

2019 全国消费品暨零售行业CIO大会
数/字/化/转/型/推/动/业/务/成/长

2019
CIO

全国消费品暨零售行业CIO大会

电商商品的数据化运营

汇报人：王浩宇 公司：裂帛股份

企业网 D1Net
企业 IT 第 1 门户

信众智
CIO智力共享平台

目录

CONTENTS

01

裂帛公司业务概要

02

电商运营流程

03

电商数据化运营

04

总结

PART 01

裂帛公司&业务概要

从1000元到10亿的早期电商

01

1.1 裂帛公司&业务概要



裂帛&莲灿 民族风 经纬&红杉投资 信息化与数据驱动

4000款/700万件 大促单日售罄率65% 过季售罄率92-96%

01 1.2 裂帛发展历史

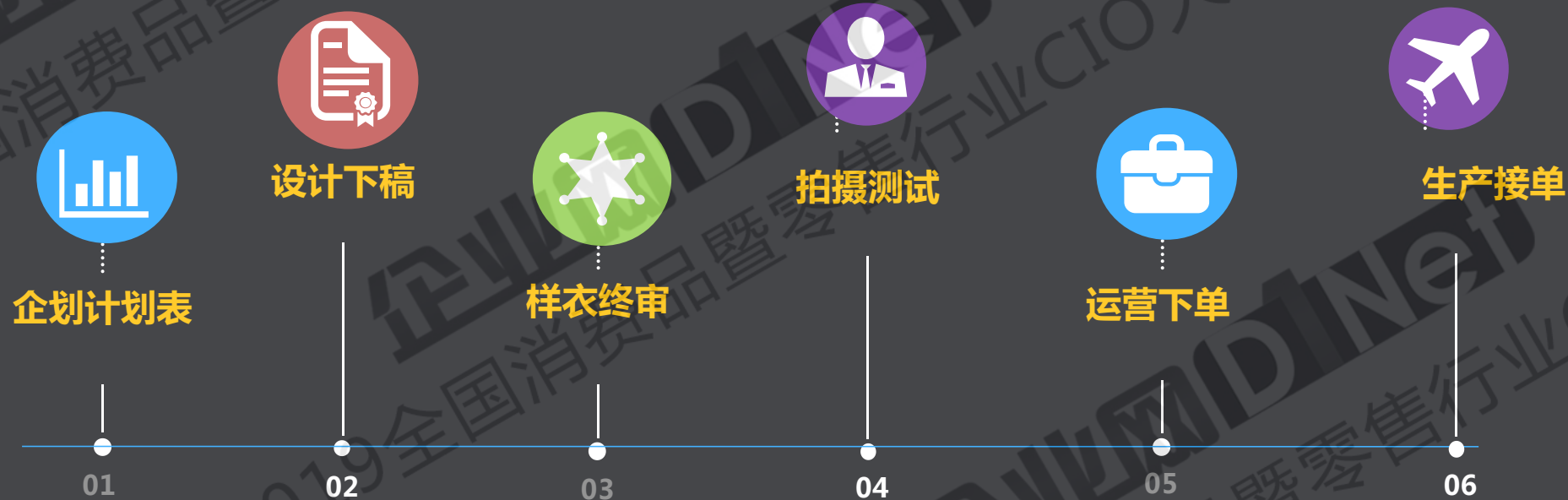


PART 02

电商运营流程

全供应链管理 智能数据分析 核心系统支撑

02 2.1 商品企划-研发-下单



商品企划：指导产品结构、价格政策、规划设计、指导开发、采购生产

02 2.2 电商数据化运营

上架计划：上新调整、平台配货、平台铺货

销售监控：爆旺平滞商品标签、预算调整、快速补单、有计划清仓



02 2.3商品供应+商品运营的环节



PART 03

电商数据化运营

数据驱动 智能优化

03

3.1 数据化运营典型场景



研发企划

- 畅销面料
- 畅销版型
- 设计元素
- 工艺技术



01



02



03



04



采购下单

- 预算拆分
- 新老比例
- 首单补单
- 马太效应



上架计划

- 搭配调整
- 上架计划
- 活动预案
- 毛利控制
- 销售分析



翻单补单

- 爆旺平滞
- 补单列表
- 销量预测
- 面料预测

03 3.2 数据化运营-商品企划



线上商品企划与运营

平台特点 (顾客需求)
上新主推、活动方案
引流款、打造爆款

线下商品企划与运营

店铺需求 (客户需求)
渠道、地域、商圈
商品宽度、深度、搭配
配货、铺货、补货、调货
上新频率、退市计划

03 3.2 数据化运营-设计企划

历史数据的挖掘：畅销商品库、畅销面料库、版型库、技术企划、备料优化

20%的基本款，带来45%的销售额



系统说明 款式物料集中

查询条件

大货款号: 51151485 设计款号: [] 查询

物料名称	单面汗布	物料编号	mkd0195-018
颜色	深蓝	单价	12.6829
成分	100%棉	规格	32S/1

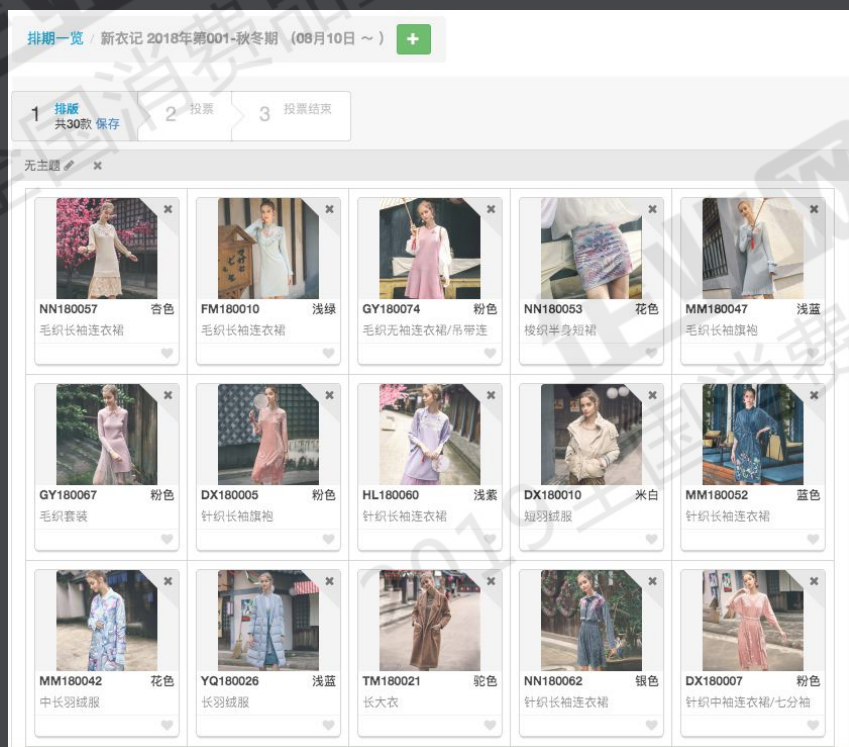
未下单款(0) 已下单款(26)

图片	一级品类	大货款号	设计款号	所用部位	下单量	单件用量(单位)	总用量	总成本	二级品类	三级品类
	裂帛	51150104	qz140197	大身	3100	0.72(米)	2232	28308	AT恤/POLO衫	针织宽松长袖T恤
	裂帛	51151485	SU150018	大身	2700	0.48(米)	1296	16437	AT恤/POLO衫	针织合体短袖T恤
	裂帛	51140992	xf140155	大身	1500	0.47(米)	705	8941	AT恤/POLO衫	针织合体短袖T恤
	裂帛	51151498	NN150028	大身	1000	0.57(米)	570	7229	AT恤/POLO衫	针织合体中袖T恤+分袖T恤

03 3.3 数据化运营-首单下单

产品的测款下单

确保首单准确率，逐步加量



各平台店铺的铺货需求

活动的货值要求

收藏：投票的权重优化

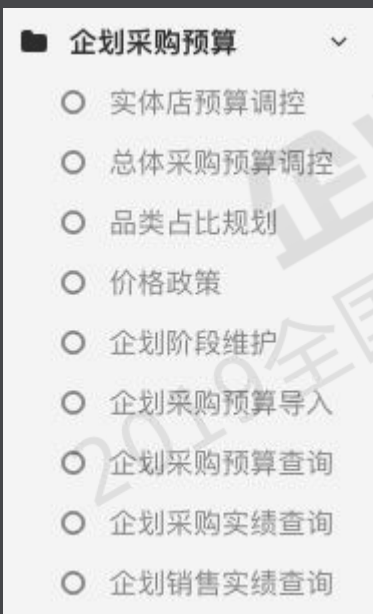
预测爆旺平的算法

首单：补单的最佳搭配

03 3.3 数据化运营-下单优化

商品企划与采购预算：下单深度、销售实绩、滚动预算

≥93%的售罄率；6.x倍库存周转率



款数、件数、下单深度、毛利计划、采购额

长线：短线的比例

新款：老款的比例

计划：实际的比例

马太效应的滚动预算调整

上月历史数据对下月预测的影响

03 3.4 数据化运营-上新计划



铺货计划、智能检测、与供应链联动

上新与活动组货

运营计划共享

快速选款调整

货值目标检测

利润最大化

供应链到货联动

添加活动款 ✕

输入大货款号

添加虚拟款 ✕

商品名称

基准价 成本价

选择文件 未选择文件

提交

03 3.4 数据化运营-活动预测

活动计划：拿款、定价、给库存、确保毛利

估算与实际误差在±1范围

收入预测项

成交额	2123600	<input type="button" value="自动计算"/>
预售占比	10 %	
预售金额	212360	=成交额 * 预售占比
退款率	20 %	% 指退款率
平台扣点	5 %	% 平台扣点
收入(含税)	1613936	=成交额 * (1 - 退款率) * (1 - 平台扣点)
收入(不含税)	1613936	=收入(含税) / (1 + 税率)
运营毛利率	64 %	<input type="button" value="自动计算"/>

费用项目 (费用总计: 10000)

维护费用项目 *为了避免重复填写数据, 请先维护正确的费用名称

费用名称	占比	占比类型	费用
物流费用	23%	销售额	48
物流运输费	25%	销售额	53
包装费	26%	父级费用	12
物流作业费	0%	销售额	0
市场推广费	25%	销售额	53
平台站内推广费	15%	销售额	31
平台外推广费	0%	销售额	0
CRM费用	0%	销售额	0
其他推广费	0%	销售额	0

毛利率推算

商品毛利率69% *商品确定活动价后的加权毛利率。这个时候不考虑任何优惠券等促销。
商品毛利率63.71% *考虑满减或者满赠的毛利率

使用满减

用券前订单均价:

优惠券名称	减额	预计用券比例	操作
满100可使用优惠券5	5	12 %	<input type="button" value="删除"/>
满300可使用优惠券20	20	5 %	<input type="button" value="删除"/>

券后毛利率: 68.75%

使用满赠

满N件减1件, N=

预计订单比例: %

调整系数:

满赠后毛利率: 66.93%

03 3.5 数据化运营-智能补单

基于专家系统推理引擎的自动预测推荐

完全模拟运营老员工的操作经验，不断完善知识库（规则库）

自定义属性		添加
属性名称	公式	操作
可用量加	在仓总库存 + 采购在途量 + 独占仓库存 + 调拨占用量	编辑 删除
未来60天销量	[最近30天]加权日均销量 × 60 + [唯品最近30天]加权日均销量 × 60	编辑 删除
补单量	未来60天销量 - 可用量加	编辑 删除
唯品最近销售天数	[唯品最近30天]销售天数	编辑 删除
唯品销售额	[唯品最近30天]销售额	编辑 删除
天猫销售天数	[最近30天]销售天数	编辑 删除
天猫销售额	[最近30天]销售额	编辑 删除

自定义属性、公式

自定义规则

排序与过滤条件

推算出建议补单款、量

03 3.5 数据化运营-智能补单

智能补单：多种预测，保障准确性

款号: 51140992 品类: 针织合体短袖T恤
品牌: 裂帛 成本价: 22.24
最近上架日期: 2016-02-22

开始: 2016-5-15 结束: 2016-5-24 查看

销量趋势图

颜色	销量	占比
白色	0	0%

自动计算补单量

预计销量=(收藏人数*转化系数+加入购物车人数*转化系数)/占比系数
 自动补单量=预计销量-可用减-收货区库存-渠道可用减-在途
 计算推荐补单量的时候,可以根据实际情况勾选对应数值的选择框,达到控制是否减去相应数量

时间区间: 2018-08-31 至 2018-09-10 线下特卖店 x 唯品会 x 查询

使用该销量作为销售速度

可用减:-14 可用量售罄:2018-03-08

在途 补单原因:
量:20000 热卖补单

二级品类配额计划:12,222,944
二级品类配额实际:11,368,247

自动计算补单量

自动补单量=销售截止日期与当前日期相隔的天数*已选颜色总日均销量*衰减率+活动占用量-已选颜色总日均销量

自动计算下单量总计: 0

已选颜色总日均销量: 衰减率:

已选择颜色总可用量: 活动预计占用:

销售截止日期: 销售天数: 0 下架日期:

<input checked="" type="checkbox"/>	颜色	日均销量	可用减	在途量	收货区库存	可用量	渠道占用量
<input checked="" type="checkbox"/>	白色B0	24.2166	647	3000	0	3647	0
<input checked="" type="checkbox"/>	黄色Y0	14.4	688	0	0	688	0
<input checked="" type="checkbox"/>	中蓝色L0	13.1667	78	500	0	578	0

颜色	日均销量	可用减
白色	<input type="text" value="0"/>	3
红色	<input type="text" value="0"/>	2

- 单款生命周期
- 未来活动因素
- 品类剩余预算
- 整体库存分析
- 流量转化影响
- 颜色尺码拆分

03 3.5 数据化运营-补单物料计算

智能备料：保证好卖的原料不缺货

产品下单物料分配

GY1512020A 蓝灰 900 总仓 添加 批量添加 计算可下单量 导出结果

款号	产品名称	一级品类	二级品类	颜色	图片	库存量	在途量	近30天销量	计划下单量	可下单量	优先级调整	尺码信息	物料占用
GY1511005A	短款无毛领羽绒服	XX女	羽绒服	蓝灰		1393	0	203	800	0		尺码信息	物料占用
GY14365	中长款毛领羽绒服	XX女											
GY1512020A	中长款毛领羽绒服	XX女											

物料信息
 款号:G1160002 颜色:浅蓝 计划下单量:1200 可下单量:0

物料编号(颜色)	物料名称	物料类型	物料规格	项目(BOM)	单件用量	下单量(最多/计划)	尺码下单量(最多/计划)	单位	剩余量(占用前)	占用量(实绩)	剩余量(占用后)	净库存量
FNK160009(亮白)	四合扣B面	纽扣	1.5CM	一般辅料	8	1200/1200		个	55406	0	55406	55406
14F01SZK009(浅蓝)	手缝树脂扣	纽扣	1.1CM	一般辅料	4	1200/1200		个	41144	0	41144	41144
14F01SHK014(浅蓝)	弧形扣	纽扣	1.7CM	一般辅料	8	1200/1200		个	13951	0	13951	13951
FNK160010(亮白)	四合扣C面	纽扣	1.5CM	一般辅料	4	1200/1200		个	79701	0	79701	79701
FNK160011(亮白)	四合扣D面	纽扣	1.5CM	一般辅料	4	1200/1200		个	63836	0	63836	63836
FLL160726(707浅蓝)	5#树脂单开门拉(葫芦片)	拉链	47CM	一般辅料	1	97/184	160/M: 97 /184	条	99	0	99	99.5

- 入仓要求时间
- 现货面料库存
- 面料到料周期
- 大货生产周期
- 产能情况
- 优先顺序
- 绿色通道

3.6 数据化运营-关于原材料的管理

- ◆ **翻单要快**，就是要有现货物料，因为物料准备时间常常耗掉一半
- ◆ 将**产品销量折算为物料**，观察原材料消耗的趋势
- ◆ **物料采购的分析**（战略备料、实际采购、大货消化量、库存量的比例）
- ◆ 补单时立刻就使用现货物料数据，**测算补货量**，而不是等到生产端反馈
- ◆ **共用物料**：可以方便调整优先级，采用多种分配策略
- ◆ **未来的预测补单**：先补个物料吧，因为备料的风险更低

03 3.7 目标：打通商品流全循环



PART 04

总结

系统支撑业务 相互促进 不断优化

04

4.1 数据化运营落地

BOSS : Business Operation Support System

商品运营管理



04

4.1 数据化运营落地

全方位数据对接

OMS系统对接
SCM数据对接
RDS数据对接
平台数据对接

全平台营销管理

上新调整
毛利测算
活动管理
销售跟踪

全方位

全流程

全平台

多角度

全流程商品管控

商品企划》 研发生产》 上新活动》
销售跟踪》 预算调整》 补单清仓》 售罄复盘

多角度数据展现

时间维度
商品维度
店铺维度
平台维度

04 4.2 更多数据化运营细节



1、商品规划：

上架时间、上架品类、目标成本



2、采购规划：

收入目标、现有库存情况、老款新上占比



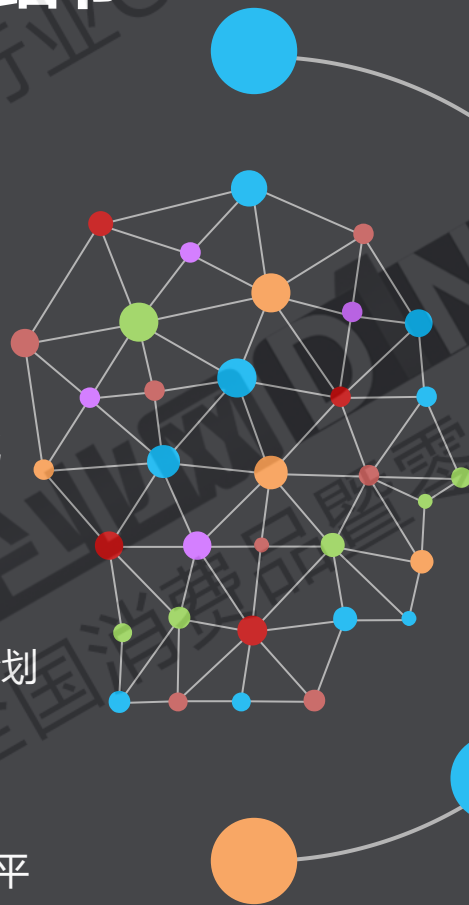
3、研发企划：

版型企划、主题企划、面料企划、颜色企划



4、上架规划：

上架时间、二级品类款数坑位、产品爆旺平



5、采购额预算：

首单比率、补单金额、马太效应、售罄率



6、商品前期：

运营选稿确认、样衣终审（售罄率）、产品拍摄回、产品测试、商品首单下单



7、商品运营：

上新计划、活动计划、折扣、引流



8、运营后期：

打标签、调整预算、智能补单、清仓



TIPS：

- 1、首单根据剩余库存情况、新老款占比、品类占比和深度等综合考虑来下单；
- 2、在产品运营过程中，补单、折扣、打标，都和售罄率的目标及产品生命周期有关系；
- 3、产品补单：补单金额释放的节奏、销售达成的情况、产品生命周期以及货期综合考虑。

04

4.3 活动节奏和产品配合



ONE

销售目标拆解品类销售占比
参考往年同期，以及竞品的占比



TWO

爆旺平滞销售占比



THREE

TOP款销售占比（28理论）



FOUR

重点品类TOP款的价格段
备货量调整



FIVE

复盘

04

4.4 数据化运营三部曲

业务系统打通全流程
数据沉淀及清洗利用
算法优化与业务优化

供应链（协同）+销售端系统
ETL、数据修复、预处理
模型迭代，优化逐步

结束语

数据本身（数据质量）极其重要
建立符合自己特色的模型知识库

数据&算法成为所有企业的核心驱动力





2019 全国消费品暨零售行业CIO大会
C I O 数 / 字 / 化 / 转 / 型 / 推 / 动 / 业 / 务 / 成 / 长

谢谢观看！

汇报人：王浩宇 公司：裂帛股份

企业网 D1Net
企业 IT 第 1 门户

信众智
CIO智力共享平台