

# 2026

## 跨国企业中国业务数字化进化

# 白皮书

WHITE PAPER

## “核心挑战：结构性鸿沟与战略错位

中国市场的数字化演进已进入自治时代，这一转型标志着跨国企业在华战略的根本性重构。跨国企业正面临一个结构性战略挑战：全球标准化的IT架构与中国独特的数字生态、监管环境和市场速度之间，存在不断扩大的系统性鸿沟。这一鸿沟不仅侵蚀运营效率，更直接威胁企业在华的长期竞争地位、市场份额及品牌价值。

## “解决方案：汉得信息全域本地化战略框架

基于对300余家跨国企业客户的深度服务经验与行业洞察，汉得信息提出全域本地化战略框架。该框架系统性地解决跨国企业95%的隐性本地化挑战——从超级生态融入、国产硬件集成，到员工体验重塑和深度合规治理。通过构建全球指导+本地主导（Global Guide + Local Lead）的数字化架构，企业能够在保持全球治理一致性的同时，获得应对中国市场极端动态所需的战略敏捷性，实现从被动适应到主动主导的战略跃迁。

## “研究价值与结构框架

本白皮书将为跨国企业高管与数字化转型决策者提供：

1. **战略范式演进**：系统分析从复制期（Copy）、适应期（Adapt）到自治期（Autonomy）的三阶段战略迁移路径，明确转型关键节点
2. **市场差异洞察**：深度解析消费零售与工业制造领域的中外双轨竞争法则，识别本土化核心障碍
3. **架构设计蓝图**：填补全球系统与中国市场鸿沟的顶层战略框架与可执行实施路径
4. **能力进化轨迹**：汉得信息30年从学习者到驱动者的价值升级与服务能力矩阵，验证服务深度
5. **解决方案体系**：汉得信息覆盖全业务场景的本地化解决方案与经实践验证的最佳案例
6. **服务组织保障**：汉得信息全球本地化服务团队（GLS）为在华跨国企业提供全方位本地化支持服务

# 序

2026年是汉得信息公司成立三十周年。回顾过往，汉得信息的成长与中国经济的发展形势密不可分。过去三十年，中国经济增长迅速，企业的发展形式也出现了极大变化。从改革开放早期的学习外资企业到现在各行各业积极走向海外，从以前的以低成本打市场到现在以创新与极致的高效供应链建立竞争优势，中国各个行业体现出一种极度的“卷”但是也欣欣向荣的趋势。身处中国市场的跨国企业也深切感受到这一变化。巨大的中国市场不容放弃，中国的创新与高效不容忽视，那“从适应到积极变化以继续发展”，应该是跨国企业身处中国市场近期考虑的主要问题。

1996年成立至今，汉得信息帮助数千家企业在中国与全球构建IT应用系统并建立长期的合作关系。我们从客户中学习很多，与不同行业不同背景客户的合作也极大的帮助了汉得信息的成长。汉得信息也秉持成为一家“更加全球化的数字化公司”的经营理念，这一理念的形成与强化，离不开多年来与在中国的跨国企业的良好合作。在日新月异的市场环境下，汉得信息如何为在华跨国企业提供更为有价值的服务呢？

我们关注到了几个不容忽视的变化与趋势，这里有大的全球环境带来的，也有中国市场竞争所带来的。

- 每个国家越来越关注数据安全
- 中国极致的供应链协同
- 头部应用产品公司越来越坚决的云策略
- 中美两国在AI发展上的竞争与协同

上面的前两点带来的第一个影响是 - 跨国企业在过去坚持的全球统一系统 (Global Single Instance) 不再是主流观点，而双层架构系统 (Two-tier Application) 逐渐成为越来越多跨国企业的选择。企业关注建立充分合规且支持快速变化的系统架构，以满足总部管理要求又灵活支持在华业务的发展。汉得信息紧跟全球市场主流SaaS ERP的发展并构建相关能力，也成功为诸多企业在海外与国内提供IT咨询与落地服务。“合规，数据安全，快速落地”，这是我们为在华跨国企业建立本地ERP系统的三个基本原则。

而第三点是中国市场所带来的挑战。中国在新能源、手机、高端制造、消费电子等诸多领域已经凸显了在产业协同与供应链管理上的极致效率。需要在中国市场竞争，跨国企业也必须去适应这一市场上供应链的挑战。在过去十年，为应对中国极为特殊与复杂的零售消费市场，很多跨国公司在逐渐在中国建立独立的电商销售系统 (E-commerce)。而这一趋势在最近几年又开始扩展到供应链 (SRM) 与工厂制造执行 (MES) 等领域。汉得信息为中国诸多头部民营企业建立供应链体系的全面数字化系统，从供应链协同到制造执行，从订单履约到物流配送，从仓网补货到跨境计划，汉得信息在这些方面有了全面的能力构建。汉得信息所积累的对于中国供应链与制造的深入理解，以及相应数字化系统的建设能力，将更好帮助跨国企业去应对中国市场的变化与竞争。

最后，AI时代的快速来临为企业发展提供了新的挑战与课题。进入2026，中国企业越来越主动的思考AI如何更好帮助企业核心业务的效率提升。中美两国AI发展的竞争体现为从模型到算力到应用场景方面的全面竞争。身处这一环境下，在华跨国企业将成为同时考虑中美两国AI能力并找出最优方案的一个群体。汉得信息多年的全球化发展也让自身既积极发展中国能力，也关注海外趋势。汉得信息在AI能力的建设与拓展上，积极与中国以及全球头部科技公司合作，结合汉得信息在企业应用场景上的经验，为企业提供从“场景，数据，模型以及算力”相结合的全面AI解决方案。

汉得信息三十年发展历程与中国经济发展的阶段息息相关，在过去的三十年中，我们勇于面对市场变化并持续构建新的能力，以保证我们给企业带来最好的服务。同时，汉得信息积极走向全球并帮助中国企业出海，打造我们全球化视野的并更好去融合全球与中国的力量。以中国经验结合全球视野，更好的帮助在中国的跨国企业发展，这是我们汉得信息全球本地化服务 (Global Localization Service) 团队的使命所在。



唐健

汉得信息 联席COO  
全球服务负责人

# 目录

<b>第一章:市场演变与战略转型</b>	
<b>理解“中国式”数字化鸿沟</b>	
宏观演变:从全球标准到本地主导的战略范式迁移	01
市场格局:机遇与复杂性并存的新现实	
战略演进:三阶段模型框架	
战略拐点:2026年作为转型里程碑	
关键差异:不可忽视的“中外双轨”竞争法则	04
消费零售的革命:从线性渠道到全域生态	
制造工业的转型:从规模经济到敏捷智造	
战略应答:填补鸿沟的“本地架构”设计	06
消费零售:“连接与极速”战略	
制造工业:“柔性与集成”战略	
企业运营:“本地合规与创新”战略	
<b>第二章:汉得信息全域本地化解决方案体系</b>	
<b>系统性解决95%隐性本地化挑战</b>	
深度解析:本地化冰山模型	08
能力总图:汉得信息全域本地化解决方案架构全景	09
<b>第三章:汉得信息能力进化与标杆案例</b>	
<b>从学习者到驱动者的30年进化史</b>	
能力进化:四阶段价值升级模型	10
标杆案例研究:某日本电子与家电龙头与汉得信息25年共同进化史	11
<b>第四章:场景深度解析与实战案例</b>	
<b>各领域解决方案验证与最佳实践</b>	
12	增长引擎:应对“超级生态”挑战
14	卓越运营:落地“敏捷智造”实践
16	管理适配:推动“核心重构”转型
17	组织体验:改善“员工体验”生态
18	前沿创新:满足“敏捷创新”需求
19	合规治理:确保“运营合规”底线
21	决策支撑:实现“快速决策”能力
22	长期陪伴:提供“全面服务”保障
<b>第五章:组织保障与战略愿景</b>	
<b>汉得信息全球本地化服务团队 (GLS)</b>	
<b>简介与长期合作承诺</b>	
23	组织简介
23	核心能力保障
24	战略定位与价值承诺
24	行动号召
24	战略结语



## 第一章

# 市场演变与战略转型

理解“中国式”数字化鸿沟

“宏观演变：从全球标准到本地主导的战略范式迁移



市场格局：机遇与复杂性并存的新现实

在全球经济版图中，中国市场的战略权重呈现持续结构性提升。罗盛咨询 (Russell Reynolds Associates) 基于彭博社 (Bloomberg) 的宏观经济模型预测，到2029年中国经济将占全球总量的21.2%<sup>[1]</sup>。然而，这一市场同时释放出复杂的战略信号：2025年中国GDP实现5.0%的同比增长，精准达成政府预设目标<sup>[2]</sup>；但实际使用外资金额同比下降9.5%，同期新设外商投资企业数量却激增19.1%<sup>[3]</sup>。这种资本投入审慎，市场进入积极的矛盾现象，标志着跨国企业必须从根本上重新审视其在华战略定位与运营模式。

## 战略演进:三阶段模型框架

基于对跨国企业在华过去几十年发展轨迹的深度研究,我们识别出三个清晰的战略演进阶段,每个阶段对应不同的市场环境、竞争格局与能力要求:

<b>复制期</b> (Copy Era)	<b>全球标准化战略阶段 (1990s-2000s)</b>
战略定位	全球统一标准 (Global Standard) 的直接移植
成功逻辑	利用市场空白期,充分享受品牌溢价与技术先发优势
结构缺陷	全球标准与本地需求之间的战略错位逐步显现
绩效表现	短期内实现市场份额快速扩张,但长期面临本土化适配挑战
关键特征	以产品为中心,培养和建立本地消费者习惯与渠道特性
<b>适应期</b> (Adapt Era)	<b>本地化补丁战略阶段 (2010s-2025)</b>
战略调整	全球核心+本地补丁 (Global Core + Local Patch) 的被动适应
运营特征	在维持全球治理框架前提下进行局部化调整与合规适配
累积风险	管理架构臃肿、决策链条割裂、战略负债持续积累
转型压力	地缘政治环境变化、监管合规要求升级、本土竞争强度加剧
核心矛盾	全球标准化与本地敏捷性之间的持续张力
<b>自治期</b> (Autonomy Era)	<b>本地主导战略阶段 (2026年起)</b>
战略范式	全球指导+本地主导 (Global Guide + Local Lead) 的主动转型
组织变革	全球总部从直接管控者向战略指导者角色转变,赋予本地团队充分决策权
能力要求	本地团队需构建深植市场的洞察体系、学习敏锐性机制与全球连接能力
运营体系	构建为本地而生 (local-for-local) 的三大战略支柱: a.创新引擎:自我驱动的研发能力与产品迭代机制 b.供应网络:深度扎根的韧性供应链生态系统 c.数字生态:对中国本土数字平台的原生级融入与协同
价值主张	跨国企业在华团队逐渐从执行单元转变为价值创造单元,成为企业全球创新的重要引擎

## 战略拐点:2026年作为转型里程碑

我们预测在2026年,越来越多的跨国企业在华战略将从被动适应向主动主导转变。多年累积的外部压力与市场内部的结构性质变,共同推动跨国企业进入必须主动作为的自治时代。这一转型不仅关乎运营效率提升,更涉及组织能力重构、战略定位重新定义以及价值创造模式的根本性变革。




## 关键差异:不可忽视的“中外双轨”竞争法则




中国市场已演变为一个快速迭代、自成一体的复杂生态系统。成功的关键在于彻底跳脱全球标准化思维,深度融入本土产业和数字脉络。对跨国企业而言,理解中国语境已成为决定未来十年全球竞争优势的核心课题。

### 消费零售的革命:从线性渠道到全域生态

#### 全球惯例:线性触达,稳健增长

渠道特征	增长节奏	履约压力	结构局限
 依赖独立界限分明的渠道 (品牌独立站、EDM、SMS)	 稳健线性, 线上占比相对较低	 订单并发可控, 时效要求适中	 线性思维与渠道分割在面对 颠覆性变革时显得僵化

#### 中国范式:全域闭环,极速爆发

基础设施	渠道融合	运营压力	竞争壁垒
 微信等超级应用构建 近乎垄断的商业基础设施	 极速迭代的全渠道无缝体验	 海量订单并发, 对履约时效提出极致要求	 渠道界限被彻底打破, 全渠道能力成为生存前提

#### 即时零售——30分钟万物到家

- 商务部研究院预测:2026年规模突破1万亿元,2030年达2万亿元<sup>[4]</sup>
- 战略意义:消费者预期的根本性重塑,无即时履约能力面临市场淘汰<sup>[12]</sup>

#### 三大增长引擎

#### 内容/直播电商——内容即交易

- 核心机制:娱乐化、互动性内容直接触发购买行为
- 价值创造:通过直播互动等方式将会员转化与福利兑换深度捆绑<sup>[10]</sup>

#### 私域运营——深度客情经营

- 比较优势:相比公域平台,降低获客成本,实现数据资产自主可控
- 运营深度:从“流量获取”到“用户终身价值经营”的范式升级

# 制造工业的转型：从规模经济到敏捷智造

## 全球惯例：规模优先，流程稳定

### 生产模式



大规模标准化生产，  
强调规模经济与流程稳定性

### 设备标准



依赖全球统一标准的  
自动化设备，系统相对封闭

### 供应链



全球统一采购与标准化  
供应商管理体系

### 响应模式



长周期、重规划的响应机制

## 中国优势：集群协同，柔性敏捷

### 产业集群



珠三角(电子信息)、  
长三角(高端制造)  
等世界级集群生态

### 技术赋能



截至2024年底，建成17,000+  
“5G+工业互联网”项目，  
4,000+5G工厂<sup>[5]</sup>

### 设备普及



性价比高、接口开放的国产  
自动化设备迅速普及

### 案例佐证



某车企上海超级工厂  
产业链本土化率超95%<sup>[9][11]</sup>



## 三大制造趋势

### 敏捷智造——小单快反与C2M

能力基础：信息化、柔性化、敏捷化的智能工厂  
模式创新：用户直连制造/反向定制(C2M)在中国成为可能

### 软硬一体——系统指挥万物

技术融合：软件系统与硬件设备(机器人、AGV等)深度集成  
系统特征：数据算法驱动的“网络物理系统”，中央指挥群体智能<sup>[6]</sup>

### 网络协同——跨组织的深度协同

竞争升级：从企业间竞争转向供应链生态间竞争  
模型支撑：“资源网络层-价值连接层-资源协调层”三层协同模型<sup>[7]</sup>  
经济规模：2024年中国核心工业互联网产业增加值1.53万亿元<sup>[5]</sup>

## 战略应答:填补鸿沟的“本地架构”设计

### 挑战本质

全球标准化IT系统与中国独特数字生态、发展速度及监管要求之间的结构性鸿沟,正主动侵蚀企业的市场份额、盈利能力与长期生存能力。融入本土产业和数字脉络。对跨国企业而言,理解中国语境已成为决定未来十年全球竞争优势的核心课题。

### 解决方案

“本地架构”作为顶层战略设计,通过战略性解耦与集成,平衡全球管控需求与中国团队的市场敏捷性。

## 消费零售:“连接与极速”战略



### 差距分析

适配新业态:全球系统难以快速适配和应对新的消费形式和需求  
并发能力:全球系统难以支撑双十一级流量洪峰

### 实施框架

**推动前台解耦架构,全渠道中台作为超级适配器**

向上连接:标准化接口快速接入中国数字生态(电商平台、即时零售等)  
向下解耦:与全球核心ERP松耦合对接,缓冲市场峰值冲击

## 制造业:“柔性集成”战略



### 差距分析

供应链匹配:全球标准化流程难以适应中国市场的订单波动性与极致响应要求  
硬件集成:缺乏与中国本土设备供应商(AGV、PLC等)的接口适配能力

### 实施框架

**推动本地集成策略,建立“十字型”数字神经系统**

纵向集成:层级化IT系统架构设计,IT/OT/DT深度集成和同步,实现内部信息贯通  
横向集成:建立外部协同平台,推动跨企业流程标准化,实现组织间信息和资源共享

# 企业运营：“本地合规与创新”战略



### 合规挑战

<b>数据合规</b>	全球一体化架构易触碰PIPL、数据安全法等监管红线 <sup>[13]</sup> <sup>[14]</sup>
<b>税务合规</b>	中国“数电票”改革要求发票全流程数字化管理 <sup>[15]</sup>
<b>贸易合规</b>	在华的所有企业均须遵守出口管制法规,企业需要动态管理“管控清单” <sup>[16]</sup>
<b>ESG合规</b>	碳足迹追踪、合规报告生成等新兴要求 <sup>[17]</sup>

### 技术挑战

<b>技术生态</b>	AI大模型、产业互联网、数字孪生等前沿技术,中国正在建立独有的生态体系
-------------	-------------------------------------

### 实施框架“合规与创新双轨并行”

<b>合规底座</b>	数据合规、税务合规、贸易合规、ESG合规四大支柱
<b>创新平台</b>	低代码平台、AI平台等赋能业务部门快速创新

## 核心战略启示

中国市场已从“增长市场”演变为“创新生态系统”。跨国企业需以“全球指导 + 本地主导”为战略范式,深度融入中国本土生态,通过分领域的“本地架构”设计填补系统性鸿沟,构建“速度”与“敏捷性”的核心竞争优势。



## 第二章

# 汉得信息全域本地化 解决方案体系

系统性解决95%隐性本地化挑战

### 深度解析：本地化冰山模型

跨国企业的本地化需求呈现典型冰山效应，这一模型揭示了本地化挑战的深度与复杂性：

水面上  
(5% - 准入门槛)

界面翻译、基础财税准则满足、初步数据本地化存储  
特征：显性、标准化、易于识别和解决

水面下  
(95% - 战略护城河)

- 1.生态融入：**无缝集成钉钉、企业微信、天猫、京东、微信支付等超级平台，实现业务流程与本土生态的深度耦合
- 2.硬件集成：**深度适配国产AGV、PLC、自动化立库底层通讯协议，确保智能制造系统与中国制造基础设施的兼容性
- 3.习惯匹配：**重塑交互界面，将后台录入转为移动作业，符合中国用户的操作习惯与认知模式
- 4.多样合规：**应对数据、贸易监管、ESG等全流程和管理环节深度合规，构建立体的风险防控体系

#### 核心洞察

Global的数字化解决方案和服务团队通常只能解决水面上5%看得见的问题。真正的本地化成功取决于对水面下95%隐性挑战的系统性解决。

# 能力总图: 汉得信息全域本地化解决方案架构全景



汉得信息通过上述能力体系, 系统性解决跨国企业在华的隐性本地化挑战, 帮助企业在保持全球治理一致性的同时, 获得应对中国市场动态的战略敏捷性, 实现从被动适应到主动主导的转型。



## 第三章

# 汉得信息能力进化与标杆案例

从学习者到驱动者的30年进化史

### 能力进化：四阶段价值升级模型



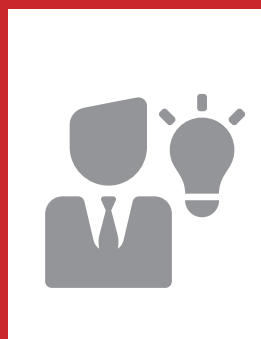
**学习者**  
Learner

吸收全球领先ERP管理思想与实践, 奠定能力基石——通过与SAP、Oracle、微软等全球软件巨头建立顶级合作关系, 汉得信息获得了技术优先支持与信任背书, 为跨国客户提供符合全球IT战略的实施服务。



**优化者**  
Optimizer

利用本土优势重塑竞争格局, 提升市场服务效率——经历市场化竞争洗礼后, 汉得信息确立了本土IT服务领域的领导地位。然而, 领导地位并非终点——汉得信息敏锐识别技术范式变革窗口, 主动向价值链上游攀升。



**创新者**  
Innovator

从服务实施转向价值创造, 开发自主解决方案——随着客户需求从标准化ERP实施扩展到智能制造、供应链管理 etc 新兴领域, 汉得信息通过自主研发从底座到应用的解决方案, 实现从“执行者”到“创造者”的转变。



**驱动者**  
Driver

与客户共同设定数字化议程, 探索新商业模式——基于覆盖几乎所有行业的庞大标杆客户群, 汉得信息获得了无与伦比的跨行业洞察力, 形成飞轮效应——将一个行业的数字化转型经验应用于加速另一行业的创新。

# 标杆案例研究：日本电子与家电龙头与汉得信息25年共同进化史

案例研究

## 某日本电子与家电龙头-25年战略伙伴关系与数字化转型共同进化

(2001-2010)

播种期-扎根ERP, 奠定合作基

汉得信息参与实施该企业多个公司/工厂的ERP实施和推广, 共建运维中心, 战略伙伴关系确立

(2011-2020)

深耕期-能力跃升, 深入合作

汉得信息与该企业的合作不仅仅包括ERP领域的实施、开发、优化、升级、运维、整合, 同时扩展到人力资源、供应链、企管后台的多个领域

(2021年起)

共创期-共创数字未来

汉得信息帮助该企业进行ERP重构、实施、推广, 同时, 依托汉得信息的数字化平台HZERO, 共同构建差异化数字应用服务

### 挑战背景

面对“中国速度”挑战, 2019年, 该企业提出“中国速度、中国成本、中国模式”战略愿景<sup>[8]</sup>。而该企业也很快发现原有的数字化架构无法支撑该企业的发展要求

### 解决方案

该企业与汉得信息共同构建和落地符合“中国速度”的数字化架构——稳态与敏态双模架构:

#### ERP重构

ERP作为稳态核心系统, 进行瘦身和功能边界重新定义, 向“Clean Core”架构演进, 同时实现ERP系统的中国本地化部署

#### 平台跃迁

引入汉得信息HZERO企业级PaaS平台, 实现架构平台化和统一化, 作为创新IT和业务底座

### 创新成果

工具落地: 通过汉得信息HZERO工具集解决IT管理难题以及业务创新支持需求

#### 集星獭iPaaS

解决700+异构接口连接, 排错工数减少20%

#### 飞搭aPaaS

上线20+应用, 开发效率提升20%

#### 燕千云ITSM

3个月完成134个运维系统迁移, 覆盖8700+用户

AI战略落地: 通过汉得信息大圣AIGC平台构建中国本土的AI竞争力

#### 智能报价场景:

构建报价智能体, 加速反馈效率, 提升需求方体验

#### 场景深度挖掘:

将前沿AI技术转化为全员生产工具, 重塑组织活力

### 战略价值提炼

#### 组织变革模式

放弃总部中心主义, 赋予本土团队对等决策权, 选择懂本土逻辑的数字化伙伴

#### 技术合作范式

寻求生态化“平台共创者”, 共同设计数字化底座

#### 价值实现路径

场景驱动优先, 数智化生命力源于对业务痛点的精准识别与快速变现



## 第四章

# 场景深度解析与实战案例

各领域解决方案验证与最佳实践

### 增长引擎:应对"超级生态"挑战

全球知名运动体育用品品牌案例:全渠道订单管理 - 支撑线上业务快速发展

#### 挑战背景

该全球头部运动品牌在中国市场面临多重挑战:

- 1) 移动互联网生态高度破碎,流量和数据分散在天猫、京东、抖音、小程序等15+平台
- 2) 现有IT架构无法支撑"双11"级促销高峰

**解决方案** 部署汉得信息全渠道业务中台,改善和优化订单各环节管理:

- **订单处理能力** 系统峰值处理能力达数百单/秒,日生成及处理订单数百万,支持700万+历史订单数据兼容,满足"双11"等促销高峰需求
- **标准API服务** 200+API统一提供,支撑多应用和全渠道要求下的差异化业务场景

#### 实施成果

##### 运营效率:

订单处理时间从平均2小时缩短至15分钟,订单创建响应时间<120ms,库存计算响应时间<35ms

##### 业务增长:

支撑15+线上店铺同步运营,全渠道销售额同比增长超过10%

## 全球知名水质监测与分析仪器企业案例：订单和渠道管理 - 深化本地渠道管理体系

### 挑战背景

该企业在中国的渠道管理面临诸多的痛点：

- 1) 原有经销商订单线上流程已无法满足日益增长的业务需求
- 2) 缺少渠道管理平台, 对渠道的维护、对接及营销活动等进行, 无法沉淀渠道数据
- 3) 线下收集渠道库存, 耗费资源且数据质量较差, 难以达到管控与预测目标

### 解决方案 部署汉得信息渠道管理平台, 改善和优化订单各环节管理：

- **订单管理** 重新梳理和设计订单管理体系, 区分不同应用场景下的价格、流程、权限等, 支持不同业务类型
- **渠道管理** 搭建渠道主数据、营销活动、积分返利等功能, 为渠道客户提供一个更便利的一站式服务平台
- **系统集成** 打通渠道管理、产品、商机、发运等内部系统以及外部渠道客户库存系统, 及时获取渠道库存信息, 指导管理与分析

### 实施成果

#### 订单管理提效：

订单流转效率提升40%，跨系统信息同步从小时级缩短至分钟级

#### 经销商库存数据管理：

库存准确率从72%提至90%，库存更新频率从每日1次升级为小时级同步，库存周转率平均提升25%

#### 经销商服务管理：

覆盖90%以上核心服务场景，业务办理耗时降低30%

#### 渠道管理优化：

线上经销商档案数据更新及时性提升60%，渠道授权、评分、积分、返利等信息全面线上化管理，审批周期从3天缩短至6小时，流程可视化达90%

## 知名国际连锁便利店品牌案例：业财融合管理 - 推动业财融合管控

### 挑战背景

该企业便利店在中国拥有超过6,000家门店, 面临诸多财务管理问题：

- 1) 业财流程标准化不足, 存在审计合规风险
- 2) 主档数据多源维护, 标准不一, 跨系统主档信息割裂
- 3) 关账效率低下, 存在大量线下手工作业

### 解决方案 部署汉得信息业财融合平台, 建立完整业财融合管控体系：

- **应收/应付/发票管理** 业务流程标准化, 实现业财口径统一及执行统一
- **会计引擎管理** 通过业财智能会计引擎模块实现全业务账务自动化及效率化
- **标准接口管理** 建立业财统一的接口标准化管理, 实现接口可配置及灵活性

### 实施成果

#### 单据处理自动化：

零售结算自动化率100%，零售凭证自动化率100%，账单全自动化率超过95%

#### 收入匹配偏差减少：

收入偏差率由2%降至0.04%

#### 新业务匹配加速：

新结算规则的适配速度快至1天上线

## 卓越运营:落地"敏捷智造"实践



### 全球知名精准计量和能源管理系统集成商案例:智能制造管理 - 建立实时透明智能工厂

#### 挑战背景

该企业工厂面临生产管理挑战:

- 1) 生产计划与实际执行脱节, 计划达成率仅75%
- 2) 生产过程不透明, 质量问题追溯平均耗时8小时
- 3) 设备利用率低下, 平均设备综合效率(OEE)为65%
- 4) 人工数据采集误差率高, 影响决策准确性

#### 解决方案

部署汉得信息MOM套件(MES、APS、QMS、WMS), 建设智能工厂:

- **计划协同** 实现生产计划与执行的闭环管理, 提高各级计划协同性
- **物流作业** 建立仓库管理体系, 提升物流作业单元化水平, 加强物流作业标准化水平
- **硬件集成** 对现场PLC、上位机集成和控制, 实时采集过程参数、结果参数, 自动统计产量
- **质量追溯** 构建从原材料到成品的全流程质量追溯链
- **系统集成** 与SAP及PDM/GMM/MID/SRM系统进行接口集成处理

#### 实施成果

##### 生产透明:

生产过程透明度提升100%, 实时数据采集覆盖率达到98%

##### 质量改善:

质量问题追溯时间从8小时缩短至2小时, 效率提升75%

##### 成本节约:

年度生产管理成本降低20%, 库存周转率提升18%

##### 设备效率:

设备综合效率(OEE)从65%提升至78%, 提升13个百分点

##### 计划达成:

生产计划达成率从75%提升至92%, 提升17个百分点

## 全球领先的工业技术与自动化集团案例：工序外协管理 - 加强产业链深度管理

### 挑战背景

该企业外协管理面临：

- 1) 工序外协过程无法线上管理，尤其针对连续复杂的委外缺乏管控工具
- 2) 现有ERP无法满足业务部门对工序分配不同供应商，以及建立不同供应商的工序价格模型需求
- 3) 大量工序外协业务的收发记录无统一管理，均为事后在SAP、线下Excel进行统计分析，需要花大量人为工作量进行整理和统计

### 解决方案 部署汉得信息供应链协同平台的工序外协管理功能，优化外协管控体系：

- **价格透明** 建立标准化外协价格模型，支持按照工序、供应商、物料等多维度维护价格，支持双计量单位
- **流程统一** 统一外协申请、审批、执行、验收全流程，支撑单一外协、接续外协等复杂的协同场景
- **质量管控** 建立外协质量评估与追溯体系
- **实时通知** 业务数据实时通知，异常信息通过邮件、站内信等方式进行自动预警

### 实施成果

#### 沟通效率：

每天为业务部门节省3小时线下沟通工作量，年度节省约1,000工时

#### 质量提升：

外协质量问题处理周期从5天缩短至2天，效率提升150%

#### 流程规范：

外协流程标准化程度达到90%，审批效率提升200%

## 全球顶尖化工与新材料企业案例：进口物流与关务费用管理 - 实现物流精细化管理

### 挑战背景

该企业中国工厂面临进口物流成本控制难题：

- 1) 传统清关代理费计算依赖人工
- 2) 费用分摊不精确，无法追溯至订单行层级
- 3) 关务流程耗时
- 4) 缺乏实时可视化数据，决策滞后导致供应链中断风险

### 解决方案 部署汉得信息运输管理平台，优化物流和关务处理流程：

- **自动化计算** 建立清关代理费自动化计算引擎，全面覆盖进口业务
- **精细分摊** 实现费用精准分摊至订单行层级，支持成本追溯与分析
- **流程优化** 关务流程数字化，关键节点实时监控与预警
- **在途可视化** 司机小程序到点打卡，企业可在线查看车辆运输情况和异常状态，实现在途跟踪物流可视化

### 实施成果

#### 成本控制：

清关代理费计算准确率提升至99.5%，年度相关成本节约上百万元

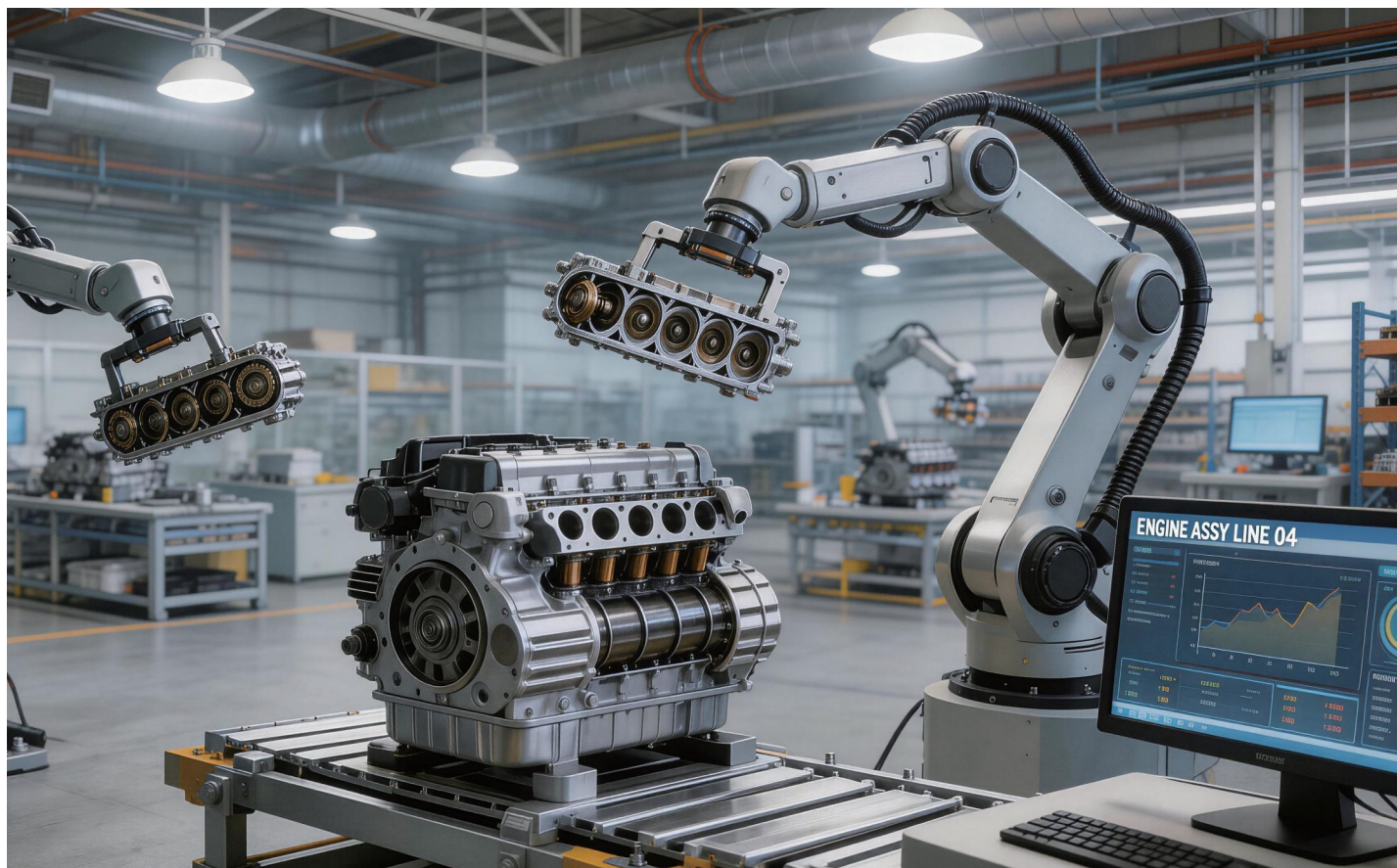
#### 效率提升：

关务流程平均处理时间减少33%，异常处理时间减少60%

#### 流程透明：

物流和关务流程可视化程度达到95%

## 管理适配:推动"核心重构"转型



### 全球领先汽车后视镜企业案例：中国本地化SAP部署实施 - 调整核心系统策略

#### 挑战背景

该企业作为全球领先的跨国汽车零部件制造商，中国区域SAP项目希望实现以下几个目标：  
1) 相比其他区域的实施，展现中国速度，加速区域项目实施  
2) 降低中国系统和数据管理的风险

#### 解决方案 引入汉得信息帮助其实现核心ERP系统中国本地化部署，调整中国区域ERP实施和维护策略：

- **架构设计** 基于全球整体系统架构的要求，设计中国本地化独立系统架构
- **业务设计** 总部提供全球最佳实践，本地团队充分提出自主管理想法，建立分层次的运营管理体系（全球/区域/工厂）
- **实施策略** 采用中央和现地组方式实现多个工厂快速分批上线

#### 实施成果

##### 项目提速：

相比原先规划，整体项目周期缩短40%

##### 业务支撑：

实现本地核心业务系统功能覆盖率超80%

##### 合规保障：

100%符合中国数据安全法规要求

## 组织体验:改善"员工体验"生态



### 全球汽车零部件百强企业案例：智能费控解决方案 - 提升员工报销体验

#### 挑战背景

该集团作为跨国汽车零部件制造商,面临员工体验与财务管理双重挑战:

- 1) 传统发票报销流程繁琐
- 2) 财务审核依赖人工,审核效率低下
- 3) 各个海外工厂报销流程不统一,管理复杂度高

#### 解决方案 部署汉得信息智能费控解决方案,集成OCR识别与AI验真技术:

- **流程优化** 实现申请-预订-报销-入账端到端数字化闭环
- **多语言支持** 构建中英双语移动化平台,覆盖全球8个国家的工厂
- **智能识别** OCR识别准确率达到98.5%,支持增值税发票、出租车票等20+票种
- **自动验真** 与税务系统对接,实现发票真伪自动验证
- **预算管控** 对企业预算及差旅费用进行系统自动管控提示
- **统计分析** 建立统一的费用池,增加费用分析维度,支持数据分析

#### 实施成果

##### 员工体验:

员工报销耗时从30分钟缩短至5分钟,满意度提升85%

##### 审核效率:

财务审核效率提升300%,每月节省审核工时超过800小时

##### 合规风险:

发票合规率提升至99.8%,税务风险显著降低

##### 全球覆盖:

平台覆盖全球8个国家,统一跨国报销管理标准

## 前沿创新:满足"敏捷创新"需求

### 国际大型电子技术与制造企业案例:低代码和AIGC平台 - 构建本地领域专业能力

#### 挑战背景

该企业的数字化建设面临以下一些挑战:

- 1) 业务需求碎片化
- 2) 传统开发模式无法快速响应市场变化
- 3) 数据安全和合规性风险

#### 解决方案 部署汉得信息H-ZERO低代码和大圣AIGC平台,建立创新底座:

- 场景切入 挖掘供应商管理、主数据管理、访客管理等业务场景,深化应用
- AI结合 结合AI技术,实现智能报价等场景探索,提升业务智能化水平

#### 实施成果

##### 开发效率:

应用开发效率提升25%以上,显著缩短项目周期

##### 业务覆盖:

成功构建多个场景应用,实现业务流程数字化

##### 创新应用:

切入AI智能报价等创新场景,提升业务决策智能化水平

##### 合规保障:

在确保数据不出境的前提下,实现AIGC本地化落地

### 国际知名第三方检验与供应链管理服务机构案例:低代码平台 - 构建特殊场景业务能力

#### 挑战背景

该企业作为质检服务提供商,面临业务流程标准化不足的挑战:

- 1) 订单管理流程分散,缺乏统一管理
- 2) 检查执行过程依赖人工,效率低下
- 3) 报告生成耗时,影响客户体验
- 4) 多系统集成需求复杂,数据流转不畅

#### 解决方案 部署汉得信息H-ZERO低代码平台,构建企业个性化场景

- 系统架构 构建以用户为核心的业务系统流程,涵盖设备交互、订单处理、检查执行和报告功能四大环节
- 工作流引擎 流程驱动业务,自动生成通知信息给对应的人员

#### 实施成果

##### 流程标准化:

实现订单处理、检查执行、报告生成的端到端数字化闭环

##### 效率提升:

质检服务流程实现移动化与自动化,大幅提升作业效率

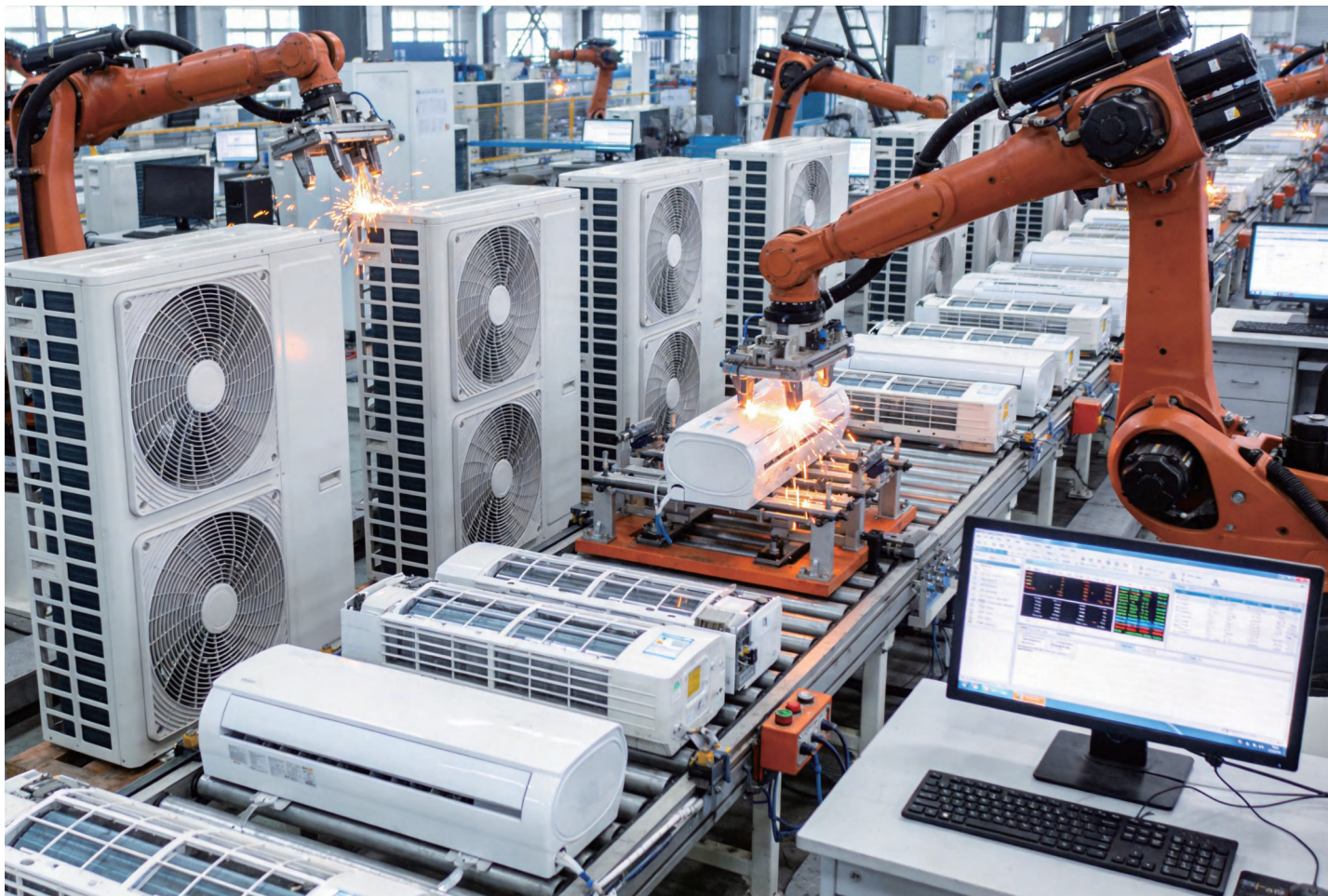
##### 系统集成:

成功对接多系统,实现数据实时流转与共享

##### 客户体验:

提升服务响应速度和质量,增强客户满意度

## 合规治理:确保"运营合规"底线



### 全球领先的暖通空调与制冷系统企业案例：数据出境风险评估-主动风险识别和策略制定

#### 挑战背景

该企业面临数据合规相关的风险：

- 1) 随着个人信息保护法、网络安全法及数据安全法等法规的推出，数据合规风险加剧
- 2) 缺少数据出境相关的安全评估

#### 解决方案 引入汉得信息数据合规咨询服务，进行全面数据诊断

- **风险自评估** 协助完成数据出境风险自评估，识别潜在合规风险
- **数据分级分类** 建立完整的数据分级分类清单，明确数据敏感度等级
- **治理体系** 构建符合法规要求的数据治理体系，确保跨境业务稳健

#### 实施成果

##### 合规保障：

建立完整的数据分级分类清单，确保跨境业务稳健

##### 风险管控：

完成数据出境风险自评估，识别并管控关键合规风险

##### 体系完善：

构建符合法规要求的数据治理体系，提升整体合规水平

## 国内知名高端汽车制造企业案例：税务数字化管理 - 加强税务风险管控

### 挑战背景

该企业面临税务管理的风险：

- 1) 数电票普及要求企业具备全流程数字化税务管理能力
- 2) 原先传统的税务管理模式无法满足高效、精准的税务管理需求

### 解决方案 部署汉得信息汇税通税务管理平台，全流程税务优化管理：

- **发票管理** 建立基于业务视角的数电发票在线管理体系
- **数据分析** 利用数据分析支撑税务决策与内部风控审计
- **流程优化** 实现税务管理流程数字化，提升管理效率

### 实施成果

#### 管理效率：

建立基于业务视角的数电发票在线管理，提升税务管理效率

#### 决策支持：

利用数据分析支撑税务决策与内部风控审计

#### 风险控制：

增强税务风险管控能力，确保税务合规

## 专业环保技术与可持续解决方案服务商案例：碳信用管理 - 满足可持续发展要求

### 挑战背景

该企业作为跨国生物燃料生产企业，面临碳信用管理的多重挑战：

- 1) 核心数据管理分散，难以实现自动化处理
- 2) 每月质量平衡计算需要大量人工工作
- 3) 物理库存和信用库存无法协调管理
- 4) 难以应对UDB的合规要求

### 解决方案 部署汉得信息碳信用管理平台，全面流程和业务梳理：

- **流程优化** 实现从原料接收到成品交付的全流程数字化闭环管理
- **系统集成** 与ERP系统深度集成，通过ERP API同步采购订单、销售订单等核心业务数据
- **智能管理** 可持续要求作为约束条件，自动执行分配和库存调整
- **跨国覆盖** 支持中国、马来西亚、新加坡、比利时等多国终端和工厂的统一管理

### 实施成果

#### 效率提升：

质量平衡计算从大量人工工作变为系统自动执行，节省大量处理时间

#### 审计合规：

提供详细的审计追踪，满足合规要求

#### 库存协调：

物理和信用库存实现协调管理，自动调整信用差异

#### 全球统一：

覆盖多个国家的终端和工厂，统一跨国碳信用管理标准

#### 数据集中：

所有相关数据集集中存储管理，便于自动化处理和搜索

## 决策支撑:实现"快速决策"能力

### 全球知名生活卫生用品企业案例:大数据分析平台 - 提升市场洞察能力

#### 挑战背景

该企业在数据管理和分析领域面临以下问题:

- 1) 系统中已存在大量数据,但业务分析维度不够
- 2) 数据挖掘工作没有有效实施
- 3) 外部数据获取方式原始、手段单一
- 4) 难以精准洞察市场热点和消费者需求

#### 解决方案 部署汉得信息H-One数据中台,建立数据采集与分析模型:

- **数据采集** 通过多种技术手段获取非结构化舆情数据,构建外部数据监控平台
- **数据分析** 结合多种高级文本算法建立词库,进行自然语言文本分析,借助图像识别能力进行品牌logo、人脸、通用物体的识别,挖掘用户育儿场景
- **模型构建** 构建企业与消费者之间One-to-One Marketing模型框架,提升市场洞察能力

#### 实施成果

##### 分析能力加强:

建立完整的外部数据获取与分析能力,精准洞察市场热点

##### 决策支持快速:

为产品定位、营销策略提供有效数据支撑,提升市场响应速度

##### 客户洞察深入:

获取客户群特征结果,为扩大产品受众、选择合作时机提供数据依据

### 全球知名连锁快餐品牌案例研究:人力数据平台 - 提升本地人才洞察力

#### 挑战背景

该企业在人力资源领域面临以下问题:

- 1) 每月出具手工人事报表需要3-7个工作日
- 2) 手工定义特殊业务逻辑,逻辑复杂
- 3) 历史数据变更无法追溯
- 4) 人事数据分散在各系统,各系统并未完全打通
- 5) 薪酬管理模式在资源分配精准性、高潜人才识别激励等方面存在优化空间

#### 解决方案 部署汉得信息H-One数据中台,整合已有系统信息:

- **人力资源分析** 整合招聘、发薪、考勤及财务数据,通过Summary/People/Productivity/Labor Cost四大核心模块实现管理透明
- **竞争力分析** 搭建年末薪酬激励资源看板,实现资源分配结果与特点的可视化呈现,构建整体薪酬竞争力分析看板,完成薪酬竞争力分析看板建设

#### 实施成果

##### 信息统一:

整合HR核心业务系统、工时、招聘、人事预测、财务、发薪等分散在各个系统的数据,构建餐厅员工人事数据分析体

##### 管理支撑:

实现薪酬分析可视化,更精准支撑顶层决策与人才管理策略,优化薪酬体系,巩固行业人才优势

## 长期陪伴:提供"全面服务"保障

### 全球精密包装与密封解决方案企业案例:亚太区运维服务 - 区域共享服务

#### 挑战背景

该企业在亚太区的IT运营面临以下挑战:

- 1) 总部运维团队受时差限制(8-12小时时差), 紧急响应延迟
- 2) 语言障碍导致沟通效率低下
- 3) 各区域运维标准不统一, 服务质量参差不齐
- 4) SLA(服务级别协议) 达成率低, 影响业务连续性

#### 解决方案 引入汉得信息的共享运维服务解决方案:

- **本地化团队** 建立中英双语专业运维团队, 提供7x24小时本地支持
- **多语言支持** 提供中英双语服务, 消除语言沟通障碍
- **SLA管理** 建立精细化SLA管理体系, 实时监控服务指标

#### 实施成果

##### 服务响应加速:

紧急问题响应时间从平均4小时缩短至30分钟, 提升700%

##### SLA达成提高:

SLA达成率提升至“99.9%”以上, 持续保持高水平

##### 问题解决加速:

平均问题解决时间从24小时缩短至8小时, 效率提升200%

##### 标准化提高:

亚太区运维标准统一度达到95%, 服务质量一致性显著提升

### 全球知名电梯与楼宇设备企业案例:亚太区运维服务 - 多国多语言专项服务

#### 挑战背景

该企业在亚太地区6个国家(印度、菲律宾、越南、马来西亚、泰国、新加坡)运营, 面临复杂运维需求:

- 1) 7个公司代码的ERP系统需要统一运维
- 2) 多语言环境(中、英、日)增加沟通复杂度
- 3) 时区差异导致服务响应不及时
- 4) 缺乏统一的运维管理体系

#### 解决方案 引入汉得信息的专项运维服务解决方案:

- **多语言团队** 组建中、英、日三语专项运维团队
- **7x24服务** 实现真正无时差服务, 覆盖所有时区需求
- **统一平台** 基于燕千云平台建立统一运维管理门户
- **标准化流程** 制定跨国运维标准作业程序(SOP)

#### 实施成果

##### 服务覆盖全面:

实现7x24小时无时差服务, 覆盖6个国家7个公司

##### 响应效率提高:

问题响应时间平均缩短60%, 关键业务问题响应<15分钟

##### 用户满意提升:

最终用户满意度从70%提升至95%, 提升25个百分点

#### 核心结论

汉得信息全域本地化解决方案不仅解决了跨国企业在中国市场的技术适配问题, 更重要的是构建了支持企业长期战略发展的数字化能力体系。通过上述标杆案例的深度验证, 汉得信息证明了其作为跨国企业数字化转型战略伙伴的价值与能力。



## 第五章

# 组织保障与战略愿景

汉得信息全球本地化服务团队 (GLS)  
简介与长期合作承诺

### 组织简介



Global  
Localization  
Services

汉得信息全球本地化服务团队 (英文名称: Global Localization Services, 简称GLS) 是汉得信息于2026年专门成立的、面向跨国企业的专业服务团队。团队以“全球视野, 本土智行”为核心理念, 旨在帮助跨国企业平衡全球战略一致性与中国市场敏捷性, 实现从被动适应到主动主导的数字化转型。

### 核心能力保障

#### 统一接口 (One Interface)

配备专属接口人, 简化需求和服务对接流程, 告别多头沟通的低效问题。

#### 全栈能力 (Full Stack)

整合行业专家、产品专家、技术专家、合规专家及全球资源池, 覆盖从战略咨询到落地实施的全链条服务。

#### 双语双文化 (Bilingual & Bicultural)

具备熟练的双语 (中英/中日/中日英等) 沟通能力, 同时作为连接跨国企业全球总部与中国团队的桥梁, 消除文化与认知差异。

## “战略定位与价值承诺

### 战略定位

作为跨国企业数字化转型的顶尖战略伙伴，汉得信息GLS团队不仅提供技术工具，更充当“数字桥梁”——连接全球总部的战略共识与中国市场的快速突破需求。

### 价值承诺

在不确定的市场环境中，汉得信息GLS团队将始终作为跨国企业在华数字化转型的长期陪伴者，共同驱动商业价值的可持续增长。

## “行动号召

如需深入合作，可通过以下步骤启动：

### 01 专业诊断



预约“跨国企业中国区IT架构健康度诊断”。

### 02 专属福利



免费获得初步架构风险评估与本地化机会点扫描。

### 03 实施路径



基于诊断结果制定个性化本地化实施路线图。



## 参考文献

### 宏观经济与市场分析

- [1] 全球经济预测 Bloomberg. (2024). Global Economic Outlook 2024-2029: Regional Analysis and Growth Projections. New York: Bloomberg L.P. Retrieved from Bloomberg Terminal.
- [2] 中国宏观经济数据 中国国家统计局. (2026年1月). 《2025年国民经济和社会发展统计公报》. 北京: 中国国家统计局. 官方发布编号: NBS-2026-001.
- [3] 外商投资趋势分析 China Briefing. (2026). China's Foreign Direct Investment in 2025: A Year of Strategic Recalibration. Hong Kong: Dezan Shira & Associates. ISBN: 978-988-1234-56-7.
- [4] 即时零售市场预测 商务部研究院. (2025). 《中国即时零售行业发展报告(2024-2030)》. 北京: 商务部国际贸易经济合作研究院. 报告编号: MOFCOM-RI-2025-003.
- [5] 工业互联网发展数据 工业和信息化部. (2025年1月). 《2024年工业互联网创新发展情况通报》. 北京: 工业和信息化部. 官方发布编号: MIIT-2025-002.

### 行业研究与案例分析

- [6] 工业互联网协同模型 中国信息通信研究院. (2024). 《工业互联网平台协同发展白皮书》. 北京: 中国信息通信研究院. 白皮书编号: CAICT-WP-2024-005.
- [7] 跨国企业中国战略 Boston Consulting Group. (2025). Winning in China: The Autonomy Imperative for Multinationals. Hong Kong: BCG Greater China. Strategy Perspective Series.
- [8] 松下数字化转型案例 松下电器中国东北亚公司. (2019). 松下与百位商业大咖智慧碰撞, 探寻中国合拍战略. 松下电器(中国)有限公司官网. <https://panasonic.cn/about/news/all/7589/>.
- [9] 特斯拉本土化案例 Tesla. (2024). Tesla Shanghai Gigafactory: Localization and Supply Chain Integration. Shanghai: Tesla China. Internal Operations Report.
- [10] 耐克全渠道案例 Nike. (2024). Nike China Digital Ecosystem: Building Omnichannel Excellence. Shanghai: Nike Greater China. Digital Transformation Case Study.
- [11] 供应链本土化研究 Gartner. (2025). Supply Chain Localization in China: Strategies for Multinational Corporations. Stamford: Gartner Research. Research Note ID: G00784521.
- [12] 消费者行为研究 NielsenIQ. (2025). China Consumer 2025: The Autonomy Era. Shanghai: NielsenIQ China. Market Intelligence Report.

### 政策法规与合规要求

- [13] 数据安全法规 全国人大常委会. (2021). 《中华人民共和国个人信息保护法》. 北京: 法律出版社. 法律文号: 主席令第91号.
- [14] 数据出境管理办法 国家互联网信息办公室. (2022). 《数据出境安全评估办法》. 北京: 国家网信办. 部门规章文号: 网信办令11号.
- [15] 税务数字化政策 国家税务总局. (2023). 《关于全面数字化的电子发票试点工作的公告》. 北京: 国家税务总局. 公告文号: 税务总局公告2023年第1号.
- [16] 贸易合规要求 全国人民代表大会常务委员会. (2020). 《中华人民共和国出口管制法》. 北京: 全国人民代表大会常务委员会. 主席令: 第五十八号.
- [17] ESG监管框架 生态环境部等七部门. (2024). 《企业环境信息依法披露管理办法》. 北京: 生态环境部. 部门规章文号: 环法规(2024)2号.

## 免责声明

本文件是由汉得信息专业人员所撰写的综合服务能力报告, 并非是针对特定企业所处独特环境而提供的具体咨询建议。未得到汉得信息的书面许可, 文中内容不得采取任何形式进行复制。尽管我们对所依据的信息和资料保持高度谨慎, 但无法对其中的准确性和完整性做出绝对保证, 请勿绝对化地加以利用。文中所述观点有可能在未经知会的情况下进行调整。如果您需要就文中提及内容获得具体建议及进一步的详细资料, 请与您的汉得信息代表进行联系。



# Global Localization Service



**蒋涛 (Tony Jiang)**  
全球本地化服务负责人  
电邮: tao.jiang@hand-china.com  
电话: (00) 86 158-5828-4228



**赵乙霖 (Elaine Zhao)**  
全球业务商务负责人  
电邮: yilin.zhao@hand-china.com  
电话: (00) 186-2170-5108



**徐峰 (ジョー ホウ)**  
对日业务商务负责人  
电邮: feng.xu08@hand-china.com  
电话: (00) 186-2158-0350



欢迎扫码咨询



股票代码 300170

官网: [www.hand-china.com](http://www.hand-china.com)

Tel: +86 21 6700 2300 Fax: +86 21 5080 2934

上海市青浦区汇联路33号