



(12) 发明专利申请

(10) 申请公布号 CN 105426982 A

(43) 申请公布日 2016. 03. 23

(21) 申请号 201510601892. 5

(22) 申请日 2015. 09. 21

(71) 申请人 江苏天智互联科技股份有限公司
地址 210000 江苏省南京市鼓楼区南昌路
40 号长江科技园一期大楼 7 层

(72) 发明人 周航

(74) 专利代理机构 徐州市淮海专利事务所
32205

代理人 华德明

(51) Int. Cl.

G06Q 10/04(2012. 01)

G06Q 10/06(2012. 01)

G06Q 30/02(2012. 01)

G06Q 30/06(2012. 01)

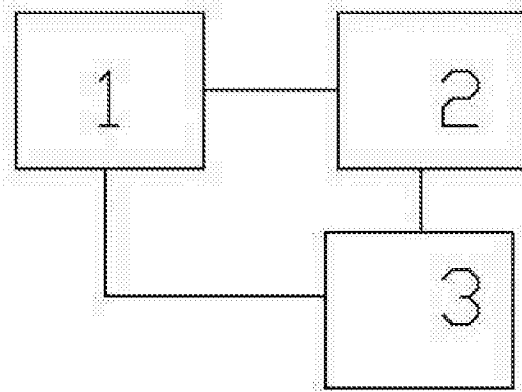
权利要求书6页 说明书13页 附图1页

(54) 发明名称

降温式电商模式预测的线上诊断系统及其诊断方法

(57) 摘要

一种降温式电商模式预测的线上诊断系统及其诊断方法,数据库服务器上设置有温度继电器,所述的温度继电器带有常开触点,所述的温度继电器的温度上限值设定为所述的数据库服务器的最大正常工作温度值,所述的常开触点串联在散热风扇和散热风扇的电源之间,所述的散热风扇正对着数据库服务器,每一个企业对应一台前台客户端计算机,后台服务器组包括数据库服务器和应用服务器;并通过方法降低了现有技术中缺乏对转型的科学、体系的判断与诊断、无法让企业对自身转型发展做出正确的诊断使得决策风险增大、对于新增的企业进行诊断缺乏有效的措施以及数据库服务器就会出现过热的现象的缺陷。



1. 一种降温式电商模式预测的线上诊断系统,其特征在于,包括后台服务器组、用于诊断的终端以及设置在若干企业中的前台客户端计算机组成的网络,每一个企业对应一台前台客户端计算机,所述的后台服务器组包括数据库服务器和应用服务器;其中所述的数据库服务器,所述的数据库服务器中包含有第一动态诊断模块和第一动态数据库,所述的第一动态数据库也就是数据源数据库,所述的用于诊断的终端中包含有前台查询模块,所述的前台客户端计算机中带有前台处理模块,所述的应用服务器,所述的应用服务器中包括有第二动态诊断模块和第二动态数据库,所述的数据库服务器上设置有温度继电器,所述的温度继电器带有常开触点,所述的温度继电器的温度上限值设定为所述的数据库服务器的最大正常工作温度值,所述的常开触点串联在散热风扇和散热风扇的电源之间,所述的散热风扇正对着数据库服务器。

2. 根据权利要求1所述的降温式电商模式预测的线上诊断系统,其特征在于所述的第二动态数据库包括产品数据表、交易数据表、营销数据表和品牌数据表。

3. 根据权利要求1所述的降温式电商模式预测的线上诊断系统,其特征在于所述的第一动态诊断模块用于将每个企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图作为一条记录存储在所述第一动态数据库中;用于根据该企业名称在所述第一动态数据库中查询到记录中的企业名称同该查询指令中的企业名称一致的那条记录,并把该记录中的数据 发送到用于诊断的终端进行处理。

4. 根据权利要求1所述的降温式电商模式预测的线上诊断系统,其特征在于所述的第二动态诊断模块用于把该指令中的前台客户端计算机的 IP 地址作为目的地址发出允许传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令;用于把接收到的企业的产品、交易、营销和品牌的信息分别存储到第二动态数据库中的产品数据表、交易数据表、营销数据表和品牌数据表;用于用波士顿矩阵分析方法来进行诊断;用于把每个企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图发送给所述的数据库服务器。

5. 据权利要求1所述的降温式电商模式预测的线上诊断系统,其特征在于所述的前台查询模块用于对数据服务器发出包含有企业名称的查询命令。

6. 根据权利要求1所述的降温式电商模式预测的线上诊断系统的诊断方法,其特征在于,步骤如下:

步骤1:首先往所述的前台客户端计算机中存入企业的产品、交易、营销和品牌的信息,其中品牌的信息包括企业名称、企业地址、企业网址、企业性质、人员规模、投资规模、所在行业、主营业务、组织机构、企业行业排名、品牌影响力、企业信息化管理现状、电商化现状、线上平台运营状况;产品的信息包括工厂情况、物流中心信息、产品详情、生产效率、产品战略规划;营销的信息包括销售区域和门店信息、产品销售业绩、产品营销战略规划,所述 的产品销售业绩包括每一种产品的去年年度的 11 月份和 12 月份的线上的销售业绩和

线下的销售业绩 ;所述的交易信息包括去年年度的 11 月份和 12 月份的营业额、运营现状、去年年度的 11 月份和 12 月份的成本分析,所述的成本分析的信息包括自身成本、人工成本、市场竞争成本、特殊成本 ;

步骤 2 :所述的前台客户端计算机中存入企业的产品、交易、营销和品牌的信息后,前台处理模块就对所述的应用服务器发送包含有前台客户端计算机的 IP 地址的请求传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令,所述的应用服务器接收到该包含有前台客户端计算机的 IP 地址的请求传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令后,就启动第二动态诊断模块把该指令中的前台客户端计算机的 IP 地址作为目的地址发出允许传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令,这样前台客户端计算机接收到该允许传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令后,就把所述的存入的企业的产品、交易、营销和品牌的信息发送到所述的应用服务器中,这样第二动态诊断模块就把接收到的企业的产品、交易、营销和品牌的信息分别存储到第二动态数据库中的产品数据表、交易数据表、营销数据表和品牌数据表,其中产品的信息中的工厂情况、物流中心信息、产品详情、生产效率、产品战略规划在产品数据表中形成一条记录 ;营销的信息中的销售区域和门店信息、产品销售业绩、产品营销战略规划在营销数据表中形成一条记录 ;交易信息中的去年年度的 11 月份和 12 月份的营业额、运营现状、成本分析在交易数据表中形成一条记录 ;品牌的信息中的企业名称、企业地址、企业网址、企业性质、人员规模、投资规模、所在行业、主营业务、组织机构、企业行业排名、品牌影响力、企业信息化管理现状、电商化现状、线上平台运营状况在品牌数据表中形成一条记录 ;

步骤 3 :在所有的前台客户端计算机中存入的企业的产品、交易、营销和品牌的信息都存入第二动态数据库后,所述的第二动态诊断模块就用波士顿矩阵分析方法来进行诊断,具体说来就是分别把每一个企业在第二动态数据库对应的记录中的去年年度的 11 月份和 12 月份的线上的销售业绩和线下的销售业绩,去年年度的 11 月份和 12 月份的成本分析提取出来,分别对每个企业的去年年度的 11 月份的线上的销售业绩和去年年度的 11 月份的线下销售业绩求和得到去年年度的 11 月份的销售业绩总和,以及分别对每个企业的去年年度的 12 月份的线上的销售业绩和去年年度的 12 月份的线下销售业绩求和得到去年年度的 12 月份的销售业绩总和,然后把去年年度的 12 月份的销售业绩总和减去去年年度的 11 月份的销售业绩总和,所得的差值除以去年年度的 11 月份的销售业绩总和,即得到去年年度的 12 月份的销售业绩相对于去年年度的 11 月份的销售业绩的销售增长率,销售增长率再乘以 100 就得到针对该企业销售增长的评分值 S_{1i} ,其中 S_{1i} 为第 i 家企业的企业销售增长的评分值, i 为自然数 ;

步骤 4 :再根据提取出来的去年年度的 11 月份和 12 月份的成本分析,分别对每个企业的去年年度的 11 月份的成本分析的所有条目求和得到去年年度的 11 月份的成本分析总和,以及分别对每个企业的去年年度的 12 月份的成本分析的所有条目求和得到去年年度的 12 月份的营销投入总和,然后把去年年度的 12 月份的营销投入总和减去去年年度的 11 月份的营销投入总和,所得的差值除以去年年度的 11 月份的营销投入总和,即得到去年年度的 12 月份的营销投入相对于去年年度的 11 月份的营销投入的增长率,营销投入的增长率再乘以 100 就得到针对该企业营销投入的评分值 S_{2i} ,其中 S_{2i} 为第 i 家企业的企业营销投入的评分值, i 为自然数 ;

步骤5:接着分别对每个企业求取企业销售增长的加权评分值和企业营销投入的加权评分值,具体说来,第*i*家企业的企业销售增长的加权评分值为: $S_{1i} * W_{1i}$,第*i*家企业的企业营销投入的加权评分值为: $S_{2i} * W_{2i}$,其中 W_{1i} 为第*i*家企业的销售增长的权重值,其中 W_{2i} 为第*i*家企业的营销投入的权重值,*i*为自然数;

步骤6:把第*i*家企业的企业销售增长的加权评分值和第*i*家企业的企业营销投入的加权评分值相加得到第*i*家企业的总加权评分 S_i ;

步骤7:再求取所有企业的总加权评分 TS_n , $TS_n = S_1 + S_2 + \dots + S_n$;求取所有企业的总加权评分平均值 LS_n , $LS_n = (S_1 + S_2 + \dots + S_n) / n$;求取所有企业的企业销售增长的加权评分平均值 $LS_{1n} = (S_{11} * W_{11} + S_{12} * W_{12} + \dots + S_{1n} * W_{1n}) / n$;求取所有企业的企业营销投入的加权评分平均值 $LS_{2n} = (S_{21} * W_{21} + S_{22} * W_{22} + \dots + S_{2n} * W_{2n}) / n$;

步骤8:构建现有坐标系,其中横坐标表示企业的企业销售增长的加权评分值,纵坐标表示企业的企业营销投入的加权评分值,在此现有坐标系的横坐标为 $LS_{1n} / 2$ 的位置做一条纵向线,而在此现有坐标系的纵坐标为 $LS_{2n} / 2$ 的位置做一条横向线,此横向线和纵向线相互交叉分割出右下部区域、右上部区域、左上部区域和左下部区域;

步骤9:随后把每个企业的企业销售增长的加权评分值作为该现有坐标系的横坐标,而该企业的企业营销投入的加权评分值作为该现有坐标系的纵坐标,形成该企业对应的坐标点显示在该现有坐标系上,根据其在该现有坐标系中所对应的坐标点落入的区域来判断其营业类型,具体如下判断:

如果坐标点落入右下部区域,该企业即为高增长低投入企业;

如果坐标点落入右上部区域,该企业即为高增长高投入企业;

如果坐标点落入左下部区域,该企业即为低增长低投入企业;

如果坐标点落入左上部区域,该企业即为低增长高投入企业;

步骤10:将该判断结果显示在现有坐标系上作为该企业的坐标分析图;

步骤11:接着第二动态诊断模块把每个企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图发送给所述的数据库服务器;

步骤12:然后第一动态诊断模块将每个企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图作为一条记录存储在第一动态数据库中;

步骤13:在所述的用于诊断的终端的前台查询模块对数据服务器发出包含有企业名称的查询命令,而第一动态诊断模块就会根据该企业名称在第一动态数据库中查询到记录中的企业名称同该查询指令中的企业名称一致的那条记录,并把该记录中的数据发送到用于诊断的终端进行处理;

步骤14:当有一台新增的前台客户端计算机连入时,首先往所述的新增前台客户端计算机中存入企业的产品、交易、营销和品牌的信息,其中品牌的信息包括企业名称、企业地

址、企业网址、企业性质、人员规模、投资规模、所在行业、主营业务、组织机构、企业行业排名、品牌影响力、企业信息化管理现状、电商化现状、线上平台运营状况；产品的信息包括工厂情况、物流中心信息、产品详情、生产效率、产品战略规划；营销的信息包括销售区域和门店信息、产品销售业绩、产品营销战略规划，所述的产品销售业绩包括每一种产品的去年年度的 11 月份和 12 月份的线上的销售业绩和线下的销售业绩；所述的交易信息包括去年年度的 11 月份和 12 月份的营业额、运营现状、去年年度的 11 月份和 12 月份的成本分析，所述的成本分析的信息包括自身成本、人工成本、市场竞争成本、特殊成本；

步骤 15：所述的新增的前台客户端计算机中存入企业的产品、交易、营销和品牌的信息后，前台处理模块就对所述的应用服务器发送包含有前台客户端计算机的 IP 地址的请求传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令，所述的应用服务器接收到该包含有前台客户端计算机的 IP 地址的请求传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令后，就启动第二动态诊断模块把该指令中的前台客户端计算机的 IP 地址作为目的地址发出允许传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令，这样新增的前台客户端计算机接收到该允许传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令后，就把所述的存入的企业的产品、交易、营销和品牌的信息发送到所述的应用服务器中，这样第二动态诊断模块就把接收到的企业的产品、交易、营销和品牌的信息分别存储到第二动态数据库中的产品数据表、交易数据表、营销数据表和品牌数据表，其中产品的信息中的工厂情况、物流中心信息、产品详情、生产效率、产品战略规划在产品数据表中形成一条记录；营销的信息中的销售区域和门店信息、产品销售业绩、产品营销战略规划在营销数据表中形成一条记录；交易信息中的去年年度的 11 月份和 12 月份的营业额、运营现状、成本分析在交易数据表中形成一条记录；品牌的信息中的企业名称、企业地址、企业网址、企业性质、人员规模、投资规模、所在行业、主营业务、组织机构、企业行业排名、品牌影响力、企业信息化管理现状、电商化现状、线上平台运营状况在品牌数据表中形成一条记录；

步骤 16：在该新增的前台客户端计算机中存入的企业的产品、交易、营销和品牌的信息都存入第二动态数据库后，所述的第二动态诊断模块就用波士顿矩阵分析方法来进行诊断，具体说来就是分别把该新增的企业在第二动态数据库对应的记录中的去年年度的 11 月份和 12 月份的线上的销售业绩和线下的销售业绩，去年年度的 11 月份和 12 月份的成本分析提取出来，对该新增企业的去年年度的 11 月份的线上的销售业绩和去年年度的 11 月份的线下销售业绩求和得到去年年度的 11 月份的销售业绩总和，以及对该新增的企业在去年年度的 12 月份的线上的销售业绩和去年年度的 12 月份的线下销售业绩求和得到去年年度的 12 月份的销售业绩总和，然后把去年年度的 12 月份的销售业绩总和减去去年年度的 11 月份的销售业绩总和，所得的差值除以去年年度的 11 月份的销售业绩总和，即得到去年年度的 12 月份的销售业绩相对于去年年度的 11 月份的销售业绩的销售增长率，销售增长率再乘以 100 就得到针对该新增企业销售增长的评分值 $S_{1(n+1)}$ ，其中 $S_{1(n+1)}$ 为该新增企业的企业销售增长的评分值， i 为自然数， n 为原有的企业的数量；

步骤 17：再根据提取出来的去年年度的 11 月份和 12 月份的成本分析，分别对该新增企业的去年年度的 11 月份的成本分析的所有条目求和得到去年年度的 11 月份的成本分析总和，以及分别对该新增企业的去年年度的 12 月份的成本分析的所有条目求和得到去年年度的 12 月份的营销投入总和，然后把去年年度的 12 月份的营销投入总和减去去年年

度的 11 月份的营销投入总和,所得的差值除以去年年度的 11 月份的营销投入总和,即得到去年年度的 12 月份的营销投入相对于去年年度的 11 月份的营销投入的增长率,营销投入的增长率再乘以 100 就得到针对该新增企业营销投入的评分值 $S_{2(n+1)}$,其中 $S_{2(n+1)}$ 为该新增企业的企业营销投入的评分值, i 为自然数;

步骤 18:接着分别对该新增企业求取企业销售增长的加权评分值和企业营销投入的加权评分值,具体说来,该新增企业的企业销售增长的加权评分值为: $S_{1(n+1)}*W_{1(n+1)}$,该新增企业的企业营销投入的加权评分值为: $S_{2(n+1)}*W_{2(n+1)}$,其中 $W_{1(n+1)}$ 为新增企业的销售增长的权重值,其中 $W_{2(n+1)}$ 为新增企业的营销投入的权重值, i 为自然数;

步骤 19:随后把新增企业的企业销售增长的加权评分值作为现有坐标系的横坐标,而该企业的企业营销投入的加权评分值作为该现有坐标系的纵坐标,形成该企业对应的坐标点显示在现有坐标系上,根据其在现有坐标系中所对应的坐标点落入的区域来判断其营业类型,具体如下判断:

如果坐标点落入右下部区域,该企业即为高增长低投入企业;

如果坐标点落入右上部区域,该企业即为高增长高投入企业;

如果坐标点落入左下部区域,该企业即为低增长低投入企业;

如果坐标点落入左上部区域,该企业即为低增长高投入企业;

步骤 20:将该判断结果显示在现有坐标系上作为新增企业的坐标分析图,把新增企业的企业销售增长的加权评分值和新增企业的企业营销投入的加权评分值相加得到新增企业的总加权评分 S_{n+1} ;

步骤 21:接着第二动态诊断模块把新增企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图发送给所述的数据库服务器;

步骤 22:然后第一动态诊断模块将新增企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图作为一条记录存储在第一动态数据库中;

步骤 23:在所述的用于诊断的终端的前台查询模块对数据服务器发出包含有新增企业名称的查询命令,而第一动态诊断模块就会根据该新增企业名称在第一动态数据库中查询到记录中的企业名称同该查询指令中的企业名称一致的那条记录,并把该记录中的数据发送到用于诊断的终端进行处理;

步骤 24:再求取包括新增企业的所有企业的总加权评分 TS_{n+1} , $TS_{n+1} = S_1 + S_2 \dots \dots + S_{n+1}$;求取所有企业的总加权评分平均值 LS_{n+1} , $LS_{n+1} = (S_1 + S_2 \dots \dots + S_{n+1}) / (n+1)$;求取所有企业的企业销售增长的加权评分平均值 $LS_{1(n+1)} = (S_{11} * W_{11} + S_{12} * W_{12} \dots \dots + S_{1(n+1)} * W_{1(n+1)}) / (n+1)$;求取所有企业的企业营销投入的加权评分平均值 $LS_{2(n+1)} = (S_{21} * W_{21} + S_{22} * W_{22} \dots \dots + S_{2(n+1)} * W_{2(n+1)}) / (n+1)$;

步骤 25:构建现有坐标系,其中横坐标表示企业的企业销售增长的加权评分值,纵坐

标表示企业的企业营销投入的加权评分值,在此现有坐标系的横坐标为 $LS_{1(n+1)}/2$ 的位置做一条纵向线,而在此现有坐标系的纵坐标为 $LS_{2(n+1)}/2$ 的位置做一条横向线,此横向线和纵向线相互交叉分割出右下部区域、右上部区域、左上部区域和左下部区域,用该现有坐标系替换原先的现有坐标系。

7. 根据权利要求 6 所述的降温式电商模式预测的线上诊断系统的诊断方法,其特征在于所述的 W_{1i} 的取值为如果企业的销售业绩中存在线上的销售业绩, W_{1i} 就取值为 1.5,如果企业的销售业绩中存在线上的销售业绩, W_{1i} 就取值为 1.0;所述的 W_{2i} 的取值为如果企业的销售业绩中存在线上的销售业绩, W_{1i} 就取值为 1.5,如果企业的销售业绩中存在线上的销售业绩, W_{2i} 就取值为 1.0。

8. 根据权利要求 6 所述的降温式电商模式预测的线上诊断系统的诊断方法,其特征在于所述的企业信息化管理现状包括是属于 ERP 还是 CRM 的信息;所述的电商化现状包括是否自建平台、是否第三方平台、具体所属种类的信息;所述的线上平台状况包括平台投入情况、产出现状和预期、线上产品毛利的信息;所述的产品详情包括每一种产品的技术优势、技术劣势、卖点、专利情况、生命周期;所述的生产效率包括物流时间、货期、售后反馈时间的信息;所述的销售区域和门店信息包括门店布局、区域销售情况、门店销售情况的信息;所述的产品战略规划包括是否有现阶段产品战略、产品战略规划的内容;所述的产品营销战略规划包括是否有现阶段产片营销策略、营销策略是什么;所述的运营现状的信息包括存货信息、场租信息、其他费用信息、产品平均毛利信息、行业平均毛利信息。

降温式电商模式预测的线上诊断系统及其诊断方法

技术领域

[0001] 本发明属于针对电商的诊断技术领域,具体涉及一种降温式电商模式预测的线上诊断系统及其诊断方法。

背景技术

[0002] 由于环境尚不成熟、行业与区域的差异化、传统产业自身条件差异化、及传统产业对于电子商务缺乏正确认知等因素,造成企业互联网转型的过大成本投入与较大风险。因此,在传统产业转型前期,现有技术缺乏对转型的科学、体系的判断与诊断,无法让企业对自身转型发展做出正确的诊断,使得决策风险增大。另外对于新增的企业进行诊断缺乏有效的措施,另外在进行对企业诊断时,往往要频繁的访问数据库服务器,数据库服务器就会出现过热的现象,严重影响其运行功能。

发明内容

[0003] 本发明的目的提供一种降温式电商模式预测的线上诊断系统及其诊断方法,包括后台服务器组、用于诊断的终端以及设置在若干企业中的前台客户端计算机组成的网络,每一个企业对应一台前台客户端计算机,所述的后台服务器组包括数据库服务器和应用服务器;其中所述的数据库服务器,所述的数据库服务器中包含有第一动态诊断模块和第一动态数据库,所述的第一动态数据库也就是数据源数据库,所述的用于诊断的终端中包含有前台查询模块,所述的前台客户端计算机中带有前台处理模块,所述的应用服务器,所述的应用服务器中包括有第二动态诊断模块和第二动态数据库。并通过方法降低了现有技术中缺乏对转型的科学、体系的判断与诊断、无法让企业对自身转型发展做出正确的诊断使得决策风险增大、对于新增的企业进行诊断缺乏有效的措施以及数据库服务器就会出现过热的现象的缺陷。

[0004] 为了克服现有技术中的不足,本发明提供了一种降温式电商模式预测的线上诊断系统及其诊断方法的解决方案,具体如下:

[0005] 一种降温式电商模式预测的线上诊断系统,包括后台服务器组、用于诊断的终端以及设置在若干企业中的前台客户端计算机组成的网络,每一个企业对应一台前台客户端计算机,所述的后台服务器组包括数据库服务器和应用服务器;其中所述的数据库服务器,所述的数据库服务器中包含有第一动态诊断模块和第一动态数据库,所述的第一动态数据库也就是数据源数据库,所述的用于诊断的终端中包含有前台查询模块,所述的前台客户端计算机中带有前台处理模块,所述的应用服务器,所述的应用服务器中包括有第二动态诊断模块和第二动态数据库;所述的数据库服务器上设置有温度继电器1,所述的温度继电器1带有常开触点,所述的温度继电器1的温度上限值设定为所述的数据库服务器的最大正常工作温度值,所述的常开触点串联在散热风扇2和散热风扇的电源3之间,所述的散热风扇2正对着数据库服务器。

[0006] 所述的第二动态数据库包括产品数据表、交易数据表、营销数据表和品牌数据表。

[0007] 所述的第一动态诊断模块用于将每个企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图作为一条记录存储在所述第一动态数据库中；用于根据该企业名称在所述第一动态数据库中查询到记录 中的企业名称同该查询指令中的企业名称一致的那条记录，并把该记录中的数据发送到用于诊断的终端进行处理。

[0008] 所述的第二动态诊断模块用于把该指令中的前台客户端计算机的 IP 地址作为目的地址发出允许传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令；用于把接收到的企业的产品、交易、营销和品牌的信息分别存储到第二动态数据库中的产品数据表、交易数据表、营销数据表和品牌数据表；用于用波士顿矩阵分析方法来进行诊断；用于把每个企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图发送给所述的数据库服务器。

[0009] 所述的前台查询模块用于对数据服务器发出包含有企业名称的查询命令。

[0010] 所述的降温式电商模式预测的线上诊断系统的诊断方法，步骤如下：

[0011] 步骤 1：首先往所述的前台客户端计算机中存入企业的产品、交易、营销和品牌的信息，其中品牌的信息包括企业名称、企业地址、企业网址、企业性质、人员规模、投资规模、所在行业、主营业务、组织机构、企业行业排名、品牌影响力、企业信息化管理现状、电商化现状、线上平台运营状况；产品的信息包括工厂情况、物流中心信息、产品详情、生产效率、产品战略规划；营销的信息包括销售区域和门店信息、产品销售业绩、产品营销战略规划，所述的产品销售业绩包括每一种产品的去年年度的 11 月份和 12 月份的线上的销售业绩和线下的销售业绩；所述的交易信息包括去年年度的 11 月份和 12 月份的 营业额、运营现状、去年年度的 11 月份和 12 月份的成本分析，所述的成本分析的信息包括自身成本、人工成本、市场竞争成本、特殊成本；

[0012] 步骤 2：所述的前台客户端计算机中存入企业的产品、交易、营销和品牌的信息后，前台处理模块就对所述的应用服务器发送包含有前台客户端计算机的 IP 地址的请求传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令，所述的应用服务器接收到该包含有前台客户端计算机的 IP 地址的请求传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令后，就启动第二动态诊断模块把该指令中的前台客户端计算机的 IP 地址作为目的地址发出允许传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令，这样前台客户端计算机接收到该允许传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令后，就把所述的存入的企业的产品、交易、营销和品牌的信息发送到所述的应用服务器中，这样第二动态诊断模块就把接收到的企业的产品、交易、营销和品牌的信息分别存储到第二动态数据库中的产品数据表、交易数据表、营销数据表和品牌数据表，其中产品的信息中的工厂情况、物流中心信息、产品详情、生产效率、产品战略规划在产品数据表中形成一条记录；营销的信息中的销售区域和门店信息、产品销售业绩、产品营销战略规划在营销数据表中形成一条记录；交易信息中的去年年度的 11 月份和 12 月份的营业额、运营现状、成本分析在交易数据表中形成一条记录；品牌的

信息中的企业名称、企业地址、企业网址、企业性质、人员规模、投资规模、所在行业、主营业务、组织机构、企业行业排名、品牌影响力、企业信息化管理现状、电商化现状、线上平台运营状况在品牌数据表中形成一条记录；

[0013] 步骤3:在所有的前台客户端计算机中存入的企业产品、交易、营销和品牌的信息都存入第二动态数据库后,所述的第二动态诊断模块就用波士顿矩阵分析方法来进行诊断,具体说来就是分别把每一个企业在第二动态数据库对应的记录中的去年年度的11月份和12月份的线上的销售业绩和线下的销售业绩,去年年度的11月份和12月份的成本分析提取出来,分别对每个企业的去年年度的11月份的线上的销售业绩和去年年度的11月份的线下销售业绩求和得到去年年度的11月份的销售业绩总和,以及分别对每个企业的去年年度的12月份的线上的销售业绩和去年年度的12月份的线下销售业绩求和得到去年年度的12月份的销售业绩总和,然后把去年年度的12月份的销售业绩总和减去去年年度的11月份的销售业绩总和,所得的差值除以去年年度的11月份的销售业绩总和,即得到去年年度的12月份的销售业绩相对于去年年度的11月份的销售业绩的销售增长率,销售增长率再乘以100就得到针对该企业销售增长的评分值 S_{1i} ,其中 S_{1i} 为第*i*家企业的企业销售增长的评分值,*i*为自然数;

[0014] 步骤4:再根据提取出来的去年年度的11月份和12月份的成本分析,分别对每个企业的去年年度的11月份的成本分析的所有条目求和得到去年年度的11月份的成本分析总和,以及分别对每个企业的去年年度的12月份的成本分析的所有条目求和得到去年年度的12月份的营销投入总和,然后把去年年度的12月份的营销投入总和减去去年年度的11月份的营销投入总和,所得的差值除以去年年度的11月份的营销投入总和,即得到去年年度的12月份的营销投入相对于去年年度的11月份的营销投入的增长率,营销投入的增长率再乘以100就得到针对该企业营销投入的评分值 S_{2i} ,其中 S_{2i} 为第*i*家企业的企业营销投入的评分值,*i*为自然数;

[0015] 步骤5:接着分别对每个企业求取企业销售增长的加权评分值和企业营销投入的加权评分值,具体说来,第*i*家企业的企业销售增长的加权评分值为: $S_{1i} * W_{1i}$,第*i*家企业的企业营销投入的加权评分值为: $S_{2i} * W_{2i}$,其中 W_{1i} 为第*i*家企业的销售增长的权重值,其中 W_{2i} 为第*i*家企业的营销投入的权重值,*i*为自然数;

[0016] 步骤6:把第*i*家企业的企业销售增长的加权评分值和第*i*家企业的企业营销投入的加权评分值相加得到第*i*家企业的总加权评分 S_i ;

[0017] 步骤7:再求取所有企业的总加权评分 TS_n , $TS_n = S_1 + S_2 + \dots + S_n$;求取所有企业的总加权评分平均值 LS_n , $LS_n = (S_1 + S_2 + \dots + S_n) / n$;求取所有企业的企业销售增长的加权评分平均值 $LS_{1n} = (S_{11} * W_{11} + S_{12} * W_{12} + \dots + S_{1n} * W_{1n}) / n$;求取所有企业的企业营销投入的加权评分平均值 $LS_{2n} = (S_{21} * W_{21} + S_{22} * W_{22} + \dots + S_{2n} * W_{2n}) / n$;

[0018] 步骤8:构建现有坐标系,其中横坐标表示企业的企业销售增长的加权评分值,纵坐标表示企业的企业营销投入的加权评分值,在此现有坐标系的横坐标为 $LS_{1n}/2$ 的位置做一条纵向线,而在此现有坐标系的纵坐标为 $LS_{2n}/2$ 的位置做一条横向线,此横向线和纵向线相互交叉分割出右下部区域、右上部区域、左上部区域和左下部区域;

[0019] 步骤9:随后把每个企业的企业销售增长的加权评分值作为该现有坐标系的横坐标,而该企业的企业营销投入的加权评分值作为该现有坐标系的纵坐标,形成该企业对应

的坐标点显示在该现有坐标系上,根据其在该现有坐标系中所对应的坐标点落入的区域来判断其营业类型,具体如下判断:

[0020] 如果坐标点落入右下部区域,该企业即为高增长低投入企业;

[0021] 如果坐标点落入右上部区域,该企业即为高增长高投入企业;

[0022] 如果坐标点落入左下部区域,该企业即为低增长低投入企业;

[0023] 如果坐标点落入左上部区域,该企业即为低增长高投入企业;

[0024] 步骤 10 :将该判断结果显示在现有坐标系上作为该企业的坐标分析图;

[0025] 步骤 11 :接着第二动态诊断模块把每个企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图发送给所述的数据库服务器;

[0026] 步骤 12 :然后第一动态诊断模块将每个企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图作为一条记录存储在所述第一动态数据库中;

[0027] 步骤 13 :在所述的用于诊断的终端的前台查询模块对数据服务器发出包含有企业名称的查询命令,而第一动态诊断模块就会根据该企业名称在所述第一动态数据库中查询到记录中的企业名称同该查询指令中的企业名称一致的那条记录,并把该记录中的数据发送到用于诊断的终端进行处理;

[0028] 步骤 14 :当有一台新增的前台客户端计算机连入时,首先往所述的新增前台客户端计算机中存入企业的产品、交易、营销和品牌的信息,其中品牌的信息包括企业名称、企业地址、企业网址、企业性质、人员规模、投资规模、所在行业、主营业务、组织机构、企业行业排名、品牌影响力、企业信息化管理 现状、电商化现状、线上平台运营状况;产品的信息包括工厂情况、物流中心信息、产品详情、生产效率、产品战略规划;营销的信息包括销售区域和门店信息、产品销售业绩、产品营销战略规划,所述的产品销售业绩包括每一种产品的去年年度的 11 月份和 12 月份的线上的销售业绩和线下的销售业绩;所述的交易信息包括去年年度的 11 月份和 12 月份的营业额、运营现状、去年年度的 11 月份和 12 月份的成本分析,所述的成本分析的信息包括自身成本、人工成本、市场竞争成本、特殊成本;

[0029] 步骤 15 :所述的新增的前台客户端计算机中存入企业的产品、交易、营销和品牌的信息后,前台处理模块就对所述的应用服务器发送包含有前台客户端计算机的 IP 地址的请求传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令,所述的应用服务器接收到该包含有前台客户端计算机的 IP 地址的请求传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令后,就启动第二动态诊断模块把该指令中的前台客户端计算机的 IP 地址作为目的地址发出允许传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令,这样新增的前台客户端计算机接收到该允许传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令后,就把所述的存入的企业的产品、交易、营销和品牌的信息发送到所述的应用服务器中,这样第二动态诊断模块就把接收到的企业的产品、交易、营销和品牌的信息分别存储到第二动态数据库中的产品数据表、

交易数据表、营销数据表和品牌数据表,其中产品的信息中的工厂情况、物流中心信息、产品详情、生产效率、产品战略规划在产品数据表中形成一条记录;营销的信息中的销售区域和门店信息、产品销售业绩、产品营销战略规划在营销数据表中形成一条记录;交易信息中的去年年度的11月份和12月份的营业额、运营现状、成本分析在交易数据表中形成一条记录;品牌的信息中的企业名称、企业地址、企业网址、企业性质、人员规模、投资规模、所在行业、主营业务、组织机构、企业行业排名、品牌影响力、企业信息化管理现状、电商化现状、线上平台运营状况在品牌数据表中形成一条记录;

[0030] 步骤16:在该新增的前台客户端计算机中存入的企业产品、交易、营销和品牌的信息都存入第二动态数据库后,所述的第二动态诊断模块就用波士顿矩阵分析方法来进行诊断,具体说来就是分别把该新增的企业在第二动态数据库对应的记录中的去年年度的11月份和12月份的线上的销售业绩和线下的销售业绩,去年年度的11月份和12月份的成本分析提取出来,对该新增企业的去年年度的11月份的线上的销售业绩和去年年度的11月份的线下销售业绩求和得到去年年度的11月份的销售业绩总和,以及对该新增企业的去年年度的12月份的线上的销售业绩和去年年度的12月份的线下销售业绩求和得到去年年度的12月份的销售业绩总和,然后把去年年度的12月份的销售业绩总和减去去年年度的11月份的销售业绩总和,所得的差值除以去年年度的11月份的销售业绩总和,即得到去年年度的12月份的销售业绩相对于去年年度的11月份的销售业绩的销售增长率,销售增长率再乘以100就得到针对该新增企业销售增长的评分值 $S_{1(n+1)}$,其中 $S_{1(n+1)}$ 为该新增企业的企业销售增长的评分值, i 为自然数, n 为原有的企业的数量;

[0031] 步骤17:再根据提取出来的去年年度的11月份和12月份的成本分析,分别对该新增企业的去年年度的11月份的成本分析的所有条目求和得到去年年度的11月份的成本分析总和,以及分别对该新增企业的去年年度的12月份的成本分析的所有条目求和得到去年年度的12月份的营销投入总和,然后把去年年度的12月份的营销投入总和减去去年年度的11月份的营销投入总和,所得的差值除以去年年度的11月份的营销投入总和,即得到去年年度的12月份的营销投入相对于去年年度的11月份的营销投入的增长率,营销投入的增长率再乘以100就得到针对该新增企业营销投入的评分值 $S_{2(n+1)}$,其中 $S_{2(n+1)}$ 为该新增企业的企业营销投入的评分值, i 为自然数;

[0032] 步骤18:接着分别对该新增企业求取企业销售增长的加权评分值和企业营销投入的加权评分值,具体说来,该新增企业的企业销售增长的加权评分值为: $S_{1(n+1)} * W_{1(n+1)}$,该新增企业的企业营销投入的加权评分值为: $S_{2(n+1)} * W_{2(n+1)}$,其中 $W_{1(n+1)}$ 为新增企业的销售增长的权重值,其中 $W_{2(n+1)}$ 为新增企业的营销投入的权重值, i 为自然数;

[0033] 步骤19:随后把新增企业的企业销售增长的加权评分值作为现有坐标系的横坐标,而该企业的企业营销投入的加权评分值作为该现有坐标系的纵坐标,形成该企业对应的坐标点显示在现有坐标系上,根据其在现有坐标系中所对应的坐标点落入的区域来判断其营业类型,具体如下判断:

[0034] 如果坐标点落入右下部区域,该企业即为高增长低投入企业;

[0035] 如果坐标点落入右上部区域,该企业即为高增长高投入企业;

[0036] 如果坐标点落入左下部区域,该企业即为低增长低投入企业;

[0037] 如果坐标点落入左上部区域,该企业即为低增长高投入企业;

[0038] 步骤 20 :将该判断结果显示在现有坐标系上作为新增企业的坐标分析图,把新增企业的企业销售增长的加权评分值和新增企业的企业营销投入的加权评分值相加得到新增企业的总加权评分 S_{n+1} ;

[0039] 步骤 21 :接着第二动态诊断模块把新增企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图发送给所述的数据库服务器;

[0040] 步骤 22 :然后第一动态诊断模块将新增企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图作为一条记录存储在第一动态数据库中;

[0041] 步骤 23 :在所述的用于诊断的终端的前台查询模块对数据服务器发出包含有新增企业名称的查询命令,而第一动态诊断模块就会根据该新增企业名称在第一动态数据库中查询到记录中的企业名称同该查询指令中的企业名称一致的那条记录,并把该记录中的数据发送到用于诊断的终端进行处理;

[0042] 步骤 24 :再求取包括新增企业的所有企业的总加权评分 TS_{n+1} , $TS_{n+1} = S_1 + S_2 + \dots + S_{n+1}$;求取所有企业的总加权评分平均值 LS_{n+1} , $LS_{n+1} = (S_1 + S_2 + \dots + S_{n+1}) / (n+1)$;求取所有企业的企业销售增长的加权评分平均值 $LS_{1(n+1)} = (S_{11} * W_{11} + S_{12} * W_{12} + \dots + S_{1(n+1)} * W_{1(n+1)}) / (n+1)$;求取所有企业的企业营销投入的加权评分平均值 $LS_{2(n+1)} = (S_{21} * W_{21} + S_{22} * W_{22} + \dots + S_{2(n+1)} * W_{2(n+1)}) / (n+1)$;

[0043] 步骤 25 :构建现有坐标系,其中横坐标表示企业的企业销售增长的加权评分值,纵坐标表示企业的企业营销投入的加权评分值,在此现有坐标系的横坐标为 $LS_{1(n+1)}/2$ 的位置做一条纵向线,而在此现有坐标系的纵坐标为 $LS_{2(n+1)}/2$ 的位置做一条横向线,此横向线和纵向线相互交叉分割出右下部区域、右上部区域、左上部区域和左下部区域,用该现有坐标系替换原先的现有坐标系。

[0044] 所述的 W_{1i} 的取值为如果企业的销售业绩中存在线上的销售业绩, W_{1i} 就取值为 1.5,如果企业的销售业绩中不存在线上的销售业绩, W_{1i} 就取值为 1.0;所述的 W_{2i} 的取值为如果企业的销售业绩中存在线上的销售业绩, W_{2i} 就取值为 1.5,如果企业的销售业绩中不存在线上的销售业绩, W_{2i} 就取值为 1.0。

[0045] 所述的企业信息化管理现状包括是属于 ERP 还是 CRM 的信息;所述的电商化现状包括是否自建平台、是否第三方平台、具体所属种类的信息;所述的线上平台状况包括平台投入情况、产出现状和预期、线上产品毛利的信息;所述的产品详情包括每一种产品的技术优势、技术劣势、卖点、专利情况、生命周期;所述的生产效率包括物流时间、货期、售后反馈时间的信息。

[0046] 所述的销售区域和门店信息包括门店布局、区域销售情况、门店销售情况的信息。

[0047] 所述的产品战略规划包括是否有现阶段产品战略、产品战略规划的内容。

[0048] 所述的产品营销战略规划包括是否有现阶段产片营销策略、营销策略是什么。

[0049] 所述的运营现状的信息包括存货信息、场租信息、其他费用信息、产品平均毛利信息、行业平均毛利信息。

[0050] 应用本发明上述方案,对企业线上管理中所涉及的产品/交易/营销/品牌等商业化指标进行分析。本发明能够发现企业线上管理过程中的指标问题,并以数据支撑的形式量化管理效能及策略偏差,辅助决策,可根据不同企业平台承载量级不同来定义诊断标杆,为企业线上管理行为作决策参考。所述的数据库服务器上设置有温度继电器 1,所述的温度继电器 1 带有常开触点,所述的温度继电器 1 的温度上限值设定为所述的数据库服务器的最大正常工作温度值,所述的常开触点串联在散热风扇 2 和散热风扇的电源之间,所述的散热风扇 2 正对着数据库服务器,这样正在数据库服务器的温度达到了最大正常工作温度时,常开触点闭合,最终启动了散热风扇对数据库服务器进行散热。

附图说明

[0051] 图 1 为本发明的降温式电商模式预测的线上诊断系统的原理结构示意图。

[0052] 图 2 为本发明的散热风扇的连接示意图。

具体实施方式

[0053] 下面结合附图和实施例对发明内容作进一步说明:

[0054] 参照图 1、图 2 所示,降温式电商模式预测的线上诊断系统,包括后台服务器组、用于诊断的终端以及设置在若干企业中的前台客户端计算机组成的网络,能够对企业运营管理过程中设计的变量商业因素:即产品、交易、营销和品牌四大方面进行全面分析,从而得到供给企业的电商化可行性及相应的契合电商模式的信息,每一个企业对应一台前台客户端计算机,所述的后台服务器组包括数据库服务器和应用服务器,统一为前台客户端计算机的应用提供支撑服务;其中所述的数据库服务器,所述的数据库服务器中包含有第一动态诊断模块和第一动态数据库,所述的第一动态数据库也就是数据源数据库,也就是用于存储企业线上平台管理的所有过程数据,包含诊断线索数据、动态诊断指标体系、诊断流程、条件和规则,以及企业的诊断录入数据,所述的用于诊断的终端中包含有前台查询模块,所述的前台客户端计算机中带有前台处理模块,所述的应用服务器,所述的应用服务器中包括有第二动态诊断模块和第二动态数据库,也就是用于接收来自前台客户端计算机录入的企业数据信息,根据动态诊断指标体系,运用相应的流程、条件和规则,根据对应的诊断分析算法进行参比打分。所述的第二动态数据库包括产品数据表、交易数据表、营销数据表和品牌数据表。所述的第一动态诊断模块用于将每个企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图作为一条记录存储在所述第一动态数据库中;用于根据该企业名称在所述第一动态数据库中查询到记录中的企业名称同该查询指令中的企业名称一致的那条记录,并把该记录中的数据发送到用于诊断的终端进行处理。所述的第二动态诊断模块用于把该指令中的前台客户端计算机的 IP 地址作为目的地址发出允许传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令;用于把接收到的企业的产品、交易、营销和品牌的品牌的信息分别存储到第二

动态数据库中的产品数据表、交易数据表、营销数据表和品牌数据表；用于用波士顿矩阵分析方法来进行诊断；用于把每个企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图发送给所述的数据库服务器。所述的前台查询模块用于对数据服务器发出包含有企业名称的查询命令。；所述的数据库服务器上设置有温度继电器 1，所述的温度继电器 1 带有常开触点，所述的温度继电器 1 的温度上限值设定为所述的数据库服务器的最大正常工作温度值，所述的常开触点串联在散热风扇 2 和散热风扇的电源 3 之间，所述的散热风扇 2 正对着数据库服务器

[0055] 所述的降温式电商模式预测的线上诊断系统的诊断方法，通过基于转型经济模型、经济增长模型、企业管理理论、统计学数理统计方法而形成的动态诊断指标体系进行分析评价，步骤如下：

[0056] 步骤 1：首先往所述的前台客户端计算机中存入企业的产品、交易、营销和品牌的信息，其中品牌的信息包括企业名称、企业地址、企业网址、企业性质、人员规模、投资规模、所在行业、主营业务、组织机构、企业行业排名、品牌影响力、企业信息化管理现状、电商化现状、线上平台运营状况；产品的信息包括工厂情况、物流中心信息、产品详情、生产效率、产品战略规划；营销的信息包括销售区域和门店信息、产品销售业绩、产品营销战略规划，所述的产品销售业绩包括每一种产品的去年年度的 11 月份和 12 月份的线上的销售业绩和线下的销售业绩；所述的交易信息包括去年年度的 11 月份和 12 月份的营业额、运营现状、去年年度的 11 月份和 12 月份的成本分析，所述的成本分析的信息包括自身成本、人工成本、市场竞争成本、特殊成本；

[0057] 步骤 2：所述的前台客户端计算机中存入企业的产品、交易、营销和品牌的信息后，前台处理模块就对所述的应用服务器发送包含有前台客户端计算机的 IP 地址的请求传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令，所述的应用服务器接收到该包含有前台客户端计算机的 IP 地址的请求传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令后，就启动第二动态诊断模块把该指令中的前台客户端计算机的 IP 地址作为目的地址发出允许传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令，这样前台客户端计算机接收到该允许传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令后，就把所述的存入的企业的产品、交易、营销和品牌的信息发送到所述的应用服务器中，这样第二动态诊断模块就把接收到的企业的产品、交易、营销和品牌的信息分别存储到第二动态数据库中的产品数据表、交易数据表、营销数据表和品牌数据表，其中产品的信息中的工厂情况、物流中心信息、产品详情、生产效率、产品战略规划在产品数据表中形成一条记录；营销的信息中的销售区域和门店信息、产品销售业绩、产品营销战略规划在营销数据表中形成一条记录；交易信息中的去年年度的 11 月份和 12 月份的营业额、运营现状、成本分析在交易数据表中形成一条记录；品牌的信息中的企业名称、企业地址、企业网址、企业性质、人员规模、投资规模、所在行业、主营业务、组织机构、企业行业排名、品牌影响力、企业信息化管理现状、电商化现状、线上平台运营状况在品牌数据表中形成一条记录；

[0058] 步骤 3：在所有的前台客户端计算机中存入的企业的产品、交易、营销和品牌的信

息都存入第二动态数据库后,所述的第二动态诊断模块就用波士顿矩阵分析方法来进行诊断,具体说来就是分别把每一个企业在第二动态数据库对应的记录中的去年年度的 11 月份和 12 月份的线上的销售业绩和线下的销售业绩,去年年度的 11 月份和 12 月份的成本分析提取出来,分别对每个企业的去年年度的 11 月份的线上的销售业绩和去年年度的 11 月份的线下销售业绩求和得到去年年度的 11 月份的销售业绩总和,以及分别对每个企业的去年年度的 12 月份的线上的销售业绩和去年年度的 12 月份的线下销售业绩求和得到去年年度的 12 月份的销售业绩总和,然后把去年年度的 12 月份的销售业绩总和减去去年年度的 11 月份的销售业绩总和,所得的差值除以去年年度的 11 月份的销售业绩总和,即得到去年年度的 12 月份的销售业绩相对于去年年度的 11 月份的销售业绩的销售增长率,销售增长率再乘以 100 就得到针对该企业销售增长的评分值 S_{1i} ,其中 S_{1i} 为第 i 家企业的企业销售增长的评分值, i 为自然数,在本实施例里 S_{11} 为 30, S_{12} 为 40 ;

[0059] 步骤 4 :再根据提取出来的去年年度的 11 月份和 12 月份的成本分析,分别对每个企业的去年年度的 11 月份的成本分析的所有条目求和得到去年年度的 11 月份的成本分析总和,以及分别对每个企业的去年年度的 12 月份的成本分析的所有条目求和得到去年年度的 12 月份的营销投入总和,然后把去年年度的 12 月份的营销投入总和减去去年年度的 11 月份的营销投入总和,所得的差值除以去年年度的 11 月份的营销投入总和,即得到去年年度的 12 月份的营销投入相对于去年年度的 11 月份的营销投入的增长率,营销投入的增长率再乘以 100 就得到针对该企业营销投入的评分值 S_{2i} ,其中 S_{2i} 为第 i 家企业的企业营销投入的评分值, i 为自然数,在本实施例里 S_{21} 为 40, S_{22} 为 50 ;

[0060] 步骤 5 :接着分别对每个企业求取企业销售增长的加权评分值和企业营销投入的加权评分值,具体说来,第 i 家企业的企业销售增长的加权评分值为 : $S_{1i} * W_{1i}$,第 i 家企业的企业营销投入的加权评分值为 : $S_{2i} * W_{2i}$,其中 W_{1i} 为第 i 家企业的销售增长的权重值,其中 W_{2i} 为第 i 家企业的营销投入的权重值, i 为自然数,在本实施例中第 1 家企业的销售增长的权重值为 1,第 2 家企业的销售增长的权重值为 1.5,第 1 家企业的企业营销投入的权重值为 1,第 2 家企业的企业营销投入的权重值为 1.5,由此第 1 家企业的销售增长的加权评分值为 30,第 2 家企业的销售增长的加权评分值为 60,第 1 家企业的营销投入的加权评分值为 40,第 2 家企业的营销投入的加权评分值为 75 ;

[0061] 步骤 6 :把第 i 家企业的企业销售增长的加权评分值和第 i 家企业的企业营销投入的加权评分值相加得到第 i 家企业的总加权评分 S_i ,第 1 家企业的总加权评分为 70,第 2 家企业的总加权评分为 135 ;

[0062] 步骤 7 :再求取所有企业的总加权评分 TS_2 , $TS_2 = 205$;求取所有企业的总加权评分平均值 LS_2 , $LS_n = 102.5$;求取所有企业的企业销售增长的加权评分平均值 $LS_{12} = 45$;求取所有企业的企业营销投入的加权评分平均值 $LS_{2n} = 57.5$,其值为 2 ;

[0063] 步骤 8 :构建现有坐标系,其中横坐标表示企业的企业销售增长的加权评分值,纵坐标表示企业的企业营销投入的加权评分值,在此现有坐标系的横坐标为 $LS_{1n}/2$,即 22.5 的位置做一条纵向线,而在此现有坐标系的纵坐标为 $LS_{2n}/2$,即 28.75 的位置做一条横向线,此横向线和纵向线相互交叉分割出右下部区域、右上部区域、左上部区域和左下部区域 ;

[0064] 步骤 9 :随后把每个企业的企业销售增长的加权评分值作为该现有坐标系的横坐

标,而该企业的企业营销投入的加权评分值作为该现有坐标系的纵坐标,形成该企业对应的坐标点显示在该现有坐标系上,根据其在该现有坐标系中所对应的坐标点落入的区域来判断其营业类型,具体如下判断:

[0065] 如果坐标点落入右下部区域,该企业即为高增长低投入企业;

[0066] 如果坐标点落入右上部区域,该企业即为高增长高投入企业;、

[0067] 如果坐标点落入左下部区域,该企业即为低增长低投入企业;

[0068] 如果坐标点落入左上部区域,该企业即为低增长高投入企业;

[0069] 而第 1 家企业为高增长高投入企业,第 2 家企业也为高增长高投入企业。

[0070] 步骤 10 :将该判断结果显示在现有坐标系上作为该企业的坐标分析图;

[0071] 步骤 11 :接着第二动态诊断模块把每个企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图发送给所述的数据库服务器;

[0072] 步骤 12 :然后第一动态诊断模块将每个企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图作为一条记录存储在所述第一动态数据库中;

[0073] 步骤 13 :在所述的用于诊断的终端的前台查询模块对数据服务器发出包含有企业名称的查询命令,而第一动态诊断模块就会根据该企业名称在所述第一动态数据库中查询到记录中的企业名称同该查询指令中的企业名称一致的那条记录,并把该记录中的数据发送到用于诊断的终端进行处理;

[0074] 步骤 14 :当有一台新增的前台客户端计算机连入时,首先往所述的新增前台客户端计算机中存入企业的产品、交易、营销和品牌的信息,其中品牌的信息包括企业名称、企业地址、企业网址、企业性质、人员规模、投资规模、所在行业、主营业务、组织机构、企业行业排名、品牌影响力、企业信息化管理现状、电商化现状、线上平台运营状况;产品的信息包括工厂情况、物流中心信息、产品详情、生产效率、产品战略规划;营销的信息包括销售区域和门店 信息、产品销售业绩、产品营销战略规划,所述的产品销售业绩包括每一种产品的去年年度的 11 月份和 12 月份的线上的销售业绩和线下的销售业绩;所述的交易信息包括去年年度的 11 月份和 12 月份的营业额、运营现状、去年年度的 11 月份和 12 月份的成本分析,所述的成本分析的信息包括自身成本、人工成本、市场竞争成本、特殊成本;

[0075] 步骤 15 :所述的新增的前台客户端计算机中存入企业的产品、交易、营销和品牌的信息后,前台处理模块就对所述的应用服务器发送包含有前台客户端计算机的 IP 地址的请求传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令,所述的应用服务器接收到该包含有前台客户端计算机的 IP 地址的请求传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令后,就启动第二动态诊断模块把该指令中的前台客户端计算机的 IP 地址作为目的地址发出允许传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令,这样新增的前台客户端计算机接收到该允许传输企业的产品、交易、营销和品牌的信息的指令后,就把所述的存入的企业的

产品、交易、营销和品牌的信息发送到所述的应用服务器中,这样第二动态诊断模块就把接收到的企业的产品、交易、营销和品牌的信息分别存储到第二动态数据库中的产品数据表、交易数据表、营销数据表和品牌数据表,其中产品的信息中的工厂情况、物流中心信息、产品详情、生产效率、产品战略规划在产品数据表中形成一条记录;营销的信息中的销售区域和门店信息、产品销售业绩、产品营销战略规划在营销数据表中形成一条记录;交易信息中的去年年度的11月份和12月份的营业额、运营现状、成本分析在交易数据表中形成一条记录;品牌的信息中的企业名称、企业地址、企业网址、企业性质、人员规模、投资规模、所在行业、主营业务、组织机构、企业行业排名、品牌影响力、企业信息化管理现状、电商化现状、线上平台运营状况在品牌数据表中形成一条记录;

[0076] 步骤16:在该新增的前台客户端计算机中存入的企业产品、交易、营销和品牌的信息都存入第二动态数据库后,所述的第二动态诊断模块就用波士顿矩阵分析方法来进行诊断,具体说来就是分别把该新增的企业在第二动态数据库对应的记录中的去年年度的11月份和12月份的线上的销售业绩和线下的销售业绩,去年年度的11月份和12月份的成本分析提取出来,对该新增企业的去年年度的11月份的线上的销售业绩和去年年度的11月份的线下销售业绩求和得到去年年度的11月份的销售业绩总和,以及对该新增企业的去年年度的12月份的线上的销售业绩和去年年度的12月份的线下销售业绩求和得到去年年度的12月份的销售业绩总和,然后把去年年度的12月份的销售业绩总和减去去年年度的11月份的销售业绩总和,所得的差值除以去年年度的11月份的销售业绩总和,即得到去年年度的12月份的销售业绩相对于去年年度的11月份的销售业绩的销售增长率,销售增长率再乘以100就得到针对该新增企业销售增长的评分值 $S_{1(n+1)}$,其中 $S_{1(n+1)}$ 为该新增企业的企业销售增长的评分值, i 为自然数, n 为原有的企业的数量;

[0077] 步骤17:再根据提取出来的去年年度的11月份和12月份的成本分析,分别对该新增企业的去年年度的11月份的成本分析的所有条目求和得到去年年度的11月份的成本分析总和,以及分别对该新增企业的去年年度的12月份的成本分析的所有条目求和得到去年年度的12月份的营销投入总和,然后把去年年度的12月份的营销投入总和减去去年年度的11月份的营销投入总和,所得的差值除以去年年度的11月份的营销投入总和,即得到去年年度的12月份的营销投入相对于去年年度的11月份的营销投入的增长率,营销投入的增长率再乘以100就得到针对该新增企业营销投入的评分值 $S_{2(n+1)}$,其中 $S_{2(n+1)}$ 为该新增企业的企业营销投入的评分值, i 为自然数;

[0078] 步骤18:接着分别对该新增企业求取企业销售增长的加权评分值和企业营销投入的加权评分值,具体说来,该新增企业的企业销售增长的加权评分值为: $S_{1(n+1)} * W_{1(n+1)}$,该新增企业的企业营销投入的加权评分值为: $S_{2(n+1)} * W_{2(n+1)}$,其中 $W_{1(n+1)}$ 为新增企业的销售增长的权重值,其中 $W_{2(n+1)}$ 为新增企业的营销投入的权重值, i 为自然数;

[0079] 步骤19:随后把新增企业的企业销售增长的加权评分值作为现有坐标系的横坐标,而该企业的企业营销投入的加权评分值作为该现有坐标系的纵坐标,形成该企业对应的坐标点显示在现有坐标系上,根据其在现有坐标系中所对应的坐标点落入的区域来判断其营业类型,具体如下判断:

[0080] 如果坐标点落入右下部区域,该企业即为高增长低投入企业;

[0081] 如果坐标点落入右上部区域,该企业即为高增长高投入企业;、

[0082] 如果坐标点落入左下部区域,该企业即为低增长低投入企业;

[0083] 如果坐标点落入左上部区域,该企业即为低增长高投入企业;

[0084] 步骤 20 :将该判断结果显示在现有坐标系上作为新增企业的坐标分析图,把新增企业的企业销售增长的加权评分值和新增企业的企业营销投入的加权评分值相加得到新增企业的总加权评分 S_{n+1} ;

[0085] 步骤 21 :接着第二动态诊断模块把新增企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图发送给所述的数据库服务器;

[0086] 步骤 22 :然后第一动态诊断模块将新增企业的产品、交易、营销、品牌、企业销售增长的评分值、企业营销投入的评分值、企业销售增长的加权评分值、企业营销投入的加权评分值、所有企业的总加权评分、所有企业的总加权评分平均值、所有企业的企业销售增长的加权评分平均值、所有企业的企业营销投入的加权评分平均值的信息、营业类型以及企业的坐标分析图作为一条记录存储在第一动态数据库中;

[0087] 步骤 23 :在所述的用于诊断的终端的前台查询模块对数据服务器发出包含有新增企业名称的查询命令,而第一动态诊断模块就会根据该新增企业名称在第一动态数据库中查询到记录中的企业名称同该查询指令中的企业名称一致的那条记录,并把该记录中的数据发送到用于诊断的终端进行处理;

[0088] 步骤 24 :再求取包括新增企业的所有企业的总加权评分 TS_{n+1} , $TS_{n+1} = S_1 + S_2 + \dots + S_{n+1}$;求取所有企业的总加权评分平均值 LS_{n+1} , $LS_{n+1} = (S_1 + S_2 + \dots + S_{n+1}) / (n+1)$;求取所有企业的企业销售增长的加权评分平均值 $LS_{1(n+1)} = (S_{11} * W_{11} + S_{12} * W_{12} + \dots + S_{1(n+1)} * W_{1(n+1)}) / (n+1)$;求取所有企业的企业营销投入的加权评分平均值 $LS_{2(n+1)} = (S_{21} * W_{21} + S_{22} * W_{22} + \dots + S_{2(n+1)} * W_{2(n+1)}) / (n+1)$;

[0089] 步骤 25 :构建现有坐标系,其中横坐标表示企业的企业销售增长的加权评分值,纵坐标表示企业的企业营销投入的加权评分值,在此现有坐标系的横坐标为 $LS_{1(n+1)} / 2$ 的位置做一条纵向线,而在此现有坐标系的纵坐标为 $LS_{2(n+1)} / 2$ 的位置做一条横向线,此横向线和纵向线相互交叉分割出右下部区域、右上部区域、左上部区域和左下部区域,用该现有坐标系替换原先的现有坐标系。

[0090] 所述的 W_{1i} 的取值为如果企业的销售业绩中存在线上的销售业绩, W_{1i} 就取值为 1.5,如果企业的销售业绩中存在线上的销售业绩, W_{1i} 就取值为 1.0;所述的 W_{2i} 的取值为如果企业的销售业绩中存在线上的销售业绩, W_{1i} 就取值为 1.5,如果企业的销售业绩中存在线上的销售业绩, W_{2i} 就取值为 1.0。所述的企业信息化管理现状包括是属于 ERP 还是 CRM 的信息。所述的电商化现状包括是否自建平台、是否第三方平台、具体所属种类的信息。所述的线上平台状况包括平台投入情况、产出现状和预期、线上产品毛利的信息。所述的产品详情包括每一种产品的技术优势、技术劣势、卖点、专利情况、生命周期。所述的生产效率包括物流时间、货期、售后反馈时间的信息。所述的销售区域和门店信息包括门店布局、区域销售情况、门店销售情况的信息。所述的产品战略规划包括是否有现阶段产品战略、产品战略规划的内容。所述的产品营销战略规划包括是否有现阶段产片营销策略、营销策略是什

么。所述的运营现状的信息包括存货信息、场租信息、其他费用信息、产品平均毛利信息、行业平均毛利信息。正在数据库服务器的温度达到了最大正常工作温度时,常开触点闭合,最终启动了散热风扇对数据库服务器进行散热。

[0091] 以上所述,仅是本发明的较佳实施例而已,并非对本发明作任何形式上的限制,虽然本发明已以较佳实施例揭露如上,然而并非用以限定本发明,任何熟悉本专业的技术人员,在不脱离本发明技术方案范围内,当可利用上述揭示的技术内容做出些许更动或修饰为等同变化的等效实施例,但凡是未脱离本发明技术方案内容,依据本发明的技术实质,在本发明的精神和原则之内,对以上实施例所作的任何简单的修改、等同替换与改进等,均仍属于本发明技术方案的保护范围之内。

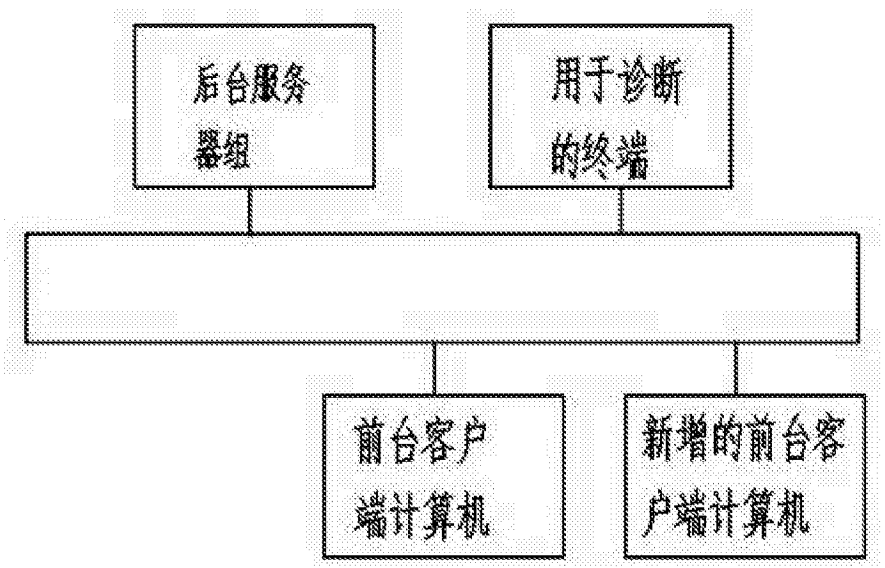


图 1

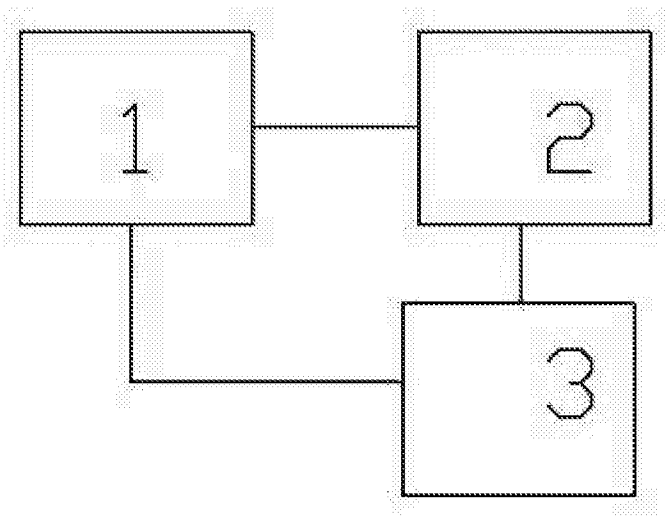


图 2