

案例15：金利来整合分销资源管理 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/36/2021_2022__E6_A1_88_E4_BE_8B15_EF_BC_c31_36775.htm DRP（分销资源管理）系统，即企业的分销网络系统，目的是使企业对订单和供货具有快速反应和持续补充库存的能力。系统依托于互联网，将制造商（或供应商）与代理商（或经销商）有机地联系在一起，可以自动处理制造商（或供应商）及其遍布全国各地的代理商（或经销商）之间的仓储管理、销售管理和订购管理。经过反复的比较和调研，金利来选中了富基旋风开发的DRP系统。通过将代理商加入供应链系统，金利来公司正在对其原有系统进行拓展，创建一个端对端的金利来供应链管理系统。这样，金利来就为其供应链通讯的成功铺平了道路，同时通过采用低成本快速扩张战略，逐步将品牌、货品资源、IT系统作为核心战略资源输出到代理商及其门店，最终建立起策略联盟，这也为国内类似企业的管理树立了楷模。

一、调查研究 金利来公司在中国的生产总部每周大约生产价值几十万美金的产品，销售是通过其遍布全国各地的代理商而不是直接销售给最终用户。因此金利来公司必须依赖有效的通信和订购系统来保证各个分销商和零售商都有适当的货物库存。多年来，金利来公司一直想使用电子数据交换（EDI）来自动处理和大的分销商之间的订单和供应问题。但是，由于EDI的高成本和使用的复杂性，使公司和分销商望而生畏，特别是小分销商们实现这种系统更为困难。通常，这些小的分销商是通过传真或电话来进行订购和查询订单状态，并了解公司库存是否有它们想要的产品等。于是，金利来公司就

进行了一次调查，了解顾客、代理商/分公司、各部门对销售信息系统的需求情况。调查结果表明，代理商最明显的需求是仓储信息、订单处理进度信息和订单条目，而各部门、分公司则对各代理商的销售情况最为关心。基于这些需求，金利来与流通领域高端应用解决方案提供商富基旋风科技有限公司开始了接触。

二、拟订方案 富基与金利来合作双方认为：金利来经过多年的发展，已拥有稳定庞大的消费群，其品牌价值和影响力与日俱增；但同时金利来的市场反应速度、准确性和分析方法越来越跟不上公司的发展进程；代理商和潜在的经销商对公司的信息需求也越来越强烈；公司已采用ERP系统，具备了实现新的信息战略的基础；Internet又缩小了企业规模与采用新的IT技术的差异，因而通过低成本加强管理，将金利来现有的资源有效发挥，将会对市场产生更强大的作用力。于是金利来DRP系统解决方案就此产生。通过将金利来代理商及代理商所属专柜或专卖店进行业务整合，并与金利来ERP系统一起组建金利来业务网站，达到加快供应链反应速度、提高企业凝聚力和 market 洞察力及企业发展力的目的。金利来DRP系统由4部分组成：集团管理系统、代理商管理系统、专卖店管理系统、接口管理系统。在这4部分中，金利来集团管理系统可以实现金利来总部对代理商及其下属门店的进销存信息查询分析，并对代理商的系统进行管理和维护；金利来代理商管理系统则在代理商级实现进销存自动管理，并提供相关决策分析及业务指导；金利来专卖店管理系统在专卖店级实现进销存管理及相关数据的分析；金利来接口管理系统主要包括集团ERP与金利来DRP系统的信息数据交互和专卖店与DRP数据中心的信息交互。这套系

统为金利来的业务经营及与贸易伙伴的合作提供了一种全新的模式。金利来和经销商之间可以实时地提交订单、查询产品供应和库存状况、并获得市场销售信息及客户支持，实现金利来与经销商之间端到端的供应链管理，有效地缩短供应链。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com