



2017云栖大会·上海峰会
THE COMPUTING CONFERENCE



阿里云

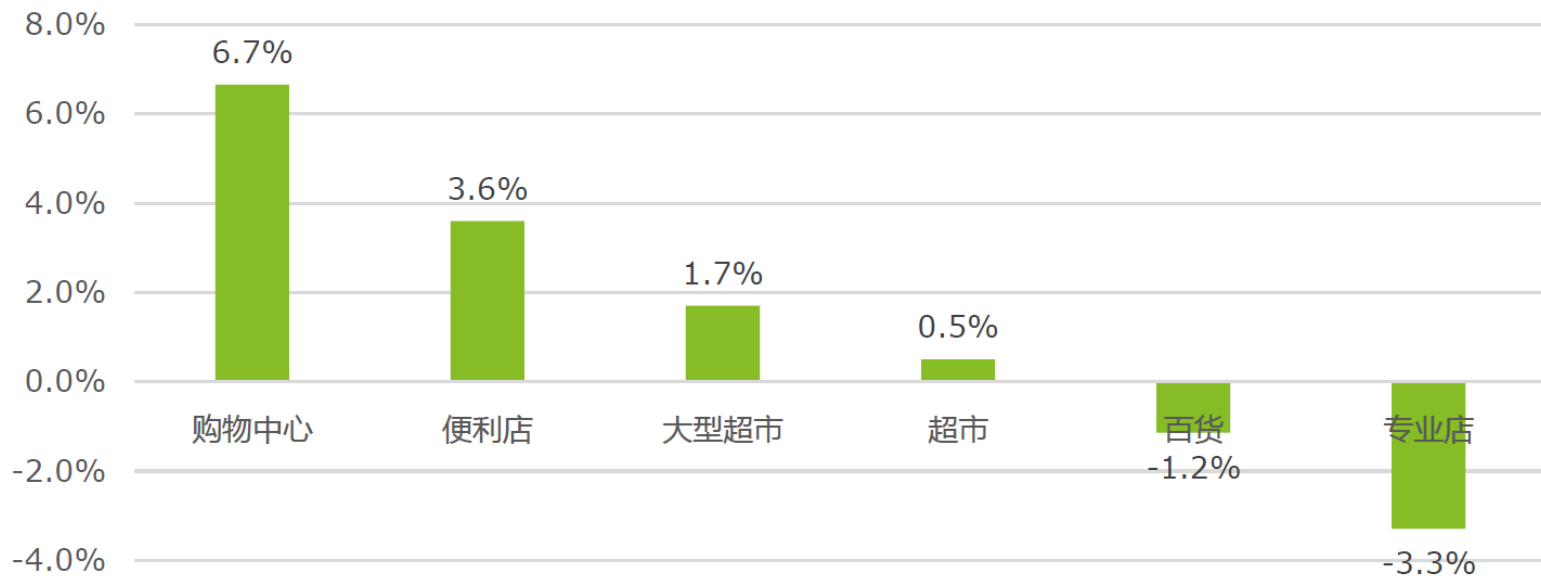
云栖社区
yq.aliyun.com

新零售时代 供应链发展的五大趋势

希疆
阿里供应链研究中心

中国零售业结构调整

图 2-25：各业态样本店铺 2013、2014 两年平均销售额增幅对比



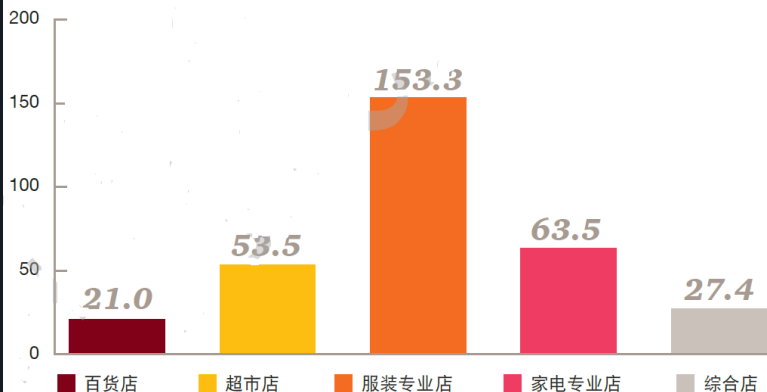
• 数据：中国连锁经营协会208家零售企业：超市及大型超市103家，便利店41家，百货及购物中心66家，专业店24家

中国零售业运营效率亟待提升

• 数据：普华永道

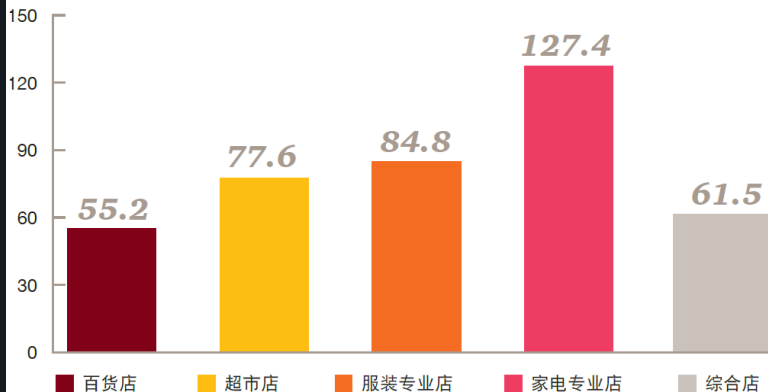
存货周转天数

2013年至2015年平均



应付账款周转天数

2013年至2015年平均



- 周转：中国超市存货周转率维持在52天以上，有40%超市在60-90天；美国平均为30多天，如walmart为43.9天，Costco为31.3天
- 账期：依靠供应商提供流动资金。超市平均付款周期76天以上；美国零售企业平均1.5个月，反映出中国过多依靠供应商提供资金



新零售重构人货场



人

可识别，可到达，可交互



货

场

线上/线下，多场景融合
互通

单品可见，库存可见，
多渠道一盘货

新零售内核：从B2C到C2B

C2B精髓在于“客户驱动”，即客户决定零售商卖什么？卖多少钱？卖多少？何时摆上货架？而预售和定制只是零售的特殊情况

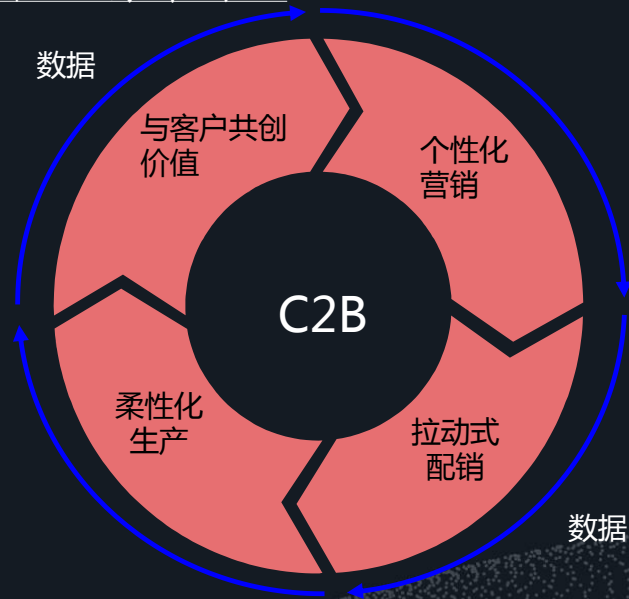
基本特征：

全流程数据驱动；

数据化洞察消费、智能化产品设计；

个性化营销捕捉碎片化需求；

根据市场需求供应链快速反应



趋势一：从价值链到价值网络

1

供应链：

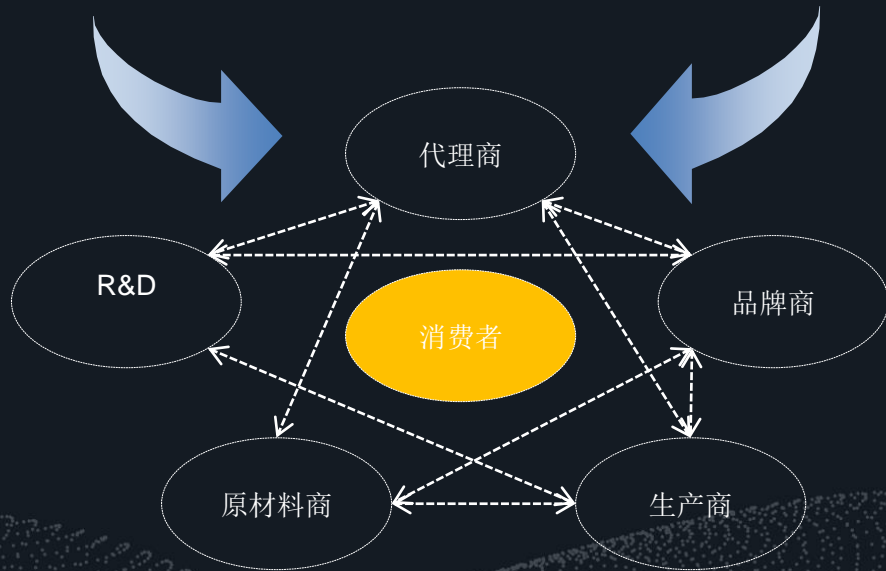
- 需求同质性
- 少量结构性数据
- 单向的、线性的、紧耦合的控制关系
- 一般情况下，品牌商处于价值链核心，对供应链实施控制



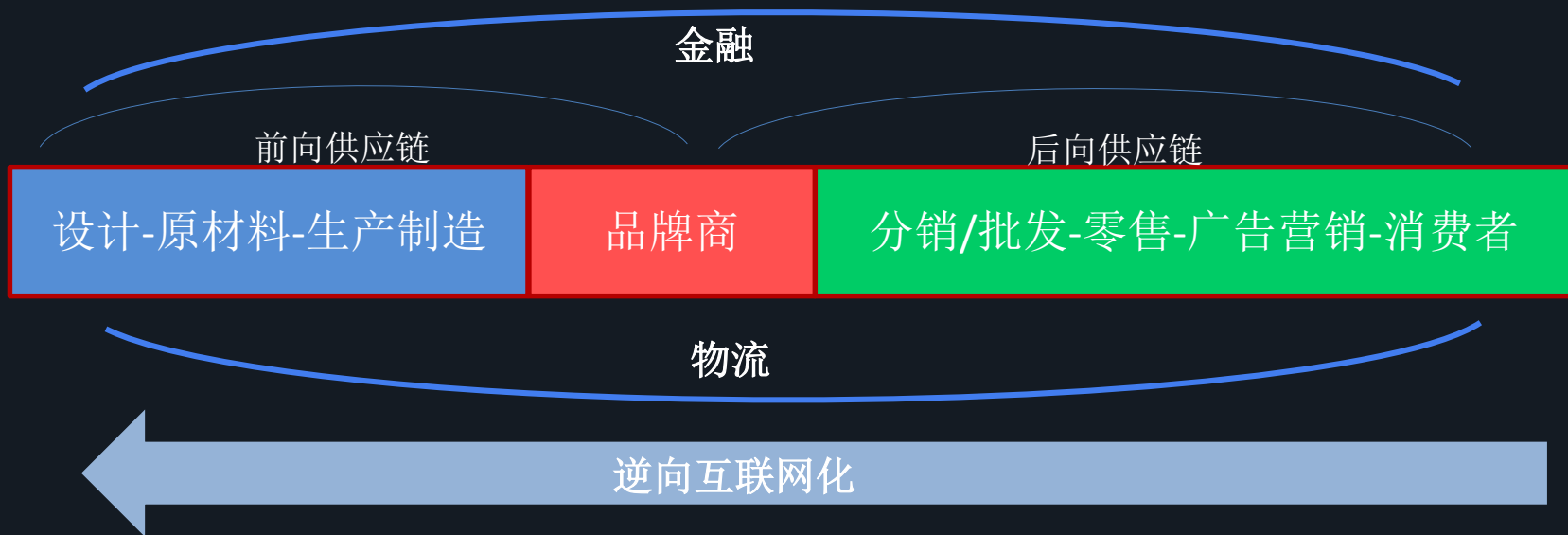
2

价值网络：

- 需求海量个性化
- 数据是全方位、海量、实时
- 企业间的协作就必须像互联网一样，要求网状、并发、实时的协同
- 消费者处于中心位置，各方面通过数据分享、协同共同服务好消费者



趋势二：“端到端”-从设计到交付



- 客户驱动，端到端的集成：从消费者洞察开始，设计/企划，到原料采购、生产、分销，一直到零售交付
- 整个供应链呈现逆向互联网：后向供应链互联网化已经成熟，前向供应链的互联网化刚刚开始



趋势三：设计/企划作为供应链起点愈发重要



- 零部件的通用性如何？
- 原材料是否可得？
- 生产工艺是否成熟？是否易于生产



经营成本

生产成本

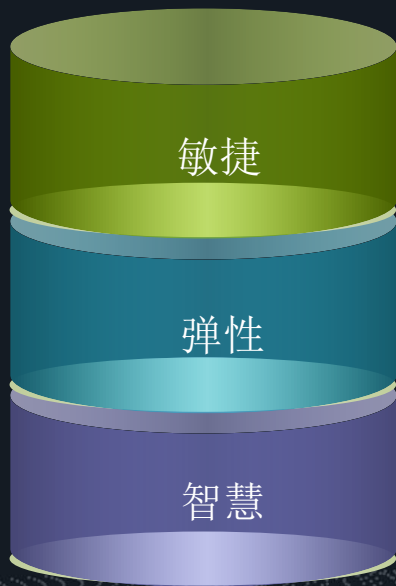
物流成本

- 新品满足市场需求的程度？
新品开发速度有多快？直接决定了库存和损失销售机会



- 是否节约空间、包装材料？
- 是否易于搬运，便于运输，减少破损

趋势四：弹性、敏捷、智慧成为主要特征

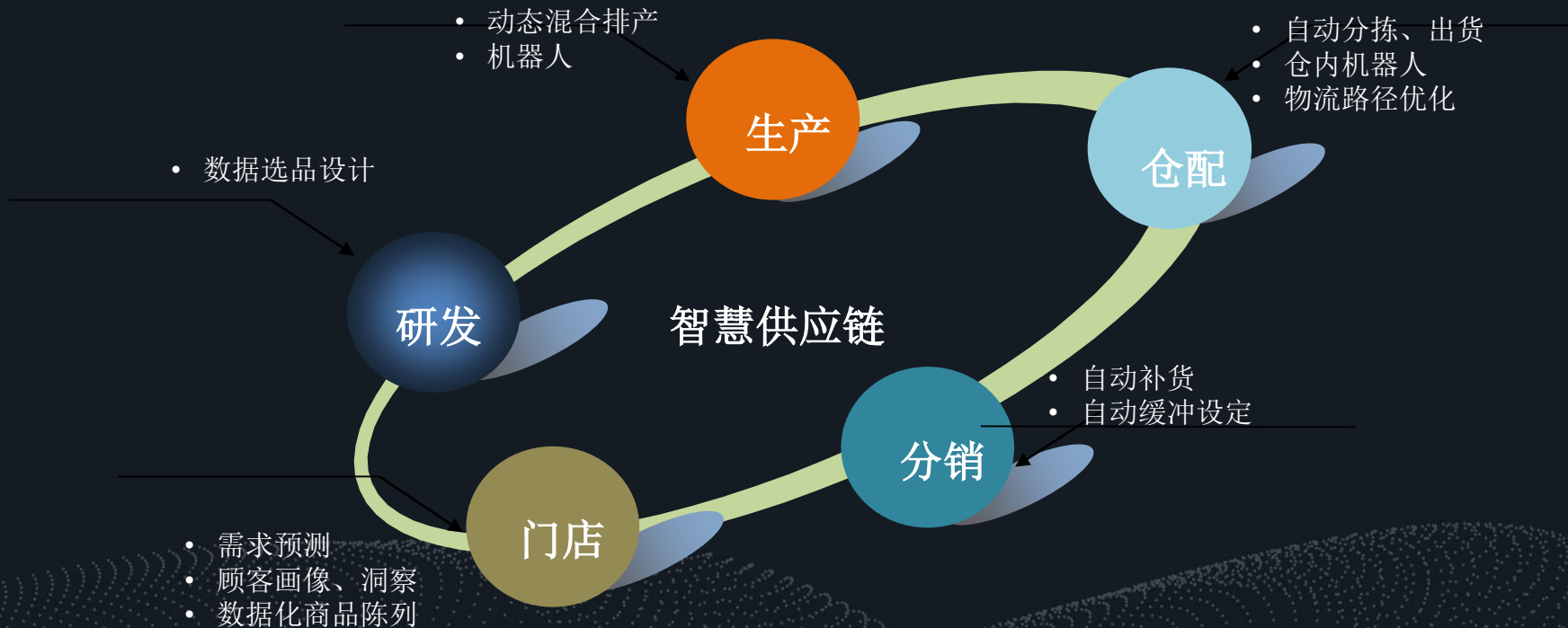


- 产品迭代更新快，产品生命周期缩短
- 快速研发、快速生产、快速补货、及时配送

- 供应链按需而动，批量可大可小、自由切换，实时应对需求的波动

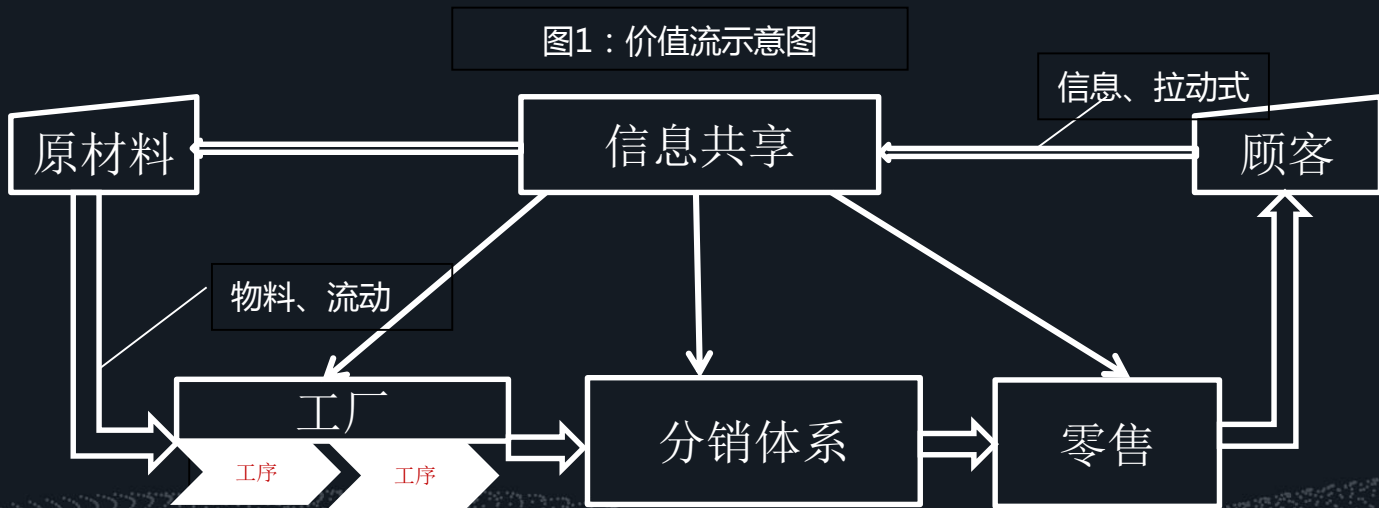
- 通过数据+算法+产品，实现智能决策

趋势五：人工智能将发挥重要作用



供应链的最终目标：对需求的精准+快速满足

- ◆ 洞察需求、精准满足：合适的商品、合适的数量
- ◆ 快速满足：合适的时间、高速周转





2017云栖大会·上海峰会
THE COMPUTING CONFERENCE



谢谢