|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **宝能工作案例**  **2020 年 10 月 15 日** | | | |
| 案例名称 | 如何建设新零售大电商平台中央库存系统 | | |
| 提交人姓名 | 叶海锋 | 邮 箱 | yehf11@bngrp.com |
| 提报单位 | 前海网科 | 电 话 | 13751352899 |
| 案例涉及到的岗位 | 产品经理、需求工程师 | 案例所属业务范畴 | IT系统建设 |
| 一、案例背景、内容描述、分析、解决方案 | | | |
| 【案例背景】集团内部关于商品的采购流通销售存在着如下的业务场景：  （1）多个销售平台和渠道同时销售，库存共享。  （2）多个仓库和门店同时为销售平台提供货源；门店有自营方式，还有合作代发货方式。  （3）仓库只做大批量进出，只支持配送，不支持自提业务；有些门店只做自提，不做配送；有些门店自提和配送同时支持。  （4）有些地区的门店配送若在闪送范围内，可以支持O2O闪送（例如用美团、饿了么、京东到家配送），不支持闪送的，走常规物流配送。  （5）门店商品要同时支持线上销售和线下售卖，库存共享。  基于这么多的业务场景，现有的ERP系统因为相对传统和单一，已经无法满足对应的需求，更无法支持未来的业务场景丰富和更进一步的开展。  【解决方案】基于以上的业务背景，对应的解决思路是将所有门店/仓库的库存集中到中央库存中，然后根据对应的分配规则按照比例同步到对应的销售平台或渠道。 | | | |
| 二、案例成果 | | | |
| **通过建设中央库存，将各地的仓库、门店库存进行集中监控和管理**，在新零售模式下，仓库和门店遍布全国甚至全球，如果库存管理的很分散、不准确，就没法给企业赋能，无法给客户带来极致购物体验。解决客户付款下单以后，不能按时履约，或者超卖、缺货等问题，造成这样的问题在当今以客户体验为中心的互联网时代，对企业形象是致命的。传统模式下，各地库房分散管理，互不透明，总部无法集中把控和调度，导致库存分布不平均，库存成本积压严重。因此通过中央库存的建设，可以有效规避这些问题：  （1各地库存实时同步，总部统一监控统一调度，防止各地库房/门店各自为阵；  （2）总部可以根据全国总库存按需采购，而不再只考虑单仓库存，如此可以有效防止有些库房库存过高滞销而另一些库房库存不足缺货；  （3）中央库存的搭建可以有效汇总全国库存给销售平台，供用户下单，智能分仓、就近发货；  （4）当某些商品需要考虑串货、某些仓库/门店需要单独或者同时支持自提和配送业务，且需要线上线下同步售卖的场景模式下，单仓管理和传统ERP库存模型均不能有效支撑业务发展，必须有个中央大脑对库存进行灵活调度，此大脑就是中央库存；  （5）集中的库存管理对于财务核算、审计、数据汇总分析、采销日常作业均能提供更加透明和有利的依据。 | | | |
| 三、本案例学习或传播的关键点是什么，学习传播中需要注意的方面 | | | |
| 建议学习范围/人群：产品经理、需求工程师。  传播时效：传播时效为 1 小时。  传播价值：旨在关注审核思路和要点。  注意事项：传播仅限it系统专业，其他专业可能接受力度不大，而且传播阻力较大。建议结合实际案例进行授课。 | | | |
| 四、案例评价 | | | |
| 直属上级审阅与评价：     评价人： | | | |

注：以上栏内的蓝色说明语在填写案例时可删除。

**案例填写说明：**

**一．案例五项基本原则：**

* 必须是工作中真实存在的，不能杜撰假设。
* 必须是正向积极的、不能有负向的议题。
* 不能有企业商业数据、秘密等的信息。
* 不能有牵扯政府等相关话题。
* 案例须是能传播、有传播价值、可学习的。

**二．案例名称：**

* 可以是一个管理上遇到的问题。
* 可以是一个业务问题、如发生XXX了怎么办。
* 可以是一个工作上的事务处理经验。
* 可以是一个客户营销的成功经历或一个失败的可借鉴的一段经历。
* 可以是一个团队协作的问题及解决方法。
* 可以是一个个人工作上的困惑。
* 可以是一个好方法的分享。
* 可以是一个技术性的探讨话题。
* 可以是对企业文化的深入理解分享。
* 可以是一个对工作改进与创新的建议。
* 可以是。。。。