

# 连锁零售标准行业解决方案

关键词：连锁零售

用友优普  
yonyou up

互联网时代企业应用领导者



用友优普信息技术有限公司

yonyouup information technology Co., Ltd.

## 目录

<b>一、</b>	<b>连锁零售行业综述</b>	<b>2</b>
1.1	连锁零售行业市场现状	2
1.2	连锁零售行业发展趋势	2
1.3	行业整体信息化现状	3
<b>二、</b>	<b>连锁零售行业业务特点</b>	<b>5</b>
2.1	行业管理场景综述	5
2.2	管理场景——运营管理	7
2.3	管理场景——门店管理	9
<b>三、</b>	<b>连锁零售行业关键需求</b>	<b>11</b>
3.1	运营管理——管理需求	11
3.1.1	采购业务需求分析	11
3.1.2	销售业务需求分析	11
3.2	门店管理——管理需求	12
<b>四、</b>	<b>连锁零售行业解决方案</b>	<b>13</b>
4.1	运营管理信息化解决方案	13
4.1.1	零售价格管理方案	13
4.1.2	VIP 会员管理方案	14
4.1.3	促销管理方案	16
4.2	门店管理信息化解决方案	18
4.2.1	门店的日常管理	18
4.2.2	配货管理方案	28
<b>五、</b>	<b>连锁零售解决方案价值</b>	<b>36</b>
5.1	总体价值	36
5.2	管理模式价值体现	37
<b>六、</b>	<b>用友连锁零售行业成功案例及用户列表</b>	<b>40</b>
6.1	案例分析：特步（中国）有限公司	40
6.2	行业客户展示	48

## 一、 连锁零售行业综述

### 1.1 连锁零售行业市场现状

改革开放以来，中国国民经济保持着持续、健康、快速发展的良好态势。伴随着经济的快速增长，中国零售业一派兴旺。根据中国连锁经营协会的调查统计，2009 年全年社会消费品零售总额 12.53 万亿元，比上年增长 15.5%；其中，连锁百强销售规模达到 1.36 万亿元，同比增长 13.5%，百强企业门店总数达到 13.7 万个，门店总数增长 18.9%。到 2010 年，连锁百强销售规模达到 1.66 万亿元，同比增长 21.2%，百强企业门店总数达到 15 万个，同比增长 9.8%。相关调查显示，我国零售企业 IT 投资所占零售总额的比例尚不到 0.2%，而国际零售巨头的投入平均在 2%以上。预计这块市场将产生 250 亿以上规模的需求。

连锁专卖行业有从以往传统的服装、烘焙、茶叶、休闲食品、农产品、饰品、家电等行业开始向几乎全行业发展的趋势，近几年几乎所有面向最终消费者的工业制成品都开始进入连锁专卖领域，因此该行业近年呈现井喷行情。

### 1.2 连锁零售行业发展趋势

连锁专卖行业的发展态势与区域经济发展态势相吻合，越是商业经济发达的地区，这个行业就越活跃、对 IT 管理的需求越旺盛。

行业综合发展水平：虽然已有相当长一段时间进行过企业信息化建设的基础，但是在新的互联网经济浪潮面前，传统零售业企业和非传统零售业企业都受到冲击，整个行业仍处于快速扩张、缺乏管理的阶段。

另外，还有以下几个特点：

- 连锁零售业销售规模快速增长：虽然开店数量增幅下降，但销售规模上升明显；
- 连锁零售的商业模式更加多样化：从 P2P 到 O2O 的各种商业形态均有巨大的应用市场；
- 连锁零售业对物流的需求越来越高，与第三方物流的合作加深
- 网购份额进一步加大，多数零售企业开始尝试介入网销业务。

### 1.3 行业整体信息化现状

连锁零售企业在这几年中得到了迅速的发展。企业的规模扩大了，竞争加剧了，企业的信息化问题也随之提到日程上来。

零售业的信息化一般可分为三个阶段：

- 第一个阶段是单项业务信息技术应用的初级阶段。这一阶段的特点是信息技术工具的独立应用，通常用于零售业某项具体工作，如会计电算化、POS 机，电子秤等，只是为了提高某个具体工作的速度和效率，降低了该工作岗位的劳动强度，同时也提高了该环节数据的准确性。
- 第二阶段是零售业信息管理系统的发展阶段。它包含数据采集和管理信息系统的采购、销售和库存信息管理，主要功能是为企业管理服务，通过单品管理和进、销、存的信息管理为企业的业务决策提供支持。
- 第三阶段是零售企业全面信息化阶段。在这个阶段，信息技术对零售企业的经营业务进行基于信息共享上的全过程支持，它支持企业内部的各部门、分支机构、下属店铺的全流程管理。以及企业内部的供应链管理。

在过去十来年中，中国零售业在信息技术的应用上，取得了可喜的成绩，国内零售企业信息化水平基本上已全面进入第二阶段、部分已过渡到第三阶段。

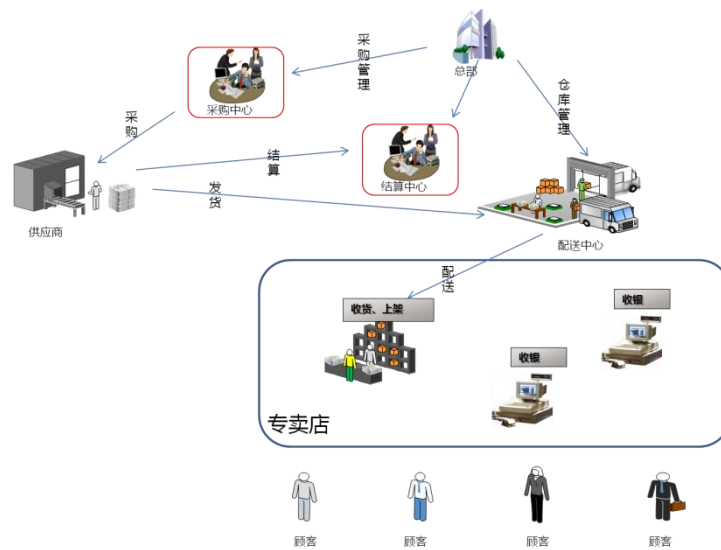
作为连锁零售企业，若不能及时处理供应链上的海量信息，那么这对企业的发展是极其不利的。虽然国内零售企业信息化水平基本上进入第二阶段甚至更高层次，但在投资水平、信息化成果、系统集成度、为企业带来的效益等方面仍存在较大提升空间，这就对国内零售企业信息化向第三阶段发展，即全面信息化阶段，提出了要求。

## 二、 连锁零售行业业务特点

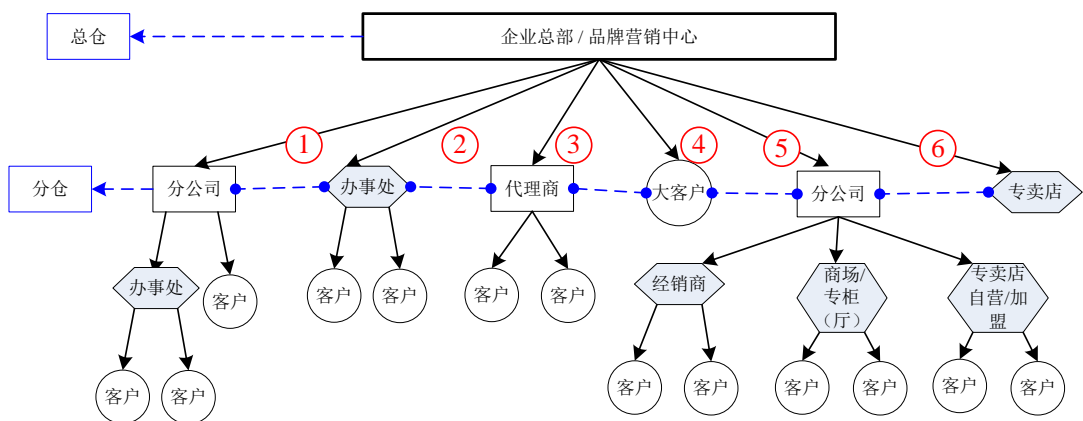
下面将结合管理业务场景来阐述连锁零售行业的管理模式和特点：

### 2.1 行业管理场景综述

典型的连锁专卖行业业务全景图：



在营销组织架构上，企业为及时掌握市场消费信息和市场趋势、销售状况，可能采取以下 6 种形式中或单独或复合的营销网络。



以上各种销售方式都具有一定的各自优势和相互间的互补性，随着市场的变化，更多的服装企业将会采取复合的渠道营销方式，以上 4 层销售层级的销售组

织结构基本覆盖了目前分销零售企业的营销模式，随着市场的发展和变化，也将会出现更多的渠道营销和管理模式。

在这 4 个层级、6 种分销模式中，企业总部、分公司一般为独立核算制，品牌营销中心模拟独立核算；办事处、专卖店对外为非独立核算机构，对内模拟独立核算；经销商、大客户、商场、个人为企业的客户，与企业发生结算关系。

- 公司总部：负责研发生产、销售、财务、战略、行政和客户服务等部门相互之间的协调和管理；
- 品牌营销中心：营销总公司根据产品品牌划分营销中心，负责管理一个独立品牌产品的营销推广工作，连锁专卖企业普遍采用“一品多牌”或“一牌多品”，品牌营销中心负责管理、监控和考核在各地设置的营销网点，重点管理产品、渠道规划与库存控制，销售实现。
- 分公司：通常按省级区域设立分公司，负责统一指导管理本区域内办事处的业务。总部监控分公司，划分权力范围予分公司经理。分公司是独立注册独立核算的，与企业总部业务往来相当于企业间贸易关系，管理上实际是总部直接监管控制的。
- 办事处：营销总公司在全国各地区分区域下设的地区经营单位，负责对本区域内客户进行业务管理和配货管理。各地办事处的业务考核根据所属区域市场的销售业务开展情况进行。各地办事处一般不具有贷款的支配权，费用由总部根据销售和其他的情况进行分配和划拨。
- 商场店中店/专柜/专厅：设在商场一般直接管理的零售终端，有直营或代销模式，企业需要与所在商场结算。

- 专卖店：企业建立的零售终端，包括直营专卖店或加盟店，对店面形象、货品、价格、促销政策、客户管理等实行统一。
- 大客户：企业总部或者品牌营销中心直接进行销售的对象，通常包括大批量、长期性的定制客户；
- 仓库：各个分支机构所辖的仓库，包括所辖零售终端的库存，企业可能在区域设立分仓，由总部管控，负责对区域内机构和店铺的供货，区域内机构只负责业务，实行商流和物流分开。
- 成品库：营销总公司在总部生产厂或其他的 OEM 生产厂所生产的产成品，统一进入总部成品库作为商品销售。

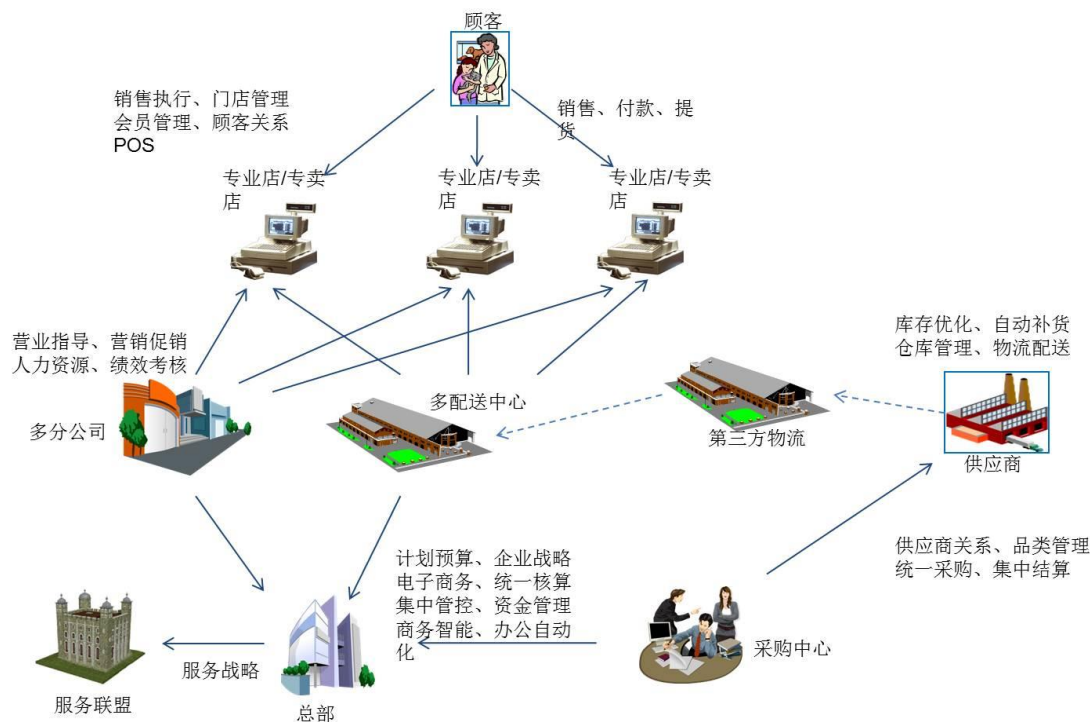
从当前国内连锁专卖企业销售渠道的发展趋势上看，出现了渠道扁平化和更加重视销售终端的趋向。企业直接开店，掌控零售终端，连锁专卖店代替以往的经销制成为主流。由于直营店便于管控，特许加盟方式更易于扩展，直营店和加盟店常常并重，同时加上借用社会零售卖场资源的直营和代销专柜，成为主要的专卖零售形态。对异地零售终端的管理和服务，通过驻外区域的办事处人员完成。在物流仓储和配送方面，在传统办事处分库配货同时，已经有建立区域配送中心的尝试和更多利用第三方物流商的服务。

为了满足连锁专卖企业对集团化运营管控和终端管理的需求，需要搭建一个一体化的运营管控平台和终端管理平台。

## 2.2 管理场景——运营管理

大多数连锁专卖企业的运营管控主要是围绕着 2 类客户——消费者和经销商，如何更好地为他们提供产品和服务来展开的。





这种模式下，运营管理主要有 3 个业务特点：

➤ 管理集约化

- ◇ 终端市场的连锁零售营销策略的统一，实现集中管控
- ◇ 商品统一采购、统一配送，降低成本，减少积压
- ◇ 管理模式标准化，满足企业扩张时模式的快速复制

➤ 构建高效供需链

- ◇ 整合优化资源，实现内部组织间、上下游渠道的协同
- ◇ 提高市场响应速度，建立相对扁平化的营销运营体系
- ◇ 加强预测和计划管理

➤ 建立企业内部控制体系

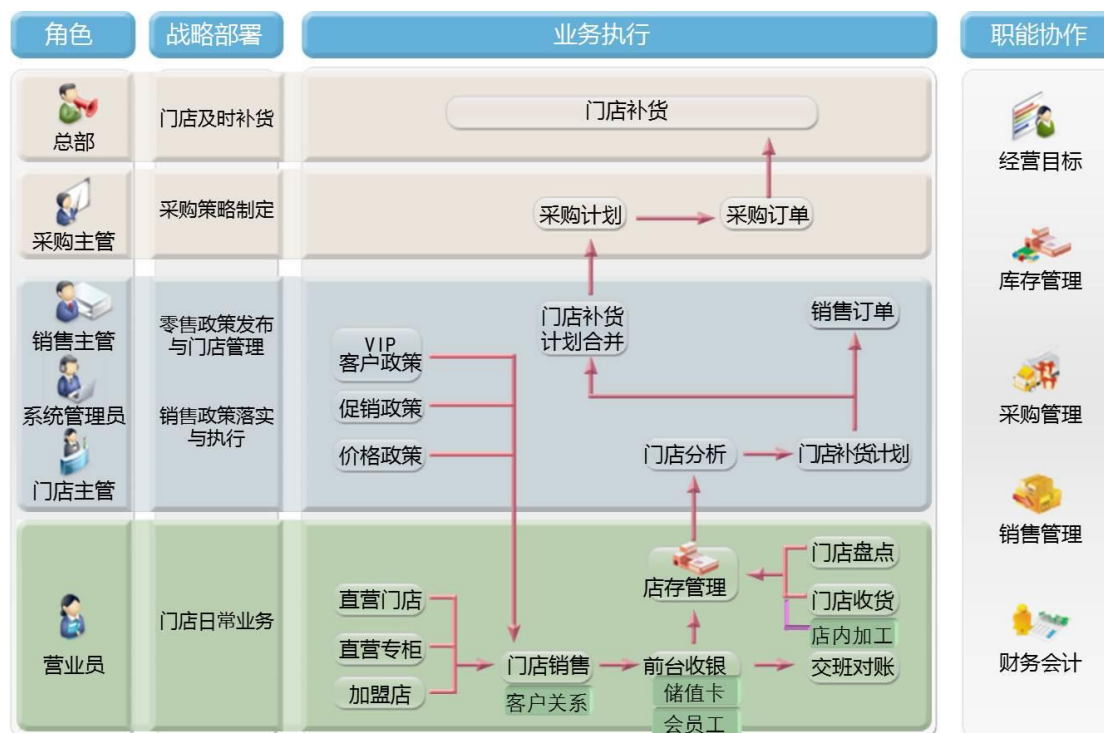
- ◇ 集团政策实现自上而下的贯彻（基础数据、业务制度、流程规范等）
- ◇ 集团对全局业务运作的可视化

◇ 对例外事务的实时监控和处理

## 2.3 管理场景——门店管理

终端门店做为连锁专卖企业主要的销售场所,其门店的现场管理也是非常重要的。

典型的门店业务管理由如下环节组成:



门店管理的主要业务特点是:

- 直营与加盟模式下的专卖店、柜模式并存,并存在委托代销等业务行为和预订、店面加工、赊销等业务模式
- 全面的门店库存管理需要: 门店要货、退货, 店间调拨, 零售库存控制, 周边库存掌握
- 丰富灵活、的促销管理需求: 从时间、地域、商品、模式、会员参与方式等方面协同制定规则

- 全面的会员管理应用：会员招募、会员积分折扣规则、会员晋级策略、会员关怀、会员回馈
- 全生命期的卡券管理：卡券类型、制作分配、销售派发、充值消费、回收校验

## 三、 连锁零售行业关键需求

针对连锁零售行业业务管理现状，存在的关键问题及需求如下：

### 3.1 运营管理——管理需求

#### 3.1.1 采购业务需求分析

- 采购计划管理迫切需要改变手工处理状态
- 加强供应商基础信息管理，优化合格供应商评估指标
- 加强采购价格政策有效贯彻执行及采购价格分析，指导采购决策
- 灵活定义优质优价合同结算方式
- 采购业务流程不统一、效率不高
- 采购与仓储业务相关部门信息孤岛问题严重
- 采购与财务方面存在对帐难问题
- 大部分通过手工方式在做采购与仓储相关业务信息统计分析

#### 3.1.2 销售业务需求分析

- 解决相关部门信息沟通不畅问题
- 销售订单全程跟踪管理
- 实现产品定价、售价审批
- 销售发货的控制
- 销售报表的要求

## 3.2 门店管理——管理需求

- “集中管理” ——统筹全局资源：集中与共享信息资源，通过集中的数据管理达到财务、业务一体化运行，大大提高信息的准确率和透明度。
  - ◇ 终端市场的连锁零售营销策略的统一，实现集中管控。
  - ◇ 商品统一采购、统一配送，降低成本，减少积压，控制消耗。
  - ◇ 搭建集团财务管理平台，提升财务管理水平，降低营运和资金风险
  - ◇ 管理模式标准化，满足企业扩张时模式的快速复制。
- “协同商务” ——整合商务优势：协同供应商、渠道、第三方伙伴、市场、客户和内部各组织的信息资源和经营操作。
  - ◇ 整合优化资源，实现内部组织间、上下游渠道的协同。
  - ◇ 提高市场响应速度，建立相对扁平化的营销运营体系。
- “聚焦行业” ——匹配行业应用：系统功能最佳匹配连锁经营管理行业应用，软件能够快速实施，迅速见效，降低 TCO（总体拥有成本），并同时，软件系统具有充分的开放性和可扩展性。

## 四、 连锁零售行业解决方案

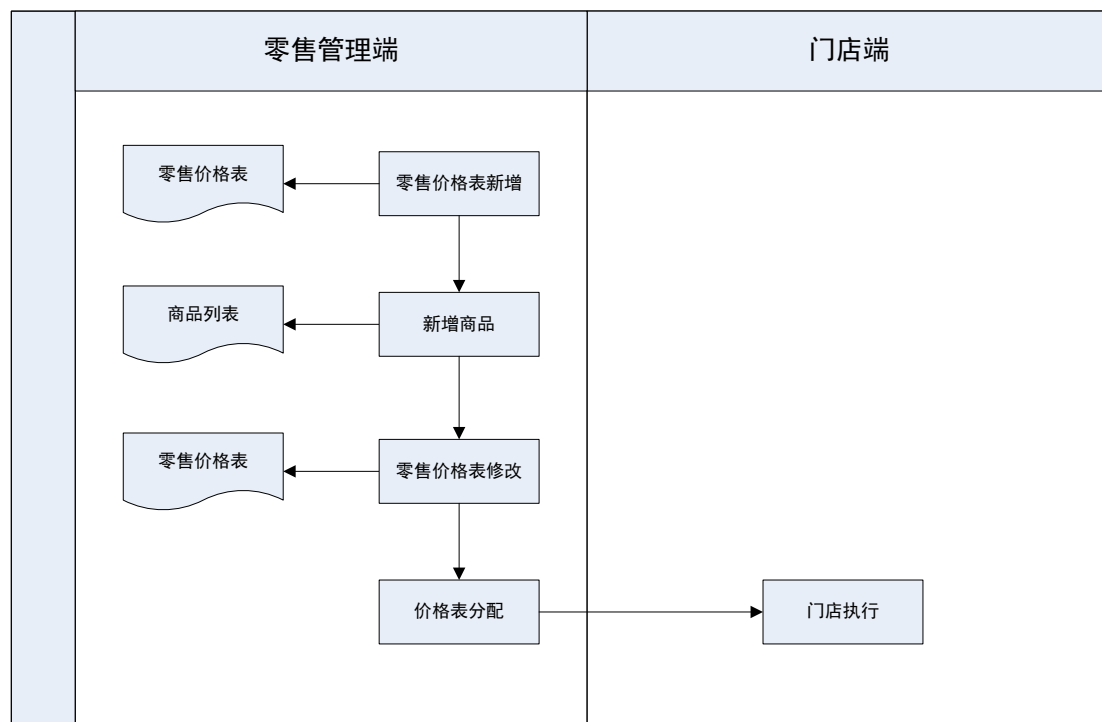
### 4.1 运营管理信息化解决方案

#### 4.1.1 零售价格管理方案

零售价格管理包括制定门店商品零售价格和调整零售价格两方面的内容,在零售业务中企业为了能够做到商品价格政策的有效管理和执行,商品的零售价通常由企业管理层来决定,终端门店无权进行定价;不同的门店可以执行不同的价格体系,也可执行相同的价格体系;在不同时期可以对商品进行临时调价,也可进行永久性调价。

	商品编码	商品名称	商品类别编码	商品类别名称	计量	建议零售价	零售价	VIP一级价	VIP二级价	VIP三级价
1	139911	短袖T恤	010101	短袖T恤	件	120	120	102	108	
2	139912	短袖T恤	010101	短袖T恤	件	130	130	111	117	
3	139913	短袖T恤	010101	短袖T恤	件	80	80	68	72	
4	139915	短袖T恤	010101	短袖T恤	件	90	90	77	81	
5	139918	短袖T恤	010101	短袖T恤	件	115	115	98	104	
6	216009	长袖T恤	010105	长袖T恤	件	190	190	162	171	
7	216010	长袖T恤	010105	长袖T恤	件	180	180	153	162	
8	216011	长袖T恤	010105	长袖T恤	件	178	178	151	160	
9	216012	长袖T恤	010105	长袖T恤	件	170	170	145	153	
10	216013	长袖T恤	010105	长袖T恤	件	160	160	136	144	
11	327068	长裤	010106	长裤	条	260	260	221	234	
12	327069	长裤	010106	长裤	条	250	250	213	225	
13	327070	长裤	010106	长裤	条	240	240	204	216	
14	327071	长裤	010106	长裤	条	230	230	196	207	
15	327075	长裤	010106	长裤	条	220	220	187	198	
16	576001	羽绒服	010108	羽绒服	件	558	558	474	502	
17	576002	羽绒服	010108	羽绒服	件	568	568	483	511	
18	576003	羽绒服	010108	羽绒服	件	528	528	449	475	
19	576006	羽绒服	010108	羽绒服	件	498	498	423	448	
20	576007	羽绒服	010108	羽绒服	件	488	488	415	439	

➤ 应用流程图:

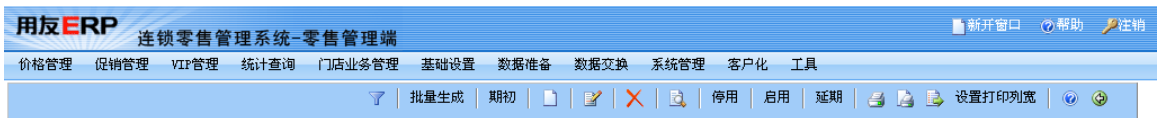


➤ **说明:**

- 1) 销售机构为所属的门店建立价格体系，为不同类型的门店建立不同的价格表，也可以按照不同的商品类别、品牌设立价格表。
- 2) 添加商品到价格表中，并根据建议零售价调整商品零售价。
- 3) 根据系统参数设置，系统会自动或人为将新的商品追加到相应的价格表中。
- 4) 将设置完成的价格表分配给相应的门店并下发，根据管理的要求不同可以允许营业员修改价格，也可控制不允许修改。

### 4.1.2 VIP 会员管理方案

在零售业务中,企业为了有一个稳定的客户群,进一步了解客户的消费习惯,都会进行VIP客户管理。VIP管理包含VIP客户档案的建立、VIP等级设置、VIP卡适用范围、VIP客户消费积分及积分兑付、VIP客户消费查询。



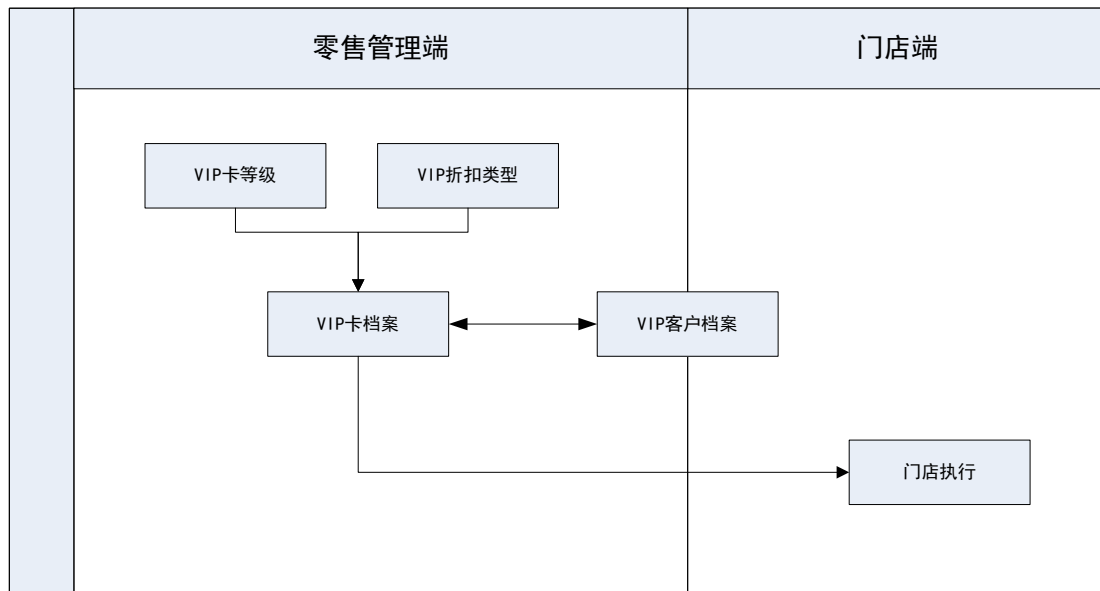
VIP折扣等级\金卡

VIP卡档案

- VIP折扣等级
  - 金卡
  - 银卡
  - 三級
  - 四級
  - 五級
  - 六級

VIP卡号	所属客户	所属卡类别	折扣等级	折扣率(%)	生效日期	失效日期
<input type="checkbox"/> 0000017	张小东	一类	金卡	90.00	2008-07-01	
<input type="checkbox"/> 0000024	王军	一类	金卡	90.00	2008-07-01	
<input type="checkbox"/> 0000031		一类	金卡	90.00	2008-07-01	
<input type="checkbox"/> 0000048		一类	金卡	90.00	2008-07-01	
<input type="checkbox"/> 0000055		一类	金卡	90.00	2008-07-01	
<input type="checkbox"/> 0000062		一类	金卡	90.00	2008-07-01	
<input type="checkbox"/> 0000079		一类	金卡	90.00	2008-07-01	
<input type="checkbox"/> 0000086		一类	金卡	90.00	2008-07-01	
<input type="checkbox"/> 0000093		一类	金卡	90.00	2008-07-01	
<input type="checkbox"/> 0000109		一类	金卡	90.00	2008-07-01	

➤ 应用流程图:



➤ 说明:

- 1) 建立VIP卡的等级，设置每一个等级的折扣率，系统内置六个等级。



- 2) 根据不同的商品设置 VIP 积分规则，如：有的商品消费 1 元积一分，有的商品消费 10 元积 1 分，主要用于设置不同的品牌有不同的积分规则，一般同一品牌积分规则相同。
  - 3) 建立 VIP 卡档案，系统提供自动卡号生成，也可以手工录入。
  - 4) 对 VIP 卡进行分类，如金卡、银卡等，并设置适用的范围，既可是所有机构通用的，也可以在某一个或几个机构适用。
  - 5) 建立客户档案，VIP 客户档案既可以在零售管理端进行录入，也可以由门店收集上传审核。
  - 6) 将 VIP 与客户相关联，也就是我们俗称的发卡。
  - 7) 将所有 VIP 客户档案下发相关门店执行。
  - 8) 门店将 VIP 客户消费信息上传到零售管理端，根据积分规则进行积分。
  - 9) 建立积分兑付规则 VIP 客户可以据此进行积分兑付。
- 当新品上市或 VIP 客户生日时可以用短信的方式通知客户。

### 4.1.3 促销管理方案

促销是商品零售业务中必不可少的有效手段，目前零售过程中存在着各种各样的促销方式，如：买 X 元（件）打 Y 折、赠品、返现金；买 X 元加某些元赠某些商品等等。所有的促销手段有可能针对不同的商品同时使用。

用友ERP 连锁零售管理系统-零售管理端

价格管理 促销管理 VIP管理 统计查询 门店业务管理 基础设置 数据准备 数据交换 系统管理 客户化 工具

促销门店 | 促销方案 | 保存 | 返回

### 促销活动

促销活动编码: PF2008090001 \*促销活动名称: 国庆促销

\*促销活动主题: 真情奉献, 让利于民

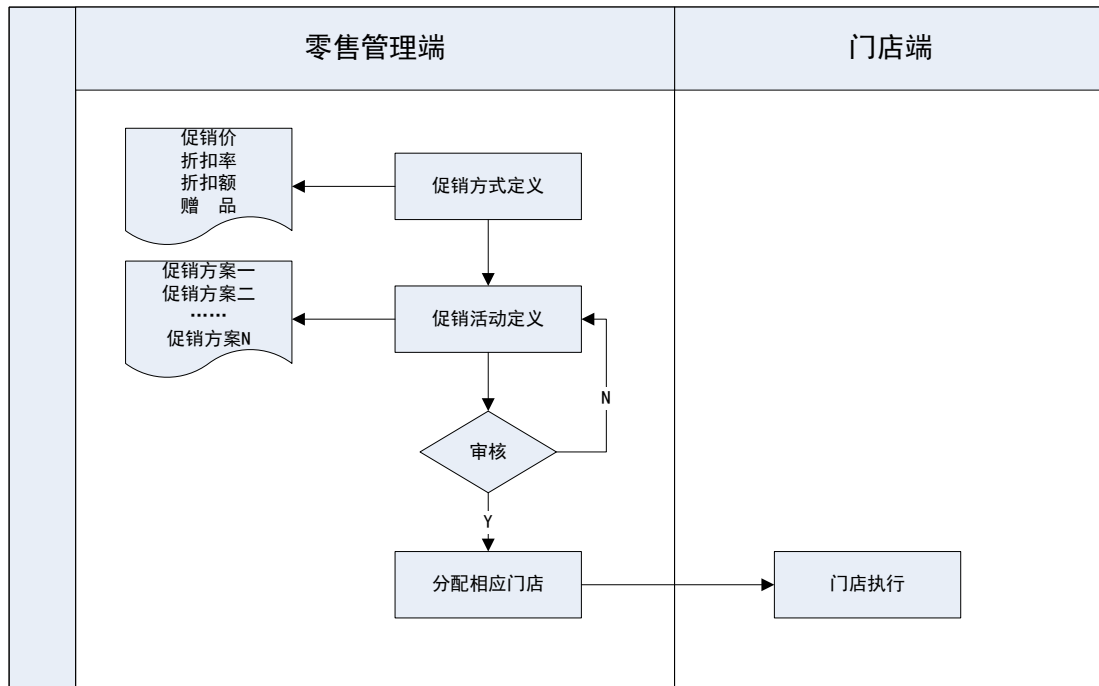
有效日期范围: 2008-9-21 至 2008-10-31 启用每日多时段  门店可修改时段

VIP参与规则: 取零售价 每日有效时段: 00:00 至 23:59

制单人: ls

促销方式编号	促销方式名称	优惠方式	条件	适用商品	促销方案	删除
04	赠品	赠品	详细	详细	买鞋赠袜	✖
02	折扣率	折扣率	详细	详细	全场八五折	✖

➤ 应用流程图:



➤ 说明:

- 1) 建立促销方式, 目前系统中内置四种促销方式: 促销价、折扣率、折扣

额和赠品，大部分的促销活动均为这四种促销方式的组合。

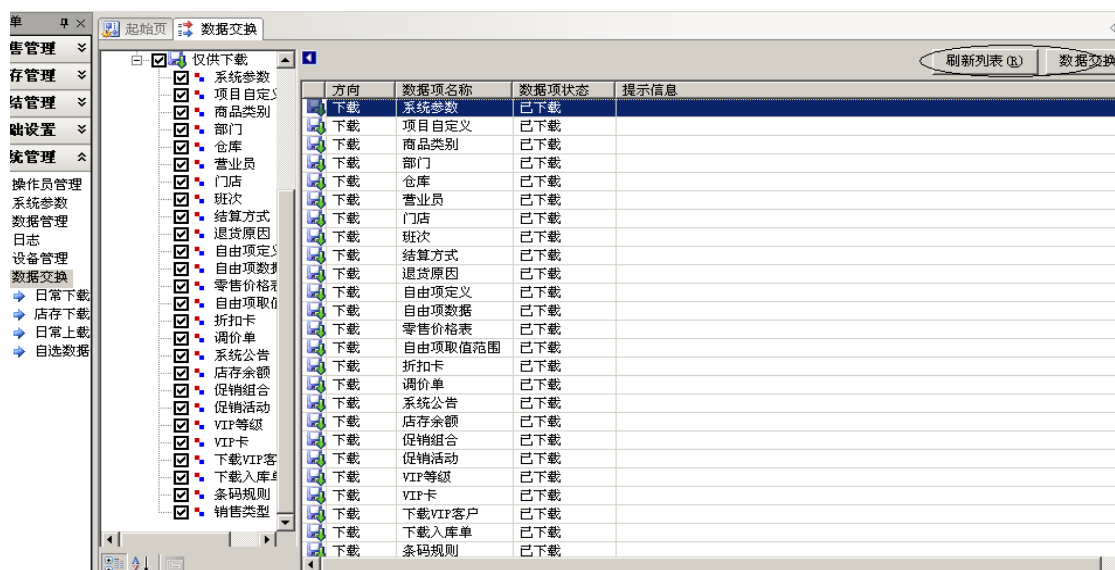
- 2) 定义促销活动，根据不同的条件设置不同的促销活动，在一个活动中可以设置多个促销方案。
- 3) 相关负责人对促销活动进行审核。
- 4) 确定需要促销的门店，并确定促销活动是否需要严格执行。
- 5) 将促销活动下发到相关门店执行。

## 4.2 门店管理信息化解决方案

### 4.2.1 门店的日常管理

对于零售企业来说，门店是实现销售的重要部分，因此门店的管理是连锁零售企业中非常重要的内容。用友连锁零售解决方案中对门店的业务提供了丰富的功能，同时保证了操作的简便性。

#### 4.2.2.1 开店-数据下载

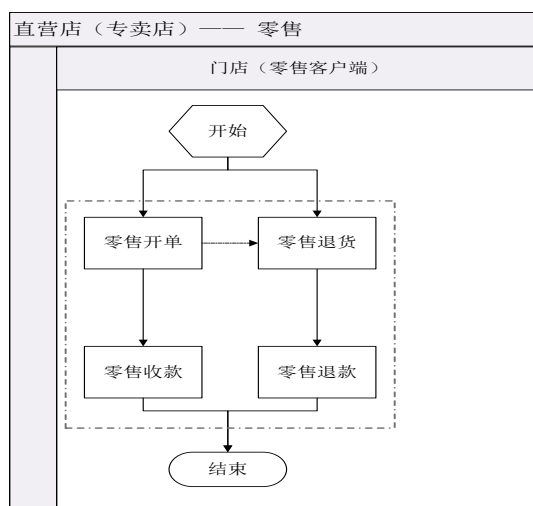


➤ **说明:**

- 1) 可使用基础档案更新（日常下载）、店存余额更新（店存下载）功能按钮或者打开自选数据更新界面，选择要下载的数据项完成数据下载。
- 2) 数据下载以后，根据客户实际业务，建立各门店操作员、营业员和班次信息以及营业员和操作员的对应关系。

#### 4.2.2.1 零售开单与收款

零售开单与收款流程图:



➤ **说明:**

- 1) 在开单之前，根据客户需要设置默认的结算方式和找零方式以及相关参数。
- 2) 零售开单：零售开单时可以通过商品编码、名称、条码等手工输入，也可以通过条码扫描录入，同时零售开单界面可以根据快捷键全屏操作，比如保存、修改数量、更换营业员等；在零售开单时还可以查看该商品店存数量。

销售 聚合中心店													UFIDA用友软件	
商品编码	商品名称	规格型号	计量单位	数量	零售价	促销价	实销价	实销金额	综合折扣率	综合折扣额	营业员	库存数量	料	
1	010101002	48%乐斯本500g	500g*20瓶	瓶	1.00	29.00	29.00	29.00	100.00	0.00	孔欣	-1.00	否	
2	010101002	48%乐斯本500g	500g*20瓶	瓶	1.00	29.00	29.00	29.00	100.00	0.00	孔欣	-1.00	店	
3	010101003	大地杀扑磷250g	250g*24瓶	瓶	1.00	19.00	19.00	19.00	100.00	0.00	孔欣	-1.00	否	
4														

商品:													
货款总额:	77.00	促销优惠:	0.00	数量合计:		3.00							
折扣金额:	0.00	现场折扣:	0.00	应收金额:		77.00							
抹零金额:	0.00	卡类折扣:	0.00										

退出 Esc 帮助 F1 保存 F2 数量 F3 营业员 F4 退货切换 F5 挂单解挂 F6 现场折扣 F7 VIP卡 F8 折扣卡 F9 促销活动 F10 促销组合 F11 改零售价 F12 整单清除 Ctrl+B

零售收款根据参数‘零售收款形式’判断有两种方式：

开单员收款时：零售单保存以后直接收款。

收款员收款时：通过零售收款功能，参照零售单收款。

此参数需要根据客户门店类型和实际业务设定。

销售 聚合中心店													UFIDA用友软件	
商品编码	商品名称	规格型号	计量单位	数量	零售价	促销价	实销价	实销金额	综合折扣率	综合折扣额	营业员	库存数量	料	
1	010101001	48%乐										1030.00	否	
2	010101002	48%乐										0.00	否	
3	010101003	大地										0.00	否	
4														

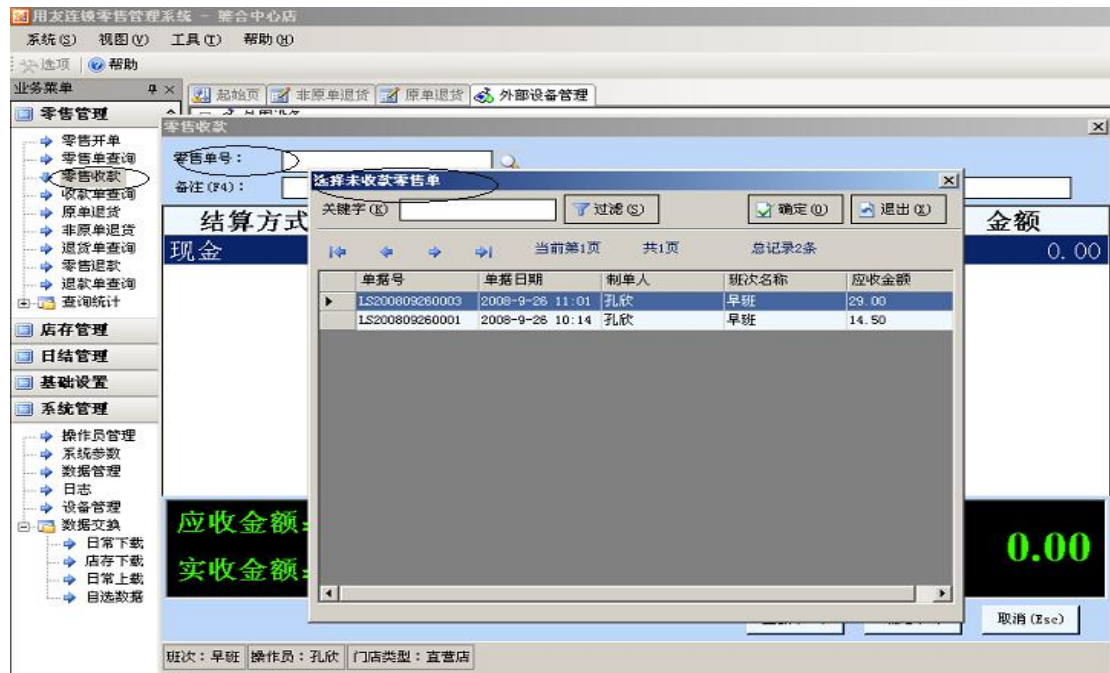
  

零售收款	零售单号: 新开单据...	备注(F4):			
结算方式	付款银行	付款账号	票据号	金额	
现金				62.50	
应收金额:		62.50		找零:	0.00
实收金额:		62.50			

金额(+) 确定(F2) 取消(Esc)

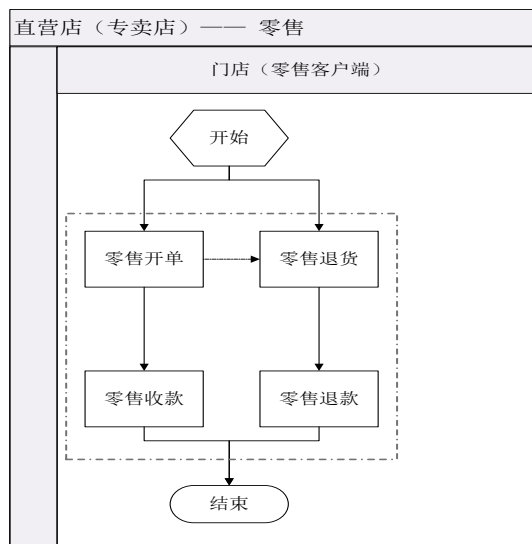
货款总额:	3.00	折扣金额:	0.00	抹零金额:	0.00	卡类折扣:	0.00	数量合计:	3.00	应收金额:	77.00
-------	------	-------	------	-------	------	-------	------	-------	------	-------	-------

退出 Esc 帮助 F1 保存 F2 数量 F3 营业员 F4 退货切换 F5 挂单解挂 F6 现场折扣 F7 VIP卡 F8 折扣卡 F9 促销活动 F10 促销组合 F11 改零售价 F12 整单清除 Ctrl+B



#### 4.2.2.2 零售退货与退款

零售退货与退款流程图：



零售退货有三种方式：

第一．在开单界面完成退货业务：通过快捷键 F5 完成退换货切换，退货商品用红颜色标记。如果存在换货情况，也可以通过此功能，将销售商品和退回

商品同时开单，系统会自动生成一张销售单和一张退货单。

1	商品编码	商品名称	规格型号	计量单位	数量	零售价	促销价	实销价	实销金额	综合折扣率	综合折扣额	营业员	店存数量
1	010101002	48%乐斯本500g	500g*20瓶	瓶	1.00	29.00	29.00	29.00	29.00	100.00	0.00	孔欣	-1.00
2	010101001	48%乐斯本250g	250g*40瓶	瓶	1.00	14.50	14.50	14.50	14.50	100.00	0.00	孔欣	1029.00
3	010101003	大地茶扑磷250g	250g*24瓶	瓶	-1.00	19.00	19.00	19.00	-19.00	100.00	0.00	孔欣	-1.00
4	010101001	48%乐斯本250g	250g*40瓶	瓶	-1.00	14.50	14.50	14.50	-14.50	100.00	0.00	孔欣	1029.00

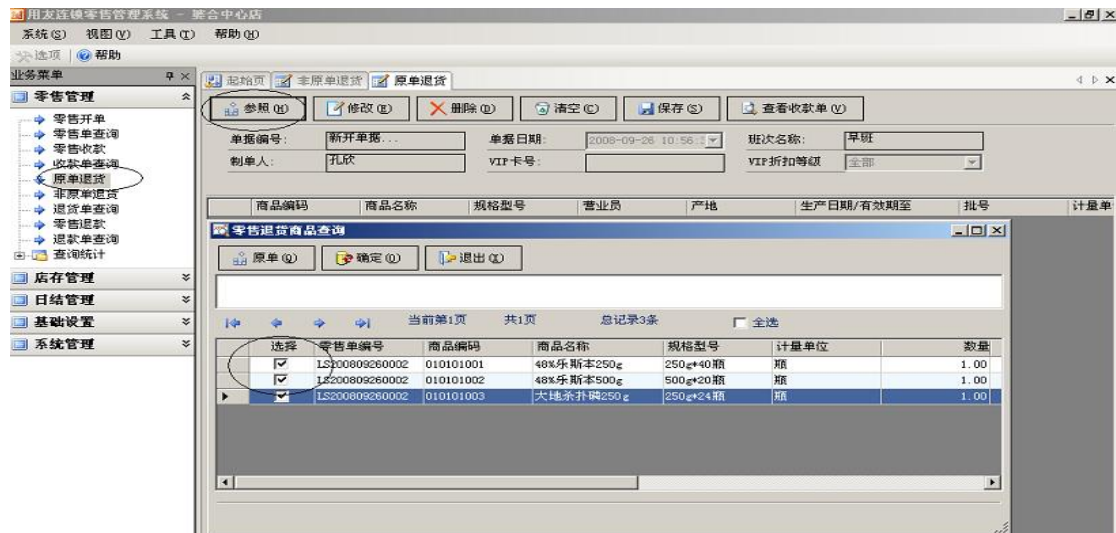
商品:			
货款总额:	10.00	促销优惠:	0.00
折扣金额:	0.00	现场折扣:	0.00
抹零金额:	0.00	卡类折扣:	0.00
<b>数量合计:</b>		<b>0.00</b>	
<b>应收金额:</b>		<b>10.00</b>	

第二. 非原单退货: 如果客户退货时没有原销售小票, 可以通过非原单退货处理。

注意此处输入的数量和金额是正数, 系统会自动后台处理。

商品编码	商品名称	规格型号	营业员	计量单位	数量	零售价	实退价	实退金额
010101001	48%乐斯本250g	250g*40瓶	孔欣	瓶	1.00	14.50	14.50	14.50
010101002	48%乐斯本500g	500g*20瓶	孔欣	瓶	1.00	29.00	29.00	29.00

第三. 原单退货: 如果客户退货时带有原销售小票, 可以通过原单退货参照原销售小票处理, 原单退货可以全部或部分退货。



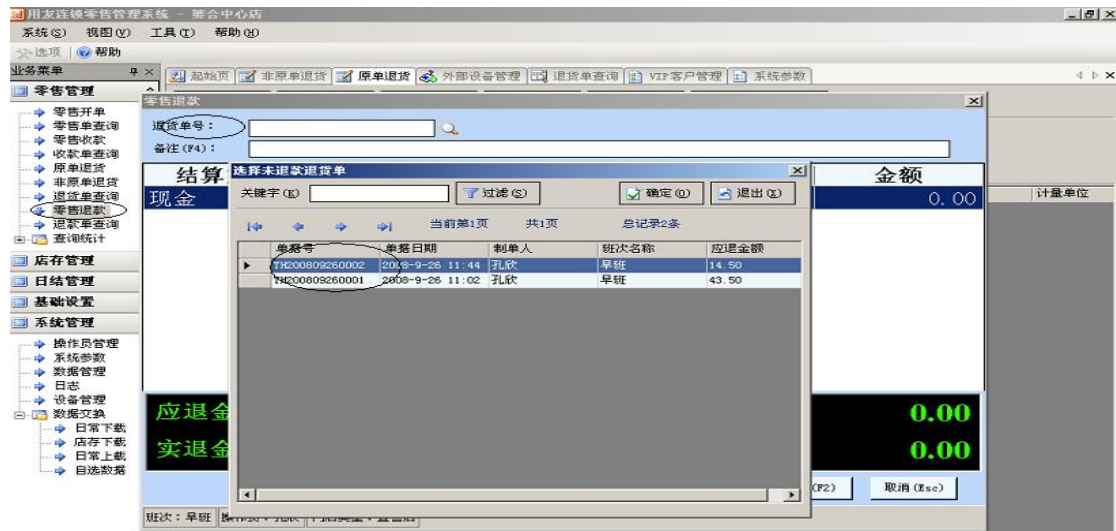
零售退款：

当在开单界面完成退货业务时,零售退款受参数 ‘零售收款形式’ 控制，同开单收款。



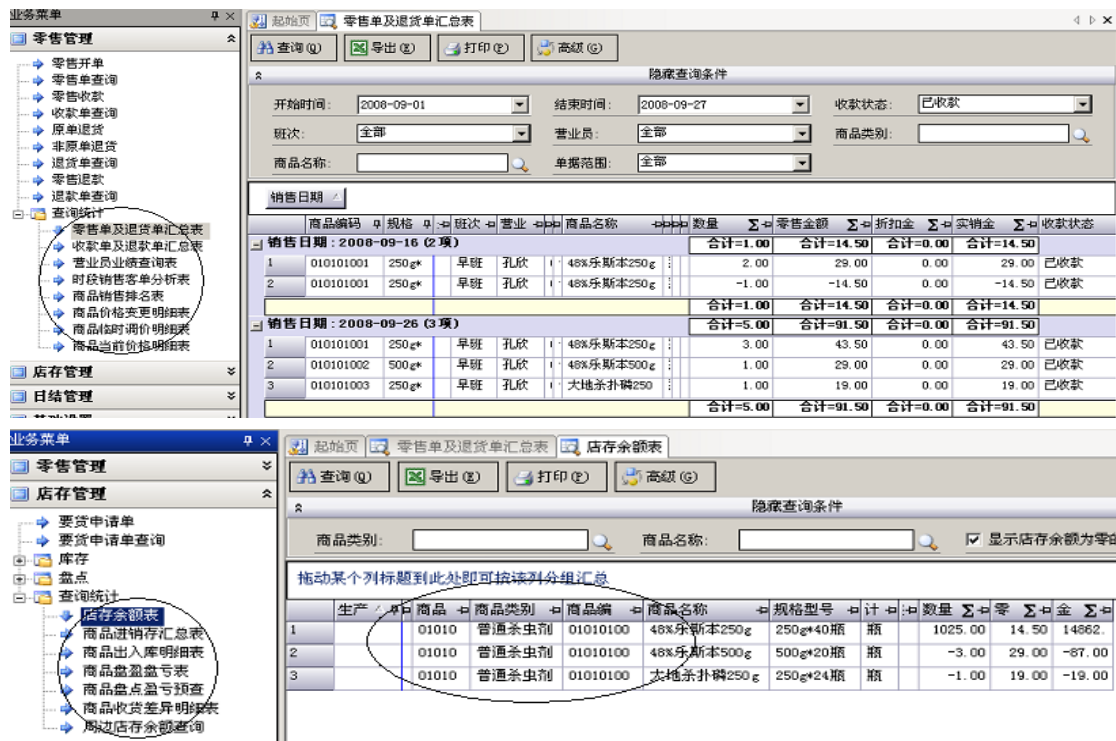
当通过原单退货和非原单退货完成退货业务时,退款只能通过零售退款参照退货单来完成。



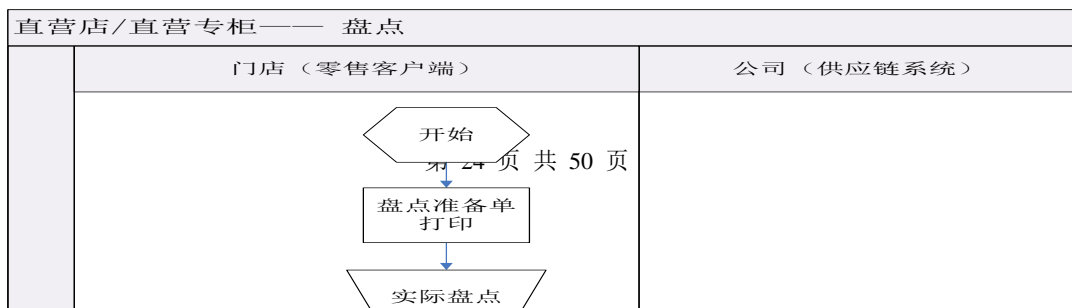


#### 4.2.2.3 报表查询

系统提供丰富的报表查询功能, 满足店长对门店销售、收款、退货、退款、要货、库存、价格变动情况、营业员业绩等各方面的查询。

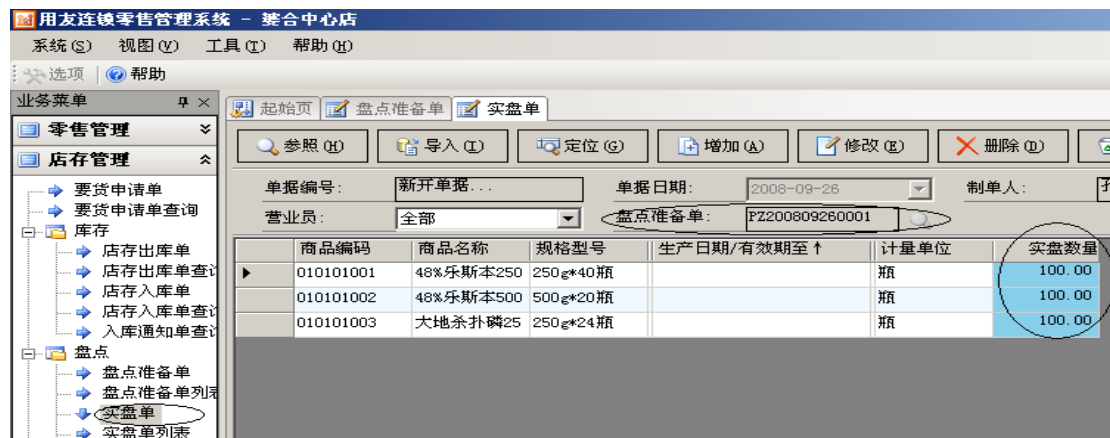
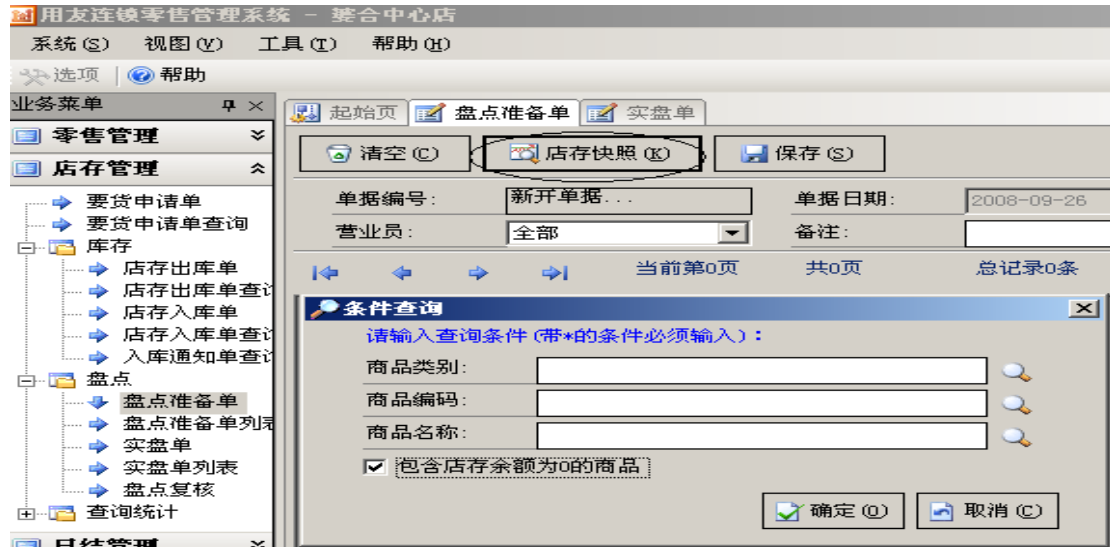


#### 4.2.2.4 店内盘点



店内盘点用于处理门店定期不定期或者抽查门店商品库存。

- (1) 在门店系统中, 首先对当前的店存余额执行“店存快照”生成盘点准备单, 盘点准备单中只包含发生过业务的商品
- (2) 针对已生成的某个盘点准备单, 可以录入一张或多张实盘单。
- (3) 对盘点准备单执行“盘点复核”操作, 将该盘点准备单对应的所有实盘单进行汇总, 并与盘点准备单中的商品店存数量进行比较, 生成盘盈盘亏表, 同时调整店存余额表;
- (4) 将盘点盈亏单上传总部, 调整总部该门店库存。



#### 4.2.2.5 交班对账

交班对帐用来处理交班时底款录入和本班次收款查询。

查询 (Q) 导出 (E) 打印 (P) 高级 (G) 隐藏查询条件

开始时间: 2008-09-26 09:00:00 结束时间: 2008-09-26 15:00:00

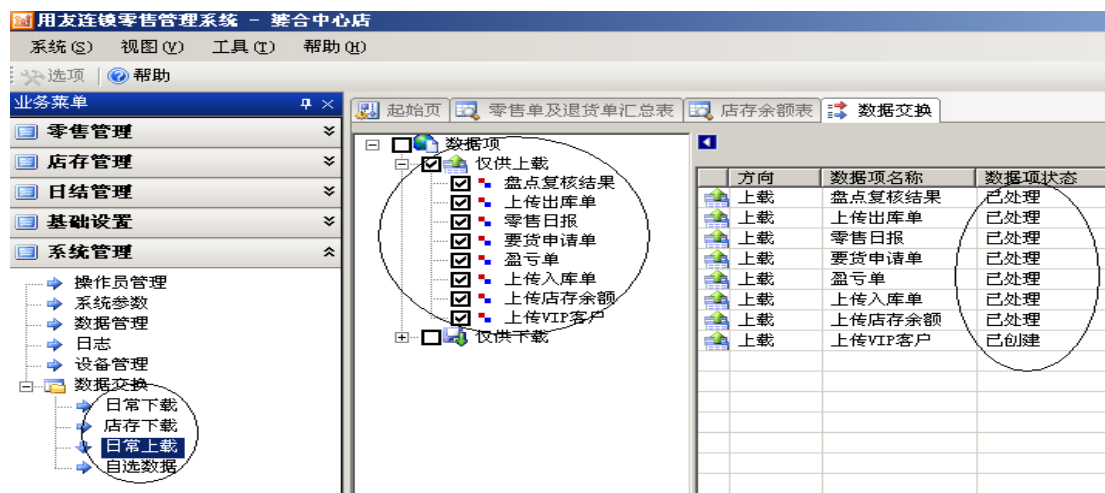
拖动某个列标题到此处即可按该列分组汇总

	结算方式	底款额	收款额	营业款余额
1	现金	0.00	91.50	91.50

日结处理对截止到当前的营业数据进行结账处理，生成各种汇总数据，单据状态为 [已日结]。上传后，单据状态为 [已上传]。汇总当前所有的 [未日结] 的单据。日结只对已经收款的零售单、已经退款的退货单进行结账处理，日结时可设置传往后台的单据表体中含有的记录数，也可删除挂起、未付款的零售单据。

#### 4.2.2.6 闭店—数据上传

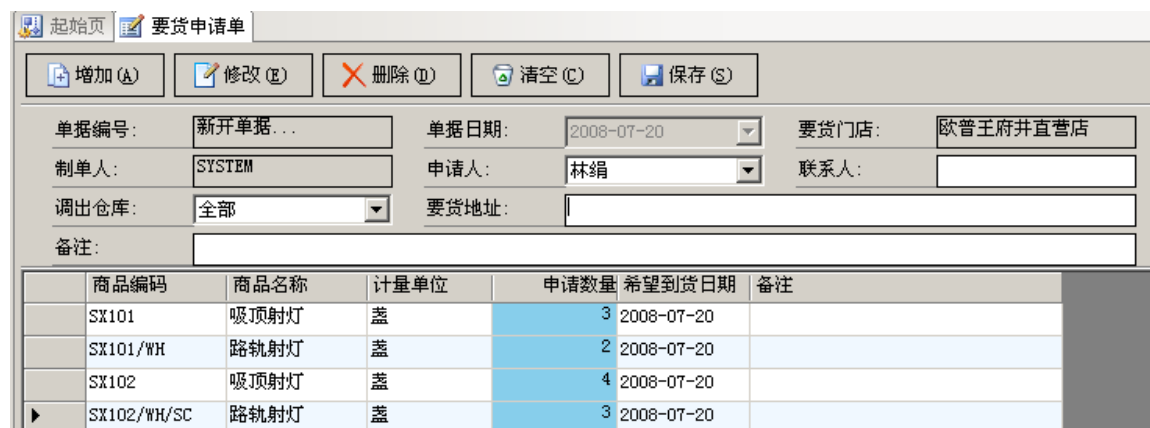
每天下班之前做日结处理，日结以后，通过数据上传将零售日报上传到后台业务系统，在后台系统生成对应的销售日报和收款单。



## 4.2.2 配货管理方案

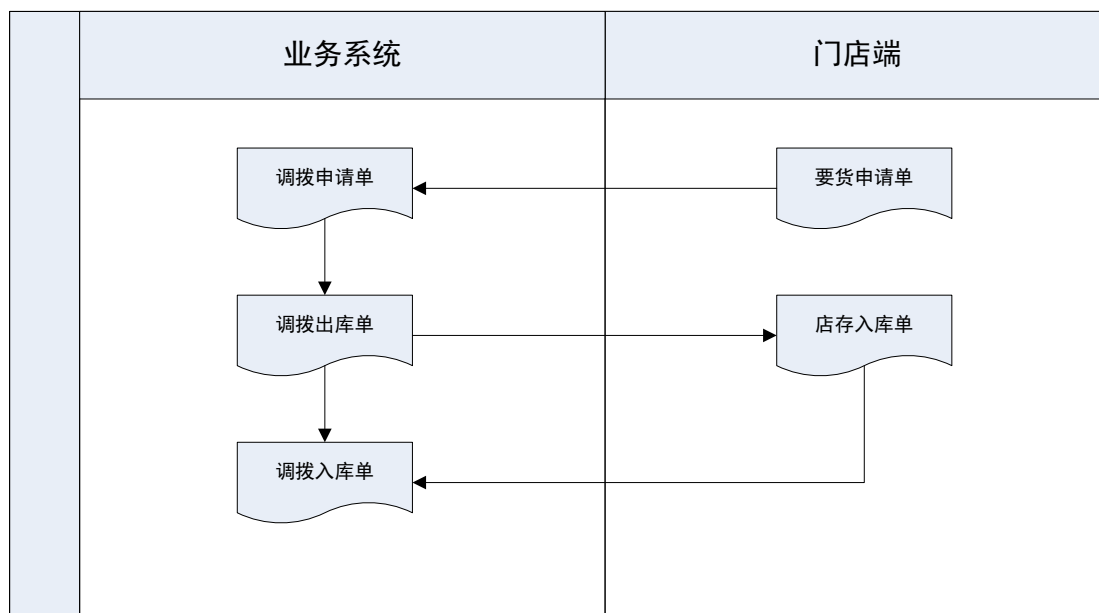
### 4.2.2.2 直营店要货

直营店根据自身的销售情况以及店存情况向所属业务机构提出补货要求。



商品编码	商品名称	计量单位	入库数量	可入库数	出库数量	零售价	入库金额	来源单据	来源单据号
SX101	吸顶射灯	盏	3	3	3	80.00	240.00	调拨出库	CK200807200003
SX101/WH	踏轨射灯	盏	2	2	2	80.00	160.00	调拨出库	CK200807200003
SX102	吸顶射灯	盏	4	4	4	80.00	320.00	调拨出库	CK200807200003
SX102/WH/SC	踏轨射灯	盏	3	3	3	80.00	240.00	调拨出库	CK200807200003

➤ 应用流程图：



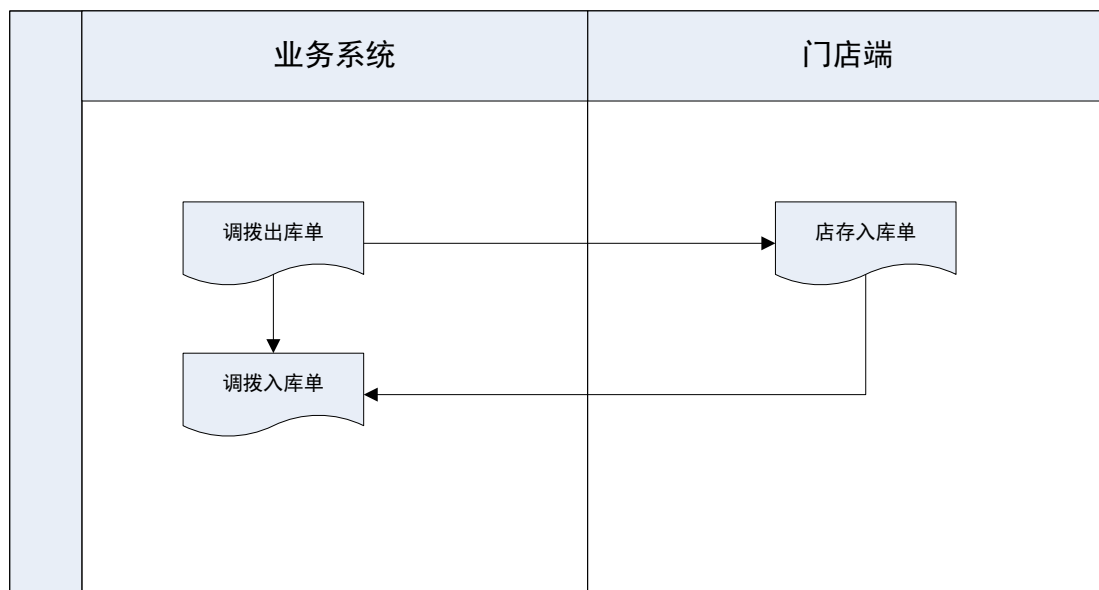
➤ 说明：

- 1) 门店业务员填写要货申请并上传给所属业务部门。
- 2) 业务部门在收到门店的要货申请后，对该申请进行审核。
- 3) 仓库根据已审核通过的要货单进行发货并发运。
- 4) 门店收到货物后根据调拨出库单进行入库，并反馈入库信息。

4.2.2.3 直营店铺货

业务主管部门由于新品上市或换季等原因，主动给所属门店发货。

➤ 应用流程图:



➤ 说明:

- 1) 业务部门根据库存状况给各门店调货，生成调货单并由业务主管进行审核。
- 2) 仓库在接到业务部门已审核通过的要货单后进行发货并发运。
- 3) 门店收到货物后根据调拨出库单进行入库，并反馈入库信息。

4.2.2.4 加盟店要货

加盟店根据自身销售情况以及店存状况向所属供应商要求补货。

起始页 要货申请单

增加(A) 修改(E) 删除(D) 清空(C) 保存(S)

单据编号: 新开单据... 单据日期: 2008-07-20 要货门店: 天津欧普滨海店

制单人: SYSTEM 申请人: 全部 联系人:

要货地址:

备注:

商品编码	商品名称	计量单位	申请数量	希望到货日期	备注
SX108/WH	路轨射灯	盏	2	2008-07-20	
SX109	吸顶射灯	盏	3	2008-07-20	
SX109/SC	路轨射灯	盏	4	2008-07-20	

起始页 店存入库单

参照通知单(Q) 增加(A) 修改(E) 删除(D) 清空(C) 保存(S)

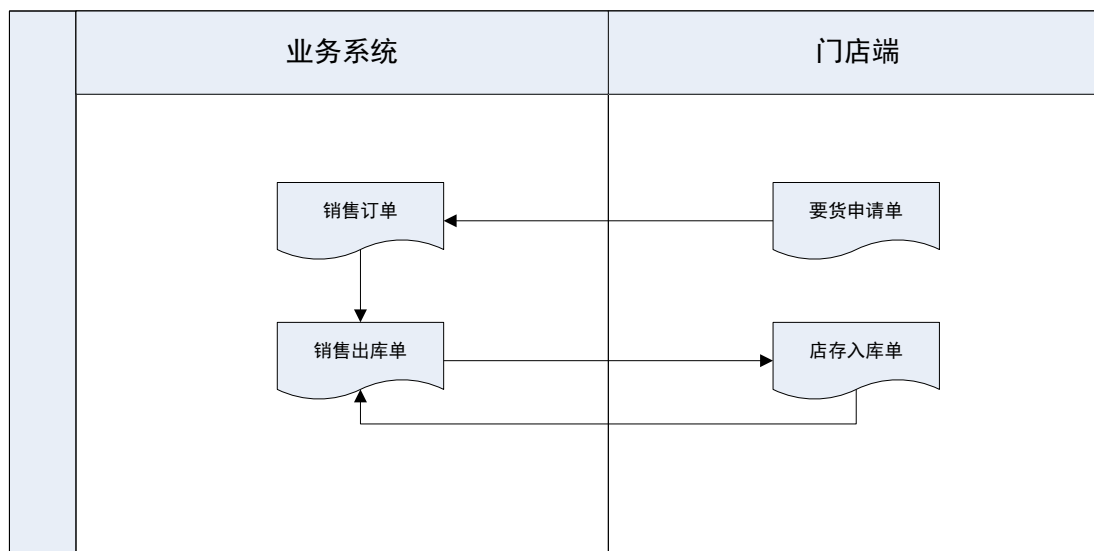
单据编号: 新开单据... 单据日期: 2008-07-20 营业员: 全部

制单人: SYSTEM 班次名称:

备注:

商品编码	商品名称	计量单位	入库数量	可入库数量	出库数量	零售价	入库金额	来源单据	来源单据号
SX108/WH	路轨射灯	盏	2	2	2	80.00	160.00	销售出库	CK200807200006
SX109	吸顶射灯	盏	3	3	3	80.00	240.00	销售出库	CK200807200006
SX109/SC	路轨射灯	盏	4	4	4	80.00	320.00	销售出库	CK200807200006

➤ 应用流程图:



➤ 说明:

- 1) 门店业务员填写要货申请并上传给所属供应商。



- 2) 供应商业务人员在收到加盟店的要货申请后，对该申请进行审核。
- 3) 仓库在接到已审核通过的要货单后进行发货并发运。
- 4) 加盟店收到货物后根据销售出库单进行入库，并反馈入库信息。

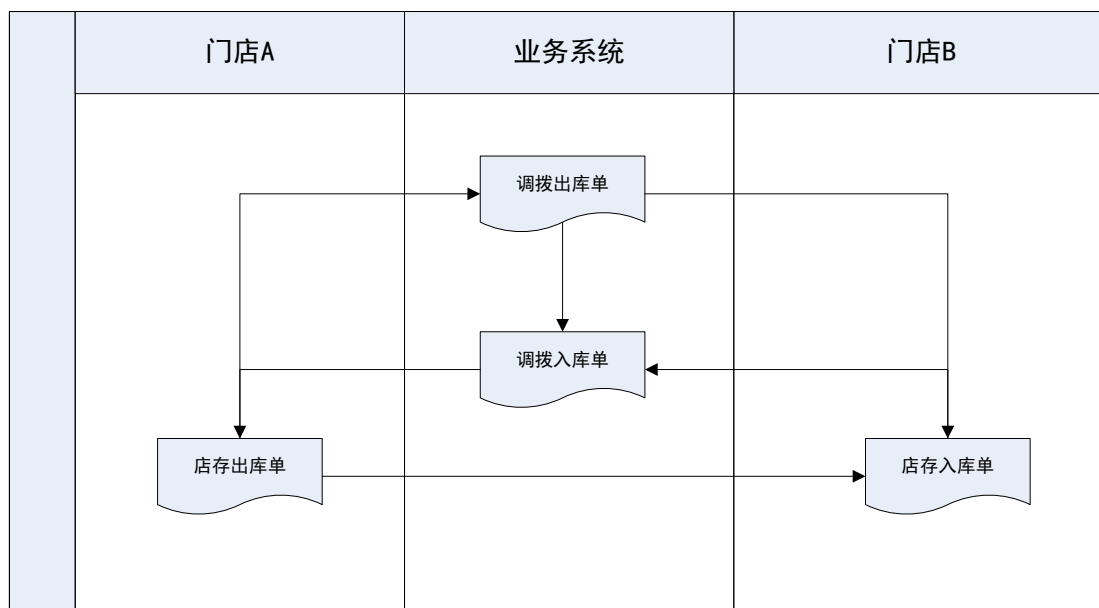
## 店间调货

在零售业务中经常会有在一个区域或一条街道有多家同属于一企业的门店，这样在一个门店出现没有货品的情况下，会向另一个有货品的门店进行调货。店间调货在有的企业允许，但在有的企业不允许。

商品编码	商品名称	计量单位	出库数量	可出库数量	来源单据	来源单据号
SX101	吸顶射灯	盏	1	0		
SX101/WH	踏轨射灯	盏	1	0		
SX102	吸顶射灯	盏	1	0		

商品编码	商品名称	计量单位	入库数量	可入库数量	出库数量	零售价	入库金额	来源单据	来源单据号
SX101	吸顶射灯	盏	1	1	1	80.00	80.00	调拨出库	CK200807200004
SX101/WH	踏轨射灯	盏	1	1	1	80.00	80.00	调拨出库	CK200807200004
SX102	吸顶射灯	盏	1	1	1	80.00	80.00	调拨出库	CK200807200004

## ➤ 应用流程图：



➤ **说明:**

- 1) 当门店 B 发现某商品缺货，门店 B 的营业员通过系统查询到周边店门店 A 有货并要求调货。
- 2) 门店 A 接到调货要求后并同意调货，开出店存出库单并上传。
- 3) 门店 B 收到物品后根据调拨出库单进行入库，并反馈入库信息。
- 4) 门店间的调拨可以由业务部门控制，也可以由门店控制，根据各企业的具体情况而定。

#### 4.2.2.5 店间调货

在零售业务中经常会有在一个区域或一条街道有多家同属于一企业的门店，这样在一个门店出现没有货品的情况下，会向另一个有货品的门店进行调货。店间调货在有的企业允许，但在有的企业不允许。

起始页 店存出库单

单据编号: 新开单据... 单据日期: 2008-07-20 营业员: 林娟  
 出库类型: 店间调货 调入仓库: 0201 西单店仓库  
 制单人: SYSTEM 班次名称: 全班  
 备注:

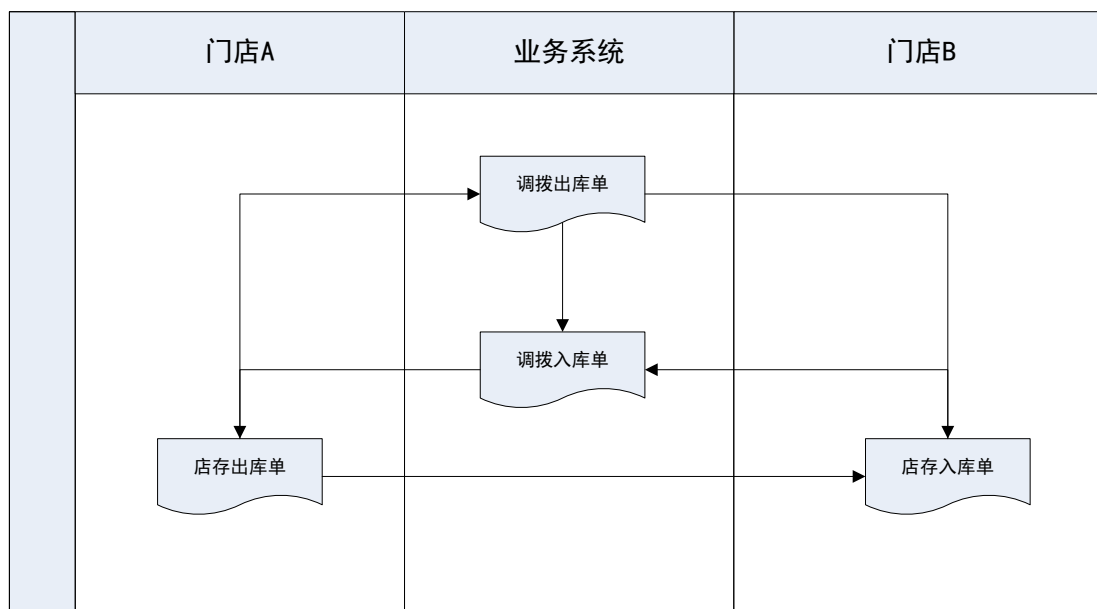
商品编码	商品名称	计量单位	出库数量	可出库数量	来源单据	来源单据号
SX101	吸顶射灯	盏	1	0		
SX101/WH	路轨射灯	盏	1	0		
SX102	吸顶射灯	盏	1	0		

起始页 店存入库单

单据编号: 新开单据... 单据日期: 2008-07-20 营业员: 全部  
 调出仓库: 王府井店仓库 制单人: SYSTEM  
 班次名称: 全班 备注:

商品编码	商品名称	计量单位	入库数量	可入库数量	出库数量	零售价	入库金额	来源单据	来源单据号
SX101	吸顶射灯	盏	1	1	1	80.00	80.00	调拨出库	CK200807200004
SX101/WH	路轨射灯	盏	1	1	1	80.00	80.00	调拨出库	CK200807200004
SX102	吸顶射灯	盏	1	1	1	80.00	80.00	调拨出库	CK200807200004

➤ 应用流程图:



➤ 说明:

5) 当门店 B 发现某商品缺货, 门店 B 的营业员通过系统查询到周边店门店

A 有货并要求调货。

6) 门店 A 接到调货要求后并同意调货，开出店存出库单并上传。

7) 门店 B 收到物品后根据调拨出库单进行入库，并反馈入库信息。

门店间的调拨可以由业务部门控制，也可以由门店控制，根据各企业的具体情况而定。

## 五、 连锁零售解决方案价值

### 5.1 总体价值

如下所示：



- 针对连锁专卖行业需求建立全面解决方案，包括采购管理、销售管理、库存管理等，实现企业的供应链一体化管理。

- 实现连锁专卖企业多财务业务一体化，有利于为企业内各层次上的优化以及全局优化提供全面、系统的决策支持数据，提高决策实效性和精准度。

- 为企业提供了严格的控制手段来发现和解决在任何流通和零售环节上发生的问题。

- 实现连锁专卖企业的规章制度自动化和完整化。

- 为连锁专卖企业的管理提供可视化的决策管理工具。用友连锁零售解决方案提供了从采购、库存管理、销售到终端零售的信息可视性，跟踪并综合反映企业经营的全过程，累积企业管理决策所需要的管理和控制信息，各级管理人员

均可通过这一管理工具进行业务决策。

## 5.2 管理模式价值体现

用友门店管理模式的价值体现：

### ➤ 引入零售管理规范

用友连锁零售系统引入国际先进的管理思想，结合领先企业的最佳业务实践，为中国的消费性包装商品制造商和零售商导入透明的业务体系和规范的业务流程，使得整个连锁体系中的所有成员能够实现一致的业务操作模式和统一的销售管理流程。

### ➤ 优化业务运作流程

系统给企业传统的业务流程带来革命性变化，通过单据在供应链中各级成员之间的自动流转，使得企业与其上下游伙伴之间联系空前紧密；关键业务流程的自动化，使得商务效率大大提高、业务差错大大减少，从而直接减少企业人工成本，提高运作效率，提高供应链的整体竞争能力。

### ➤ 推动连锁体系扩张

系统将企业统一的管理规范和业务流程转化为标准的、可快速复制的软件应用模式，推动企业快速扩展连锁体系，扩大销售规模，开拓异地市场，为企业连锁体系的快速扩张提供强力的、低成本的、高效率的零售管理平台和商务协同工具。

### ➤ 增强业务执行能力

如何使管理制度和业务流程得到有效的贯彻执行是众多连锁企业的管理难点。特别是对企业的连锁门店而言，因为地域跨度和传递层次而导致管理效用急剧递减，制度和流程得不到贯彻执行。用友连锁零售系统借助科学的管理理念与先进的信息技术为企业建立有效的业务执行平台和过程监控体系，确保各类制度和流程能够在所有门店真正贯彻执行。

### ➤ 加速客户需求响应

系统使企业及时掌握消费者的需求动向，快速调整产品结构和促销策略，实现对客户需求的迅速响应，领先进入新增消费市场，为消费者提供高附加值的产品和服务，保证企业获得高出行业和竞争对手的利润水平。对客户需求的高速响应使企业的服务水准大为提升，开拓和巩固了产品消费群体，为企业持续发展培养了稳定的客户资源群体。

### ➤ 平衡上下库存分布

用友连锁零售系统实现整个供应链的所有成员企业库存信息共享，上游供应商可以及时了解下游零售商的库存情况，因而更为合理地安排生产，以保证供应。下游零售商可及时了解上游供应商的供应能力及库存水平，各方都可以将库存保持至合理程度，在保证畅销产品供应充足的同时避免滞销产品的生产浪费或库存积压。

### ➤ 减少总体流通成本

系统能够大幅削弱因消费者需求变化给供应链中多层组织带来的需求波动，压缩商业库存的总体保有水平，通过系统的统筹调配，为企业制订准确的配送计

划和促销方案，最大限度地减少运输成本和库存成本，规范费用管理流程，为企业实现业务费用的总额控制和局部节约。

➤ **提升业务决策效率**

系统能将最底层的零售数据快速收集上来，并提供分支机构、分销渠道、零售门店的详尽业务报表，以直观的呈现方式为决策者提供准确、及时和全面的决策数据支持，帮助决策者实现快速、正确决策以应对复杂多变的现代商业竞争。

➤ **降低运营维护投入**

系统采用 B/S 与 C/S 的混合架构，以“集中管理、分散处理”为原则，在保证多连锁门店高效率的功能应用前提下，降低了系统对网络条件的要求。系统通过集中配置和下发业务规则，大大减少了分散的门店软件后期维护和升级的成本，在低水平的 IT 投入基础上得到满意的应用服务。



## 六、 用友连锁零售行业成功案例及用户列表

### 6.1 案例分析：特步（中国）有限公司

特步（中国）有限公司创始于 2001 年，隶属三兴集团，位于福建省泉州市经济技术开发区。多年来，特步全体员工秉承“挑战自我，不懈追求”的企业精神，以“互动三赢，全面满意”的经营理念，将最初的小规模工厂发展为现在的集综合生产和销售运动鞋、服、包、帽、球、袜等大型体育用品企业，被世界品牌实验室誉为“中国 500 强最具价值品牌”之强势企业。

“特步”品牌进入市场初期，以“中国时尚·运动第一品牌”发展目标为己任，以高起点、高定位的姿态锁定国内中、高档收入消费者，迅速占领了国内大部分体育用品市场，取得了举世瞩目的成就，并逐步形成了一个适应中国市场行情、以综合体育专卖店为主体的特步专卖体系，营销策略也由产品导向型转为品牌导向型。目前，特步在全国 32 个省、直辖市、自治区均设立了分公司，网点遍布全国各地，有一定规模的专卖店/专厅达 9000 余家。在北京、沈阳、广州、成都、长沙、武汉、福州等全国十几个重要城市的重点商圈均开设了特步旗舰店。据中华全国商业信息中心调查结果显示，“特步”牌旅游鞋连续多年名列国内市场综合占有率前十名。

#### 从手工管理到网络信息化管理

从 2001 年到 2003 年的 3 年间，是特步公司刚刚起步的时期，公司的业务都是以批发为主，实行的销售体制是全国的总代理制，对分销管理的要求不是很高，公司领导也还没有意识到信息化管理对提升市场竞争力的重要性。随着特步发展到在全国有 40 多家总代理，9000 多家专卖店的时候，终端的数据不能及时进行上报汇总分析，就会丢掉很多关键的市场信息，公司领导意识到企业要有核心的竞争力，对分销渠道以及零售终端的管理就显得越来越重要。在需求链上，管理层需要了解一线市场的需求和趋势；在销售链上，新产品、营销信息又要及时告诉分销渠道和客户。如果这个产销链不畅通，就无法控制产品上市的时间，也就没有了市场机会。同时，市场需求的扩大造成数据量高速增长，手工传递、处理单据无法使数据得到及时的汇总分析，信息不顺畅造成库存量大、物流不顺畅，库存成本高，于是，信息化

的管理越来越成为企业的头等大事。

特步连锁专卖系统以供应链管理系统、零售门店系统两大部分组成：

### 供应链管理系统

1、打通和顺畅营销中心上下游直到零售端的分销链，使得营销中心所有的分销环节真正成为一个有机灵活的整体。

2、建立营销中心复杂多维的商品编码体系数据库，实现清晰的商品管理。

3、随时了解库存状况，有效调配库存商品，降低营销中心内外库存成本。

4、对营销中心分支机构全面掌控，有利于营销中心提高管理水平和效率。

5、缩短产品上市时间，提升营销中心把握市场能力和决策精准度。

6、建立经销商的信用管理机制

### 零售门店系统

1、实现连锁门店与企业总部数据共享，提高管理决策和预测精准度。

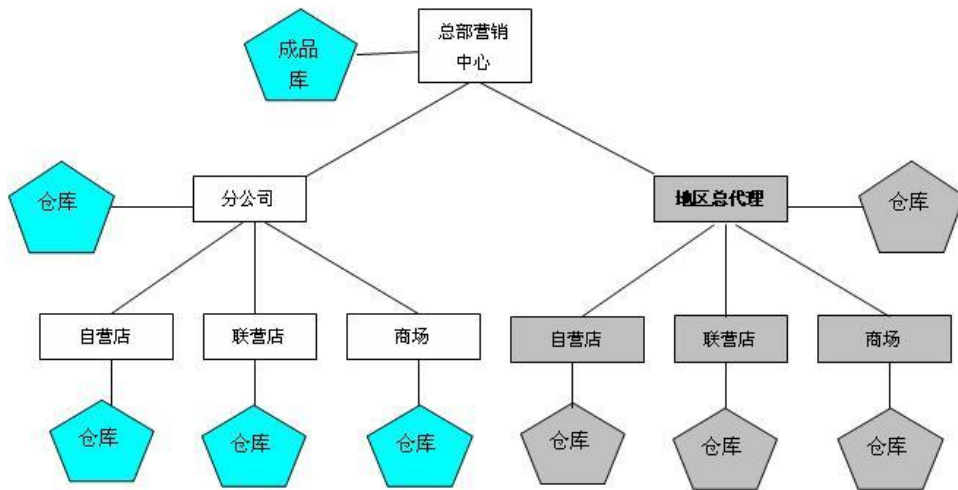
2、实现统一存储、采购、配送和调拨，大大降低企业的采购、配送和管理成本。

3、及时要货，及时配送，促进连锁门店主动管理和强化竞争。

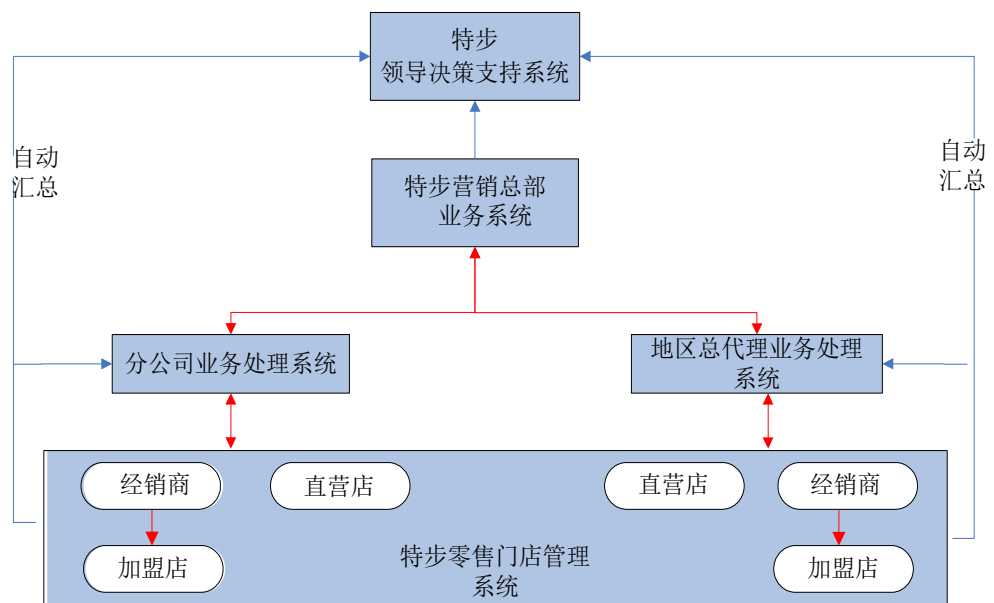
4、良好的促销和会员功能支持，使得门店在激烈的终端竞争中充分掌握主动。

5、系统支持离线、移动应用，确保业务处理高效率、低成本，及时和准确。

特步营销组织结构如图：



在特步的供应链系统中，总部营销中心使用总部业务帐套，统一管理基础档案和基础设置，对分公司和总代理的业务进行核算；分公司和地区总代理分别使用独立的分销业务帐套，处理销售、采购、库存业务及进行财务核算。总部人员通过权限控制各自负责的总代理和分公司的基础设置及业务流程。各分公司、总代理的下属直营店及加盟店统一使用用友连锁零售管理系统，通过数据交换服务器进行与上级业务系统的数据传递。所有的业务数据集中汇总到总部支持决策系统进行统计分析。



特步的零售系统首次实施范围为集团营销中心所属直营店、分公司及地区总代理所属直营店、加盟店，共 300 余家。各零售门店采用门店客户端，处理门店日常业务，离线使用。通过数据交换服务器，将门店的日常业务数据上传到对应的网络分销机构帐套中。各机构通过后台零售管理模块级中支持与管理各地的门店客户端。

特步零售管理系统由三部分组成：

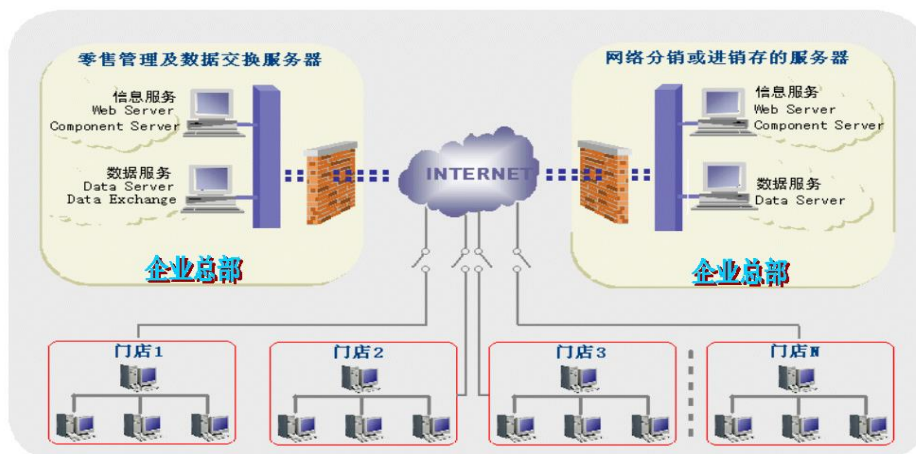
**零售管理端：**在企业总部使用的零售管理端，基于 Internet，管理若干个门店，并与网络分销管理系统进行数据交换，从分销或 U8 供应链系统获取基本档案，价格管理，向门店客户端提供各种基础数据。

**门店客户端：**安装在门店使用的零售终端，离线使用。又分为管理端和业务端两种，业务端不能执行数据交换，管理端接收零售管理端下发的基本档案、商品价格和折扣设置，定期将数据上传至总部分销管理系统中。

**零售数据交换服务器：**提供数据交互传递的接口服务，异步数据传输。进行的数据交换包括：门店客户端—零售管理端、网络分销系统与连锁零售系统之间的数据交换，即总部分销系统向零售管理端传递基本档案或基础单据；零售管理端向门店客户端传递基本档案，零售管理端向总部分销系统传递业务数据；多个门店客户端向总部分销系统传递业务数据。

零售系统网络部署方案如下：

### 部署方案



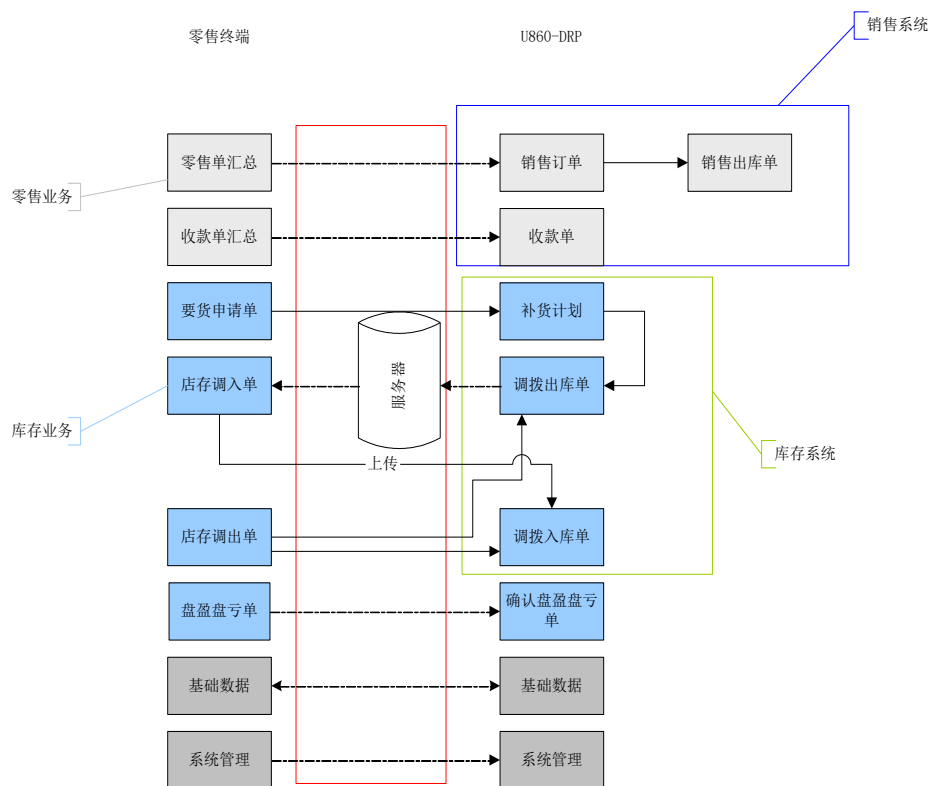
门店采购业务流程：

- 门店向总部提出要货申请，上传要货申请单到总部分销系统；
- 总部收到要货申请后进行调拨申请单分配，分配完毕后进行调拨出库确认；
- 总部做货物调拨出库，门店收到所要货物后做入库处理，上传店存入库单到总部分销系统；

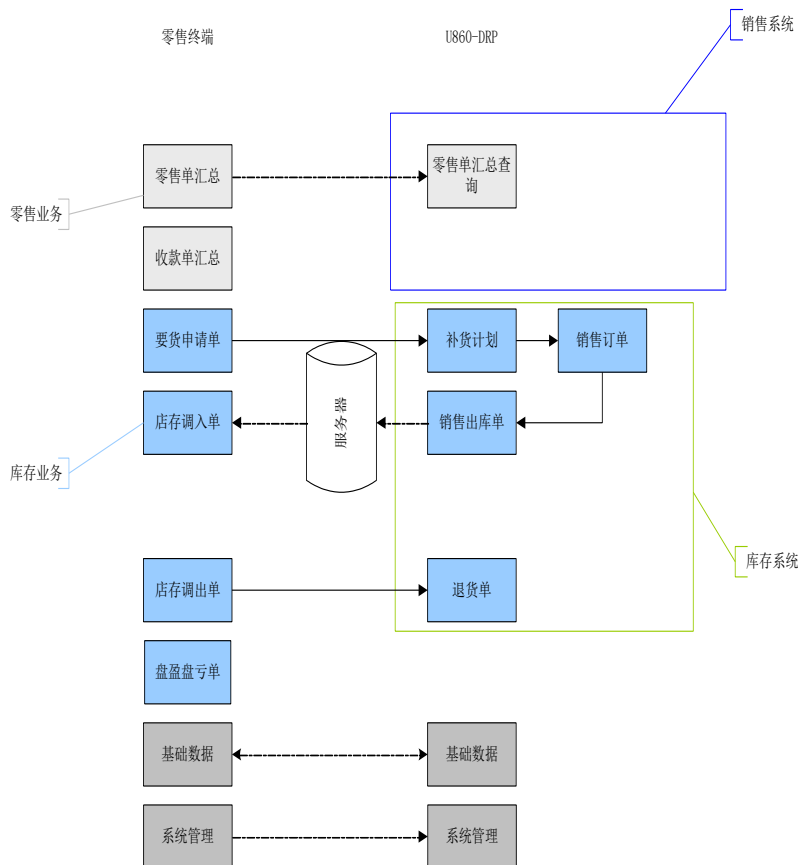
门店销售业务流程：

- 营业员在门店业务端录入零售单，收款员根据零售单进行收款打印销售小票。
- 每天的零售单据经过汇总生成营业日报，实时或定时通过数据交换服务器上传到总部分销系统，生成总部的出库单据；
- 总部可随时通过设定的权限查询门店后台管理端的数据；

其中，直营店业务处理流程如图：



加盟店的业务处理流程如图：



## 特步分销零售系统应用效果评估

对于特步分销系统的应用价值，第三方评估机构就主要的管理改进指标、系统运行指标等，与特步的管理人员及关键岗位员工进行了详尽的沟通，并作出了评估分析。评估结果显示，特步分销系统的价值，不仅实现了企业运营管理的改进，还针对企业商业模式的关键因素进行了有力的支持。

特步公司在分销项目取得的收益从资源利用、流程控制、业务渠道协同运作、决策与分析、人才培养、商业模式的成功支持等几个方面得到反映：

**资源利用：**显著提高，个人生产力提高 3 倍以上；

**流程控制：**操作规范，跨部门沟通协作准确、快捷；

**业务渠道协同运作：**总公司、总代理、零售门店实现了业务数据协同；

**决策与分析：**快速报表和分析，合理精确地排单、发货；

**人才培养：**经理和员工的 IT 系统应用能力提升，工作方式转变，内部 IT 类人才得到培

养：

商业模式的成功支持：快速响应市场、多品类准确发货、渠道业务运作得到协同；

## 资源利用

### 个人生产力

➤ 员工个人生产力提高3倍多：排单岗位人均处理120万双/年提高到人均处理400万双/年，并且在业务持续高速增长的同时人员规模基本保持稳定

### 发货准确性

➤ 发货准确率提高99%以上，比之前的90%有较明显的提升

### 库存商品数量和品类

➤ 仓库发货量和库存商品管理量翻了3倍多，但是仓库管理在不增人手的情况下，不仅提高了商品管理的准确性，确保了发货工作的有序和及时，而且加快了报表的速度

### 客户服务与沟通

➤ 员工与总代理沟通的时间增加，通过系统的应用，排单时间每天可以节省2小时左右，这样每天多增加2-3小时与客户沟通，提高了客户的满意度

## 流程控制

### 规范操作

➤ 全部期货订单、销售排单、下单；仓库发货、商品管理等按照ERP系统的标准规范执行

### 责任控制

➤ 各业务环节的审批、统计报表等都有严格权限控制，不仅实现了权责统一，而且实现了权利的责任登记，在系统中对于所有的审批都有准确的记录

### 相互负责

➤ 排单、下单、库存发货、分公司管理等业务环环相扣，在ERP系统中对于数量、时间等关键业务因素都有直接的连环控制

### 跨部门协作

➤ 通过ERP系统的应用，实现了快捷、准确、相互负责的跨部门协作，形成了集体为业务运营负责的运作链条

## 业务渠道协同运作

### 总部跨部门协同运作

➤ 销售排单、下单、库存、发货、采购、财务部门的信息统一来源、共享数据

### 总部分公司协同运作

➤ 所有上线的分公司（总代理）的排单、发货等核心业务在ERP系统中统一处理，实现了销售数据的实时集中，有利于准确分析各地域市场的商品销售状况，有效辅助控制库存。

### 总部零售网点协同运作

➤ 所有上线的零售网点，可以将最详细的销售数据信息直接汇总集中到总部，实现销售明细数据的准确集中和统一分析，并可以保留历史数据，为以后的数据挖掘和决策分析提供了准确的市场变动和发展信息



## 决策与分析

快速销售报表	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过ERP系统的应用，将销售报表分析的周期从一周缩短到随时可以统计分析，基本上达到了销售数据信息的实时化管理，有力地提高了运营决策、生产、采购等业务的精确性</li> </ul>
客观合理排单	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过系统的应用可以有效协调排单，消除不同客户间发货数量的冲突，而且可以对于优先发货的客户作出优先级的合理判断和相应的业务处理</li> </ul>
商品数据即时可见	<ul style="list-style-type: none"> <li>库存商品数据的统计、分析和品类管理即时性明显提高，并且随时可以得到商品的明细数据</li> </ul>
库存盘点周期缩短	<ul style="list-style-type: none"> <li>盘库的周期从半年缩短到1个季度甚至到1-2个月</li> </ul>

## 人才培养

经理员工职业技能提升	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过ERP系统的应用过程，培养了包括分公司在内的共约60人的系统应用人员，有效地扩展了员工的职业技能，从运作管理上为集团未来的大幅度业务增长和经营范围扩充提供了人才保证</li> </ul>
IT人才增强	<ul style="list-style-type: none"> <li>集团营销中心具有了能够独立实施ERP系统的专业人才，而且对于分公司（总代理）的管理水平提升起到了直接的推动作用</li> </ul>
跨部门协作能力	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过ERP系统的应用，实现了快捷、准确、相互负责的跨部门协作，形成了集体为业务运营负责的运作链条</li> </ul>

## 商业模式的成功支持

市场状况快速响应	<ul style="list-style-type: none"> <li>借助ERP系统实现全部销售数据的汇总和分析，及时得到当天、当周的市场状况，以及每一个鞋类商品的销售状况，准确地反映了市场的最新信息，为生产、设计、采购提供了有力的支持</li> </ul>
多品类产品及时供给	<ul style="list-style-type: none"> <li>借助ERP系统实现了快速排单，而且可以实现当日发货处理；在ERP系统的帮助下，可以不受商品品类的限制，不仅提高了排单的准确性，而且提高了员工的工作效率</li> </ul>
较准确提供生产采购下单数据	<ul style="list-style-type: none"> <li>通过快速的销售统计分析，可以节省出更多的时间进行数据的分析，提高了数据分析的质量，为生产下单、采购补给提供了较准确的数据信息，进一步可以有效控制生产和采购成本，合理控制库存</li> </ul>
有效协作各地区的总代理	<ul style="list-style-type: none"> <li>所有分公司（总代理）都在ERP系统中进行期货订单的处理，通过系统的快速准确的运算，有效地地协调了各地代理的发货数量和周期</li> </ul>

## 客户感言

用友对客户能做到“以客为本、以诚为本、以用户第一”。用友在做事情的过程中很诚恳、很诚信，确确实实尽他们所能地在帮客户去解决问题，跟客户共同成长、共同发展，这一点上我觉得用友也做得不错。用友毕竟是全国有几十家分公司、有几千员工的大型的上



市公司，在技术上还是让我们很放心的，所以说在技术上不会输给国际上提供 ERP 系统的其他公司。

所以，我个人认为，我不敢说用友就是唯一的选择，但是我认为用友是我们国内中等企业、消费品企业当中一个很合适的选择。

---特步副总裁兼营销总监 叶齐

现在我们能够及时拿到最真实的第一手数据，但是我们着重的是隐藏在数据下面的信息。这些信息对于经营决策很有用。下一步，我们的重点将是提高对数据的分析、高级功能的运用，更加深入地挖掘系统价值，使系统能够更好地为我们服务。

---特步销售部经理 吴涛红

## 6.2 行业客户展示

分公司	客户名称	分公司	客户名称
杭州	煌家佐龙照明	香港	怡园酒庄
厦门	特步运动	江门	梓晴科技
杭州	布莉丝	温州	烟草温州分公司
河北	东方丽人家居	广东	北京同仁堂（香港）公司
上海	妮馥露（上海）贸易有限公司	宁波	宁波诚风家具有限公司
上海	天容	重庆	华绣商贸
成都	中森鞋业	东莞	东莞万富内衣有限公司
成都东普	成都成百办公用品连锁公司	杭州	大安集团

南京	东来电子办公用品零售	南京	劲草服装
宁波	美和钟表	江西	天强科工贸有限公司
南京	南京金鸿翔实业	温州	东艺鞋业
上海	石怡集	广州	犁人坊服饰
北京	同仁验光配镜中心	杭州	高丝化妆品
海南	亚龙湾商品	深圳	益言堂
南京	南京恩霍商贸有限公司	温州	温州海螺集团有限公司
深圳	八马茶业	贵州	贵州寸草心有机茶
东莞	东莞乐园面包食品有限公司	厦门	安溪铁观音集团
南京	九峰堂	厦门	厦门茶叶公司
台州	路桥华禧食品	陕西	陕西荔民农资
宁波	宁波陆龙兄弟食品有限公司	陕西	陕西至善教育
上海	上海吉马酒业有限公司	北京	北京老莫西饼
山西	双合成	南京	南京格力连锁