

“宝玛”共建协同供应链物流师资格考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/510/2021_2022__E2_80_9C_E5_AE_9D_C2_B7_E7_8E_c31_510035.htm 从传输销售数据到共建协同计划、预测与补货流程，再到全球数据同步，宝洁公司与沃尔玛公司的合作为我们提供了构建协同供应链的借鉴。“宝玛”之间的合作在降低营销成本方面，宝洁公司和沃尔玛公司建立了合作联盟，由两个公司的工作人员共同开发了电子数据交换连接系统。通过该系统，宝洁公司可以从沃尔玛公司的各零售店中收集其产品销售数据，然后将适量的宝洁产品及时从工厂送到商店。同时，宝洁公司还大胆地取消了销售部，设立了客户生意发展部，将财务、物流、市场等多个后方支持部门变为一线部门，实现了与战略联盟伙伴的信息共享。这样一来，宝洁公司和沃尔玛公司从原来只在销售环节对接变为现在的全方位对接。在流程对接方面，宝洁公司和沃尔玛公司在持续补货的基础上启动了CPFR流程（CPFR，即协同的计划、预测与补货）。双方制定共同的商业计划，共同进行市场推广、销售预测、订单预测，共同对市场活动进行评估和总结。据统计，CPFR流程的实施使双方的经营成本和库存成本大大降低，沃尔玛分店中的宝洁产品利润增长了48%，存货接近于零，而宝洁产品在沃尔玛的销售收入和利润也增长了50%以上。在信息共享方面，双方充分运用了UCCnet，并通过网络协议共享信息资源。宝洁公司将自己的产品数据，包括公司的内部产品号码、通用产品码、零件号码目录、量度单位等数据都发布到UCCnet上，以便与沃尔玛公司实现全球数据同步。另外，通过电子产品编码

，宝洁公司第一个与沃尔玛公司尝试使用了RFID标签。对于宝洁公司来说，使用RFID标签的价值在于能够在沃尔玛的货架上找到更多他们的产品，有利于减少劳动力和库存成本。

协同供应链的构建

供应链管理要以现代信息技术为支撑，以合作为核心，把供应链上的各个供应商、制造商、分销商、客户集成起来作为一个整体，使供应链上各企业成为一个协调发展的有机整体，从而提高整个供应链的效率。宝洁公司和沃尔玛公司的成功，正是运用了供应链管理降低了企业的总成本，为其实施物美价廉的销售策略提供了保障。由于供应链的不确定因素最终来自消费者的需求，因此必须对消费者需求作出尽可能准确的响应。从宝洁公司和沃尔玛公司的协同供应链中我们发现，要保持供应链的敏捷，企业必须建立统一的信息平台，并实行供应链协同管理。一旦市场发生变化，所有的信息就会立刻显示在供应链上，供应链上的各个节点就可以根据这些信息迅速作出响应。为实现供应链协同管理，企业还应该加大技术投入力度，在供应链管理中运用先进的信息技术，如条码技术、电子扫描、电子数据交换系统、快速反应系统、共享数据库技术等。只有这样，才能使零售商与配送中心以及配送中心与供应商之间保持同步。为实现企业相互之间的供应链协同，必须采用适当的信息技术为企业内部的信息系统提供与外部供应链节点企业的接口。合作伙伴之间的相互信任是稳定合作的基础。沃尔玛公司让宝洁公司分享销售信息和价格信息，并将一部分订单处理和存货管理的控制权授予宝洁公司，而宝洁公司也认同沃尔玛公司“天天低价”的经营哲学，并投资于专门的信息网络，取代原来只关注沃尔玛公司订货量的做法，用他们的销售

队伍去寻找如何提高沃尔玛公司的销售业绩，从而实现共赢。百考试题收集整理 "#F8F8F8" 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