

物流案例：麦德龙现购自运在中国 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/473/2021\\_2022\\_\\_E7\\_89\\_A9\\_E6\\_B5\\_81\\_E6\\_A1\\_88\\_E4\\_c67\\_473599.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/473/2021_2022__E7_89_A9_E6_B5_81_E6_A1_88_E4_c67_473599.htm)

一、麦德龙集团简介  
麦德龙集团是欧洲第三大、世界第五大贸易和零售集团，于1964年成立于米尔海姆/鲁尔市，作为日益强大的跨国公司，麦德龙集团拥有众多品牌和6个独立的销售业态，总部位于德国杜塞尔多夫市，目前在全球28个国家经营，遍布欧洲、非洲和亚洲，2002年营业额高达515亿欧元，员工超过24万人。现拥有麦德龙现购自运制 (Metro C&A.C) 商场450家、Real超大型超市281家、Extra超市486家、Media Markt/Saturn电器店401家、Praktiker家居店342家、kaufhof百货商场149家、其他销售业态219家。

1、麦德龙现购自运公司介绍  
麦德龙现购自运公司是全球自助服务式批发行业的领先企业，是麦德龙集团旗下最具销售能力和最国际化的分支机构，Otto Beisheim博士是这一经营理念的创始人和倡导者。1972年，麦德龙进入了西欧的九个国家的市场。20世纪90年代，麦德龙现购自运商场将其业务扩展到了葡萄牙、土耳其、摩洛哥，并且进入了东欧国家。1996年公司进入中国，迈出了进入亚洲的第一步。2002年新开拓越南和日本市场。2003年10月和11月，公司在印度建立了两家分销中心。成熟的效率以及闻名遐尔的经营理念确保了麦德龙开拓新市场的必然成功。公司向专业客户提供种类繁多的食品和非食品货物，批发价格亦极具竞争力度。因此，麦德龙现购自运公司已成为遍布全球26个国家的专业客户的理想合作伙伴。其核心顾客群主要形成与餐饮，个体零售和政府部门。麦德龙现购自运

放眼于海外市场，主要业务扩展将集中在东欧和亚洲。目前，现购自运已成为业内的国际市场领先者。公司拥有 6.7 万余名全职员工，其中超过 5 万名在德国以外的国家工作。在许多国家，公司已成为该国最大的雇主。2002 财年中，麦德龙现购自运业务在全球 437 个销售点所获取的销售额达 240 亿欧元。这使麦德龙现购自运业务占整个集团销售总额的 47%，成为集团中最大的分支机构。

## 2、麦德龙现购自运独特的经营理念

麦德龙现购自运业态的产品和服务范围针对于专业和商业客户。麦德龙是“专业客户的理想合作伙伴”，为专业客户提供了一站式购齐的购物环境，客户自己选择商品，支付现钞并自行将货物运走——充分体现了“现购自运”。麦德龙有着独特的客户定位：如中小型零售商、酒店、餐饮业、工厂、企事业单位、政府和团体等。这就意味着麦德龙现购自运不是为大众消费者提供一般化的商品，而是更专注于专业客户，提供有正确品牌、正确包装、合理价格，针对正确客户群的正确商品。正是由于这种更专业的服务，麦德龙的产品范围完全基于顾客的要求和需要，商场“客户咨询员”会为具有特殊要求的顾客提供特色咨询服务，同时，麦德龙会定期邮寄麦德龙邮报给顾客，提供最新的商品价格及信息。对于一些特殊顾客群，通过发送各种专刊邮报，集中满足他们的特殊商业要求（例如，向酒店、餐馆、餐饮业推荐葡萄酒促销活动）。与传统批发业态相比，现购自运业态为专业客户提供了更广泛的食物和非食物商品，性价比高，而其一周之内更长的营业时间满足了专业客户在不同时间采购的各种需要，即时提货更是为专业客户解决了因商品囤积而造成资金周转搁置的难题。

公司提供的繁多的食品种类超过 1.7 万种，尤其是在生鲜食

品领域占据了优势。非食品货物超过 3 万种，主要货物包括餐饮用具、家居用品、办公用品和多媒体器件。商品的种类始终根据当地的需要进行特别的调整。麦德龙能够提供繁多的产品种类是因为其采购部门的现代化和高效率的管理。在全球范围内，专业采购人员心系客户的需求，为商业用户和再销售商采购各类商品。麦德龙的商品供应之所以明显高于行业的平均水平，也得益于麦德龙一整套复杂的规范化的计划与补充系统。麦德龙以尽可能低的批发价格、丰富的商品种类和持续高水平的产品质量为自己赢得了声誉。此外，商场的交通便利、较长的营业时间也提高了批发商场对商业客户的吸引力。高效的物流系统和持续的冷藏链保证麦德龙提供的食品始终是新鲜的；特殊分销体系适用于处理大批量、快周转订单；同时，工业式大货架存储、销售干货、杂货和一部分非食品类商品；一目了然的自助式商品陈列、大批量和多品种包装的商品，以及由计算机系统完成的商品库存和订单记录管理，保证麦德龙现购自运始终为顾客提供高质量的商品。

### 3、麦德龙现购自运的优势

麦德龙现购自运为专业顾客提供基本便利。由于商品范围广、品种全，顾客可以一次买到全部所需商品（一站式购物）；麦德龙集团的大规模全球销售量保证顾客可以享受到全球范围内的顶级购物环境；商场内库存永远充足，顾客可以把自己的库存减至最少并节省库存费用；库存不断更新，顾客随时可以购买到新鲜的商品；自选商品种类广泛，使小规模零售商可以通过多种方式扩展商品范围、尝试新鲜的想法；自助式购物方式效率高、价格低；以最优惠的价格提供最高品质的商品。不仅如此，麦德龙还带动供应商共同发展。由于每个麦德龙商场要为 50000

至 70000 名注册顾客提供快速的销售服务 ( 在有些国家顾客量达到 200000 名 ), 这意味着麦德龙拥有广泛的客户群 ; 由于库存周转快 , 分销中心可以提供大量购买商品 ; 麦德龙商场内 90% 的商品采取本地化采购 , 并由此带动本地供应商共同发展 , 帮助他们打造出口商品的能力 ; 麦德龙采购团队会就包装规格、单包产品数量和新产品市场适应性的问题向供应商提供帮助和建议 , 使其产品更具吸引力 ; 麦德龙现购自运制使供应商可以快速展示并推出新商品、每两周一期的麦德龙邮报使供应商可以免费作产品广告。所以麦德龙是供应商强大而富有吸引力的合作伙伴。与此同时 , 麦德龙向供应商提供综合市场方案来推荐他们的品牌商品 , 供应商可以实现在麦德龙商场内的长期促销活动 ; 供应商无须支付佣金 , 因为商品购买价格即为净价格 ; 麦德龙集中处理所有发票 , 全部帐单录入电脑系统 , 保证准时向供应商支付帐款。通过麦德龙全球分销体系 , 供应商有机会在全球范围内推广自己的产品。麦德龙现购自运独特的分销形式能够有效的完善国家现有的批发零售结构 , 并从整体上进一步提高国内分销的质量 , 同时为本地供应商提供快速而有发展潜力的销售渠道 , 其独特的经营理念有助于发展本地的消费品行业。不仅如此 , 其投资有利于城市、地区的经济发展 ( 按章纳税、土地购买 / 租用、与当地公司合作建造分销中心 ), 每家商场需要雇佣 300 名本地职工 , 公司会对本地员工和公司其他合作伙伴进行培训 , 传授现代营销技巧、IT 系统和大型分销管理的知识。麦德龙集团的国际规模保证了实现全球采购的最佳方案 , 从而能向顾客提供最优惠的价格。

二、麦德龙在中国 1995 年 , 锦江麦德龙现购自运有限公司由麦德龙集团和中国旅游及零售公司

锦江集团合资建立。1996年在上海普陀区建立了第一家大型仓储式、会员制现购自运商场，目前作为麦德龙中国总部和旗舰商场的所在地。在过去的几年中，公司不断进行发展扩张，目前已在中国开设了18家商场，足迹遍布整个中国，商场销售总面积达15万平米。到2002年底，麦德龙在中国的资本总投入约为3亿欧元。在2002财年，麦德龙集团在中国创下了5.83亿欧元的净销售业绩。锦江麦德龙现购自运有限公司现已拥有140万中国专业顾客。与此同时，公司员工人数增至5000人。麦德龙进入中国市场，填补了现购自运制这种商业业态的空白，它具有很多优势：如严格遵守法律制度，带给当地政府高税收收入；增加就业，同时为当地培养与国际接轨的高级专业人才；强劲的经济拉动力，吸引其它企业在其周围投资，繁荣周边经济；先进的经销体系，促进当地中小企业的发展；新的配销中心吸引了大量来自周边城市的客户；通过麦德龙全国销售体系，帮助和加快当地优秀产品进入全国市场；通过麦德龙全球销售体系，带动中国商品拓展国际市场。2002年麦德龙已在北京、上海、广州和武汉建立了华北、华东、华南和华中4个区域总部，在每一个区域都会有完整的团队，一方面执行由设在上海的总部制订的战略和规则，另一方面，结合当地文化、饮食习惯和气候等及时适当调整当地商品，以便更好的满足顾客对当地商品的需要。这样，总部会继续跟踪全国商品，而区域采购会着重放眼于当地和区域产品。麦德龙采购战略中最重要的就是商品结构的整合，商品结构必须针对顾客的需求，明确地区分出哪些商品服务于不同种类的专业顾客，如：酒店、餐厅、食堂、工厂所需要的商品就会有很大不同，其相应的数量和包装也会不同。因

此，麦德龙会在深度和宽度上重点发展不同的商品种类，让顾客认识到我们的优势。此外，在商品结构里，超值商品是重要的组成部分，所谓超值商品是那些在保证质量的基础上，价格低于市场上任何同类产品的商品，是那些对顾客有高度认知性和强大吸引力的产品。对于这些产品，麦德龙挑选了一批供应商签约承诺，始终保持市场最低价。不仅如此，麦德龙还在进一步发展麦德龙的自有品牌，自有品牌是麦德龙差异化战略的重要组成部分。麦德龙的顾客已经认识到，麦德龙专属的自有品牌质优价廉，质量相当于知名品牌，价格却要比它们低 15% 到 20%。目前，麦德龙商场内的自有品牌包括：添慕、喜迈、亭轩和百杰，所有商品的质量标准将由麦德龙质量控制部门严格监督，以保证质量的完善。麦德龙建立正确商品结构的首要目标：就是要为了与供应商共同提高单位商品的销售额，因此麦德龙希望提供给顾客更好的售价，这样不仅能提高麦德龙的销售额，也可以为供应商的产品带来更好的销量。麦德龙希望通过在商场内的最优化陈列，能改善断货问题，从而减少和供应商在管理方面的工作负担，这还会带来更高的周转率并节省成本，为供应商和麦德龙双方带来更高利润，从而达到双赢。2003 年 11 月 17 日，麦德龙在上海举行了 2003 麦德龙中国供应商大会，在全国范围内邀请了 2000 多家供应商参加，这不仅是在中国商业领域中首次举办的大规模供应商的高层会议，也是麦德龙集团全球最大规模的供应商会议。通过供应商大会，麦德龙与供应商之间增进了了解、加强了交流，确保为麦德龙的专业客户提供更好的产品和服务。所有这些都将对促进麦德龙与供应商之间建立双赢的合作关系起到至关重要的作用。同时，麦德龙也会将眼光聚

焦在出口方面，这将为中国优秀产品带入国际市场提供了一个很好的机会。为了向专业客户提供最新鲜、最优质的生鲜食品，麦德龙除了设有专门的商品质量控制部门以严格控制各类商品的质量外，还于2002年11月开始筹备麦德龙上海生鲜配送中心，委托专业第三方物流公司进行相关配送，并于2003年2月26日正式揭幕，投入运行。通过配送中心，麦德龙可集中采购以降低采购价格、改善进货条件；减少产地到商场的采购环节以降低物流成本；标准化的操作程序、严格的麦德龙质检标准以保证食品的品质，同时极大地提高了供应商的质量意识和商场的营运效率；全程冷藏供应链以保持商品的质量及新鲜度；合理的配送频率及在途时间使商场的库存充足而又新鲜；先进的订货系统也同时合理有效地控制商品库存量；安全及时的统一配送确保所有商场收到相同高质量标准的商品，从而实现对所有专业客户的质量保证。目前，配送中心已开始上海商场的水果配送和所有其它商场的冷冻食品配送，今后不但要扩展到所有生鲜食品，而且随着麦德龙中国四大区域总部的相继成立，将在上海、北京、广州和武汉建立相应的区域生鲜配送中心。

三、麦德龙在中国的进一步发展

麦德龙集团投入了大量资本，用于对中国员工进行理论及实践培训。在这方面，公司计划于2004年6月在上海新建一所麦德龙中国培训学院，对其市场经理、采购人员及其它管理人员进行培训。麦德龙现购自运在中国的四个区域开展业务，麦德龙中国培训学院将与位于这四个地区的八个试点商场紧密联系，当地的员工将能直接接受岗位培训。新的“麦德龙中国培训学院”将与德国杜塞尔多夫和法国巴黎的培训中心同时开放，成为麦德龙公司新近成立的“培训学院”

”的一部分。另一家培训中心预期将于 2005 年在莫斯科建立。此外，麦德龙集团还与哈尼尔 (Haniel) 基金会合作，为中国学生设立一项奖学金计划，资助其参加位于德国沃姆斯 (Worms) 的应用科技大学 (University for Applied Sciences) 的工商管理课程。获得该奖学金的学生首先将在德国路德维希港 (Ludwigshafen) 的东亚学院进行预备课程的学习，然后将在麦德龙现购自运公司接受一项综合职业培训，该培训课程包括公司各相关领域以及内部研讨会。完成学业后，这些学生将在麦德龙现购自运中国公司担任管理工作。麦德龙中国总部的 new 大楼目前正在筹建中，计划将在 2004 年 6 月落成，届时麦德龙全球采购 (香港) 公司的 40 名上海办事处的员工也将迁入，这样会更便于加强与供应商之间的紧密的合作关系。目前，每年有近 20 亿欧元的中国优秀商品直接或间接通过麦德龙全球销售渠道进入国际市场。随着麦德龙在中国继续发展，这一数字将以每年 10% 的比例不断提高。麦德龙是第一家获得中央政府批准在中国所有主要城市开设连锁商场的外资商业企业。4 个区域总部的成立，目的是为了更贴近顾客、供应商和员工。在今后的三到五年内，麦德龙将在中国新开 40 家商场。以进一步加快在中国的发展步伐。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](http://www.100test.com)