

梅州市工业和信息化局

转发关于摸查消费品工业企业推进 “数字三品”有关情况的通知

梅州高新区管委会，各县（市、区）科工商务局：

现将《广东省工业和信息化厅关于摸查消费品工业企业推进“数字三品”有关情况的通知》（粤工信消费函〔2021〕60号）转发给你们，请按通知精神，组织辖区内消费品工业企业填写问卷，并于9月10日前汇总企业调查问卷（含可编辑的电子版）报送我局（产业发展科）。

附件：广东省工业和信息化厅关于摸查消费品工业企业
推进“数字三品”有关情况的通知

梅州市工业和信息化局

2021年8月25日

（电话：2250810，邮箱：mzjxyzk@meizhou.gov.cn）

广东省工业和信息化厅

粤工信消费函〔2021〕60号

广东省工业和信息化厅关于摸查 消费品工业企业推进“数字三品” 有关情况的的通知

各地级以上市工业和信息化局，省有关行业协会：

为有效引导消费品工业企业利用数字化手段推动“增品种、提品质、创品牌”，利用新技术新应用促进消费品工业实现数字化转型升级，为消费品工业“数字三品”推进实施积累宝贵的数字化转型经验，我厅拟开展消费品工业企业推进“数字三品”有关情况摸查，现就有关事项通知如下：

一、摸查范畴

消费品工业“数字三品”是指消费品工业企业利用新一代数字技术，以市场和消费者数据赋能消费品生产、经营等全生命周期，对供应链、产业链全要素进行数字化升级、转型和再造，推动消费品行业实现“增品种、提品质、创品牌”。

（一）数字“增品种”

包括但不限于具有以下一种或多种特征的消费品产品：

1. 私域流量打造和平台化发展促进产品创新。企业通过建立私域流量体系或产业平台，深入分析市场和消费者数据，对产品设计、使用或食用方式、外观形象等进行创新（私域流量：私

域流量是品牌、企业或个人自主拥有、自由控制、沉淀在商家“流量池”里的流量形式)。

2. AI 数据模型模拟预测新产品。企业通过 AI 技术建立数据模型，以消费端指导生产端，通过模拟建立虚拟产品开展新品预测、打造爆款等，实现产品研发生产决策智能化、数字化，促进研发新产品。

3. 体验预售新形式指导新品研发生产。企业通过新产品体验、产品预售等形式，采集市场和消费者数据，指导产品设计和生产。

4. 概念营销催生新品。企业借助节日寓意、联名设计、文创推广等概念营销，营造网络氛围，从产品组合、包装设计、联名单品、象征寓意等方面，激发产品创新活力，推动实现增品种。

5. 数据分析促进原有产品迭代升级。企业通过产品全生命周期数据的采集及计算、消费者反馈等数据信息，优化改造原有产品，提升原有产品设计效率，缩短产品研发周期，实现原有产品在原料、加工方式等方面的创新升级。

6. 个性化需求催生个性化定制新品。企业自主采集或联合平台采集消费者个性化需求数据，进行智能化柔性生产与设计，实现产品量身定制，催生个性化定制新品。

(二) 数字“提品质”

包括但不限于具有以下一种或多种特征的消费品产品：

1. 溯源数字化。企业利用区块链、物联网等技术开展产品原材料供应、生产环节等全生命周期的数字化溯源。

2. 质量识别数字化。企业利用物联网、人工智能等技术，

在原料选用及生产制造过程加强全流程质量控制，形成质量管理数字化档案。

3. 生产制造数字化。企业利用大数据、物联网、人工智能等技术，实现产品在原料选用及生产制造全过程绿色化、智能化、网络化、数字化，符合智能制造和绿色制造发展趋势。

4. 供应链数字化。企业运用大数据、物联网等技术，或与平台商合作，优化供应链管理，整合库存及订单管理系统，提高采购、库存管理、物流配送效率，缩短生产周期、降低库存积压、提升产能利用率，实现精益制造。

5. 仓储数字化。企业利用人工智能、物联网等技术，在原材料和产品存储、保鲜、入库、出库等环节进行实时监测统计、温度控制、风险预警，保障原材料和产品质量，提升仓储管理效能。

（三）数字“创品牌”

包括但不限于以下一种或多种特征的消费品品牌：

1. 品牌营销数字化。企业利用微信、社群、小程序、APP、官网等私域流量，或平台等公域流量精准绘制用户画像，实现数字营销，包括开展“个性化推荐、组合优惠”等广告宣传精准投放，在“微信公众号、邮箱”等开展社群营销，通过“链接分享、拼团购买”等方式分享品牌，利用电商平台的VR、AR新技术新功能、金融平台分期免息等方式吸引消费者，或通过视频植入、直播带货等方式，进行品牌宣传推广。

2. 线上线下融合提升品牌影响力。企业利用移动互联网、人工智能、语音交互等技术，将高质量客户引流到线下门店，深

度绑定消费者社群，为消费者提供线上线下无缝融合（全渠道）的购物体验，提升消费者购物体验，增强品牌影响力。

3. 打造数字化品牌体验店。企业或电商平台运用大数据、物联网等技术，采集消费行为数据，对消费者、商品、门店数据进行实时分析，从而优化选品、促销策略、个性化定制等，打造数字化品牌体验店，强化线下体验，提升品牌好感度和影响力。

4. 联合平台打造品牌影响力。企业与知名度高的平台合作，共同建立行业品牌标准，依托平台加大产品销售，提升企业产品的知名度，联合打造品牌宣传阵地，提高品牌公信力。

二、有关事项

请各市、有关行业协会在本地区和本行业，根据上述摸查范畴，广泛摸查我省消费品工业企业开展“数字三品”的有关情况，按照要求组织企业填写调查问卷（版式见附件），于2021年9月15日前汇总企业调查问卷（可编辑版本的电子版），通过粤政易报送我厅消费品工业处。我厅将随后开展现场调研、企业交流等工作。

附件：消费品工业企业推进“数字三品”调查问卷（版式）


广东省工业和信息化厅
2021年8月25日

（联系人及电话：孙竹青、廖碧丹，020-83133468）

附件

消费品工业企业推进“数字三品”调查问卷

(版式)

一、企业基本情况	
1、企业名称（全称）：	
2、企业所在地：	
3、企业主要销售的产品：	
4、贵公司成功实现_____（增品种、提品质、创品牌），并且产品在网络平台_____（如京东、抖音等）的销售排名为_____，在网络平台_____（如京东、百度、豆瓣等）的搜索排名为_____（截止至2021年7月30日）	
二、数字化转型相关情况	
1、贵公司是否建立私域流量体系（私域流量：指品牌、企业或个人自主拥有、自由控制、沉淀在商家“流量池”里的流量形式）？	（ ）
A. 是； B. 否（跳转到第2题）；	
(1) 如有，贵公司通过私域流量分析对营业收入增长的贡献率为多少？	（ ）
A. 5%以下； B. 5%—10%； C. 11%—20%； D. 20%-30%； E. 30%-50%； F. 50%以上	

2、贵公司未来是否考虑建立私域流量体系？	()
A. 是； B. 否（跳转到第3题）；	
(1) 贵公司预计通过私域流量分析对营业收入增长的贡献率可达到多少？	()
A. 5%以下； B. 5%—10%； C. 11%—20%； D. 20%-30%； E. 30%-50%； F. 50%以上	
3、贵公司是否进行平台化发展（企业平台化发展：指企业建立产业或信息平台，汇聚利用消费者数据、供应链、物流、库存、生产、销售渠道、人员等多方数据）？	()
A. 是； B. 否（跳转到第4题）；	
(1) 如有，贵公司平台化发展对营业收入增长的贡献率为多少？	()
A. 5%以下； B. 5%—10%； C. 11%—20%； D. 20%-30%； E. 30%-50%； F. 50%以上	
(2) 根据您对行业的了解，预计所在行业未来进行平台化发展的企业比例有多少？	()
A. 5%以下； B. 5%—10%； C. 11%—20%； D. 20%-30%； E. 30%-50%； F. 50%以上	
(3) 根据您对行业的了解，预计所在行业企业平台化发展对企业营业收入增长的贡献率为多少？	()
A. 5%以下； B. 5%—10%； C. 11%—20%； D. 20%-30%； E. 30%-50%； F. 50%以上	

4、贵公司是否利用数据分析成功打造爆款产品？	()
A. 是； B. 否（跳转到第5题）；	
(1) 如有，请详细介绍过程与成效。	
5、贵公司是否曾借助节日寓意、联名设计、文创推广等概念营销，营造网络氛围，从产品组合、包装设计、联名单品、象征寓意等方面概念营销打造新产品？	()
A. 是； B. 否（跳转到第6题）；	
(1) 如有，请详细介绍过程与成效。	
6、贵公司是否开展过新产品体验、产品预售等活动？	()
A. 开展过新产品体验活动； B. 开展过产品预售活动； C. 以上都有； D. 未开展过相关活动（跳转到第7题）；	

(1) 如有，贵公司开展以上相关活动对营业收入增长的贡献率为多少？	()
A. 5%以下； B. 5%—10%； C. 11%—20%； D. 20%-30%； E. 30%-50%； F. 50%以上	
(2) 请详细介绍过程与成效。	
7、贵公司是否曾利用数据分析促进原有产品迭代升级？	()
A. 是； B. 否（跳转到第8题）；	
(1) 如有，请详细介绍过程与成效。	
8、贵公司是否开展个性化定制？	()
A. 是； B. 否（跳转到第9题）；	

(1) 如有，个性化定制产品占有产品销售量的比重为多少？	()
A. 5%以下； B. 5%—10%； C. 11%—20%； D. 20%-30%； E. 30%-50%； F. 50%以上	
(2) 请简要介绍个性化定制对产品研发、品质提升有哪些帮助？	
(3) 根据您对行业的了解，所在行业预计未来参与个性化定制的企业比例为多少？	()
A. 5%以下； B. 5%—10%； C. 11%—20%； D. 20%-30%； E. 30%-50%； F. 50%以上	
9、贵公司运用过哪些手段促进产品质量和品质提升？（可多选）	()
A. 溯源数字化； B. 质量识别数字化； C. 制造数字化； D. 供应链数字化； E. 仓库数字化； F. 其他（ ） G. 无跳转至第10题	
(1) 请详细介绍过程与成效。	

10、贵公司是否曾通过线上线下融合方式提升品牌影响力？	()
A. 是； B. 否（跳转到第11题）；	
(1) 如有，请详细介绍过程与成效。	
11、贵公司是否打造数字化门店？	()
A. 是； B. 否（跳转到12题）；	
(1) 如有，请详细介绍过程与成效。	
12、贵公司联合平台共同建立行业品牌标准，依托平台加大产品销售，提升企业产品的知名度？	()
A. 是，合作的平台商为 () ； B. 否（跳转到第13题）；	
(1) 如有，详细介绍过程与成效。	

13、贵公司开展过哪些数字营销？（可多选，没有可不填），同一时期内，数字营销投入占整体营销投入的比重为多少？对产品销售（营业收入增长）的贡献率为多少？根据您对行业的了解，所在行业预计未来通过节日营销进行宣传推广的品牌比例是多少？
A、开展“个性化推荐、组合优惠”等广告宣传精准投放，投入占比（ ），销售贡献率为（ ），预计所在行业未来利用该方式进行宣传推广的企业比例为（ ）；
B. 在“微信公众号、邮箱”等开展社群营销，投入占比（ ），销售贡献率为（ ），预计所在行业未来利用该方式进行宣传推广的企业比例为（ ）；
C. 通过“链接分享、拼团购买”等方式分享品牌，投入占比（ ），销售贡献率为（ ），预计所在行业未来利用该方式进行宣传推广的企业比例为（ ）；
D. 通过影视、短视频植入宣传，投入占比（ ），销售贡献率为（ ），预计所在行业未来利用该方式进行宣传推广的企业比例为（ ）；
E. 通过直播带货宣传、促销，投入占比（ ），销售贡献率为（ ），预计所在行业未来利用该方式进行宣传推广的企业比例为（ ）；

F. 参加电商购物节，或利用电商平台的**VR**、**AR**新技术新功能、金融平台分期免息等方式吸引消费者，投入占比（ ），销售贡献率为（ ），预计所在行业未来利用该方式进行宣传推广的企业比例为（ ）；

G. 其他方式：（ ），投入占比：（ ），销售贡献率为（ ），预计所在行业未来利用该方式进行宣传推广的企业比例为（ ）；

公开方式：主动公开