

主数据流程和产品系统介绍

主讲人：姜捷萌

永辉内部资料，禁止转载

目录

catalog

01 领域解决业务哪些问题

02 领域的产品功能架构

03 主营业务的核心流程

04 名词解释

领域解决业务哪些问题——什么是主数据

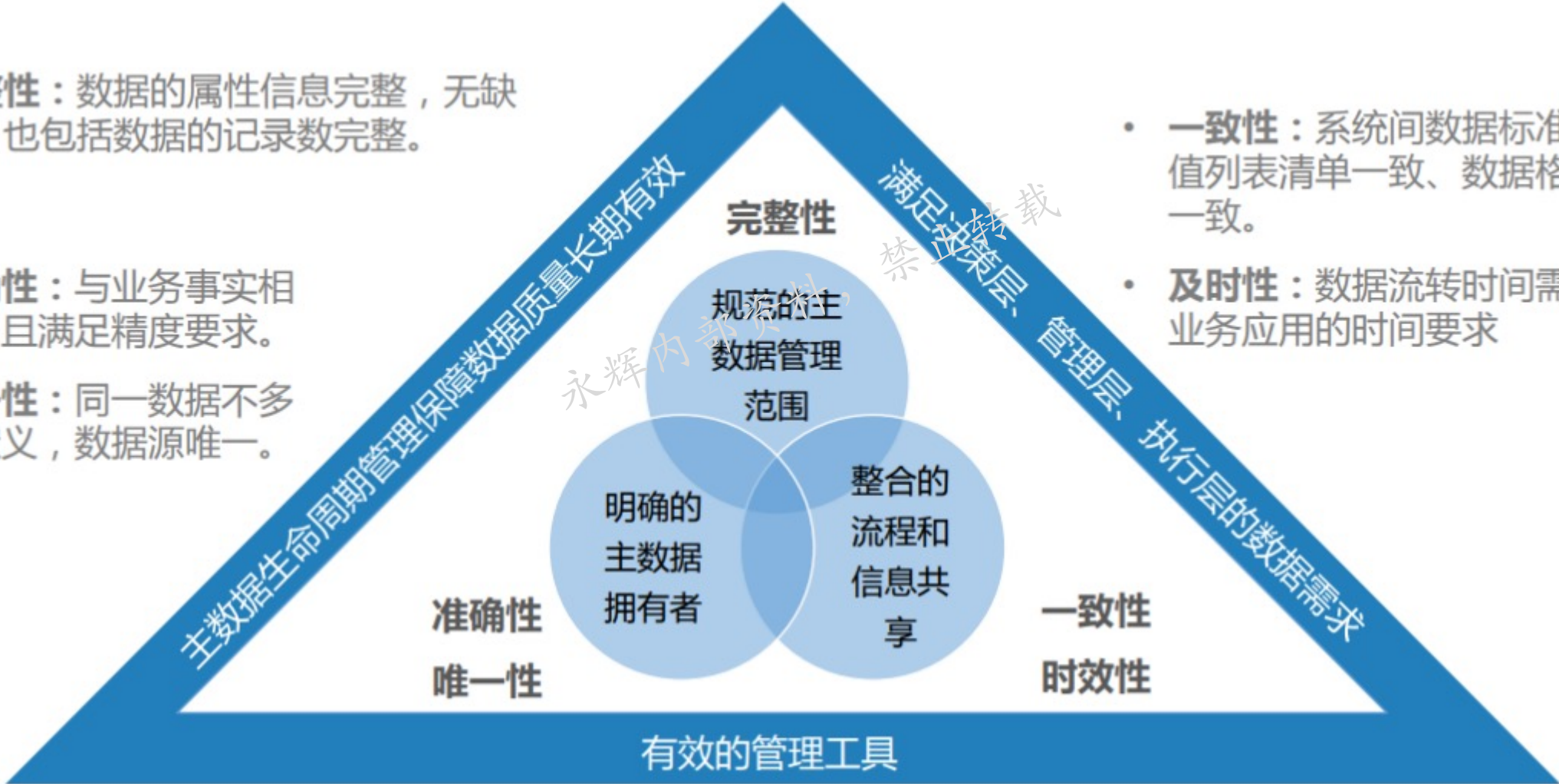
结合业务价值链，从基础、稳定且通用的数据以及常用的分析维度中提炼出的数据对象即为主数据



领域解决业务哪些问题—主数据管理原则

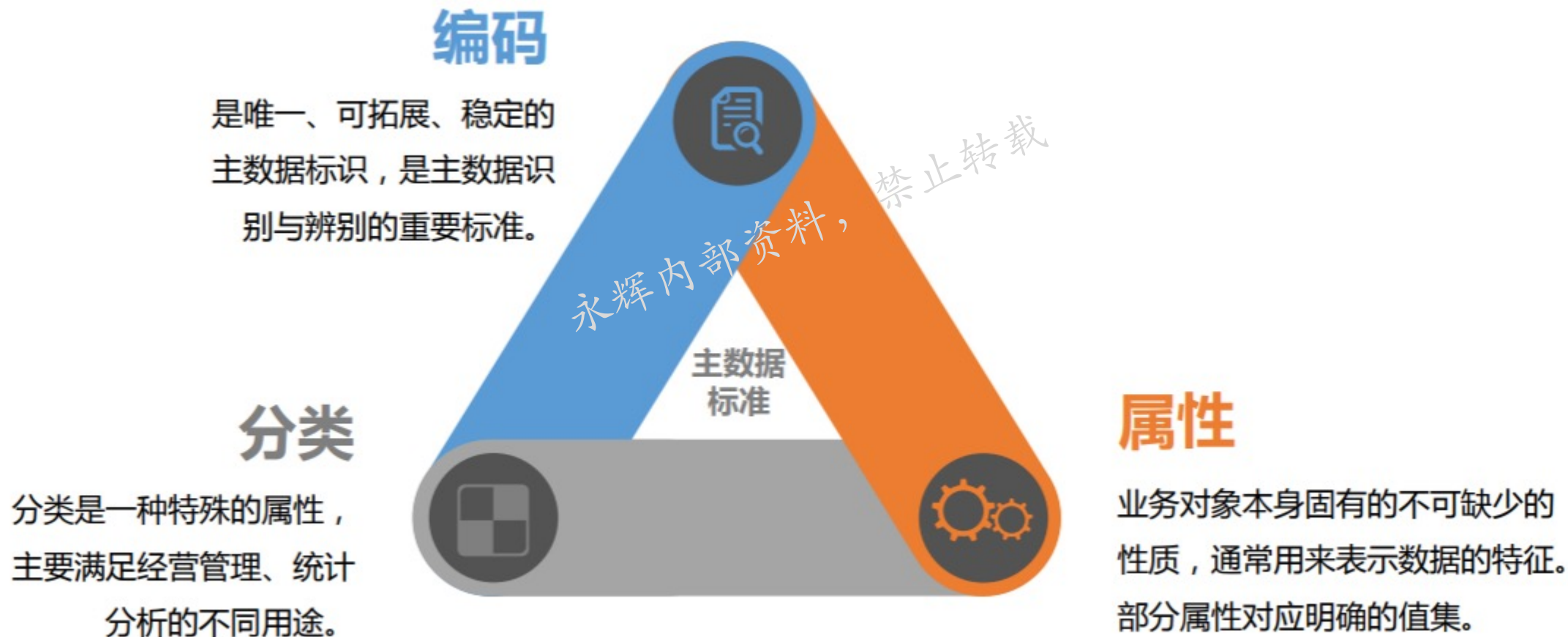
- **完整性**：数据的属性信息完整，无缺失；也包括数据的记录数完整。
- **准确性**：与业务事实相符，且满足精度要求。
- **唯一性**：同一数据不多次定义，数据源唯一。

- **一致性**：系统间数据标准一致、值列表清单一致、数据格式要一致。
- **及时性**：数据流转时间需满足业务应用的时间要求



领域解决业务哪些问题——主数据标准

每类数据对象的主数据标准，由编码、分类、属性组成，构成了该企业主数据管理的基础



领域解决业务哪些问题—主数据管理内容&目标

主数据管理内容

商品管理

- 提供新品的引入分档工具，根据新品在试销期的表现评估，加速新品的引入和淘汰
- 搭建必售、核心商品池，加强头部商品的分销和指引
- 采取末端汰换机制，加速尾部商品的汰换，降低库存

客户管理

- 支持潜客/固定客户档案和合同管理在线化
- 搭建客户评级机制，作为客户授信参考
- 对外提供客户信息接口和信控支付能力

主数据管理目标

1 提高标准化，增强执行力

- 提供全国各大区标准的数据管理逻辑
- 统一数据管理流程

2 强调制度化，增强约束力

- 实现关键环节上的**审批功能**
- 建立**明确权责关系**的数据管理体系

3 设计简单化，增强内动力

- 业务数据需求查询方便，处理准确快捷
- 数据中心数据维护简易规范

4 注重信息化，增强控制力

- 全系统实现零售海量数据的系统化管理
- 保证各大系统、业务定义的数据一致性

领域内功能架构

销售

永辉生活

微信小程序

京东到家

饿了么

XPOS-收银终端

运营

CMS-运营
· 首页配置
· 活动配置

商品中心-运营
· 商品文描
· 库存&价格
· 上下架

促销中心-运营
· 营销活动
· 促销规则
· 促销渠道

YHCRM-运营
· 会员管理
· 会员余额
· 积分&优惠券

OMS-系统自动化
· 订单交易处理
· 订单路由

供应链
&门店

供零易商
· 供应商自助入驻
· 订单确认和预约对账

采购管理
· 供应商引入
· 合同&证件管理
· 采购下单&审单

仓店管理—仓库
· 出入库
· 库内作业
· 看板

仓店管理—门店
· 进销存&加工
· 下单&退货&返配
&申偿
· 单据查询&报表

管家-门店
· 拣货&配送
· 核销

主数据管理
· 组织架构主数据
· 商品&客户主数据
· 财务相关主数据

财务
&HR

业财中台
· 采购结算
· 凭证转换规则
· 报表&接口

SAP-财务
· 总账
· 报表
· 固定资产

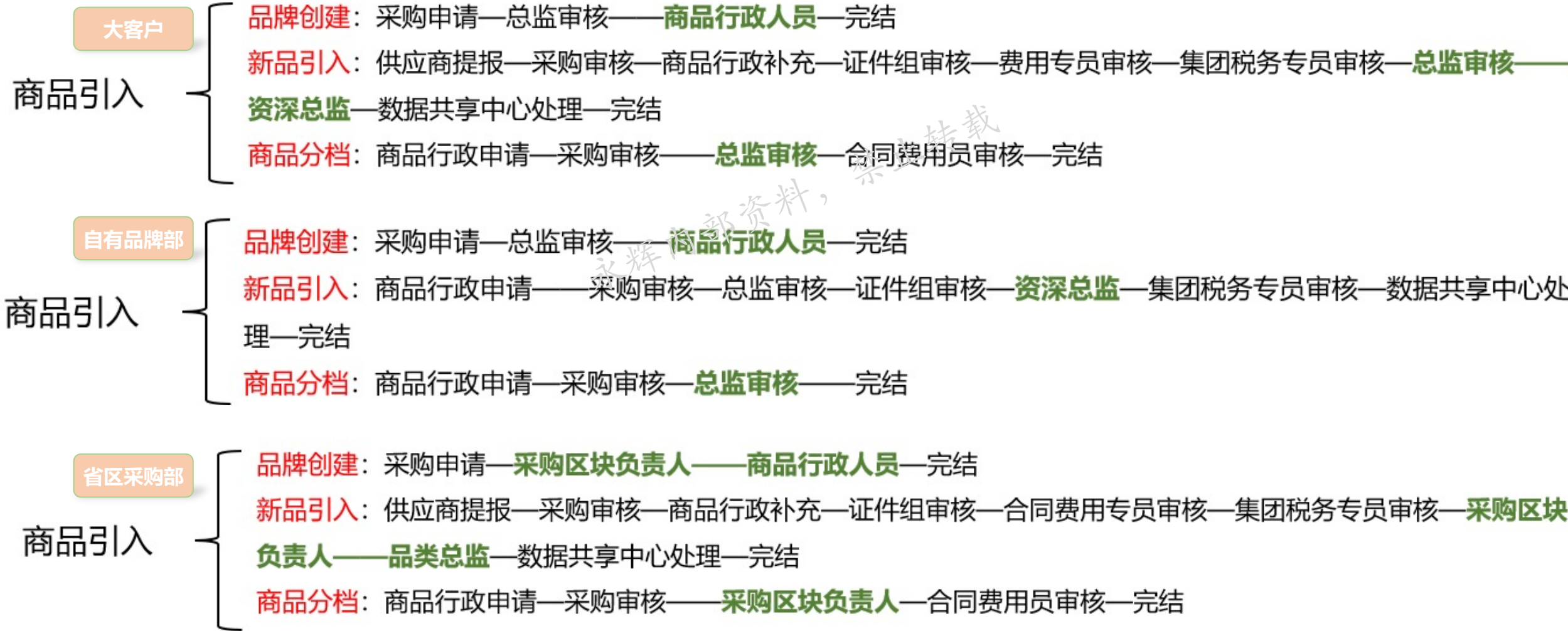
拜特-资金系统
· 资金进款
· 资金付款
· 资金调拨

IHR-HR系统
· 员工主数据
· 组织架构
· 薪酬计算

主业务的核心流程

商品引入流程-食百

- 新品引入：商品在永辉从未存在，第一次引入永辉售卖
- 商品分档：商品在永辉已存在，仅做分销到想售卖的门店



主业务的核心流程

资料修改流程-食百

大客户

资料修改

商品资料修改：提交申请—采购审核—证件组审核—总监审核—完结
商品物流模式修改：提交申请—IT处理—完结
商品状态修改：提交申请—采购审核—总监审核—完结
商品有效标识修改：提交申请—采购审核—总监审核—完结

修改品类要到品类管理部审核

自有品牌部

资料修改

商品资料修改：提交申请—采购审核—证件组审核——总监审核-完结
商品物流模式修改：提交申请—IT处理—完结
商品状态修改：提交申请—采购审核—**总监审核—资深总监**—完结（开档到资深总监审核，锁档不要）
商品有效标识修改：提交申请—采购审核—**总监审核—资深总监**—完结（开档到资深总监审核，锁档不要）

修改品类要到品类管理部审核

省区采购部

资料修改

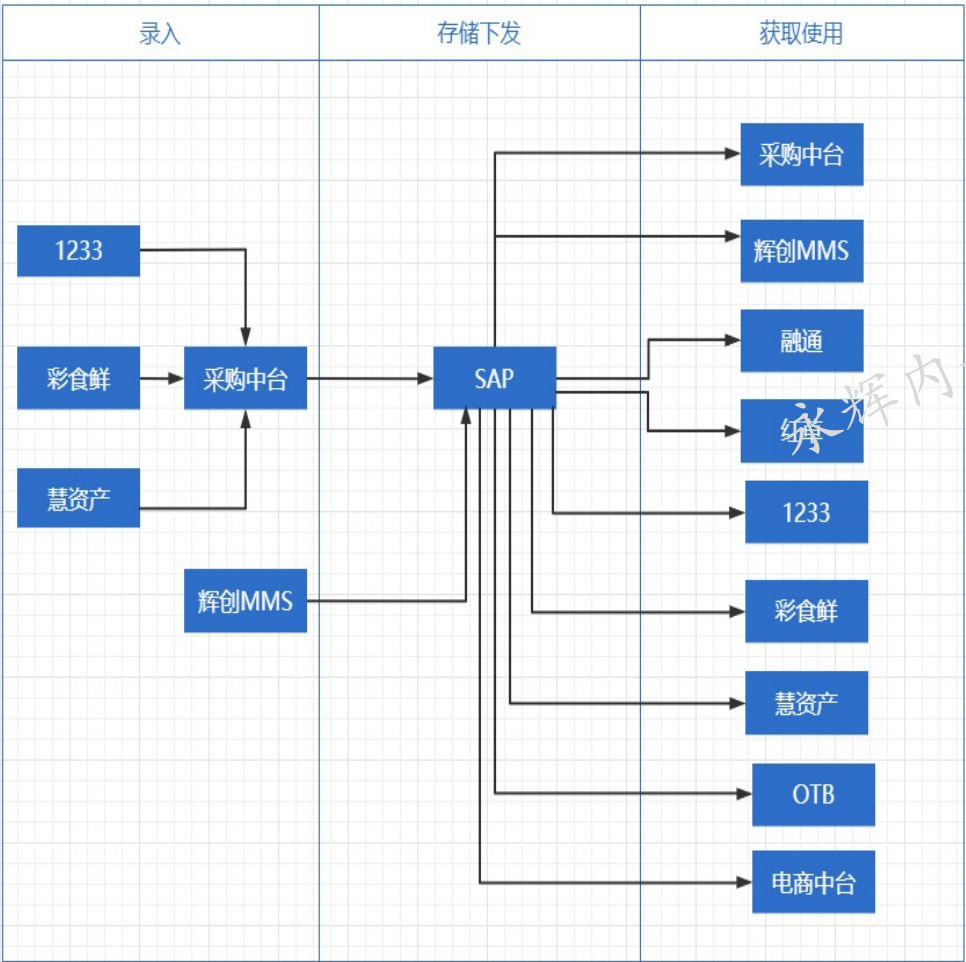
商品资料修改：提交申请—采购审核—证件组审核—**采购区块负责人**—完结
商品物流模式修改：提交申请—IT处理—完结
商品状态修改：提交申请—采购审核—**采购区块负责人**—完结
商品有效标识修改：提交申请—采购审核—**采购区块负责人**—完结

修改品类要到品类管理部审核

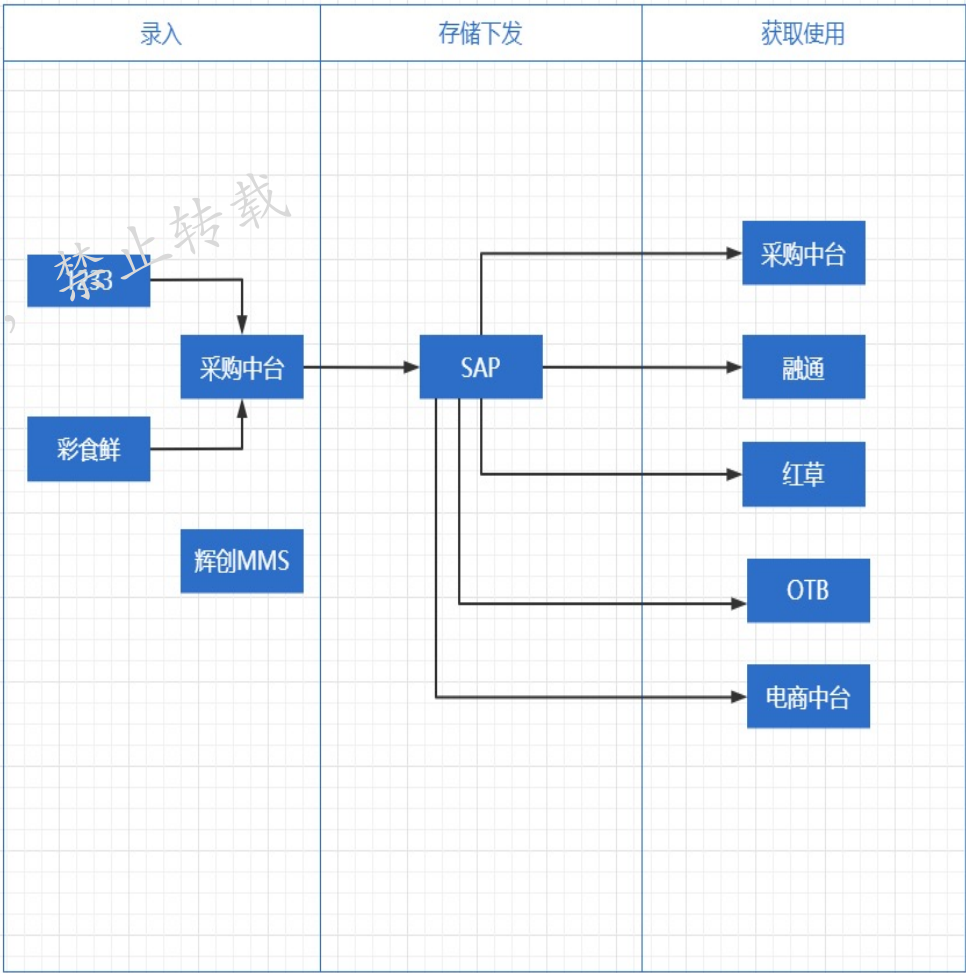
（开档到品类总监审核，锁档不要）

主业务的核心流程

商品引入数据流

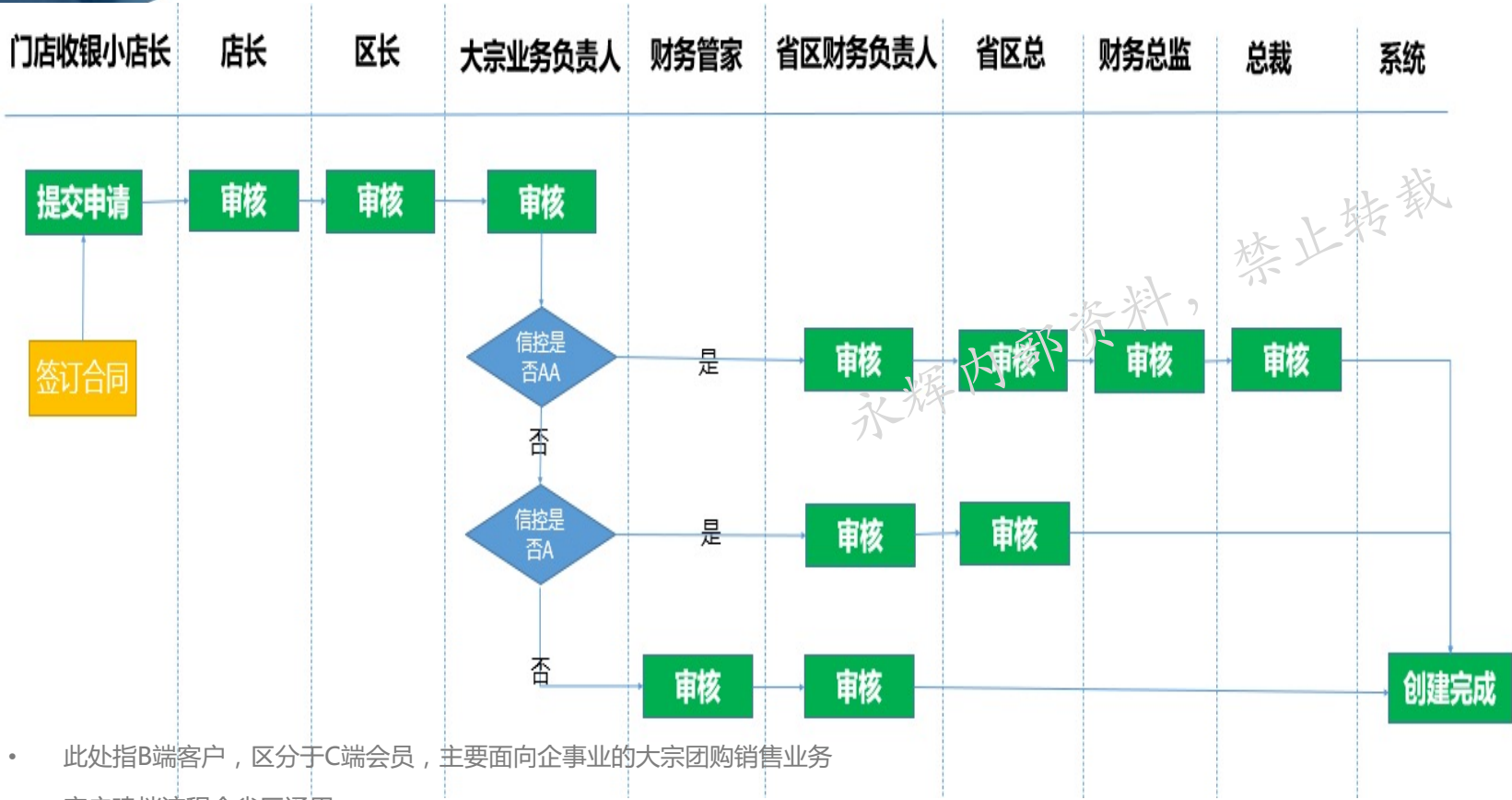


商品分档数据流



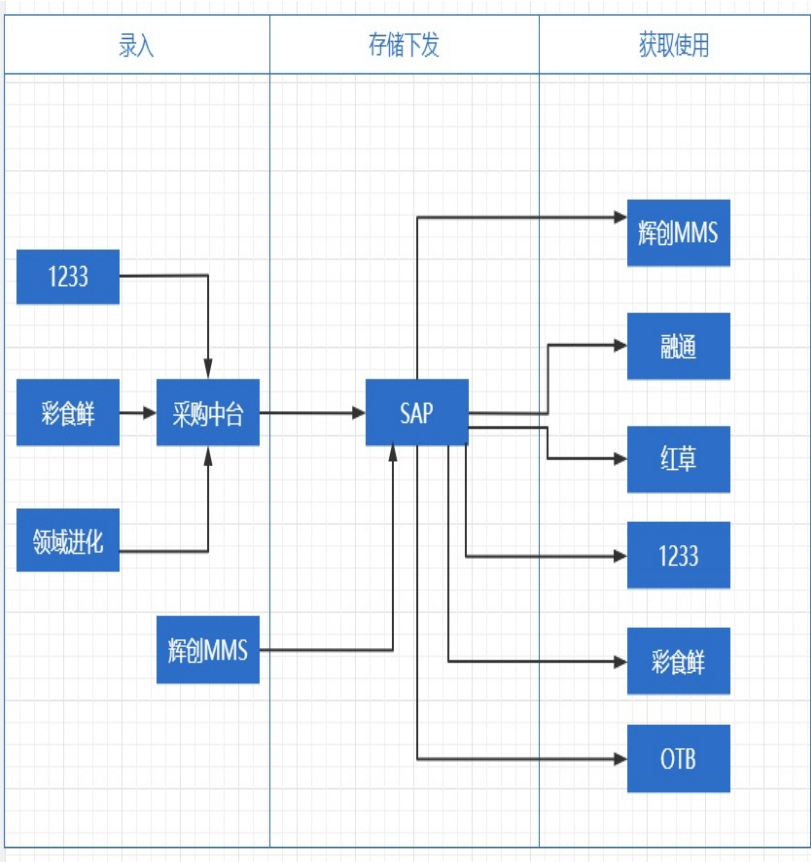
主业务的核心流程

客户引入业务流程



- 此处指B端客户，区别于C端会员，主要面向企事业的大宗团购销售业务
- 客户建档流程全省区通用
- 信控：指企业对B端客户的授信，基于客户的资质评价给予客户赊销的额度，类似花呗/信用卡消费，需财务或者总裁进行审核与风险把控

新客户数据流



名词解释

商品

- 类别
- 采购组
- 条码
- 经营方式
- 商品状态
- 有效标识
- 物流模式
- 分割转换
- 分解拆分
- 加工组装

供货关系

- 货源
- 采购信息记录

地点

- 层级结构
- 业态

客户

- 账户组
- 客户类型
- 统御科目

名词解释-商品

类别

- 一般按商品的用途、原材料、生产方法、化学成分、使用状态等这些商品最本质的属性和特征，将商品进行科学地、系统地归类，是商品**销售统计分析**一个重要口径
- 部类划分为**6**大类：
 - 10加工
 - 11生鲜
 - 12食品
 - 13用品
 - 14服装
 - 15耗材
- 商品类别下分为**4级**管理，从大到小依次为：**部类→大类→中类→小类**
 - 部类→12食品
 - 大类→1230软性饮料
 - 中类→123001碳酸饮料
 - 小类→12300101可乐
- 我们通常说的**转类**，是将商品归属的小类从A（12300101）转B（12300102）

永辉内部资料，禁止转载

名词解释-商品

采购组

又名课组，应用于业务划分、权限控制、绩效考核等

■ 生鲜

- H01 干货课
- H02 水果课
- H03 蔬菜课
- H04 家禽课
- H05 猪肉课
- H06 冰鲜课
- H07 贝类课
- H08 活鲜课

■ 食品用品

- A01 饮料香烟课
- A02 休闲食品课
- A03 干性杂货课
- A04 日配课
- A05 清洁用品课
- A06 家庭用品课
- A07 文体用品课
- A08 家电课
- A09 纺织用品课
- A10 酒品课
- A11 母婴课

■ 加工

- U01 熟食课
- U02 包点课
- U03 烘焙课
- U04 铁板课
- U05 果吧课
- U06 鲑鱼课
- U07 餐厅鲑鱼课
- U08 咏悦食府课
- U09 波龙课
- U10 盒牛课
- U11 麦子课
- U12 烤物课
- U13 手工包坊课
- U15 沙拉课
- U16 蚝吧课
- U17 麦乐巴士课
- U18 小火锅课

■ 服装

- P01 男正装课
- P02 男休闲课
- P03 女正装课
- P04 女休闲课
- P05 鞋课
- P06 童装课
- P07 内衣课
- P08 皮具课
- P09 童装课(DPH)
- P10 内衣课(DPH)
- P11 居家生活课

■ 物配

- 100 机电设备采购组
- 101 电子设备采购组
- 102 金属制品采购组
- 103 小类资产采购组
- 104 易耗品采购组
- 105 服装配件采购组
- 106 工程材料采购组
- 107 大宗商行
- 108 工程耗材采购组
- 109 彩食鲜生产物料

名词解释-商品

条码

- 由一组按一定编码规则排列的条、空符号，表示一定的字符、数字及符号组成的信息

条码类型：

➤ 国际码

EAN商品条形码亦称通用商品条形码，由国际物品编码协会制定，通用于世界各地，是目前国际上使用最广泛的一种商品条形码。分为**EAN - 13**（标准版）和EAN - 8（缩短版）两种

➤ 店内码

仅供企业自行印贴、店内使用，不能对外流通的条码，适用于非大量规格化的产品由系统分配生成；目前我们内部使用的自行店内条码主要有以下五种：

- 21码**：21+商品编码（6位）+0000+检验码（1位）——适用除14部类标品
- 23码**：23+顺序号（5位）+5个0（5位）+校验码（1位）——适用散称商品
- 26码**：26+商品编码（6位）+0000+检验码（1位）——14服装部类商品
- 25码**：25+顺序号（5位）+00000+校验位（1位）——组合销售商品
- 29码**：29+顺序号（5位）+校验位（1位）——彩食鲜标品

EAN13码



商品名称	单价	数量	成交金额
优领炫彩滑轮整理箱60L			
6971075126411		1	26.8
康师傅酸梅汤330ml*12			
6921294342147	23.9	1	15.9
超能植沐悦色洗衣液2.38kg*2			
6910019023324	98.0	1	59.9
超能APG薰衣草洗衣液2.5kg*2			
6910019016081	139.0	1	98.0
绿豆芽			
230411700143007166	2.0	1	1.43
阳光玫瑰葡萄(L)(二级)			
232236401016005085	20.0	1	10.16
双汇肉花肠90g			
6902890236399	3.8	1	2.9
康师傅鲜虾鱼板开心桶面101g			
6900873714636	4.0	1	3.2
优惠合计：111.9			
促销优惠：111.9			
会员账号：827****65250703504			

- 是指零售商销售商品的采购方式或经营模式，一般零售商的经营方式主要有**两种**：
 - **自营**：也称为“经销”，即由零售商正式下订单采购，货款到帐期时，由零售商支付给供应商。
大部分零售商的商品采取购销形式进货，库存损耗由零售商全额负担，但在某些情况下，可要求供应商补一些损耗，或做一些退换货的安排，以降低风险。
 - **联营**：或称为“提成销售”，即零售商提供一定的销售空间，在一定的提成扣率的协议下，实施“联营销售”。零售商对商品不拥有所有权，所以没有库存损耗风险。
 - ✓ 联营商品**扣点率**：是指联营商品的销售提成，有正常扣点和促销扣点
 - 正常扣点：是指联营商品以正常售价销售时的提成点数
 - 促销扣点：是指联营商品以促销售价销售时的提成点数

名词解释-商品

商品状态

- 商品流通属性的一种标识，达到统一营运部门与采购部对商品的管理，提升商品管理效率

状态的划分及对业务的影响

状态	订货	销售	退货	关注点	生效范围
A 新品状态	Y	Y	Y	区域第1次分档，应重点关注	物流、门店
B 正常状态	Y	Y	Y	A状态60天后自动转为B状态	物流、门店
E 暂时停购	N	Y	Y		物流、门店
H 停售状态	N	N	Y	及时下架	物流、门店
K 永久停购	N	Y	Y	注意及时清理库存，避免积压	物流、门店
L 退场状态	N	N	N	库存为零才能转为L	物流、门店

名词解释-商品

有效标识

- 商品流通属性的一种标识，解决商品在同一店群内各门店状态一致的情况下，对个别门店进行特殊管理，以实现商品管理的差异化和精细化

标识的划分及对业务的影响

标识	订货	退货	销售	生效范围
有效	Y	Y	Y	门店
无效	N	N	N	门店
有效不可订	N	Y	Y	门店

名词解释-商品

物流模式

指商品在门店实物配送的方式，可分为下列三种：

- 直送：供应商将商品配送到连锁门店，不通过配送中心周转，行业中称为‘供应商配送模式’
- 直通：供应商将商品送到配送中心，配送中心收货后，将商品转运全量配送给门店
- 配送：企业自建物流、承租场地建物流或第三方物流配送中心，商品通过配送中心配送到连锁门店，行业中称为‘自营配送模式’

模式	说明	商品流	单据流
直送	门店下订单供应商直接送货到门店（供应商自己的车送货到门店）	门店订货-供应商送货门店-门店验收收入库	同商品流，门店《验收单》
直通	1. 门店下订单供应商送货到配送中心 2. 配送中心验收入库不上架，配送中心直接转配门店，门店配送收货（配送中心车送货到门店）	门店订货-供应商送货配送中心-配送中心收货入库-配送中心配货发货-门店配送验收入库	同商品流，配送中心《验收单》、门店《配送收货单》
配送	门店下订单，配送中心根据当前配送库存拣货后，配送到门店	门店订货-配送中心拣货发货-门店配送验收入库	同商品流，门店《配送收货单》

名词解释-供货关系

货源

- 记录门店/物流商品的供货供应商信息
 - 商品+地点+供应商
 - 非生鲜商品以默认货源为有效值
 - 生鲜商品有效期末终止，且未冻结的货源均有效

商品	条码	商品描述	小类	小类描述	货源创建日期	货源创建者	地点	地点描述	货源起始日	货源截止日	供应商	供应商名称	采购组织	采购组织描述	直送供应商	固定标记	外部供应商
1004818	8690792014051	梅苏桃汁饮料1L	12300603	桃汁饮料	2020.05.07	后台作业调度	9012	永辉福建福州市-黎明店	2020.05.07	9999.12.31	20012852	北京琪福康国际贸易有限公司(有机馆)	P001	永辉福建大区采购组织			
1004818	8690792014051	梅苏桃汁饮料1L	12300603	桃汁饮料	2020.05.07	后台作业调度	9012	永辉福建福州市-黎明店	2020.05.07	9999.12.31	SW001	福建食品用品配送中心	P001	永辉福建大区采购组织		X	0020012852

采购信息记录

- 记录门店/物流供应商供货商品的关键信息
 - 商品+供应商+采购组织，包含价格、退货信息、税率等信息

商品编码	条码	商品长名称	小类	小类名称	一般创建日期	一般创建者	供应商	供应商名称	退货协议
0000000000001004818	8690792014051	梅苏桃汁饮料1L	12300603	桃汁饮料	2018.05.17	后台作业调度	0020012852	北京琪福康国际贸易有限公司(有机馆)	不可退货
0000000000001004818	8690792014051	梅苏桃汁饮料1L	12300603	桃汁饮料	2019.06.19	后台作业调度	0020033713	福州德凯贸易有限公司(彩食鲜)	可退款退货
0000000000001004818	8690792014051	梅苏桃汁饮料1L	12300603	桃汁饮料	2020.02.27	后台作业调度	0075000106	福建彩食鲜供应链管理有限公司(联营借资质食百)	可退款退货

名词解释-分割转换

分割

分割：一个采购单品（母品）分割为多个销售单品（子品），分割后完全改变了原来商品特点（外观、结构、价格等），此类的采购单品一般不做直接销售，必须加工后便成多种单品销售。例如：采购“一等猪肉”，门店必须分解成：上排肉、带皮肉、有骨条肉、无骨条肉等销售单品。

号	商品母品	母品单位	商品子品	子品单位	类型	是否启用	转换数量
	5990 片肉	KG1	2075 里脊肉	KG1	分割	启用	1
	5990 片肉	KG1	2074 猪脑	KG1	分割	启用	1
	5990 片肉	KG1	1789 精品夹心肉	KG1	分割	启用	1
	5990 片肉	KG1	86 猪肉馅	KG1	分割	启用	1

转换

转换：某种商品为促销的需要采用新的计量单位，使采购单品变为新的销售单品，但商品其它属性没有变化。例如：按kg 采购的蔬菜按“把”计价销售；按kg 采购的鲍鱼按“个”计价销售

商品母品	母品单位	商品子品	子品单位	类型	是否启用	转换数量
248 鲍鱼（活）	KG1	739469 鲍鱼（小）（个）		转换	启用	1
248 鲍鱼（活）	KG1	1743 鲍鱼（活）		转换	启用	0.04

名词解释- 分解拆分&加工组装

分解拆分

分解商品：是指商品按包装规格不同，独立售卖
例如牛奶，单盒可售卖，大包装24盒/箱有另外的条码，可直接售卖，系统中建立分解关系，订货收货时按大包装进行，便于操作人员清点数量，销售时可按大包装销售也可按单盒销售，单盒销售时按分解数量，自动扣减大包装的库存

商品母品	地区	商品子品	子品名称	是否启用	拆分解数量
77408	110000	蒙牛真果粒椰果牛奶饮品250g*12	蒙牛真果粒椰果牛奶饮品250g	1启用	12

加工组装

一个采购单品通过分拣、再包装等办法加工成一个更精细的销售单品，但商品的基本属性没有变化
例如：小白菜精细包装后变成精装小白菜，白菜、胶白、玉米、榴梿肉等剥皮后精装销售

BOM编码	BOM名称	成品	原料	是否启用	是否默认	类型
BOM20210914000070	佳沛绿奇异果六粒装	1293487 佳沛绿奇...	799388 佳沛金奇...	启用	是	加工
BOM20210914000069	米蕉 (份)	1068040 米蕉	5466 米蕉	启用	是	加工

名词解释-地点

层级结构

- 采购组织**：负责为一个或多个地点（含门店和配送中心）采购商品、物料、提供服务及与供应商协商价格和供货条款的组织单位；如P001-永辉大区采购组织
- 店群**：根据管理需要，在某个采购组织下将多个相邻机构划分群组，应用于价格动态调整、商品状态调整等；由4位数字组成；如0001-福州进价店组
- 地点编码**：信息系统给予企业每个机构组织编码，由4位字母、数字组成；在信息系统内部为唯一标识各机构组织的代码；如9010-屏西店，W001-福建食品用品配送中心

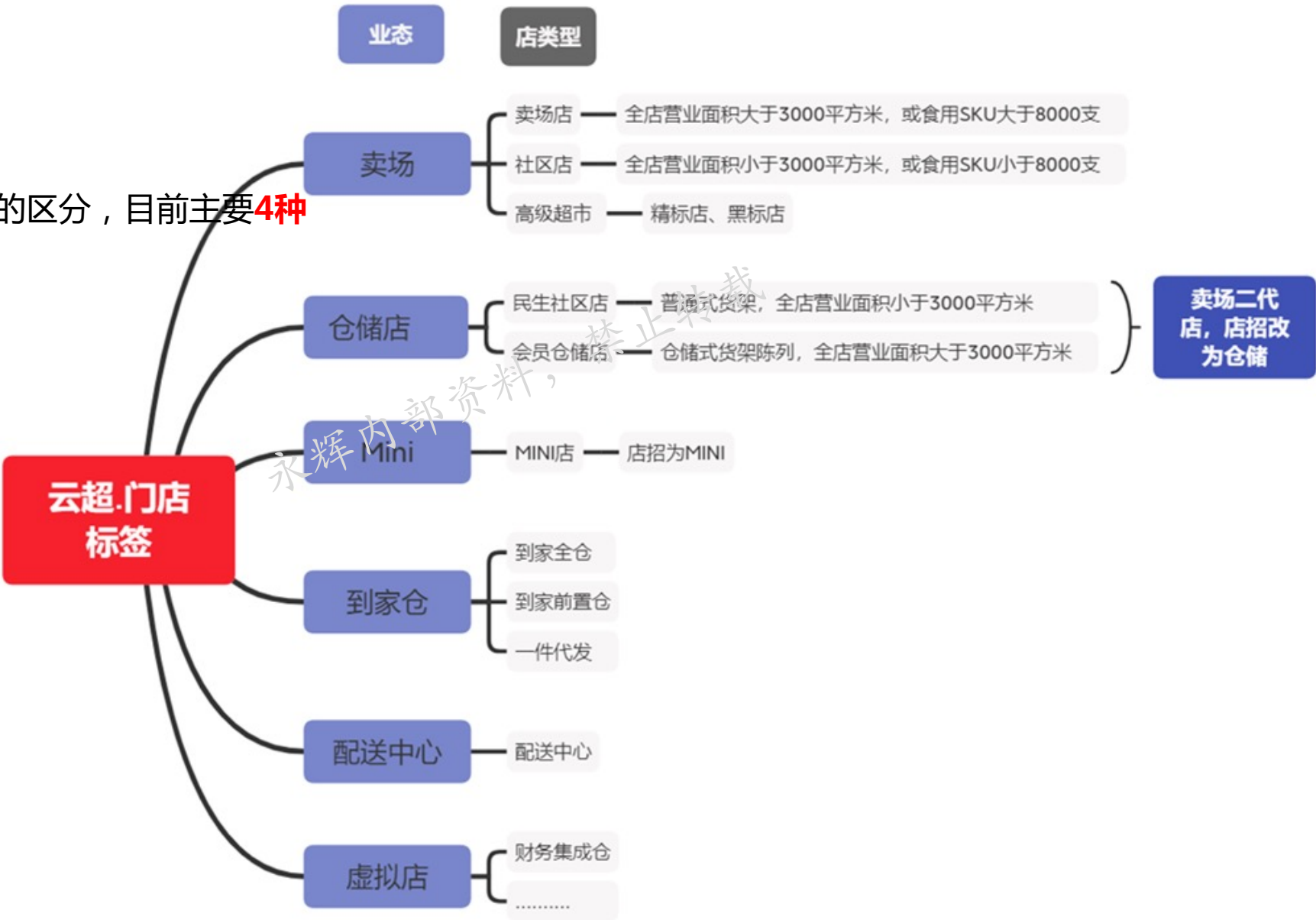
永辉采购组织架构



名词解释-地点

业态

- 用于经营模式与经营理念的区分，目前主要**4种**
 - 卖场
 - 仓储店
 - Mini
 - 到家仓



名词解释-客户

账户组	包含范围	统驭科目	编码体系
多渠道团购客户Z001	2B团购客户	1122010000应收账款-货款	100000-299999
	永辉卡客户		
	提货券客户		
	纸皮款客户	1221040000 其他应收款-纸皮款	
招商客户Z003	招商租赁（非供应商的）	1122020000应收账款-租金	300000-399999
一次性客户Z005	电商一次性客户	1122010000应收账款-货款	900001-909999
	团购一次性客户		910000-919999
	零售一次性客户		920000-929999
市调客户Z004	竞争对手	没有公司视图	400000-499999
财务客户Z006	费用类客户- 与主营业务无关的费用性销售涉及的客户	1221030000其他应收款-单位	500000-599999
	金融客户	1124010000应收保理款-回购保理本金	
内部客户Z007	公司代码客户，内部调拨使用	1399010000内部往来-内部应收	G+公司代码
地点客户Z008	配送中心	1399010000内部往来-内部应收	S+DC、门店编号
	门店	1122030000应收账款-待转营业款	

名词解释-客户

账户组	包含范围	统驭科目	编码体系
供应商客户Z009	供应商（备用）		C+供应商号
传媒客户Z010	广告公司	1122020000应收账款-租金	600000-699999
托管公司客户Z011	联华、中百托管供应商：因为不是我们的公司，按团购规则新建，新建V开头客户一个号码段给财务做账做区别	1399010000内部往来-内部应收	V+中百、联华公司代码
内部客户-联营 Z013	即永辉的门店和DC作为采食鲜DC的客户，以联营的形式，进行销售	1399010000内部往来-内部应收	L+公司代码
金融客户-对私 Z014	金融系统的客户，主要是对私业务，与财务客户区分	1303010090 贷款-短期贷款	700000-799999

账户组

- 用于区分不同类型与用途的客户

统驭科目

- 用于不同类型与用途的客户的财务记账



谢谢
Thanks