

麦包包：品牌成长背后的秘密
物流师考试 PDF 转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E9_BA_A6_E5_8C_85_E5_8C_85_EF_c31_645384.htm id="wwdd"

class="wwyy"> 创业9年后的一天，叶海峰决定让自己的生活来点儿变化，当时很多企业都在尝试这样的变化外贸转内销。然而叶海峰在这条道路上走得更远，外人看来他收获的是“麦包包”这个属于自己的品牌，其实这只是冰山浮出水面的部分。支撑“麦包包”品牌基础的是一套基于淘宝订单的供应链管理新模式，以网购订单驱动生产和管理，并形成一套完整的体系，这是支撑“麦包包”持续十年、二十年甚至更久的原动力。老问题外贸转内销 叶海峰是麦包包的创始人。麦包包，浙江省嘉兴市一家皮具公司。“麦包包”原先是一家箱包贴牌OEM制造商，自1996年创业以来，麦包包已经积累了10多年的箱包行业经验，为全球客户提供从箱包生产加工、进出口贸易、箱包设计、品牌推广以及在线销售一条龙服务。在淘宝上创立“麦包包”品牌之前，叶海峰有自己的工厂和进出口公司，为法国鳄鱼等国外知名品牌贴牌生产，日子过得倒也不错。“为国外客户贴牌生产，量很大，利润很高，但附加值较低，客户要求也很苛刻，他们既可以找我们来做，同样也可以找别的供应商来做。长期来看，命运并不掌握在自己手中，而做自有品牌，命运则掌握在自己手中。制造业的价值链越到消费者那端价值就越高。如果我们做订单销售，客户的稳定性会更好。从那时起，由外贸转内销，将品牌价值加进来，建立自主品牌，就成为我们梦寐以求的目标。”叶海峰说。叶海峰从没有计算过自己的年龄，

但是他对麦包包的年龄却是记得清清楚楚。他想或许是时候给麦包包换一下生活环境了。金融危机发生后，外贸形势急转直下，外贸要转成内销，最好的平台就是无疑是淘宝了。问题是，淘宝这样一个巨大的平台上，怎样才能让10岁的麦包包符合自己的年龄一样正常成长呢？他们便在淘宝上创立了“麦包包”品牌。另类老师沃尔玛在淘宝上，就要懂得淘宝的语言。而要适应淘宝的生活，麦包包就必须时时处处围绕着一个字做学问“快”。于是，叶海峰找到了一个另类导师沃尔玛，全球最成功的连锁超市。麦包包与沃尔玛没有任何的交集，也没有任何的姻亲关系，只是沃尔玛的“供应链管理”打动了麦包包。在供应链的打造上，沃尔玛从上世纪80年代初，便采用全电子化的快速供应QR这一现代化供应链管理新模式，QR模式改变了传统企业的商业信息保密做法，将销售信息、库存信息、生产信息、成本信息等与合作伙伴交流分享。结果是，沃尔玛可以通过EDI（电子数据交换）系统把POS（销售时点信息管理）数据传给供应方，供应方可以及时了解沃尔玛的销售状况、把握商品需求动向，及时调整生产计划和材料采购计划。沃尔玛可以很好的进货准备，还可以知道店内需求信息，而供应方也可以减少企业的库存，同时为沃尔玛节省库存空间。想到这里，叶海峰打算将这样的模式运用到麦包包身上。这要考验的是在网络上的反应速度。具体到供应链的管理上，就意味着对麦包包的采购、生产、仓储、物流、管理等各个环节都必须是由网络订单驱动的。“一套产品从放到网上展示、客户下单、采购、售出到物流，速度一定要快。而且，在订单上显示的为差异较大的产品、总体下单数量巨大的时候，这要的流程就显得更

加紧张。”叶海峰坦言，电子商务这种特殊性决定了麦包包要采取的独特的供应链管理机制。通过类似于沃尔玛的进出货管理，麦包包实现了线上线下产品的有序经营。然而，沃尔玛的供应链模式复制到麦包包身上，还需要叶海峰为她量体裁衣。未来企业雏形 过嘉兴麦包包公司的人都惊叹于这家公司新型的运作模式，和其他企业一箱箱的发货不同，“麦包包”是一件件从仓库提货。因为叶海峰为麦包包打造了一套供应链管理系统，该系统通过网络订单驱动程序，自动显示在采购、生产、仓储、物流等各个环节负责人的手持终端上。通过手持终端，麦包包的200多名职员就会了解到消费者对自己环节的要求。据此，职员完成自己的任务。同时，麦包包不仅及时了解到消费者对某种特殊产品的需求，还可以为公司有效的降低仓储、物流等成本。当然，对于麦包包来说，这样的供应链管理模式的30%的效率来自于系统和设备，其余70%则要靠职员的意识。叶海峰尽力去为这些平均年龄不足24岁的职员们营造一种不同的企业文化从线下做工厂到线上做网店，麦包包需要的是更加有创意的新鲜氛围。最近，叶海峰正在为麦包包“招兵买马”，用他的话说，淘宝商城中的各家店铺都有自己的优点，现在麦包包还不能和每一家去对比。但是，如果从网络直接生成订单，驱动网店整条供应链的关联来看，麦包包无疑可以成为淘宝商城中的先行者。当然，从网络购物发展来看，企业竞争越来越激烈，网络上需要比拼的除了产品的陈列、价格的优惠、店面的创意外，更重要的是看企业背后整个价值链条是否顺畅，包括订单的精准化管理、采购物流的低成本运作、库存量尽可能的减小等。因为，后者是为企业赢取利益空间的根本。由此看

来，对供应链的精准化管理或将成为未来线上销售企业之间对抗的利器。麦包包开启的不仅是品牌之门，更是未来企业的大门。把物流师站点加入收藏夹 欢迎进入：2009年物流师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题物流师论坛 欢迎免费体验：百考试题物流师在线考试中心 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