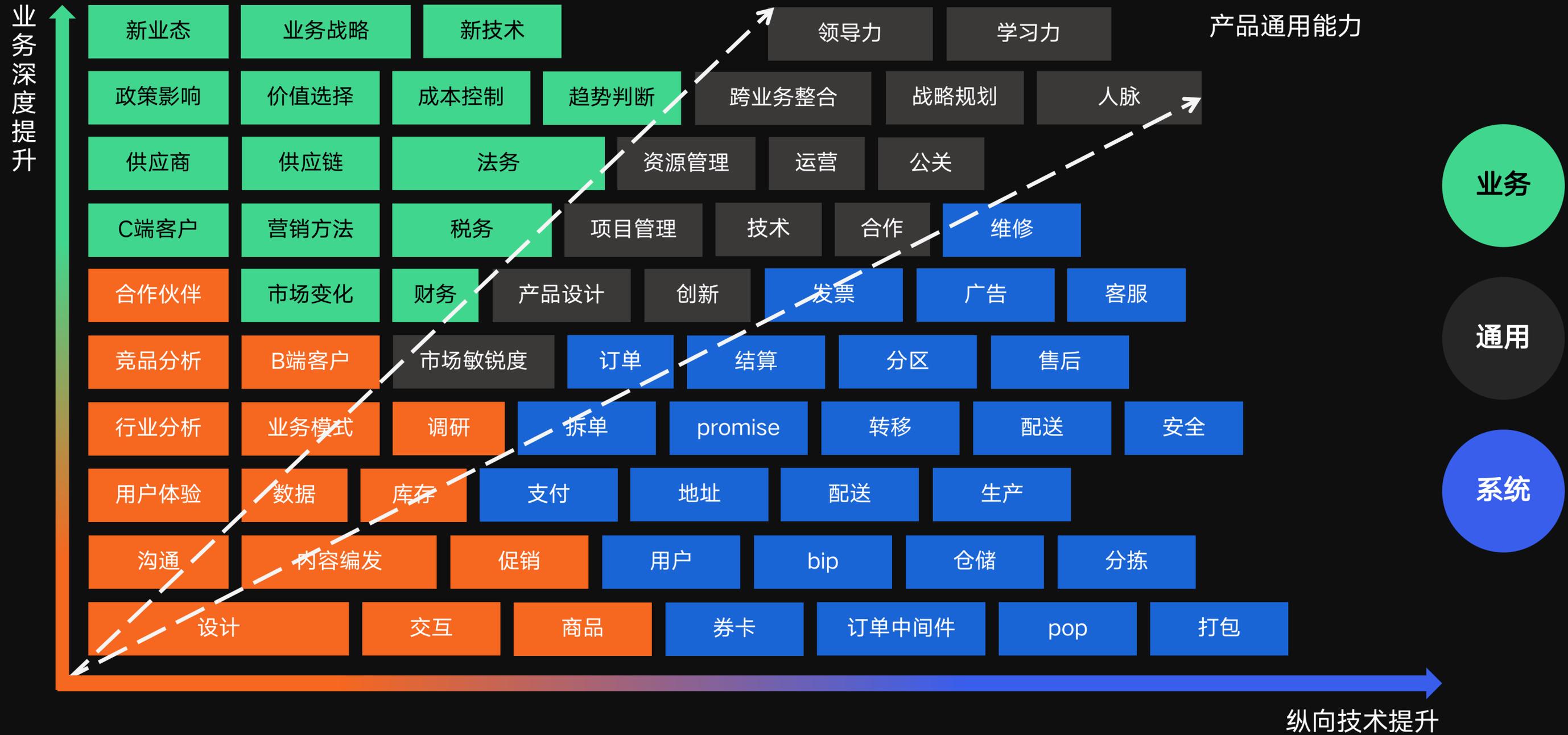
多场景进行通用性打造



中台产品的进阶过程



中台产品经理的要求



THANKS

2022 · 北京



【议题反馈】 中台产品经理的锻造之路

扫描二维码 提交议题反馈



【议题反馈】 中台产品经理的锻造之路

扫描二维码 提交议题反馈

口碑好课推荐

期待与你交流架构设计

《从 0 开始学架构》

前阿里 P9 技术专家的实战架构心法

12.8w 程序员参与学习



扫码试读

《许式伟的架构课》

七牛云 CEO 带你从源头出发，重新理解架构设计

6.9w 程序员参与学习



扫码试读



【议题反馈】中台产品经理的锻造之路

扫描二维码 提交议题反馈