

案例分享  
供应链计划和品类管理

**Vanguard\***  
华润万家

# 华润万家携手 Blue Yonder 实现 零售数智化转型

通过端到端的顾客中心战略，最大化库存投资价值：

“为增强市场竞争力，华润万家携手 Blue Yonder 启动了以顾客为中心的零售数智化转型之旅。在过去，我们的计划流程不仅以人工为主，且充满断点，这导致计划不准确，结果差强人意；而现在，我们从预测、补货到品类管理，都实现了以消费者为中心的互联、统一的计划流程。” — 李总, CIO

华润万家是中央直属的国有控股企业、世界500强 —— 华润集团旗下的优秀零售连锁企业，拥有华润万家、万家CITY、万家MART、万家LIFE、苏果、Olé、blt等多个品牌。2020年华润万家全国自营门店实现销售近 900 亿元，自营门店总数超过 3240 家。

业务挑战：

作为中国最大规模的零售企业之一，华润万家须在其三千多家门店中对计划和商品管理作出战略性编排调度。这些门店涉及大卖场、超市和便利店等多种业态。华润万家的目标是利用最出色的技术了解、满足顾客需求，从而夯实顾客中心原则，即便是在需求波动加剧之时。

Blue Yonder 解决方案：

2009 年，华润万家开始与 Blue Yonder 合作实施品类管理，通过以顾客为中心的计划、选品和展示，推动企业营收成长。基于此项目的成功实施，华润万家后续又在部分区域实施了Blue Yonder 需求、交付和补货等解决方案。

万家数科商业数据有限公司是华润万家 100% 控股的信息科技公司，成立于2019年。在服务华润万家的同时，为零售商及其生态提供核心业务系统的整体解决方案与运维服务。在过去的几年，万家数科与 Blue Yonder 密切合作，携手创新发展，共同推进并成功为华润万家建立起了完整的闭环计划流程。此外，万家数科作为Blue Yonder全球合作伙伴，在服务华润万家的基础上，面向整个行业赋能，支持以消费者为中心的零售数智化转型新模式。





## 领先的算法，提升所有门店的预测准确性：

“华润万家原先自行开发的需求计划解决方案无法应对三千多家门店、多种业态以及多种渠道需求所产生的复杂性。Blue Yonder 业界领先的预测算法功能专门针对本地化、季节性、全渠道以及其它复杂需求。现在，我们的预测流程更加准确，也更加自动化，人工干预已实现最小化。”

## 通过商品本地化和快速补货，推动销量成长：

“Blue Yonder 解决方案实现了商品和各地区需求更精准的匹配，从而使我们的门店在增加销售的同时，也降低了库存。我们可以追踪每家门店中关键单品的状态，确保这些单品能快速补货，保证销售机会不会流失，顾客满意度不会下降。更出色的计划准确性和可视性共同推动了我们在门店级别的成功。”

## 以需求预测为纽带，打通端到端供应链体系：

“统一的自动化需求预测不仅提升了我们内部的计划效率，也使得我们和供应商以及其他业务伙伴的关系更加紧密。所有各方都能专注于满足终端消费者的需求，我们也能共享当地需求信息，推动端到端可视性和响应速度。”

## 解决方案效益：

- Blue Yonder 需求计划解决方案帮助华润万家管理需求波动以及不可避免的干扰。无论市场条件如何变化，华润万家都能持续满足三千多家门店的本地化消费需求。
- Blue Yonder 交付和补货功能帮助华润万家实现了库存投资价值的最大化。华润万家已有能力在合适的时间向合适的地点配置合适的商品，从而在最大程度上保证顾客满意和自身利润率。
- Blue Yonder 空间规划解决方案利用自动化和数据科学，支持华润万家进一步深耕本地化。在每家门店中，华润万家都能将空间优先分配给高需求商品，从而提升收益，最大化财务回报。

“自从 2009 年首次成功实施 Blue Yonder 空间规划解决方案以来，华润万家收获了显著的业务价值，也为数字化转型打下了坚实基础。随着华润万家选用更多的 Blue Yonder 解决方案，例如预测和补货，我们已真正实现了以消费者为中心的架构以及闭环的企业计划流程。”

— 李总，CIO

