

巴拉巴拉：道讯ERP打造不一样的童年物流师考试 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__E5_B7_B4_E6_8B_89_E5_B7_B4_E6_c31_645507.htm id="wwcc"

class="eeww"> 6年来，巴拉巴拉童装只在做一件事，就是在不断寻求一种可能，一种可以为孩子们打造一个不同的童年世界的可能“童年不同样！”巴拉巴拉暑期央视广告中一句新鲜又闪亮的广告语，通过孩子天性的演绎而备受孩子、家长们的关注。童年没有一样的模式，两个孩子之间很难有同样的想法，一个孩子自身也很难有始终同一的表现，孩子自会用自由的想法去观察他自己的天空，他们总是给你意想之外的不同感受。巴拉巴拉对儿童有着深刻的洞察力，巴拉巴拉主张孩子生活得自由自在、无拘无束，尽情展现自己的天性和多面风采。巴拉巴拉童装股份有限公司总经理徐波也表示，多年来，事实上自己和同事们只在做一件事，就是在不断寻求一种可能，一种可以为孩子们打造一个不同的童年世界的可能。书写童装品牌发展神话 2002年1月，森马集团董事长邱光和给了徐波一支优秀团队，让他运营“巴拉巴拉”童装。当时，温州的童装企业规模普遍较小，生产的童装基本在专业市场销售，或在商场以专柜形式出现。不过巴拉巴拉并没走老路，徐波借鉴了森马的发展经验，将虚拟经营引入巴拉巴拉。公司主抓设计研发、营销、品牌建设，生产则委托加工。并引入加盟连锁，结果第一年就开出了50余家连锁店，成果显著。2004年，便曾创下最高单店日销售额10多万元的纪录，年销售额超过亿元，巴拉巴拉的同比增长率为108%，写下了中国童装的销售神话。同年，森马童装（巴

拉巴拉)公司ERP系统项目启动成暨IT科室立仪式隆重举行，这是巴拉巴拉融入更先进管理模式的新起点，标志着巴拉巴拉信息化管理的跨越式发展阶段到来。巴拉巴拉的ERP系统是由深圳市道讯科技提供的，一套基于直营、分公司、加盟等连锁经营方式，支持无限级代理拓展，实现方便灵活的价格策略和促销方案，采用集中控制分散管理，切合品牌连锁运营企业的运作模式的管理软件，由、订货会、分销及渠道、直营零售、价格、仓储物流、CRM、财务等十六个功能模块组成。整套软件具有鲜明的行业特点，针对服饰企业的特点从生产、进货、配发、零售等一系列环节，对商品的流转实行全方位监控，融入了“集中管理、优化资源、提高整体竞争力”的品牌运营管理思想，实现了信息平台的一体化。简单地说，巴拉巴拉的ERP是对公司企业资源进行合理计划与优化配置的一种科学的管理方法。2005年巴拉巴拉获得中国环境标志，投入大量的质检成本，从原料选购、面料印染、成衣加工处理等全程进行环保控制，从源头保证产品绿色健康。2007年3月，巴拉巴拉被评为CHIC2007首届“中国十大童装品牌”。2005年巴拉巴拉童装终端专卖店全部实现的信息化管理，强大的ERP系统将为巴拉巴拉发展质的飞跃增添新色彩。据悉，国内童装企业全面实行ERP系统尚未出现，巴拉巴拉童装的此举将是童装行业内第一个吃螃蟹的品牌，无论是对巴拉巴拉童装本身还是整个童装行业都是具有划时代意义的。2007年童装首次进入中国名牌产品评定目录。在首批入选名单中，发展才6年的温州童装品牌巴拉巴拉榜上有名。这个借助于森马休闲服成功的虚拟经营模式，空降至童装业的新秀，用产品、用业绩、用行动得到市场的认

可，用业绩书写了一个童装品牌的发展深神化。只做自己的“长板”在发展之初，“巴拉巴拉”童装以服装为主，现陆续延伸到童鞋、童包、眼镜、手表、玩具、饰品类等，丰富的产品系列满足了儿童生活、穿着的时尚需求。并且，巴拉巴拉一直试图超越产品本身的属性而让所有儿童分享最精彩的快乐。为打造领袖品牌，巴拉巴拉整合了行业最前端的资源，实行强强合作，在产品设计、品牌规划、供应链和渠道整合、信息系统建设等方面进行创新突破。享誉全球的品牌管家奥美广告公司、北京用友软件公司、深圳道讯软件公司、中央电视台、韩国色彩协会、法国PROMOSTLY设计公司、上海东华大学、浙江理工大学、长三角和珠三角两大生产基地的优秀生产商、国内优秀的童装代理商等行业关联方都与巴拉巴拉在不同领域进行了合作。“现在人们都在说木桶理论，企业的竞争力取决于最短的那块板，我们是把长板做长，短板交给别人。”森马集团董事长邱光和指出。巴拉巴拉童装，满足了孩子、父母对服装的不同要求，围绕“丰富孩子童年”的核心理念，6年不到，创造了一个属于孩子自己的品牌。掌控终端话语权“巴拉巴拉创新品牌的关键因素是以文化力带动营销力。”在谈到巴拉巴拉的成功时徐波表示。据介绍，在终端建设方面，巴拉巴拉有一套自己独有的经营方式，那就是，稳扎稳打，步步为营，与代理商互惠互利，共创双赢。公司经营推广科专门着力建设代理商的业务培训系统工程，不定期地对代理商进行关于店务管理知识等各方面的培训，进一步提高代理商的经营管理水平，力求和代理商共进步。道讯公司的分销零售系统为巴拉巴拉终端建设提供了强大的IT系统支撑，巴拉巴拉的任何一笔零售数据都

可以实时通过道讯ERP系统回传到总部，而总部的计划分析员、客服专员、商品专员等职能人员，就可以依据前端源源不断的、准确的销售、订单、调货等信息，实现终端与总部之间的高效业务协同。而正是有了道讯的分销零售系统，才使提总部的优势管理理念、优化之后的业务流程可以在这个系统中实现，不定期地对代理商进行相关业务培训后，相关业务就可以在系统中实现，不至于培训完之后没有一个可操作的平台而使的业务流程只是摆在纸面上，而得不到落实。另外，在终端形象上，巴拉巴拉秉承“营造亲和购物环境”的理念，增加了更多人性化的安排。比如，休闲区的设置、儿童玩具等的摆放，力求真真切切地营造一个属于孩子的世界。同时，巴拉巴拉更注重细节所构造的艺术效果，服装与服装、服装与配饰、服装与道具之间的搭配也有一定的创新意识，使款式和主题更加直观，给孩子一个属于自己的完美儿童国度。“把一个有生命力的企业打造成外圆内方的新格局。”这是徐波经营巴拉巴拉童装的新思路。他指出，外圆是最大限度地融合外围文化空间，内方则是把纷繁的文化分层次、系统地综合成企业管理的文化资源。据悉，巴拉巴拉开发出一套完整的新形象。新形象延续了巴拉巴拉象征着“喜悦、欢快、健康”的黄、蓝、白三种主色，新颖的卡通造型相比先前更具动漫气质，国际感更加强烈。第四代道具的功能性增加了，立体感增强了，实际使用的效率提高了，店铺顶部及道具灯光运用充分，能满足专卖店、商场、卖场等不同销售区域的需求。在新时期又启动了同行业的首个“千店工程”，将极大地提升巴拉巴拉的品牌知名度与综合影响力。

构建便利营销渠道 在很多人看来，南方的童装品牌大多

难过江，多以专卖店为主，较少进入商场。而巴拉巴拉多年来却在商场销售排名中名列前茅，在中华全国商业信息中心对全国重点大型零售企业童装销售前十大排名中，巴拉巴拉每次都榜上有名。而实际上商场只占整个巴拉巴拉童装销售总量的1/3。“我们现在的网点结构中，会进一流的零售百货业、开主要街区的形象专卖店，同时也会开社区店、学区店、店中店，包括超市、shopping mall。”对于这样的网络布点，徐波认为，品牌无需高高在上，渠道建设上考虑消费者的便利性才是最重要的。随着消费者购买力的提高，服装可以像开便利店一样开店，而无需一定要进高档商场。在道讯Interlink ERP系统，融入了“集中管理、优化资源、提高整体竞争力”的品牌运营管理思想。这是巴拉巴拉迈向信息化管理的重大步伐，也是先进渠道建设的新起点。道讯ERP系统目前已经是巴拉巴拉营销渠道管理的关键平台，巴拉巴拉在这个平台上，实现所有代理商的进(货)、销(售)、存(货)、盘(点)、调(货)、退(货)业务，除上述基础业务之外，每个代理商都可以按照自己的业务实际情况进行区域内的商品价格管理、促销管理及计划管理；所有的业务发生后，都可以在财务系统中实时体现。而对于代理商最为让巴拉巴拉高层头疼的问题，是对于代理商的折扣、授信等问题，原来都靠老总一支笔，一句话来决定是否给代理商发货，现在全部都转由系统的业务逻辑来实现。使的就想代理商想找公司老总“开个后门”，也因为有悖于系统业务逻辑被拒绝，保证了公司业务流程的严谨性。目前，巴拉巴拉在全国300多个城市已有800多个专卖店（专柜），拥有600多名代理商，每年持续以100%的速度增长。徐波表示，渠道只是品牌与客户之间共

享的一部分。这些客户基本上与品牌共同成长，最初仅投入几十万元加盟品牌，如今都已在其各个区域成为佼佼者。而巴拉巴拉总经理助理钟德达则表示，公司会广泛听取客户的意见，在过去的几年中，公司有许多好的创意灵感便是来自于代理商，客户会主动要求创新、要求改革。勇做时尚弄潮儿一个男孩子看到爷爷用水壶浇花，便也用水壶给爷爷头顶浇水，然后一本正经地说：这样头发就长得快了……这是巴拉巴拉“童年不同样”中的广告片断。所谓童言无忌，孩子的世界不能以大人的眼光来看待，他们有自己的判断，选择服装也一样：童装，不能以成人的眼光来选择，不能以成人的眼光来设计，不能以成人的思维来经营。这一句广告语，或许最能代理巴拉巴拉公司对于未来发展的思路和期望。对于未来发展，森马集团高层管理人员分析了童装市场现状和该品牌的发展前景，强调通过这几年的发展和品牌积累，巴拉巴拉正在进行全新的突破。2007年，巴拉巴拉引进了国际顶级品牌管家进行品牌项目诊断，重新定位品牌诉求，通过央视广告推出了“童年不同样”的品牌新理念。据了解，该广告由4个创意系列组成，缘于生活，从孩子切实的生活中挖掘出孩子心理世界的逻辑行为，调皮、捣蛋、天真、可爱……广告片通过生活画面，使懂得孩子的家长无不熟悉并易产生共鸣。在产品设计上，巴拉巴拉转换研发策略，从多元化入手，从根源上丰富产品系列，以切实满足消费者的需求，与法国一流的设计咨询公司贝克莱尔设计咨询公司合作，开发新品。同时，巴拉巴拉借助道讯ERP强大的VIP会员管理功能，在全国建立消费者俱乐部，目前已拥有近万名会员。每年都会通过各种方式，在各个地方举办亲子活动、对VIP消费

者进行访谈等，收集一手的相关客户信息。并且所有VIP会员都可以实现在渠道内一体化使用，可以在全国所有专卖店享受折扣、积分兑换、礼品赠送等，并借助互联网的手段，将VIP会员统一到巴拉巴拉的会员社区中，极大地增强公司对客户的粘力。目前巴拉巴拉童装股份公司正在筹备上市，现已完成尽职调查和股份制改制，不久可申报材料公开发行。一旦上市成功，将促使巴拉巴拉成为国内第一童装品牌。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