

# 基于供应链思维的 创新发展

深圳市怡亚通供应链股份有限公司

# 供应链的概念

## 供应链是什么？

供应链是以客户**需求**为导向，以提高质量和效率为目标，以整合资源为手段，实现产品设计、采购、生产、销售、服务等全过程高效协同的**组织形态**。



# 需求

**价格 = 全供应链成本+全供应链利润**

**新鲜 = 全供应链供应速度+全供应链进销存控制**

**质量 = 原料质量+生产质量+流通质量**

.....

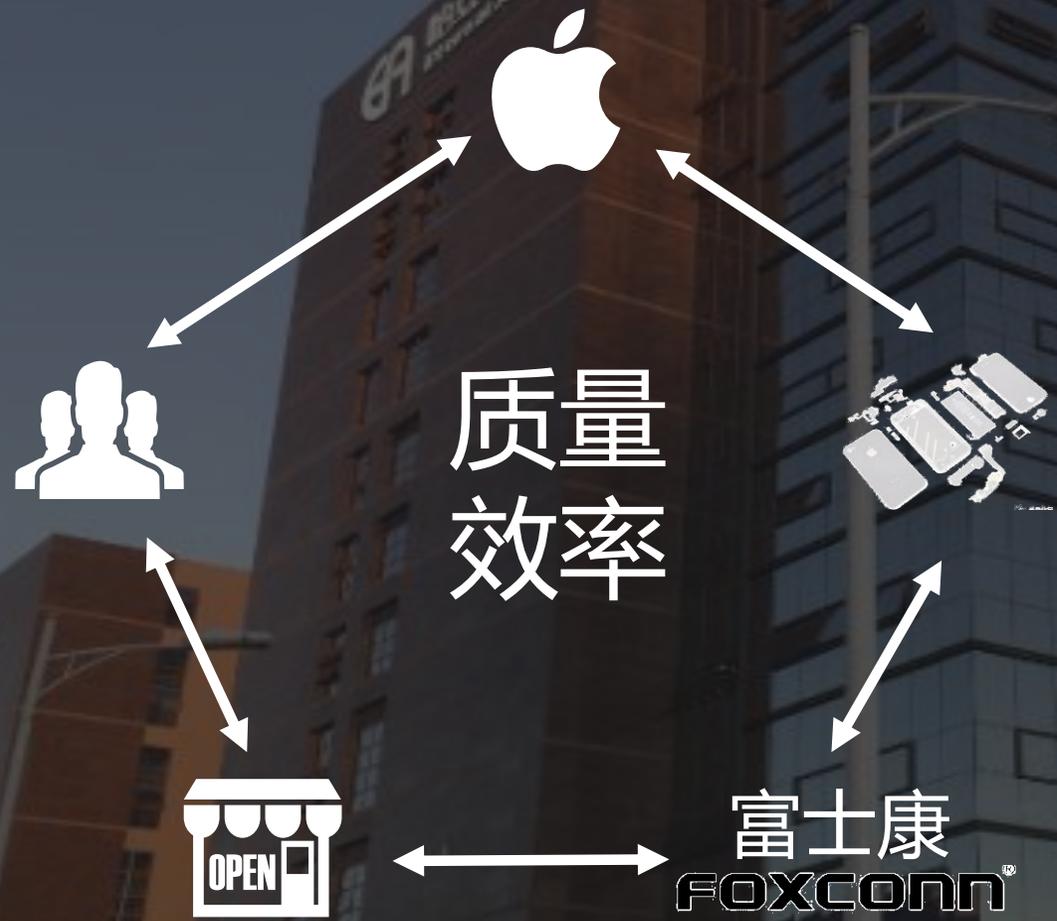
# 供应链随时代变化



# 供应链概念——以效率为导向的非核心业务的外包



# 供应链的概念——非核心业务的高效协同

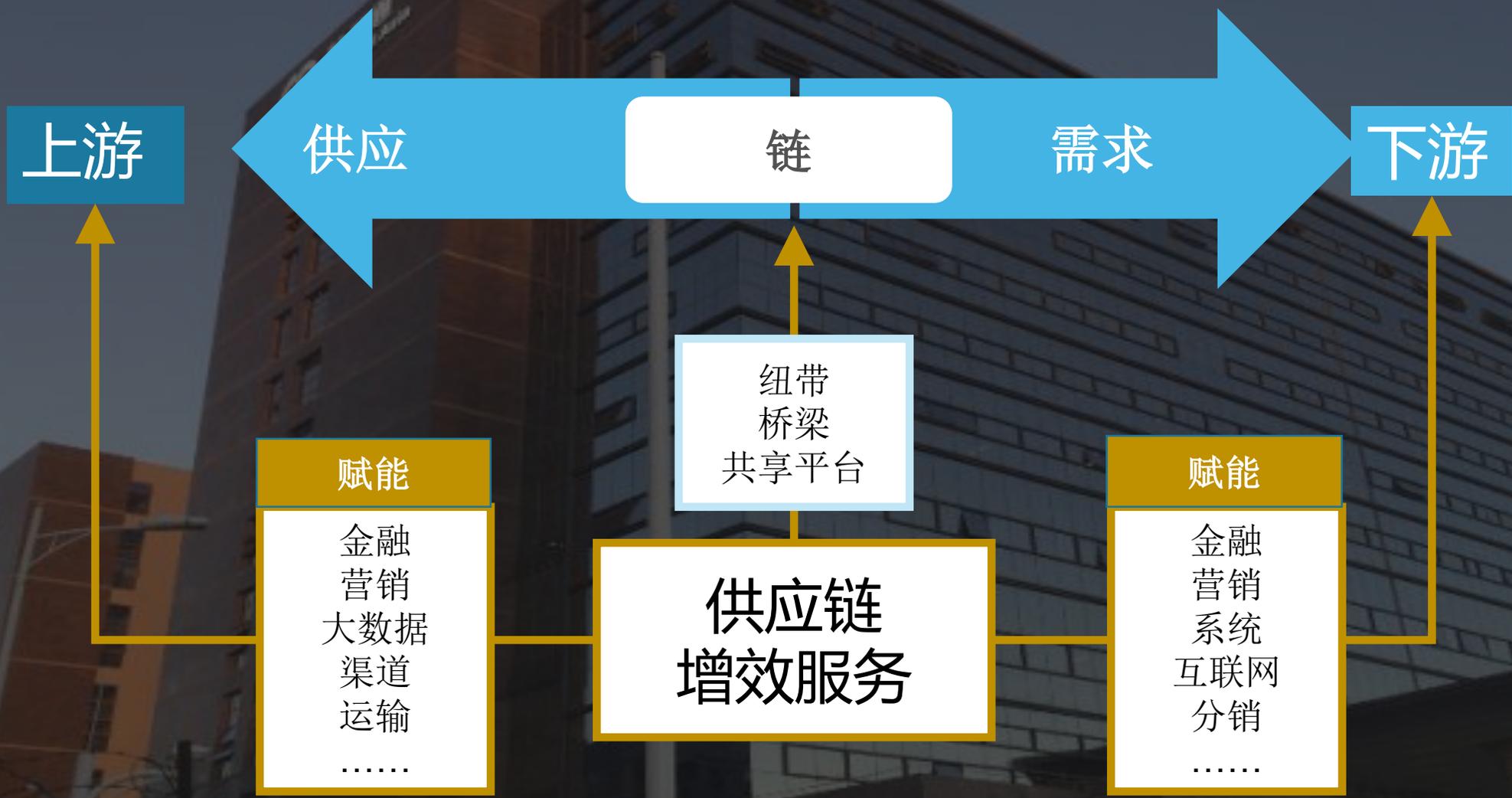


各节点均需要根据上游、下游需求，整合设计、采购、生产、销售、服务等内外部资源，并实现高效协同。

# 供应链失败的典型



# 供应链企业的服务



# PART ONE

走进怡亞通

## 深圳市怡亚通供应链股份有限公司

国内供应链行业领军企业，总部位于中国广东省深圳市。创立于1997年，并于2007年上市，董事长、CEO周国辉。

### 规模

- 服务平台正在铺建中国380多个主要城市(包括香港)和东南亚、美国等国家
- 铺建全球化服务网络，拥有专业服务人员近25000人
- 服务全球100多家世界500强和2000个国内外知名品牌
- 覆盖全国1-6级城镇市场的200多万的终端门店
- 分销商品品类超过40万种
- 拥有物流可控车辆近10000辆，年业务运营能力逾1000亿
- 全国共七大供应链基地，总面积逾40万平方米
- 2017财年营收为685亿，年利润7.6亿

### 创新实践

- 推动“380计划”建设，在全国31个省市自治区已建立逾320个城市的分销网点
- 以“新流通”推动中国流通商业变革，实现扁平化、社区化、共享化
- 开启“国企+民企”创新发展模式，大力发展供应链综合商业服务
- 整合银行端资源，促进供应链金融轻资产外延式规模发展
- 建立品牌成长联盟，助力中国中小品牌崛起
- 以“整合+链接”打造供应链云，建立中国强大流通业共享经济平台



# 深圳市投资控股有限公司



怡亞通第一大股東，持股比例達18.3%



深圳國資委是深圳最大的國資集團



全面實施混合所有制改革



推進深圳建設全球供應鏈管理中心，推動深圳產業轉型升級

## 携手合作伙伴**共同发展**

100余家世界500强及2000多家国内外著名企业的优势资源  
 业务嵌入电脑、通讯、医疗器械、快速消费品等10多个领域

部分合作客户

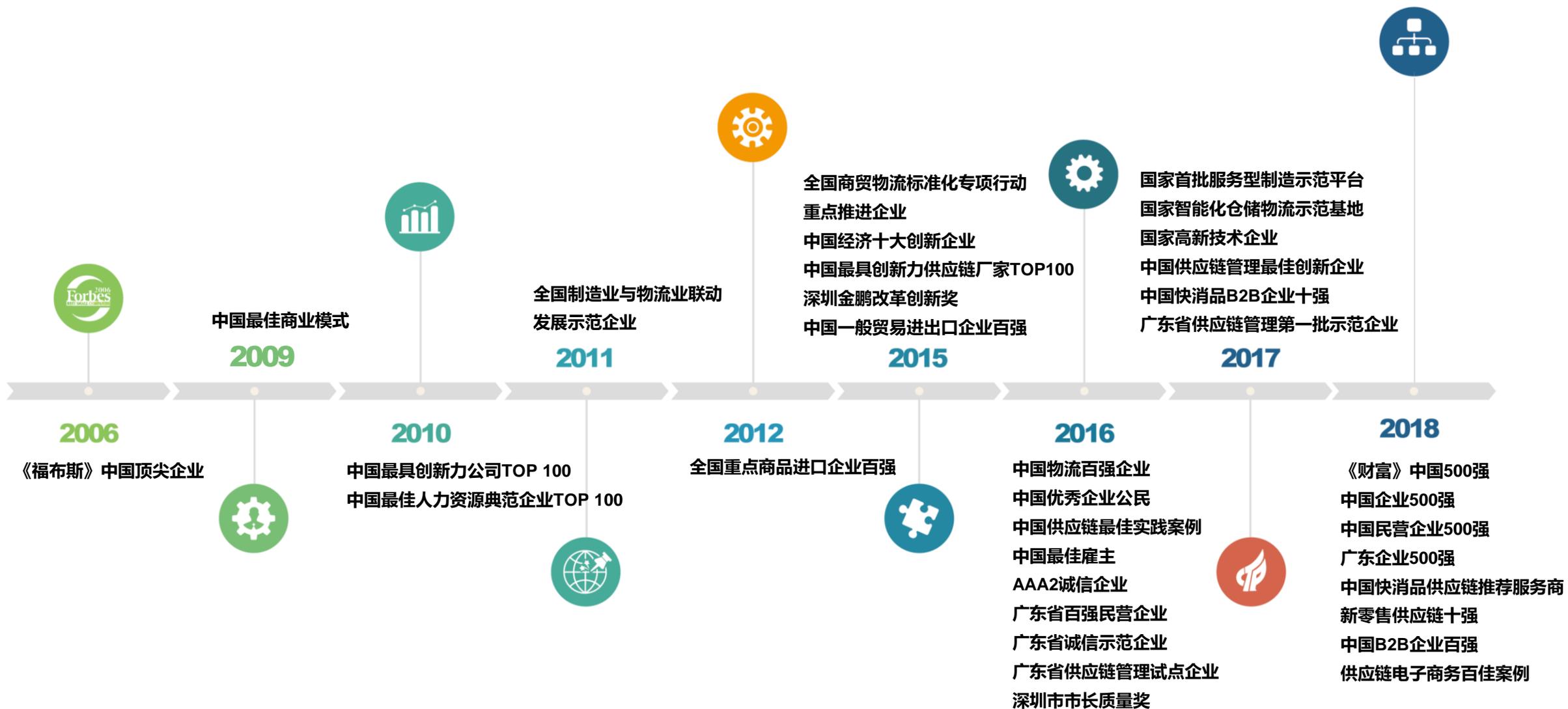


(部分合作伙伴, 排名不分先后)

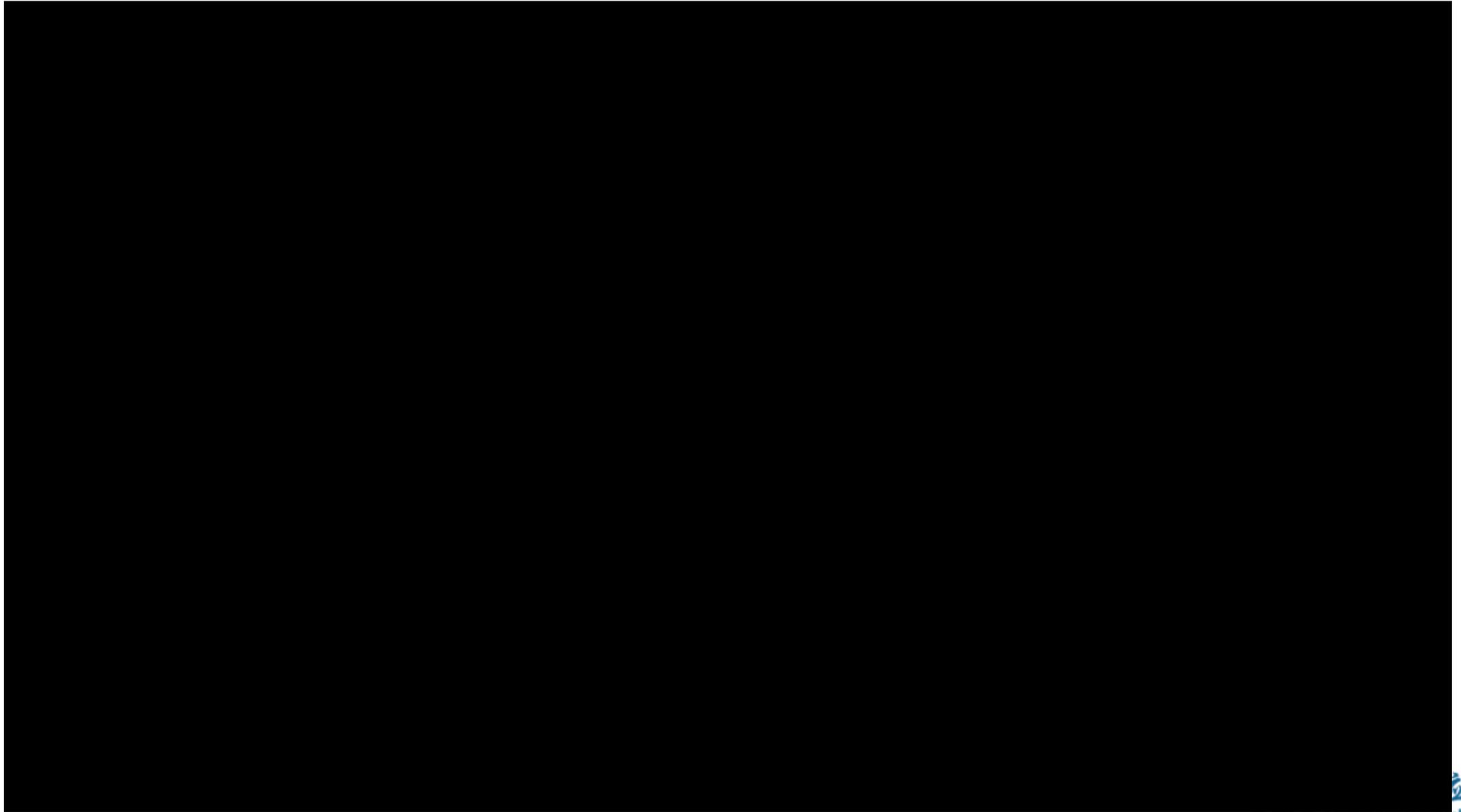
部分渗透领域

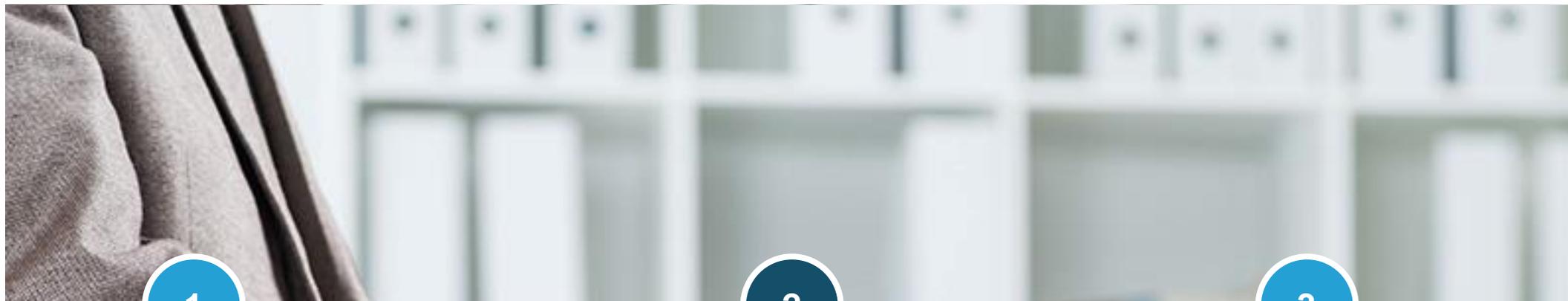


# 持续创造新的辉煌



# 怡亚通20年视频





1

2

3

1997-2008

## 需求导向的初创期

以客户需求为导向，以1+n的模式，满足客户多方面需求

2008-2015

## 整合思维的成长期

整合品牌端与零售端优势资源，打造平台，助力客户成长

2015-今

## 生态思维的成熟期

以消费者需求为导向，打造共赢供应链，促进全供应链成本最低，提升供应链效率

# PART TWO

需求导向的初期  
1997-2008  
持续发展

## 1997-1999年

进出口通关  
服务于三来一补



## 2000-2003年

物流业务  
包括仓储、运输、  
VMI、报税、结算。  
紧随需求，借力中国  
加入WTO

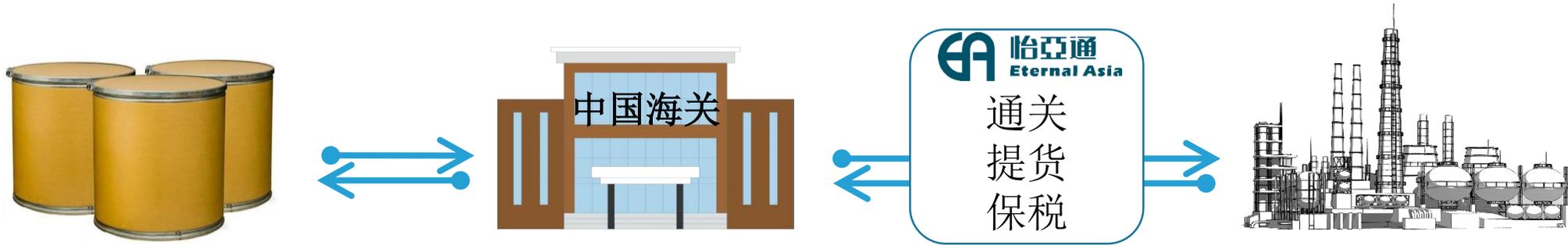


## 2004-2008年

• 分销及分销执行  
• 供应链金融  
借力中国加入WTO



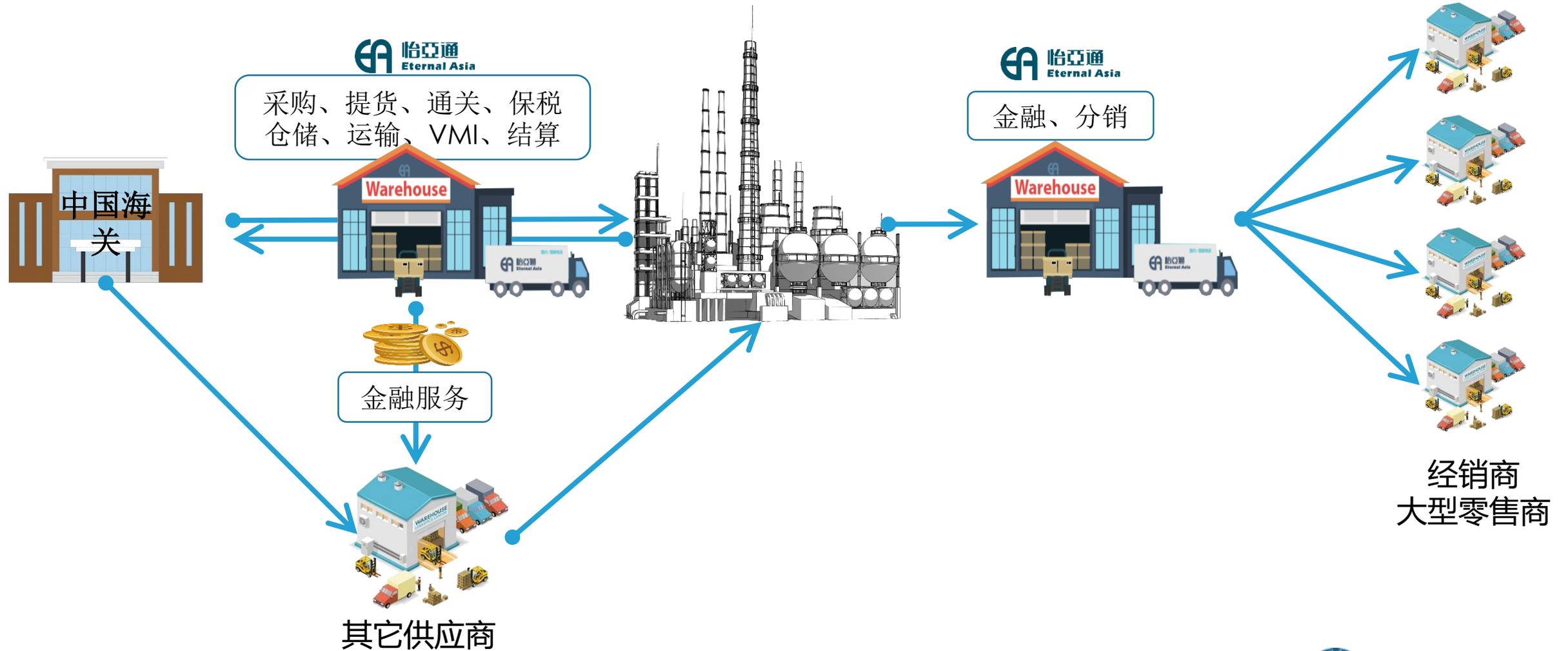
# 1997-1999年



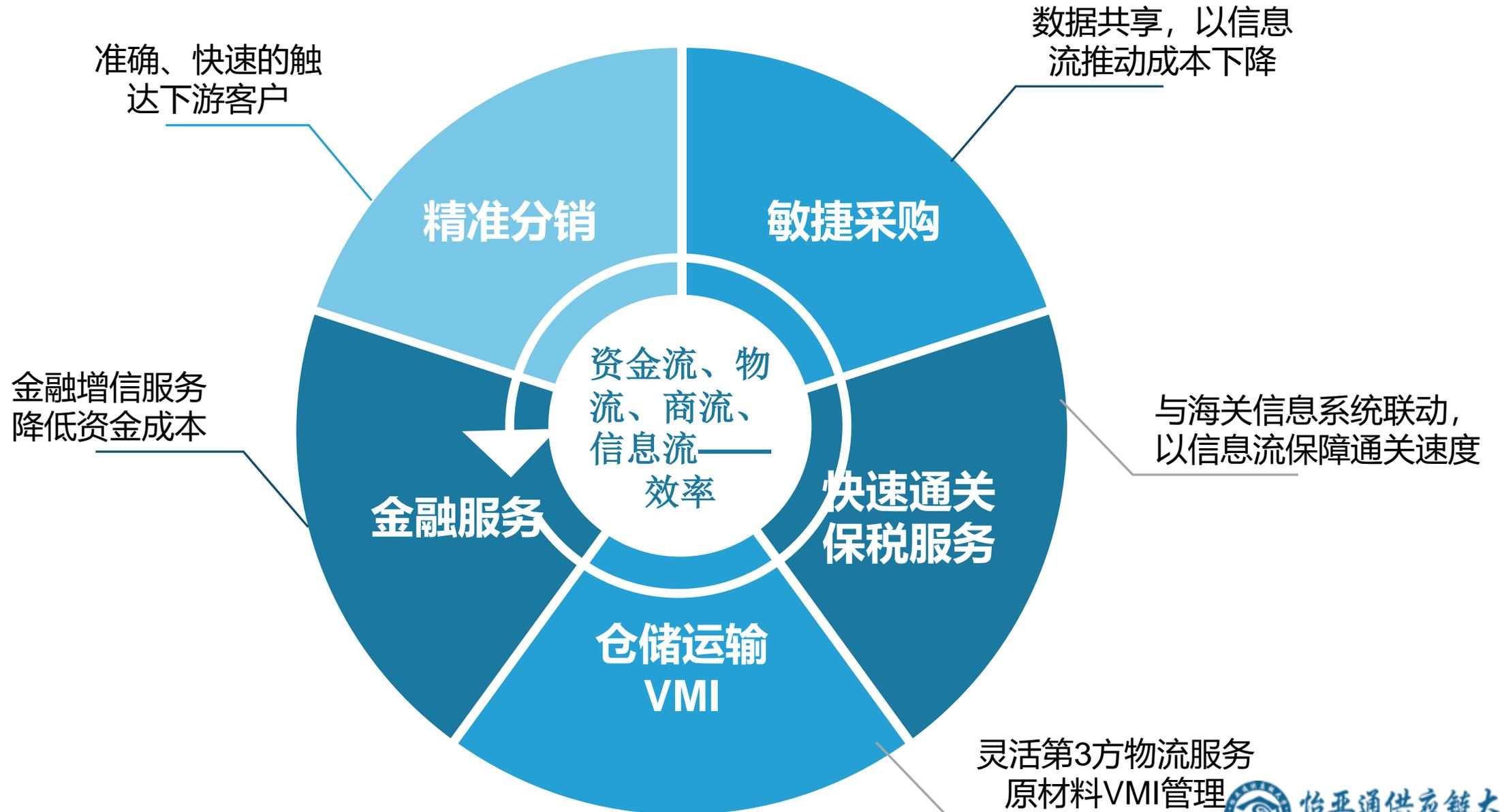
# 2000-2003年



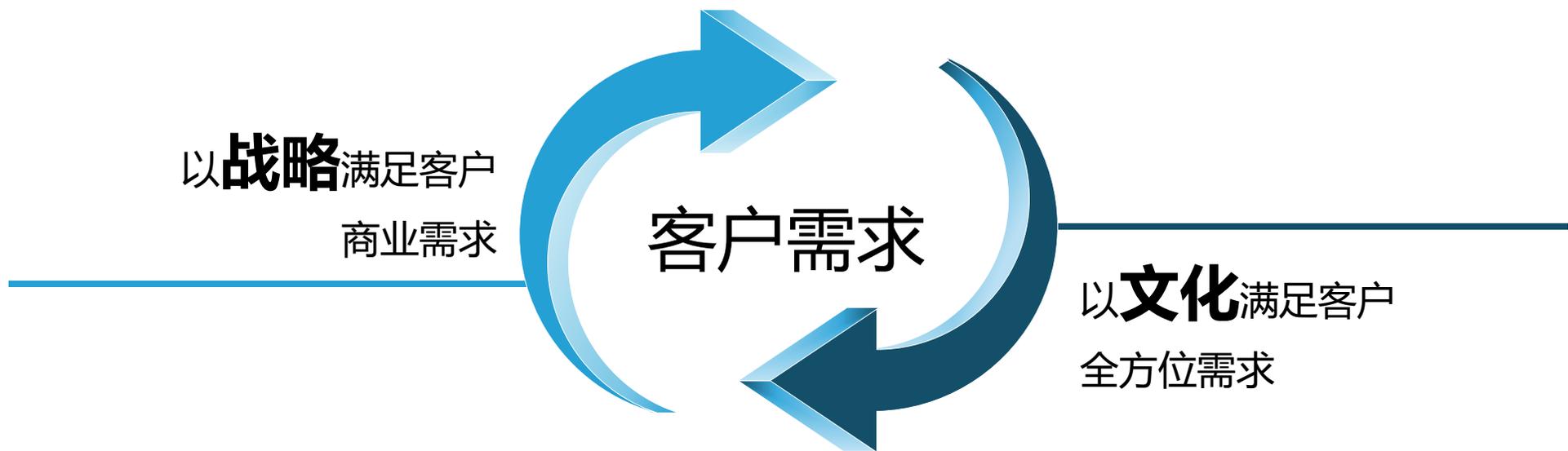
# 2004-2008年——上市后的快速发展



# 以效率满足客户商业需求



# 文化与用人之道



# 文化与用人之道

员工责权利与业务发展共同成长。对于成绩不佳者，在文化认同的前提下，给予培训及更适合的机会。

持续培养提升组织服务客户的能力，鼓励创新，不断前进以满足不断变化的客户需求



以客户的文化为基础，尊重客户需求，理解客户需求，满足客户需求，作为选人的基础价值观条件。

客户需求高于一切，直线型的组织结构，以文化保障结果，结果是文化践行的体现，确保始终将客户需求放在第一位

# 初窺供應鏈整合思維



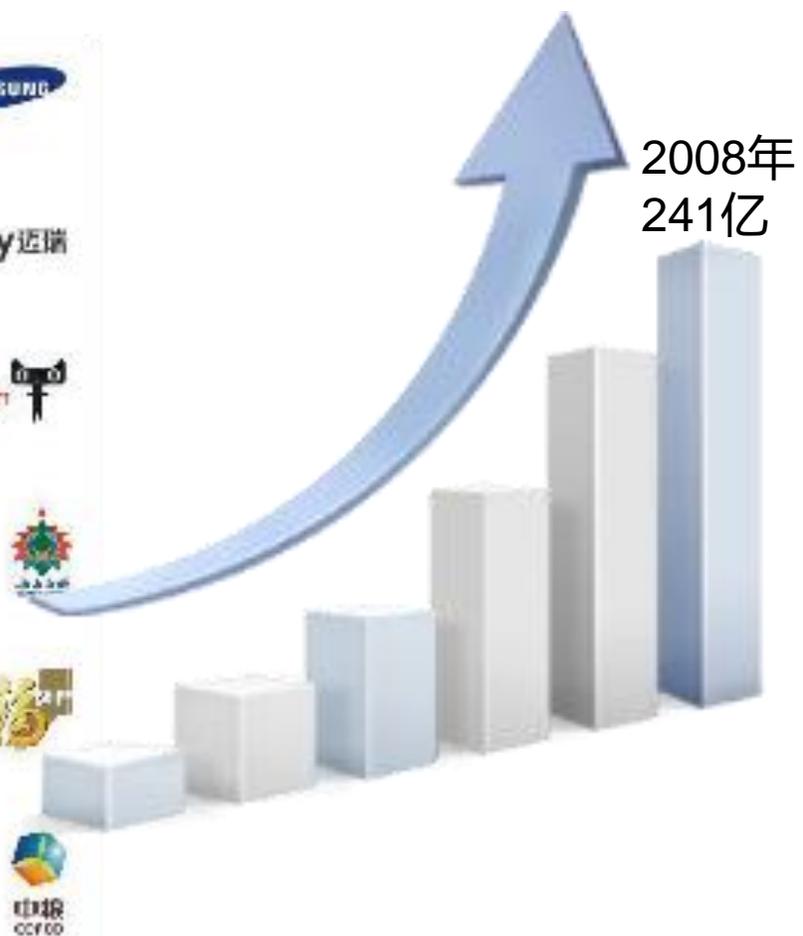
1 + N 端到端優勢資源整合

# 初窥供应链整合思维

## 部分合作客户



(部分合作伙伴，排名不分先后)



# PART 1 HR

整合供应链的发展期  
2008-2015  
寻求突破

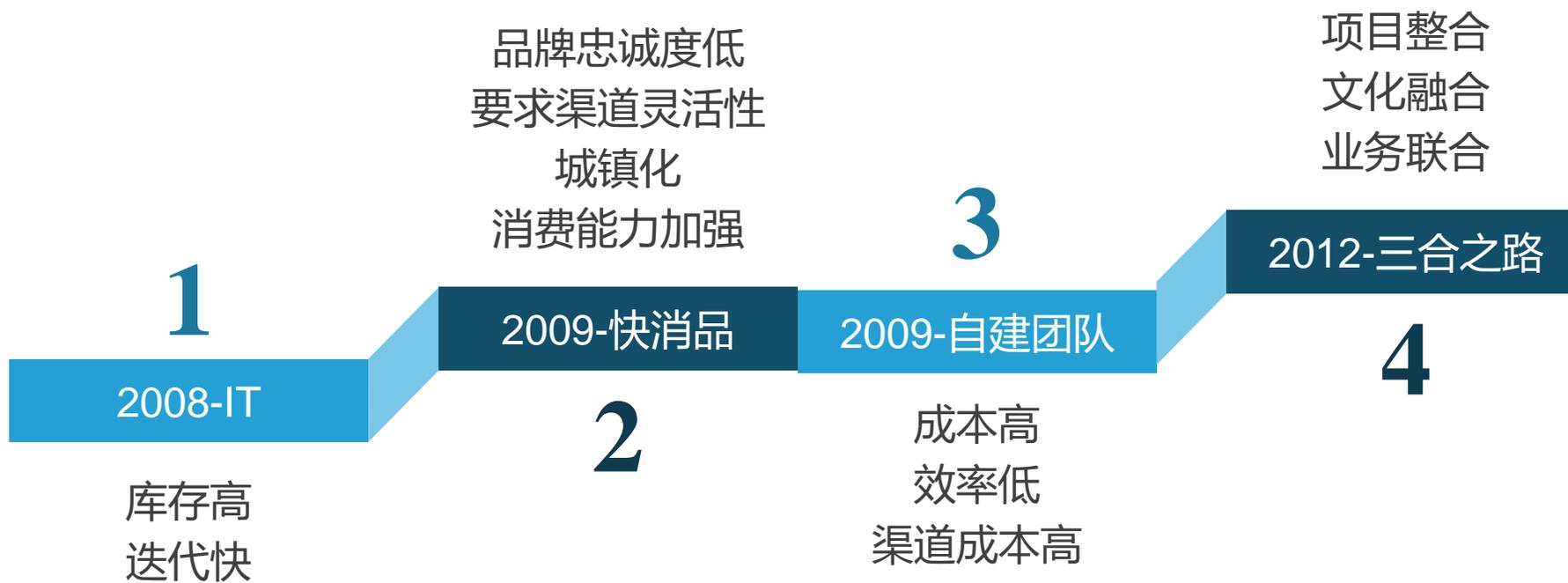
# 供需变化——寻求突破



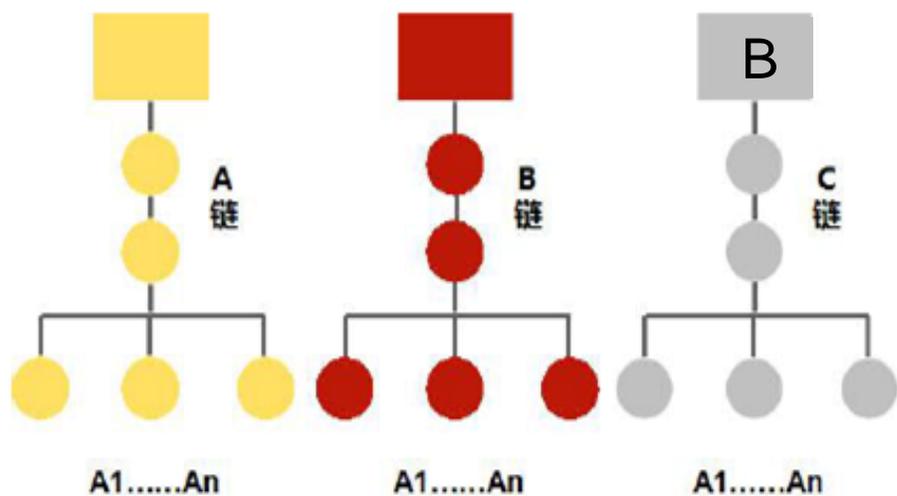
**生产型供应链竞争激烈，利润下降。深度分销散乱穷小，存在商业痛点**

分销业务起航（2008年起）：涉及深度分销服务，怡亚通供应链产业得到延伸，传统渠道代理向平台运营模式转型。

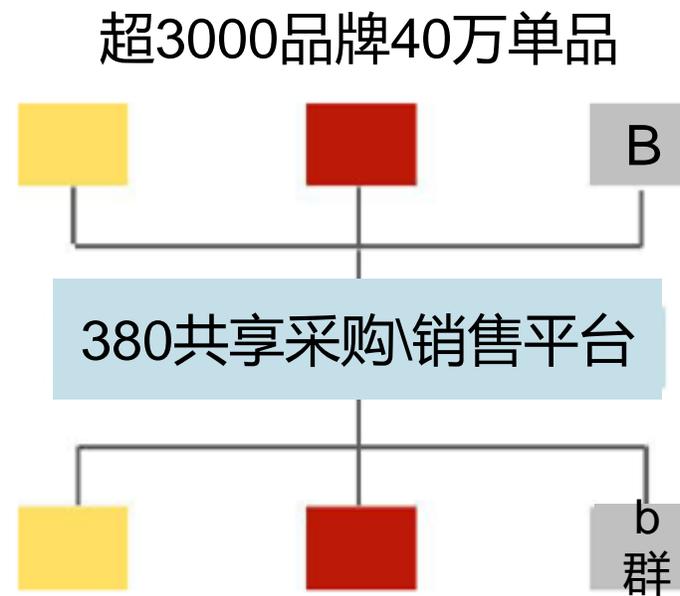
# 坎坷的发展——以供应链效率满足市场需求



# 平台+合伙人

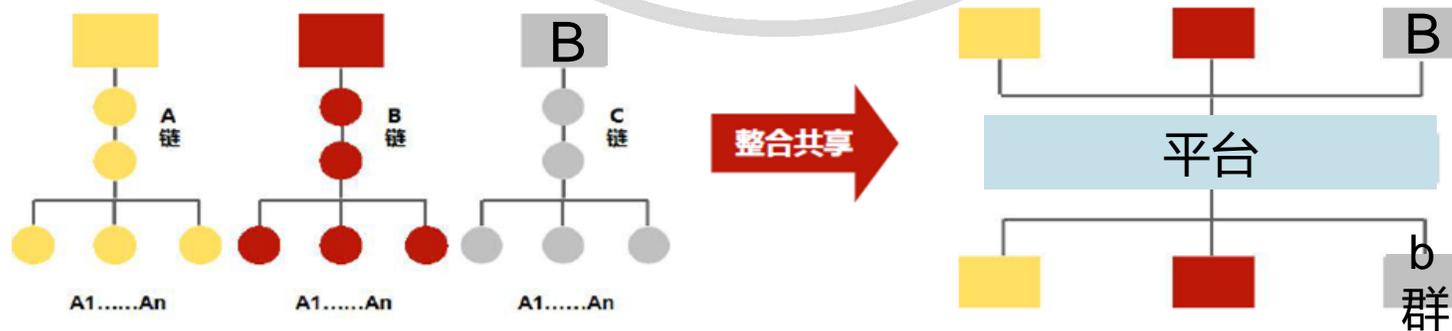


传统分销模式

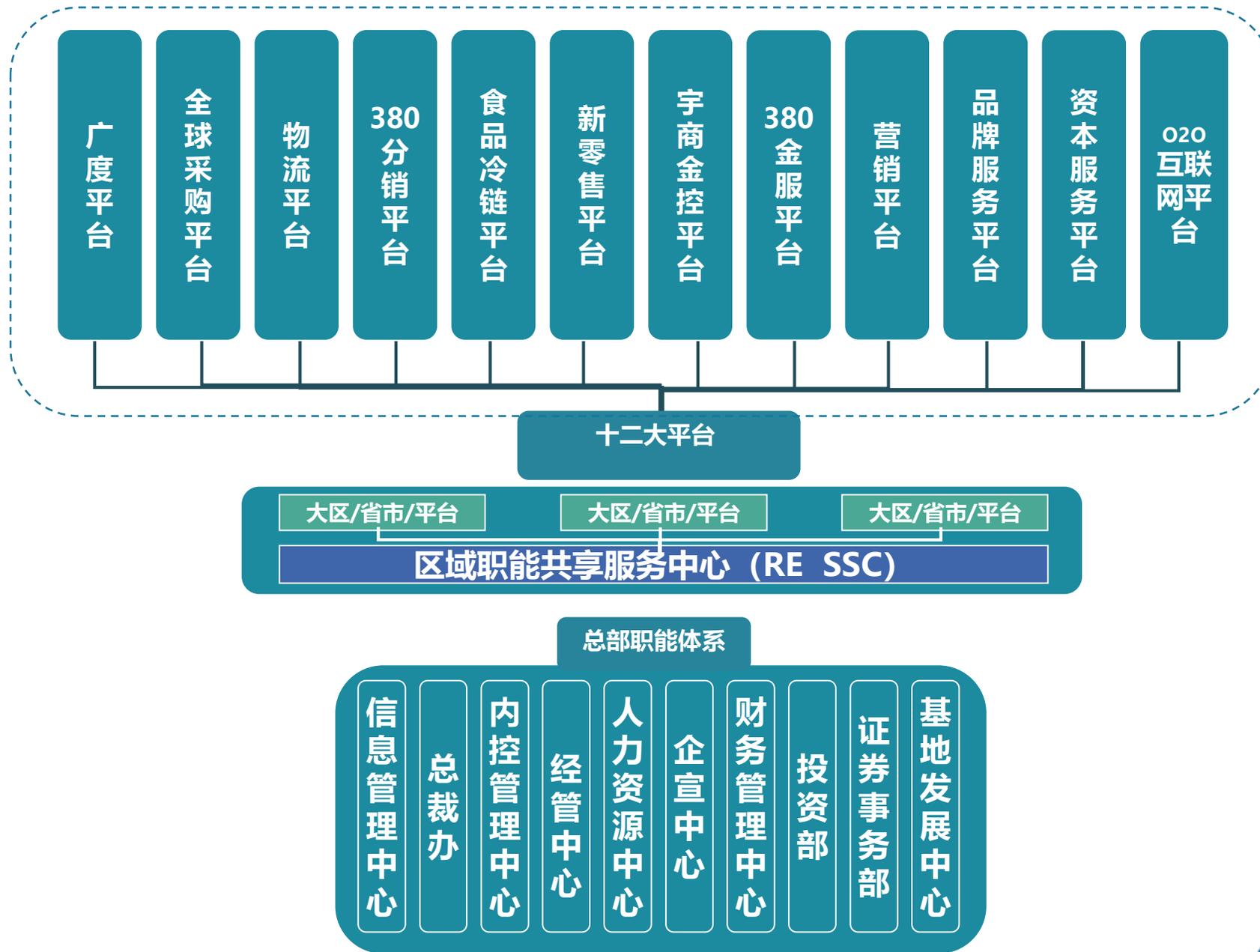


超150万b端零售商

# 打造平台型企业



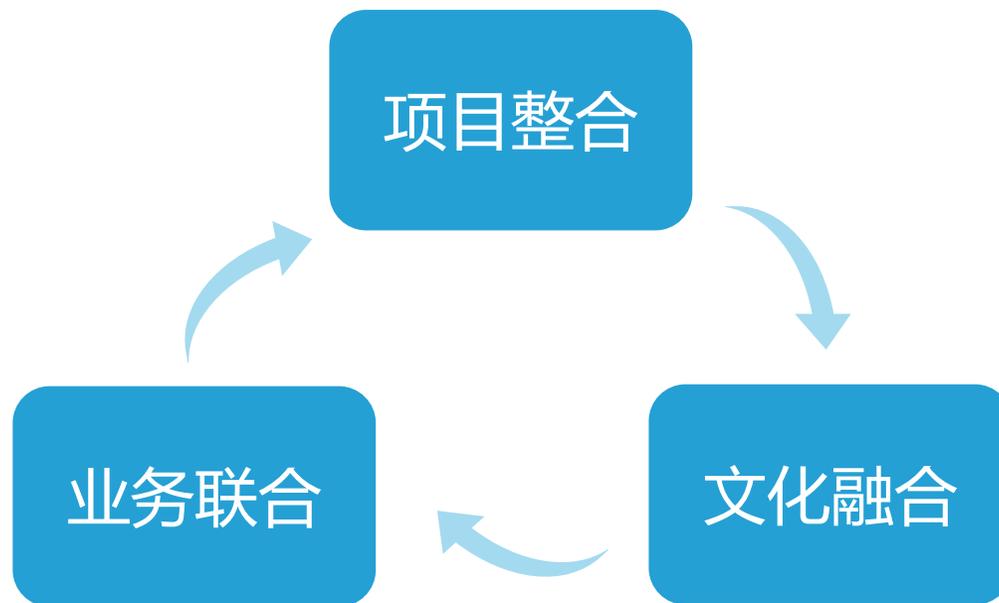
# 以客户为导向的组织结构



纵向一体化  
纵向专业化  
管理制度化

后台平台化  
前台合伙人化

# 三合战略



项目整合：发挥深度分销规模效应，与更多品牌合作，降低零售型供应链成本,满足零售端对商品的需求。

业务联合：联合业务推进，优化内部采，销，物供应链，形成统采、统销、统配，发挥规模效应，降低供应链分销环节成本，敏捷服务零售端客户

文化融合：促进合伙人组织文化——集团文化融合——客户文化融合。

# 合伙人组织运营模式



# 文化升级



**企业责任**  
与客户共同进步，与社会共同发展



以客户需求为中心

海纳百川

与合伙人共同发展



**使命**

以平台促进供应链效率  
以服务助力客户成长

**经营思想**  
整合、共享、服务



**愿景**

成为中国最大的全供应链服务平台

**发展战略**  
三合战略、三全战略



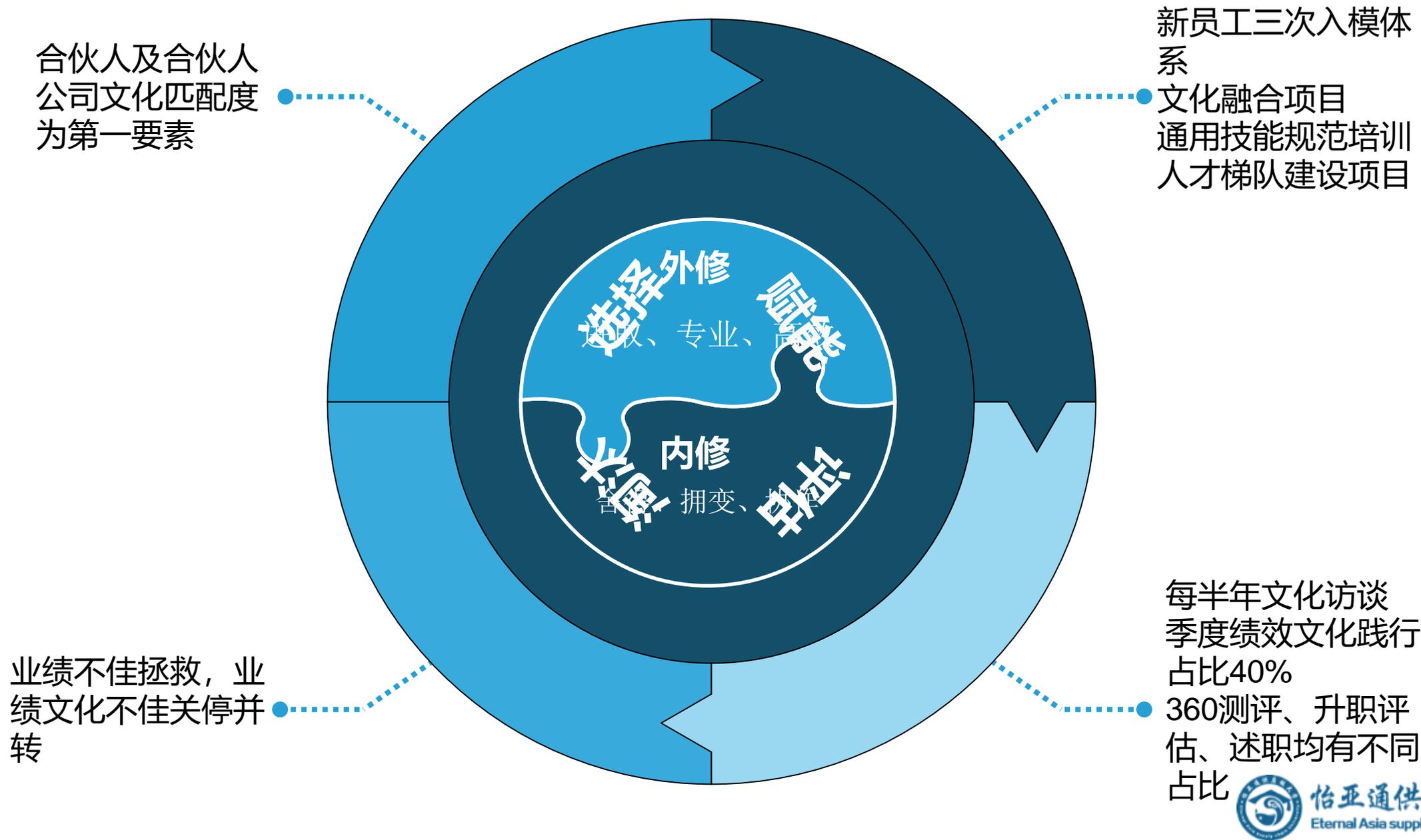
**核心理念**

服务最优  
效率优先

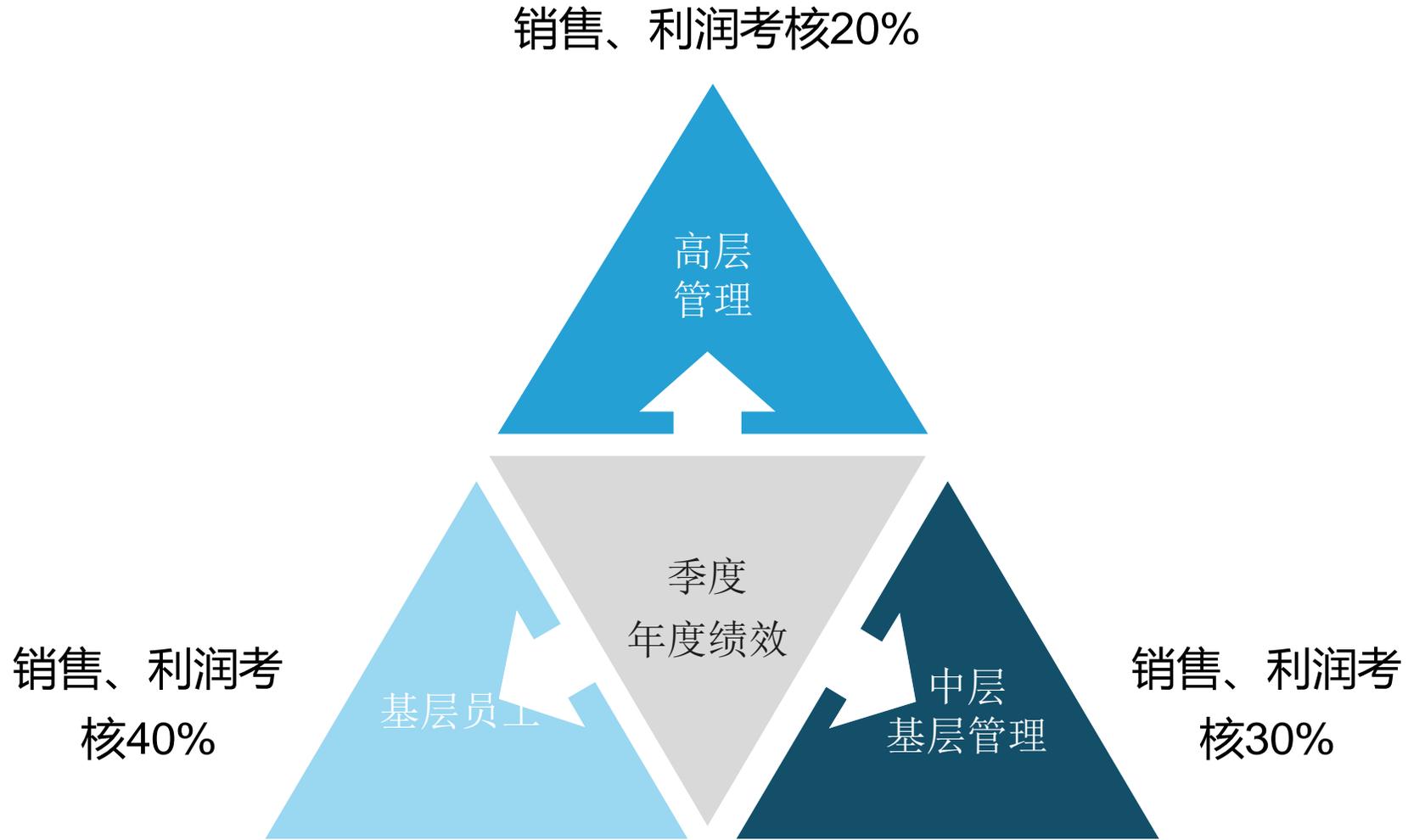


怡亞通供应链大学  
Eternal Asia supply chain University

# 文化升级——价值观渗透



# 后台服务部门全员销售、利润绩效考核

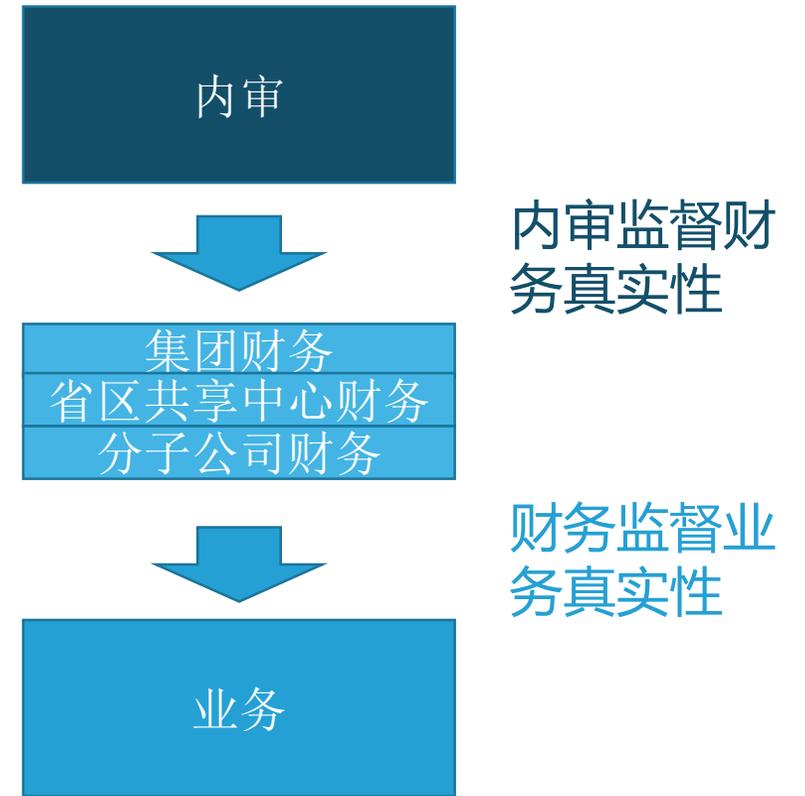


# 合伙人激励

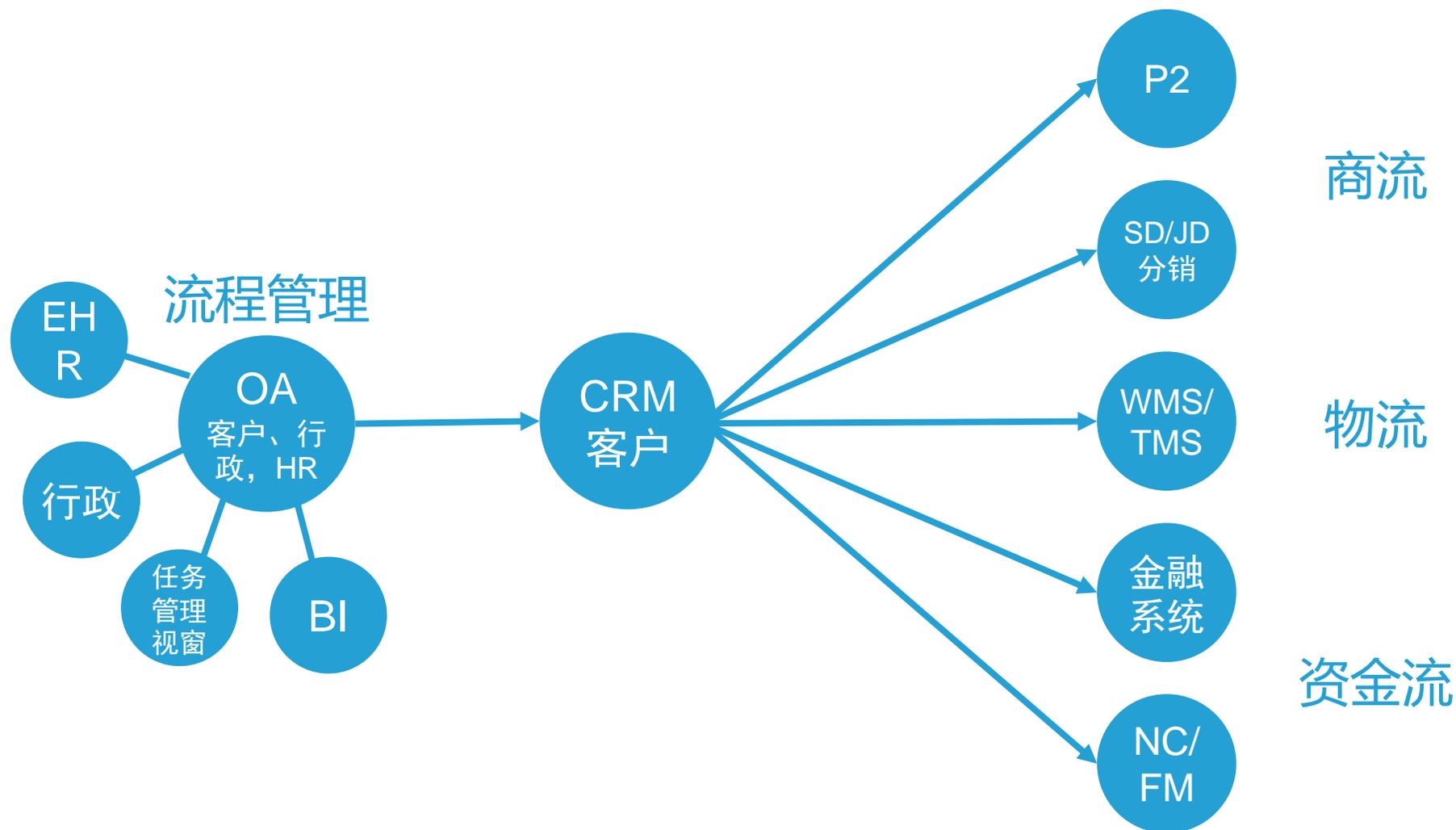


# 分配





# 贯穿供应链的信息系统



信息流贯穿全供应链，内部连接所有组织，外部链接所有行业，所有类型客户系统，保障全供应链商流、物流、资金流高效运行。

# PART FOUR

生态危机与发展的狂热期  
2015-今  
危 机 并 存

# 环境的变化

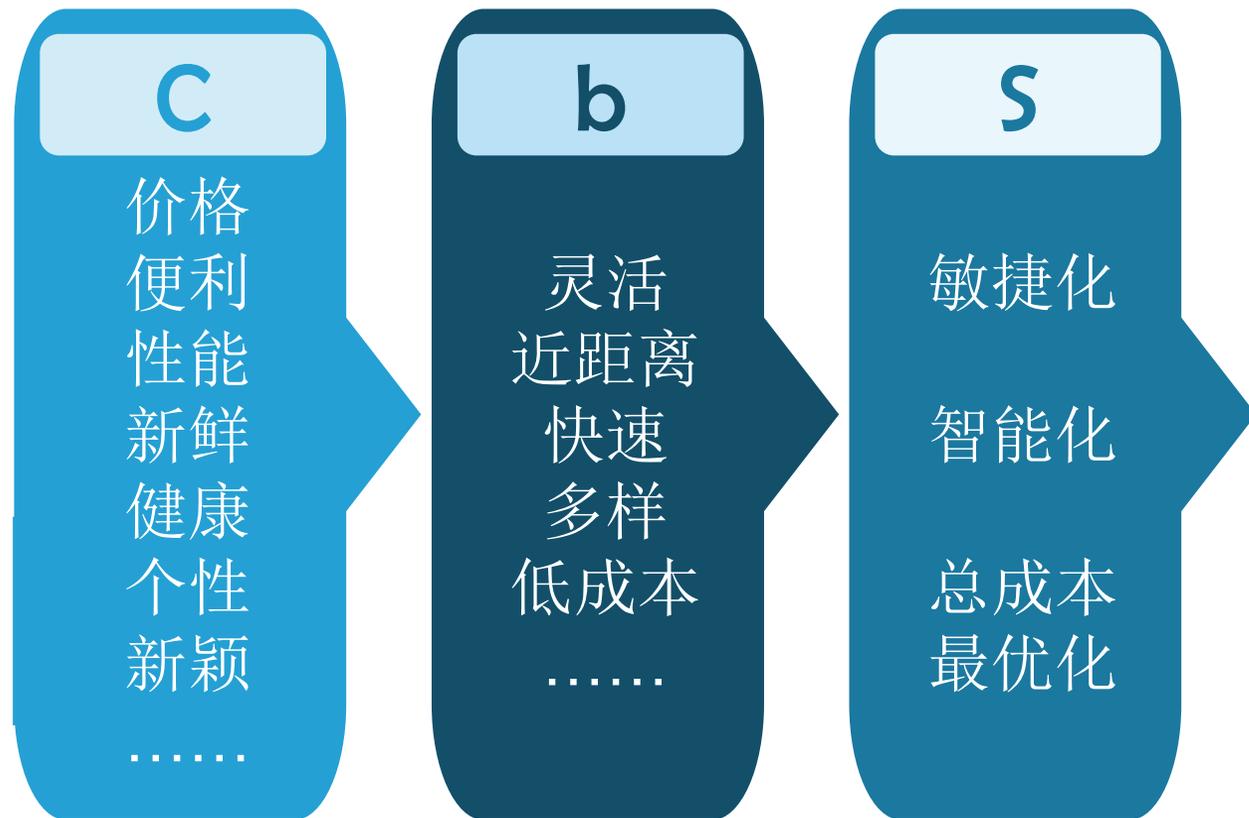
- 消费需求多样化
- 分销行业结构问题
- 移动互联普及化

外患

- 文化融合存在差异
- 项目结构存在问题
- 分子公司能力差异

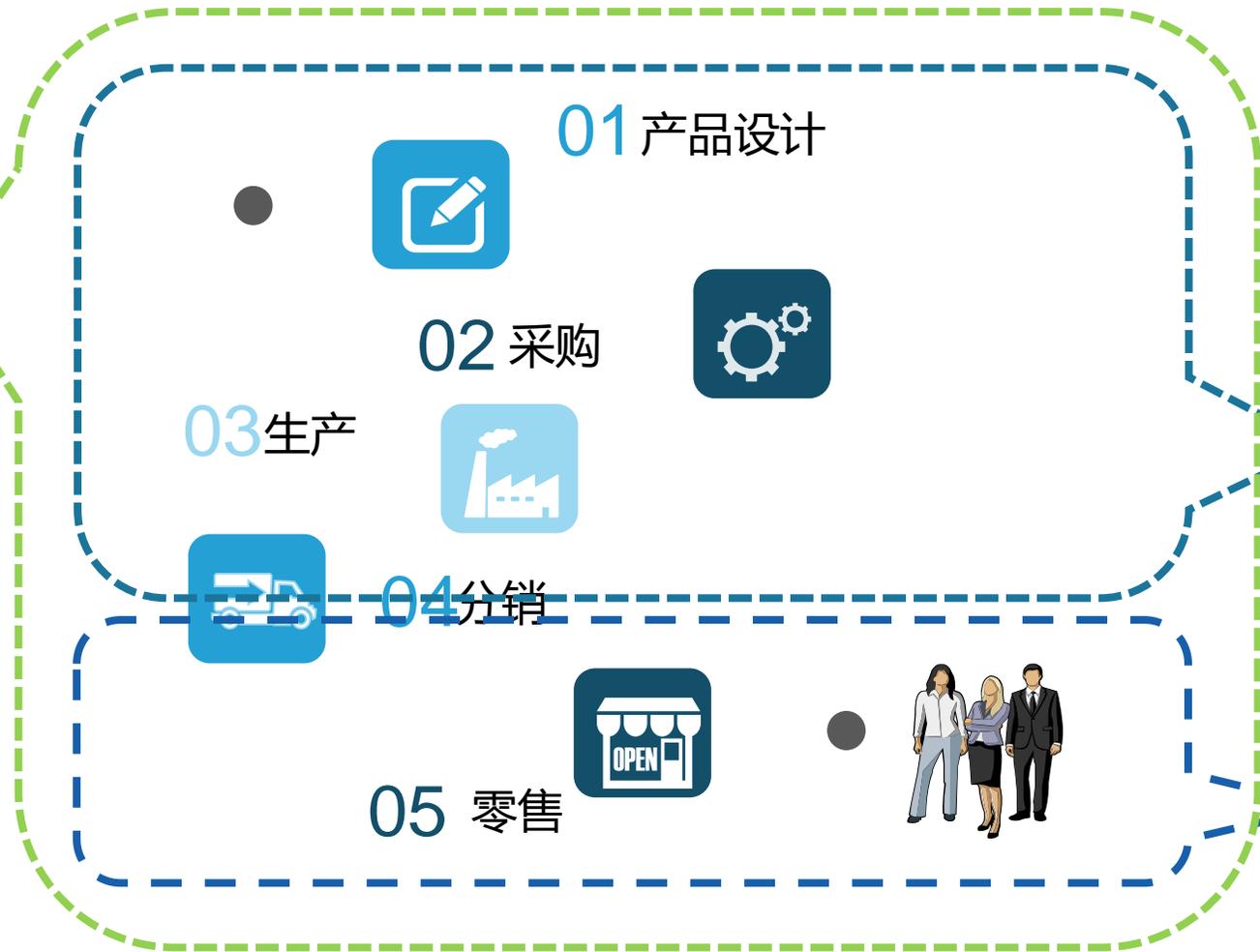
内忧

# 创新的尝试与生态思维



# 业务范围

物流平台  
金融平台  
互联网



综合商业事业群

新流通事业群  
星链平台

# 综合商业事业群



广度平台

为企业提供从原材料采购、VMI、产品整合定制及交易到产品分拨、销售等全程供应链服务

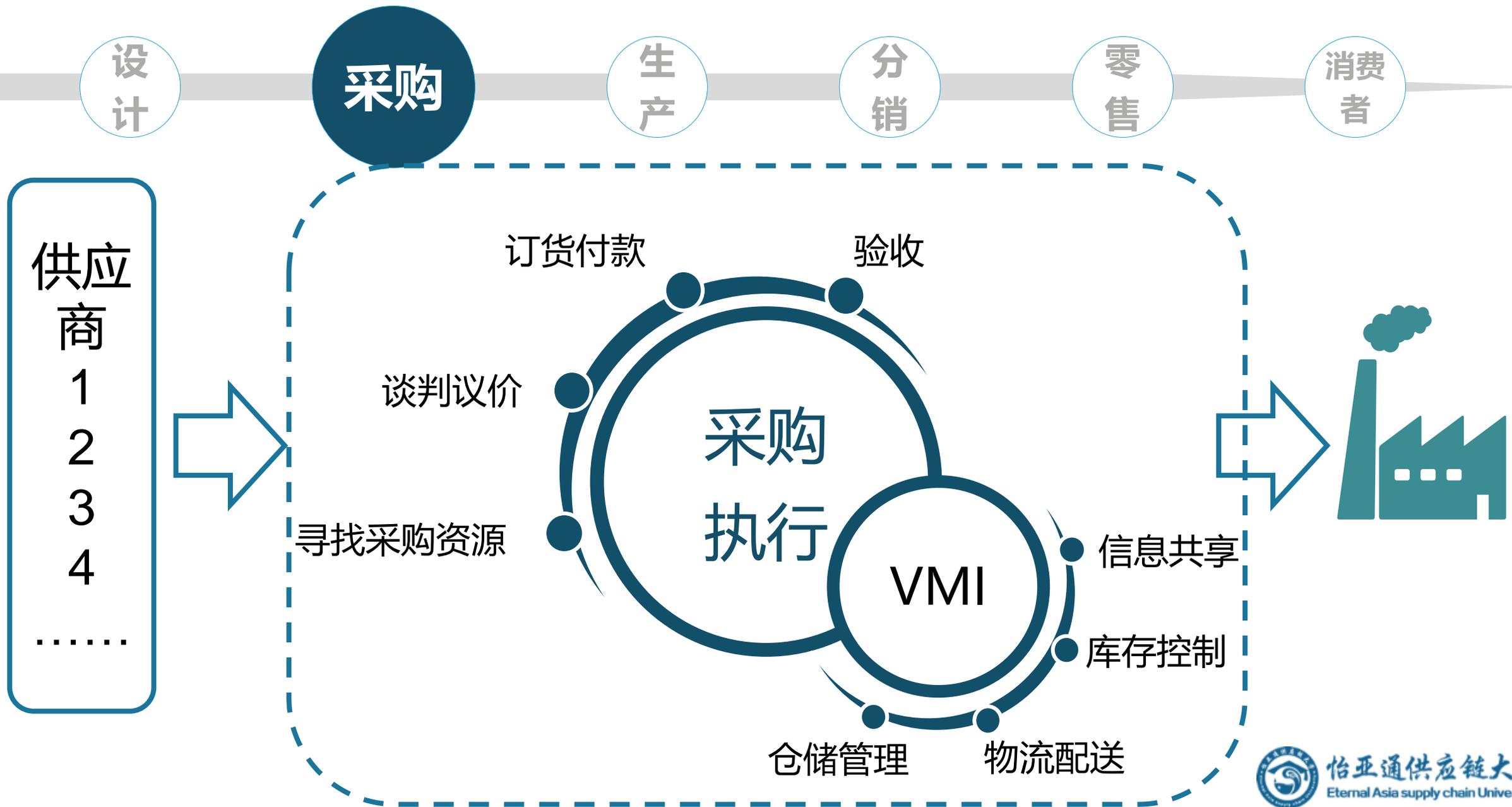
综合商业平台

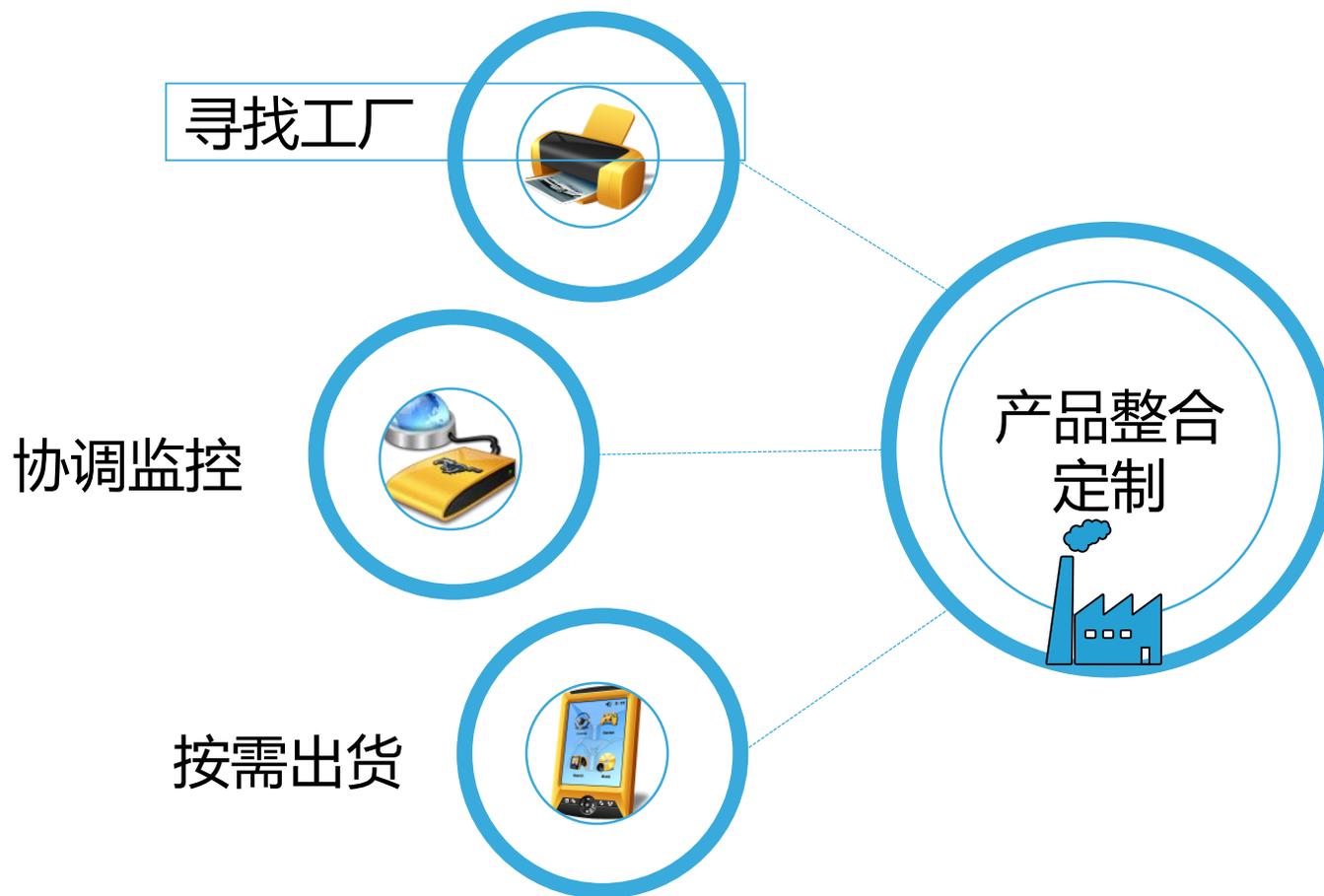
国企+民企创新供应链合作

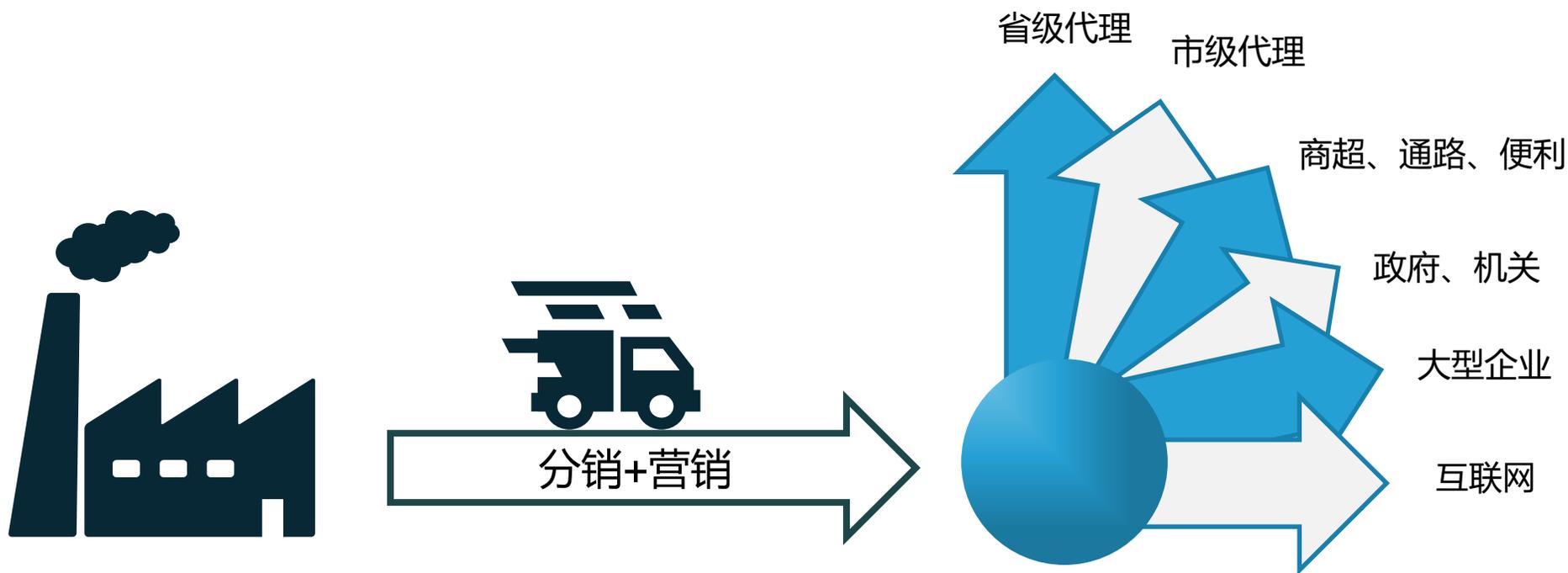
综合商业事业群

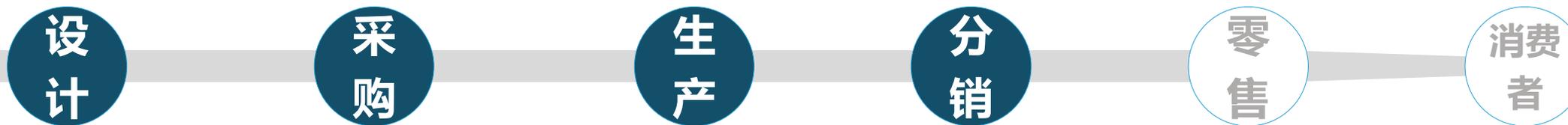
全球采购平台

连接国内外采购、零售、品牌，帮助企业实现全球采，全球卖。









物流、VMI、金融、营销.....

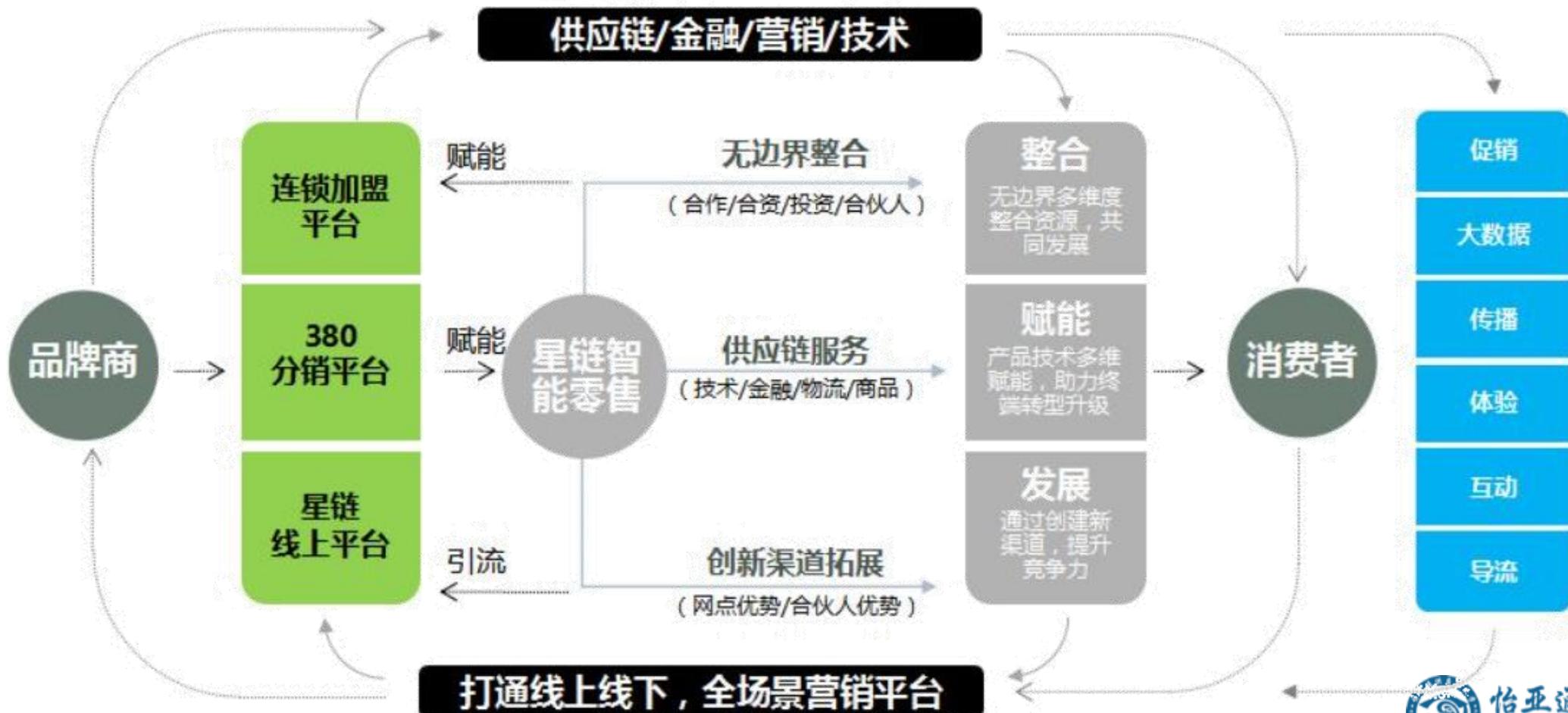
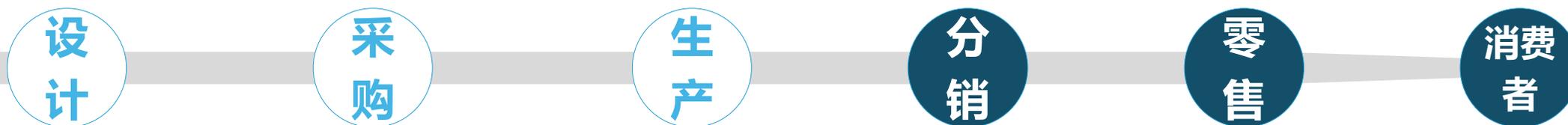


全行业全球代采、全渠道分销.....



引入资金，产业投资（供应链产业基地），产业整合（产业整合与并购），科技应用（商品追溯管理）

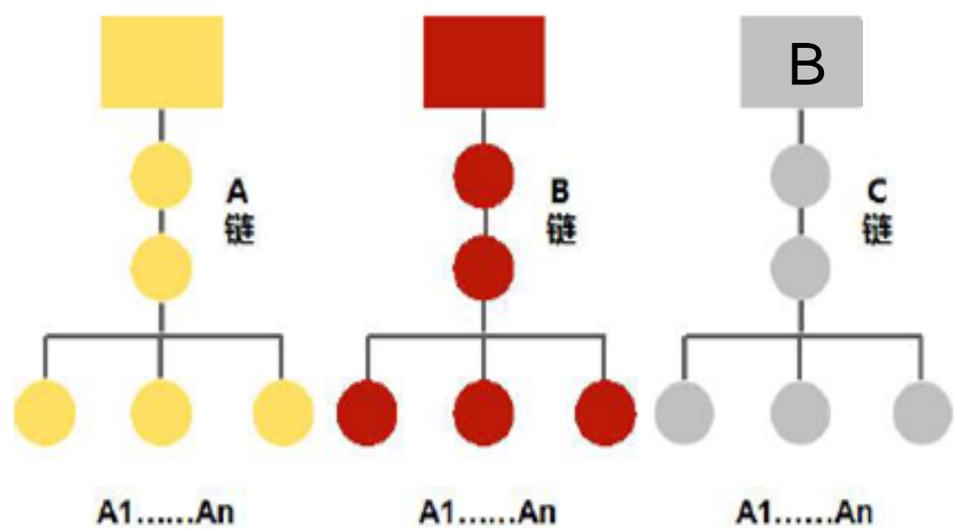
# 新流通事业群



# 新流通事业群——380分销



超3000品牌40万单品



传统分销模式

- 1、直供，直采没减少中间环节
- 2、统一配送，减少物流成本
- 3、对于供应商，更多可分销门店，更多销量



超150万b端零售商

- 4、对于供应商，更多数据，分销更加准确
- 5、对于零售商，更多可选商品，更低进价
- 6、对于零售商，更多数据，进销存更加直观

# 新流通事业群——380分销

设计

采购

生产

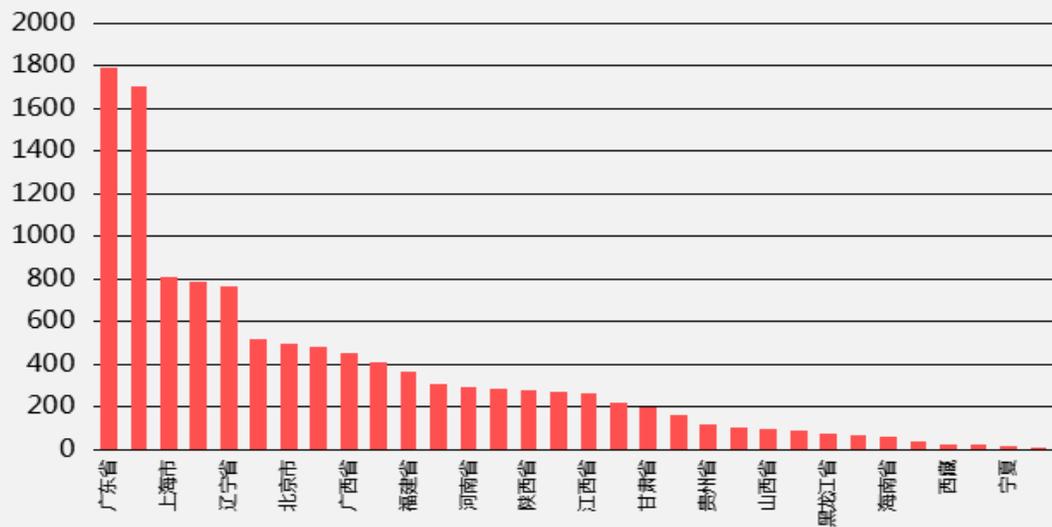
**分销**

零售

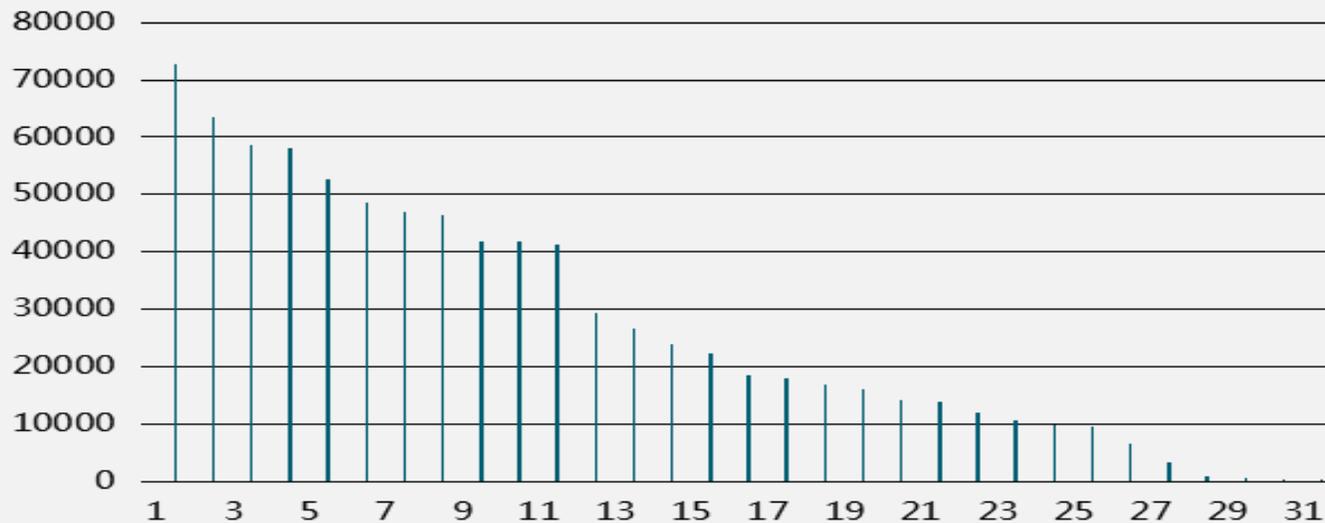
消费者

业务覆盖全国80%地区，已经在全国31个省市自治区逾290个城市建立分销网点，  
 涉及88个细分行业，服务4,034个品牌，  
 20464个供应商，服务822,507个客户

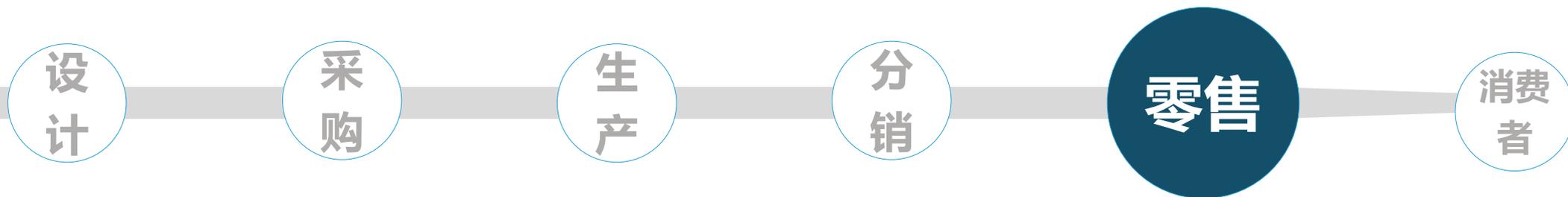
供应商数量



图表标题



# 新流通事业群——连锁加盟



上游供应商

- A
- B
- C
- D

.....



连锁加盟平台

EA  
服务

VMI  
流通宝  
物流  
营销  
信息系统  
.....

连锁  
门店

连锁加盟联合体  
资源整合  
协同作战  
.....

零售

怡亚通打造集连锁加盟、产品采购、品牌服务、营销支持、增值服务等功能于一体的连锁加盟综合服务平台，致力于整合优质的连锁加盟企业，建立星链系多品牌连锁加盟联合体，促进“星链系”会员联盟体系全国发展。2018年已超过8000家连锁加盟店，未来数量将突破30万家。

## 星链互联网平台

设计

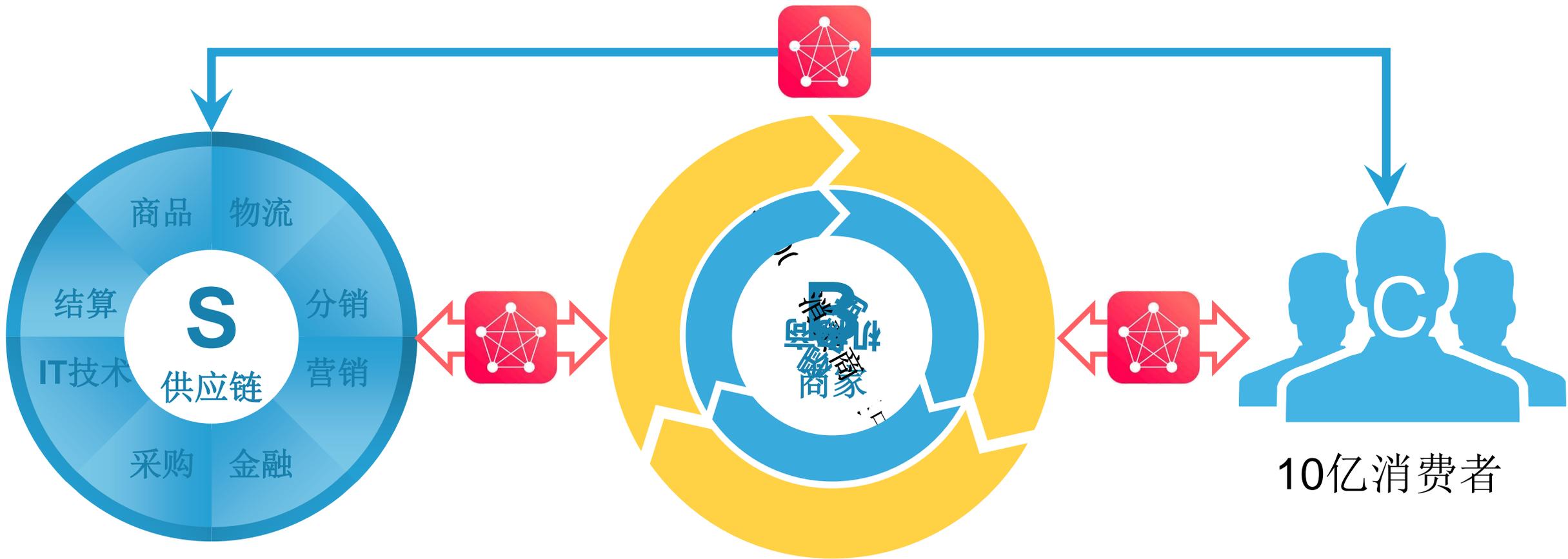
采购

生产

分销

零售

消费者



以互联网手段链接S、B、C

# 供应链金融工具——流通保



设计

采购

生产

分销

零售

消费者



把机构资金引入实体产业毛细血管

供应链  
产业

流通保

金融机  
构/市场  
化资方

为金融机构/资方 提供优质资产



每一笔供应链业务都有金融解决方案

Supply Chain Finance

# 供应链金融工具——流通宝



设计

采购

生产

分销

零售

消费者

## “流通保” 核心四款产品

### 怡通保

核心企业反向保理/上游订单融资

1



3

### 怡店融

快消品门店秒贷，开放合作

### 怡信采

下游代采订单融资，付款提货

2



4

### 宇信融/流通贷

渠道商经销商1+N信用配套贷款

设计

采购

生产

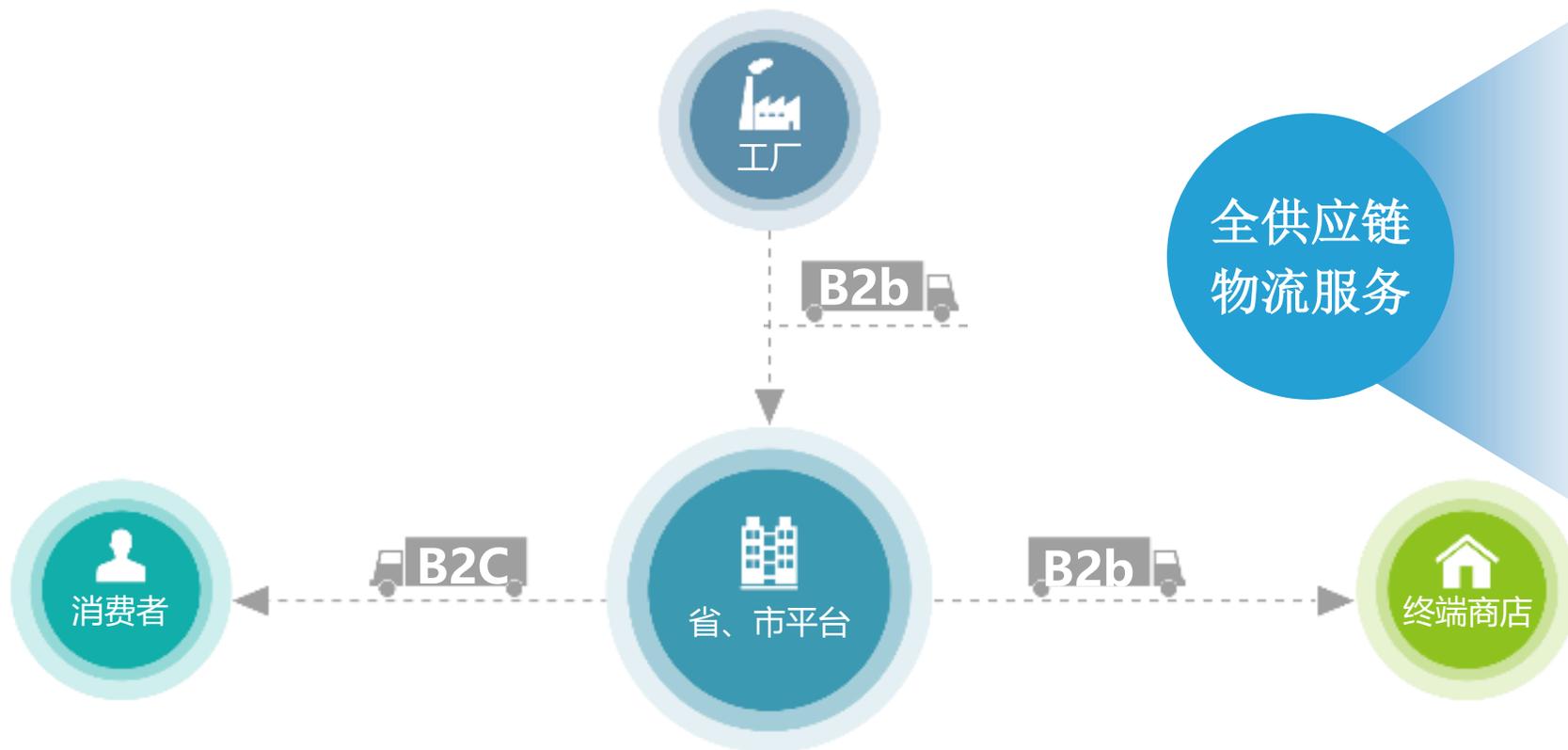
分销

零售

消费者



## 全供应链物流服务



### 全供应链物流服务

1

智能化仓储超200个

2

全国运营仓储532个

3

可控仓储面积220万平

4

可控车辆10000辆

5

7大供应链基地,40万平



# 生态全景



# 文化再升级

## 经营思想：

以客户需求为导向的  
整合、共享、创新

## 企业责任

与员工共享成果、与客户共  
创辉煌、与社会共同进步

## 服务理念：

以客户为中心、以  
市场为导向



## 愿景

构建一个共融共生的  
供应链商业生态圈

## 使命：

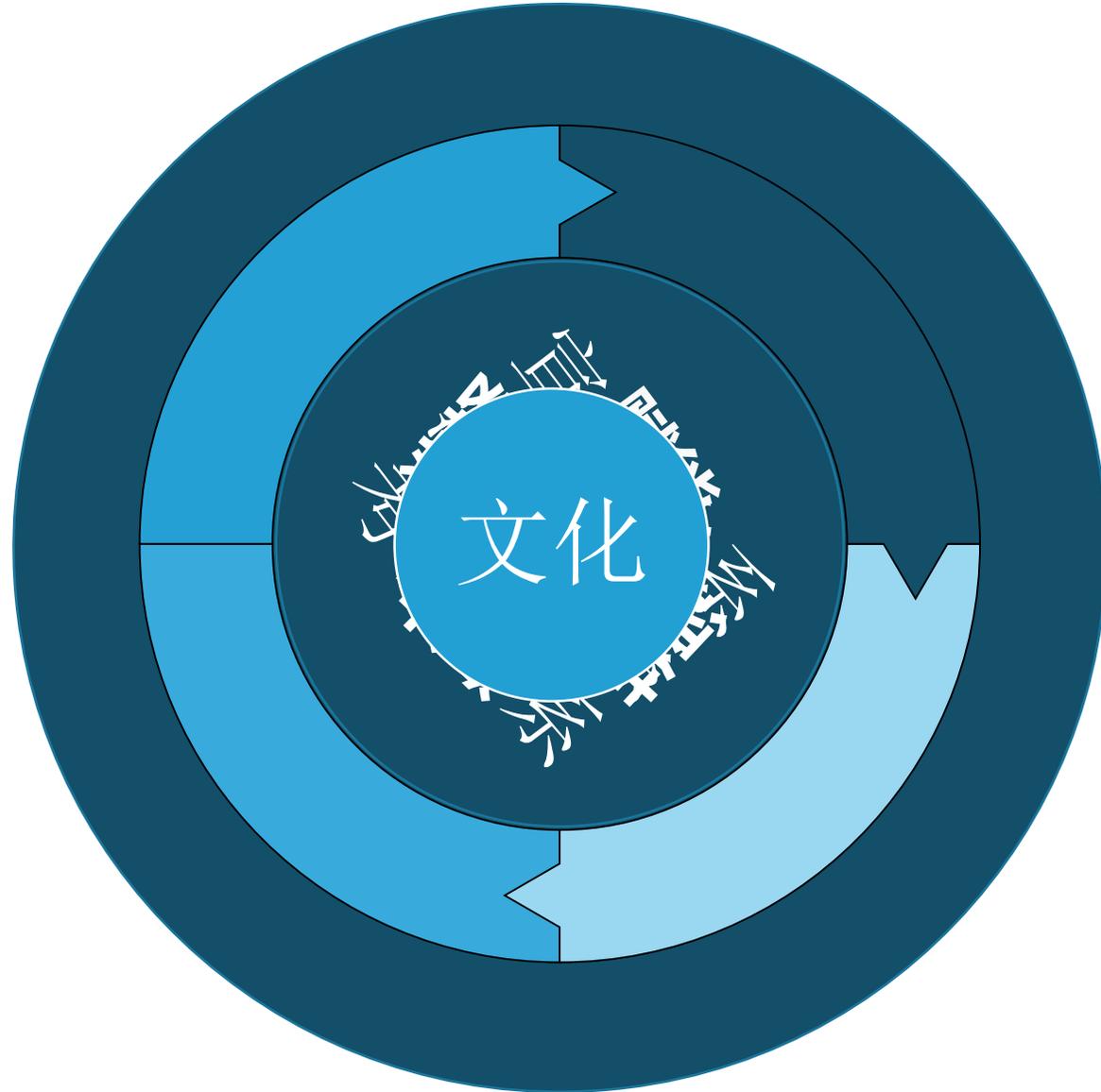
供应链改变中国

## 发展战略：

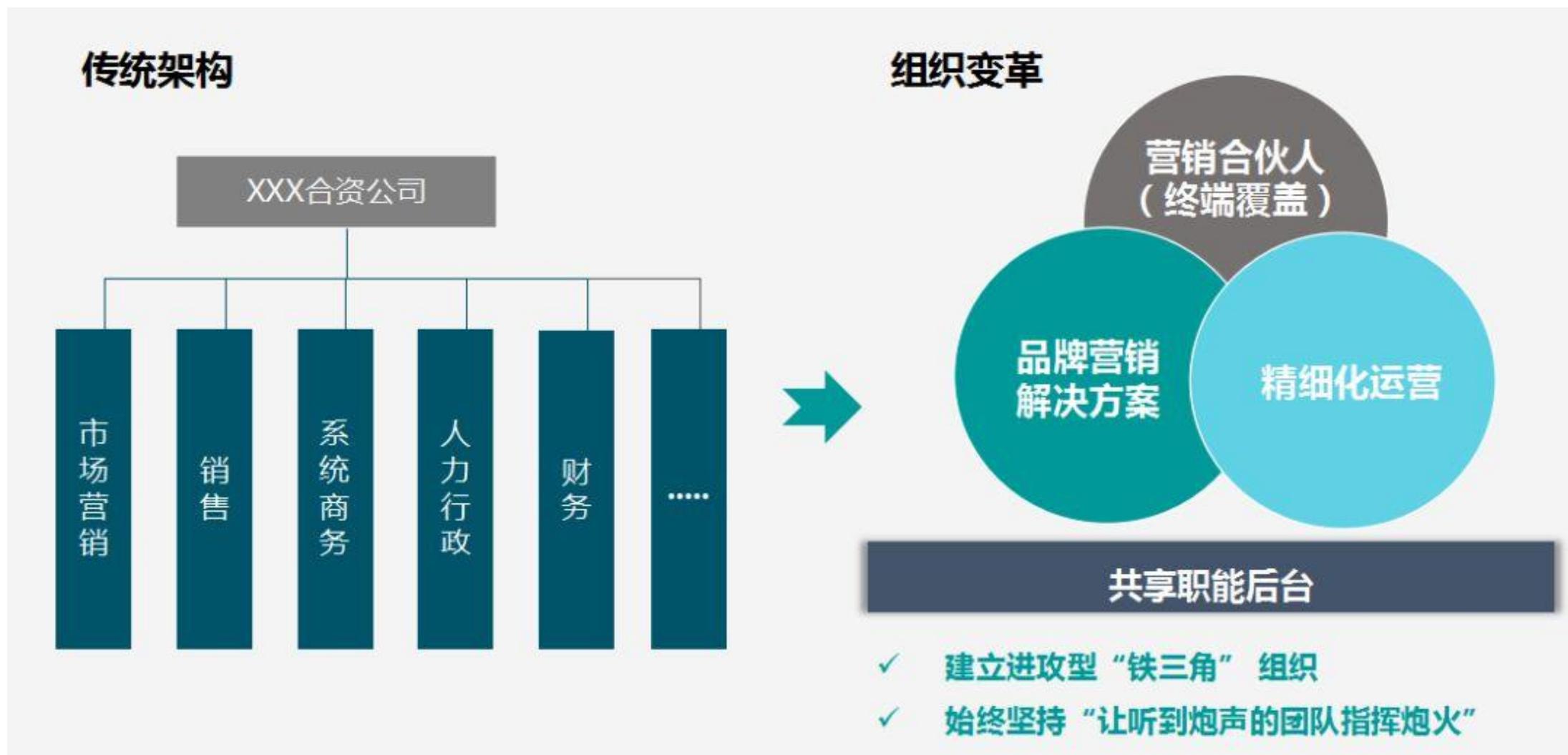
立足中国，进入全  
球，推平世界

与客户携手共赢，与合伙人构建命运共同体，与员工共同成长

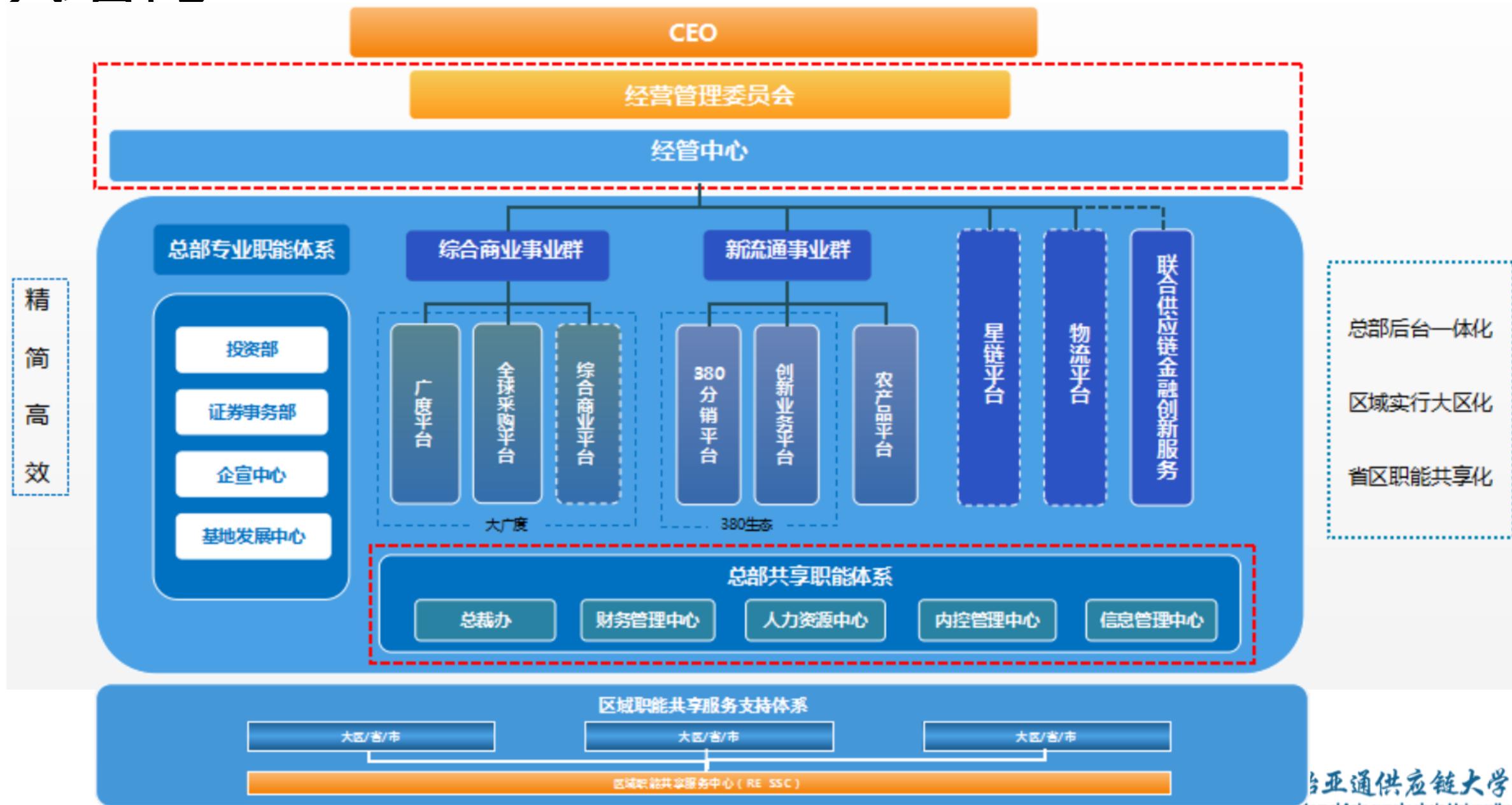
# 文化再升级



# 通过管理打造铁三角组织



# 组织结构

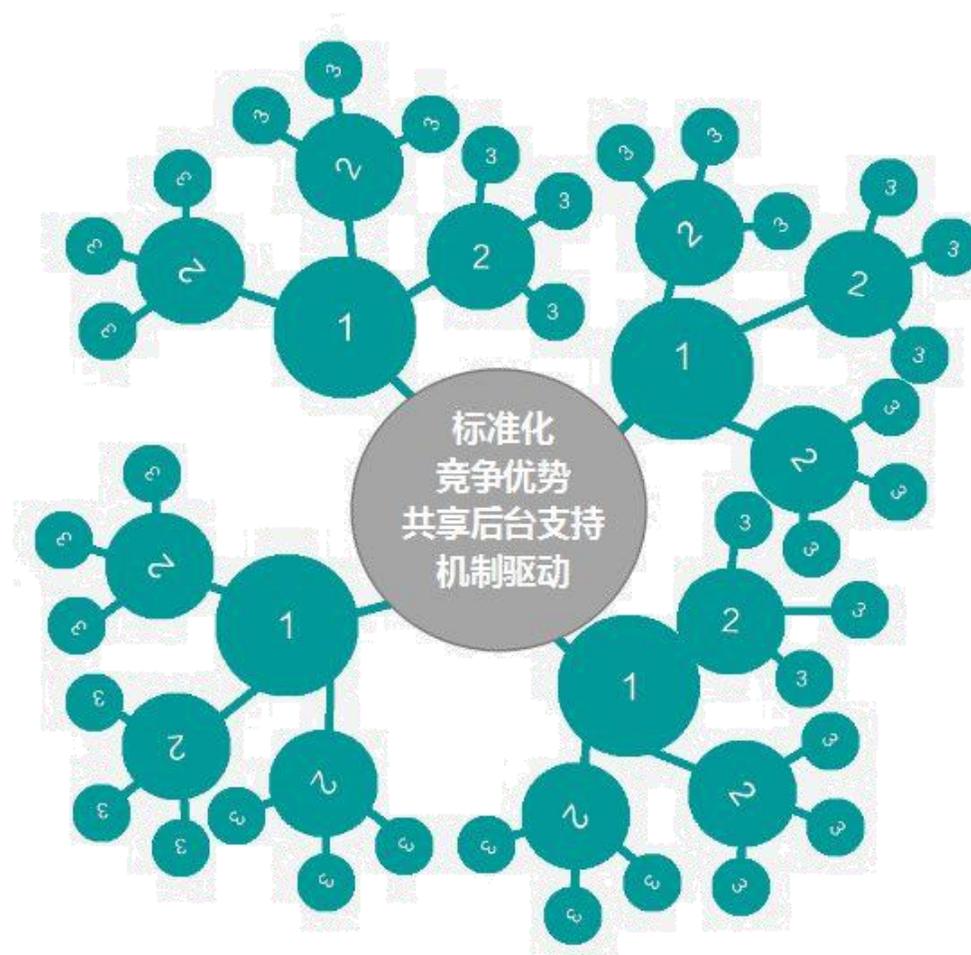


精  
简  
高  
效

总部后台一体化  
区域实行大区化  
省区职能共享化

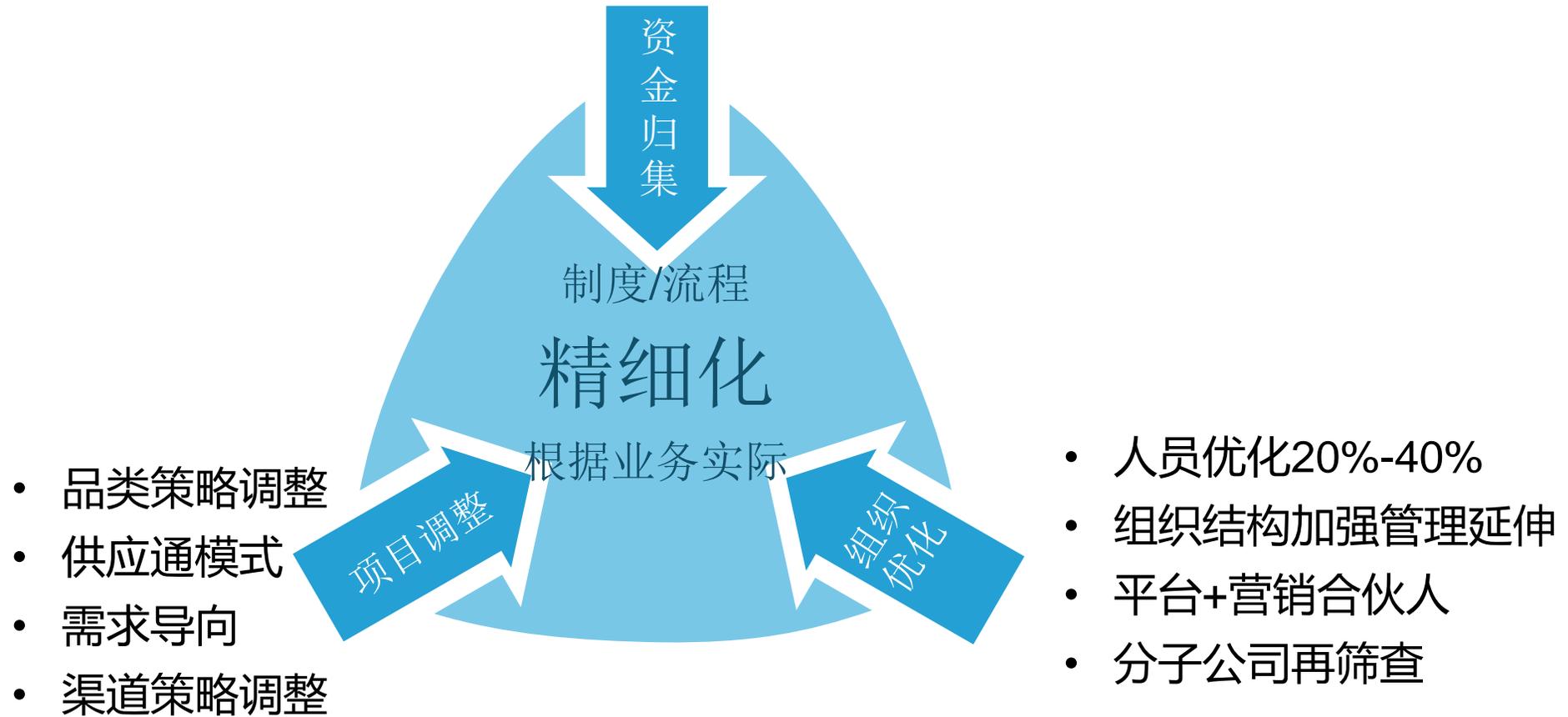
# 平台+营销合伙人

- 1、打造服务平台:物流, 金融, 分销系统, 管理系统, IT系统等
- 2、以分子公司为单位形成合伙人
- 3、分子公司内部二级合伙人化
- 4、引入外部二级合伙人



# 精细化管理

- 资金效率
- 金融方案
- 加强3级管理
- 统采统配



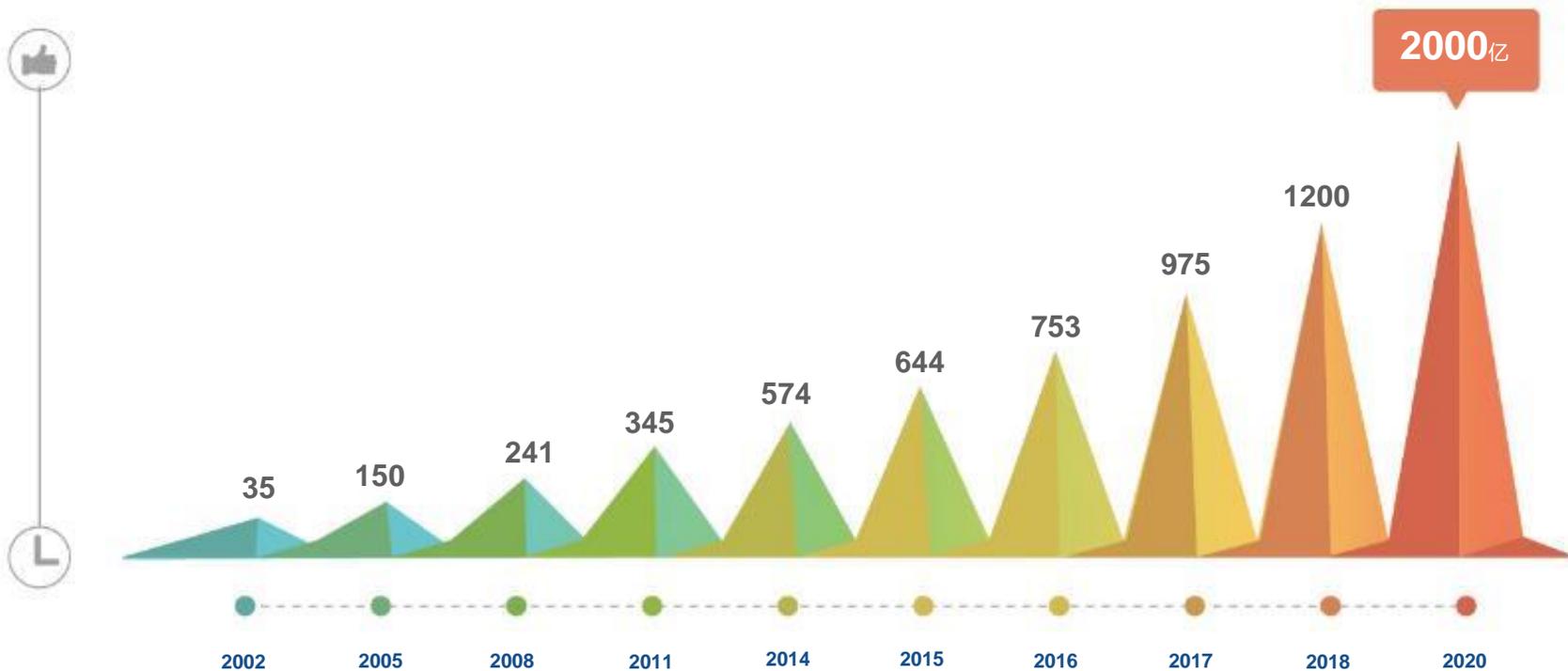
# 赋能体系



# 持续稳健的业绩增长

怡亚通全力实施“五个现代化”建设：业务全球化、平台互联网化、运营大数据化、服务智能化、管理精细化，保持业绩持续稳健地增长，2020年业绩目标将突破2000亿元。

单位：亿元 人民币





# 未来

因O2O供应链商业生态圈而更美好

# 2018 谢谢您 看SAW

深圳市怡亚通供应链股份有限公司