

2023

上海CIO沙龙

# AI智能四维数据管理计划

真正帮助零售行业实现智能化商品管理

宣讲人：赵嘉程 公司：第七在线

7thonline®

—— 第七在线 ——

企业网D1Net

企业 I T 第 1 门 户

信众智

CIO智力输出及社交平台

01. 零售行业分析

02. 关于第七在线

03. 典型案例

## 目录

Contents

# 01

## 零售行业分析

- 零售行业数字化现状
- 零售行业痛点
- 未来发展趋势分析

上海CIO沙龙

# 数字化智能化时代到来

## 数智化定义

数智化存在于企业的方方面面，主要是指在数字与大数据、AI、云计算、5G等智能技术手段的支持下，建立决策机制的自优化模型，实现智能化分析与管理，助力企业优化现有业务价值链和管理价值链，增收节支、提效避险，实现从业务运营到产品、服务的创新，提升用户体验，构建企业新的竞争优势，进而实现企业的转型升级。



## 数智化重构传统产业组织模式

01

从规模驱动到价值导向，  
应对各种不确定性需求。

02

从封闭技术体系到开放技术体系，  
交叉融合创新。

03

从业务数据化到数据业务化，  
生产经营决策一体化。

01

2020年8月

国务院国资委办公厅《关于加快推进国有企业数字化转型工作的通知》

02

2020年11月

《“十四五”规划和2035年远景目标建议》

03

2021年11月

《“十四五”大数据产业发展规划》

04

2022年1月

《“十四五”数字经济发展规划》

05

2022年3月

《政府工作报告》首次以“单独成段”的方式对数字经济进行了表述

06

2022年8月

《关于开展财政支持中小企业数字化转型试点工作的通知》

## “数字化智能化”结果

随着数智化时代的到来，很大程度的改变了经济市场环境，服装企业之间的竞争也越来越激烈，为了满足消费者的各种需求，不断的推出新产品，而由于服装受季节、质量、款式等种种因素的影响，各款式产品销量有高有低，日积月累势必存在多种款式有库存，库存结构发生变化，短时间内又无法销售出去形成积压库存，占用企业大额资金无法兑现。企业的经营与发展受大量库存积压影响，情况严重时，会因资金断裂而直接导致企业无法正常经营下去。





上海CIO沙龙

# 鞋服企业商品管理困局

01

## 高库存

库存问题是目前鞋服行业的首要问题，压缩了企业经营利润和资金周转。鞋服行业供需关系问题决定了库存管理的困难

02

## 市场变化快

红海市场面临同质化竞争，同时自媒体对潮流趋势的影响，市场流行趋势的变化越来越快。对市场需求变化的判断对企业要求越来越高

03

## 全渠道管理难度大

企业在拓展全渠道业务的同时，如何保证全渠道规模增长的同时保持良好的经营利润，全渠道商品管理尤为重要，目前信息化工具只能搜集信息，再数据化决策缺乏智能化工具

04

## 供应链效能低

服装企业供应链周期长，同时行业特点产品季节性强，生命周期短，生产工艺复杂，对于供应链科学的提升供应链效率是企业面临较大的挑战

上海CIO沙龙

# 零售行业最大痛点

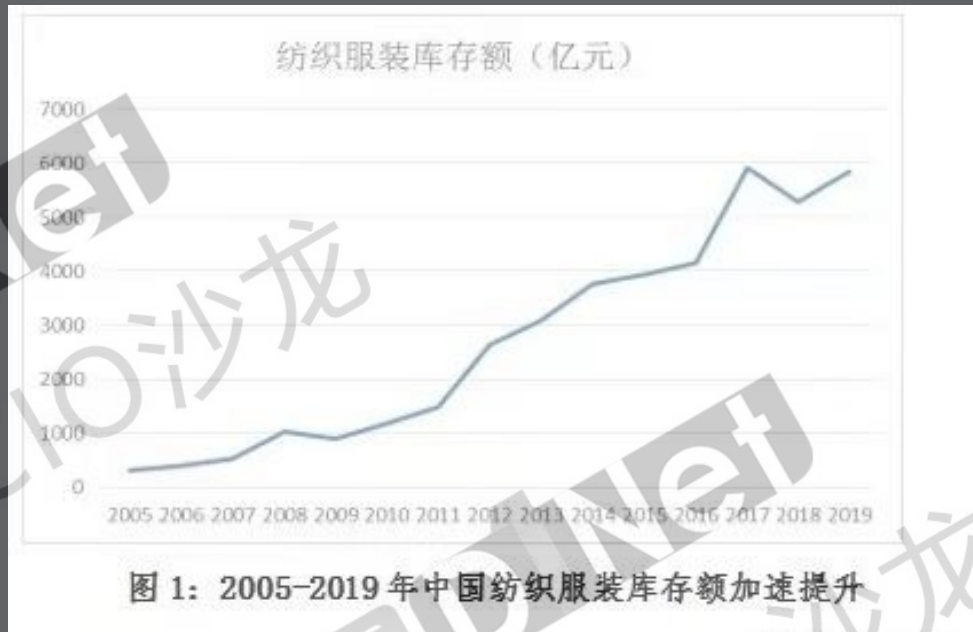


图 1: 2005-2019 年中国纺织服装库存额加速提升

传统服装行业存在一个很大的痛点，就是库存问题。如何搭建快速供应链，满足客户的需求，与此同时又不造成大量的库存一直是一个难点。我国纺织服装的库存金额呈现出整体提升的趋势，因此，解决纺织服装企业的库存问题，搭建完善的智慧供应链体系是提升整体行业竞争力的有效方法。

## 存货管理必要性

服装企业而言，存货价值不能超过企业流动资金的50%，故对服装企业而言做好存货管理十分必要。减少库存积压情况，企业资金使用效率才能得以提高，而资金相当于企业的血液，只有企业血液顺畅流动起来，企业才能持续健康稳定的发展。如果企业存在大量存货积压，存货周转周期较长，就会占用大量企业资金，最终影响服装企业的经营与可持续发展。



# 如何促进供销平衡

## 上海CIO沙龙

怎样才能高效精准地把握消费者的需求来促进供销平衡？越来越多的鞋服品牌开始意识到，企业必须加强自身的需求计划能力，利用大数据深入分析商品销售趋势，制定更合理的商品计划和精确的配货计划，这样才能提高订货的指导性，并加快对季中潮流的反应速度。最终，这些环节的管理提升能帮助企业加快库存周转、降低库存投入的资金风险。第七在线（7thonline）长期以来服务国际知名鞋服企业，其创新的智能商品计划和配补调方案（Merchandise Planning & Allocation）帮助企业深入解读商品需求趋势、灵活地计划和调整商品决策，实现更快的库存周转。



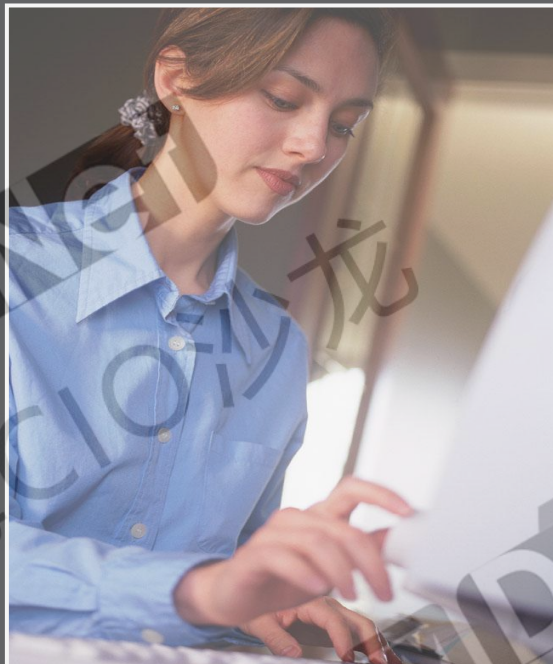
# 零售行业未来发展趋势



生产方式数字化



设计方式智能化



DIY互动购买



眼球效应



# 数字化转型基础上 实现智能化商品管理

## 02

## 关于第七在线

- 第七在线介绍
- 产品价值
- 业务模块

7thonline®

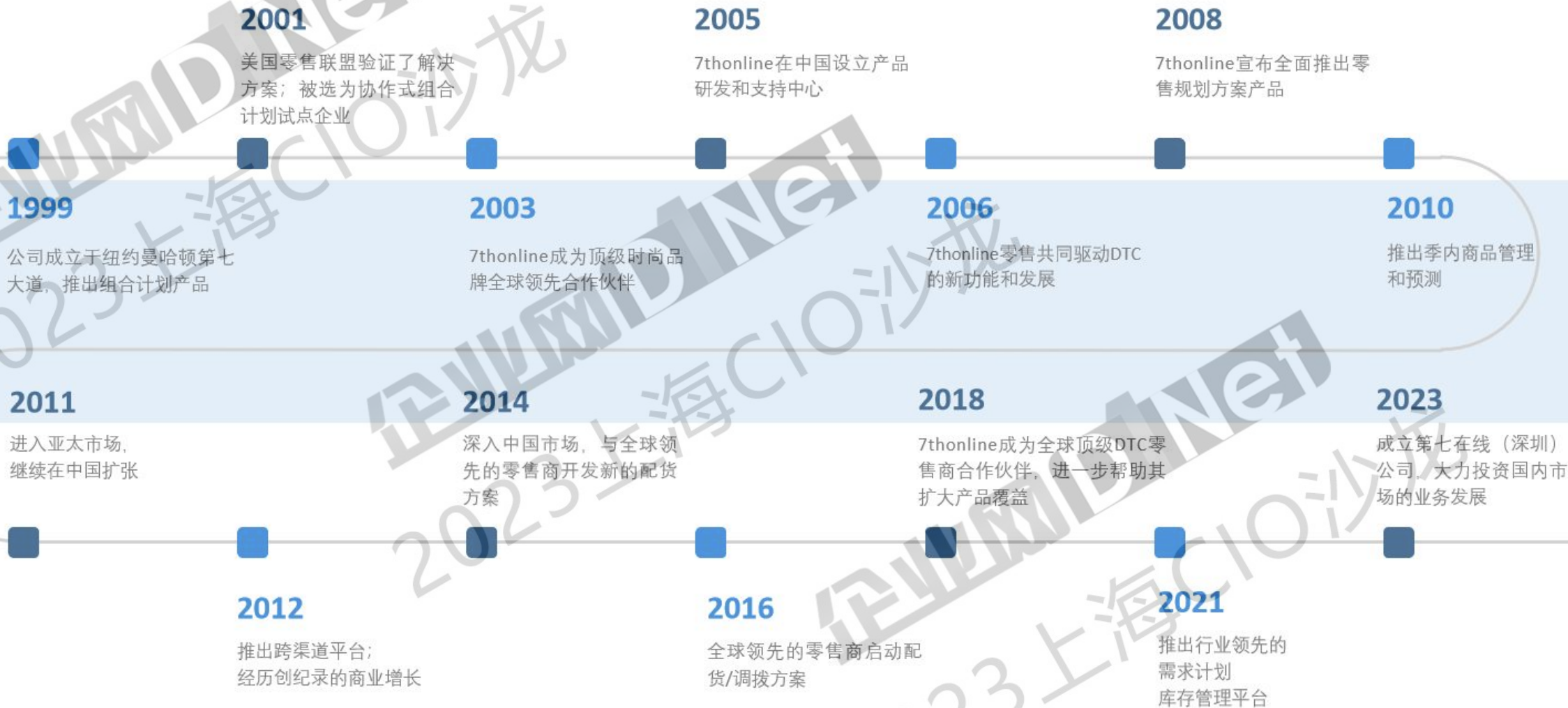
— 第七在线 —



## 构建数字机器模型 实现业务数据自动化

第七在线是一家基于数据算法模型，机器学习为核心，深度覆盖业务场景自动化行业解决方案服务商，通过AI+BI+SaaS的技术平台，结合行业特征，精准洞察市场机会，赋能用户实现业务自动化，驱动精细化运营并辅助智能决策，达成业务价值提升，从而实现企业数字化转型和智能化管理升级。第七在线于1999年由创始人Max Ma先生携手美国零售业资深专家和IT专业国际团队创立于纽约，并先后于2005年成立武汉研发和客服中心，2023年成立上海营销中心，布局全球市场。时至今日，第七在线已拥有一流的技术产品和丰富的行业经验，其针对零售企业和时尚品牌打造了整套的商品计划和优化管理平台，公司多次被美国知名技术研究和咨询公司评为“行业领军企业”，上榜美国《CIO Review》杂志“最富潜力零售科技公司20强”，与Oracle等上市公司在行业内共享领导地位。

目前为鞋服行业提供九大产品：商品财务计划，**商品组合计划**，季中OTB滚动管理，快返追单，补配调，折扣管理，以及BI智能报表板块，帮助品牌方提高盈利能力及运营效率



## 首席科学家



Dr. Saman Hong

国际上公认的获奖数据科学家。在零售业和制造业的教学、研究、咨询和管理方面拥有超过30年的经验。

开创了Traveling Salesman的数据模型算法

专注于开发和应用基于消费者销售数据（如POS数据）的销售预测和流程优化技术。

帮助世界各地的主要消费品、零售和制造公司通过系统地使用销售数据和改进流程来提高其库存生产率和供应链效率。

## In Pursuit of the Traveling Salesman

ISyE Georgia Tech



Hamilton, Menger, Whitney, Flood, Robinson, . . .



Ben Lentini

## 首席产品官

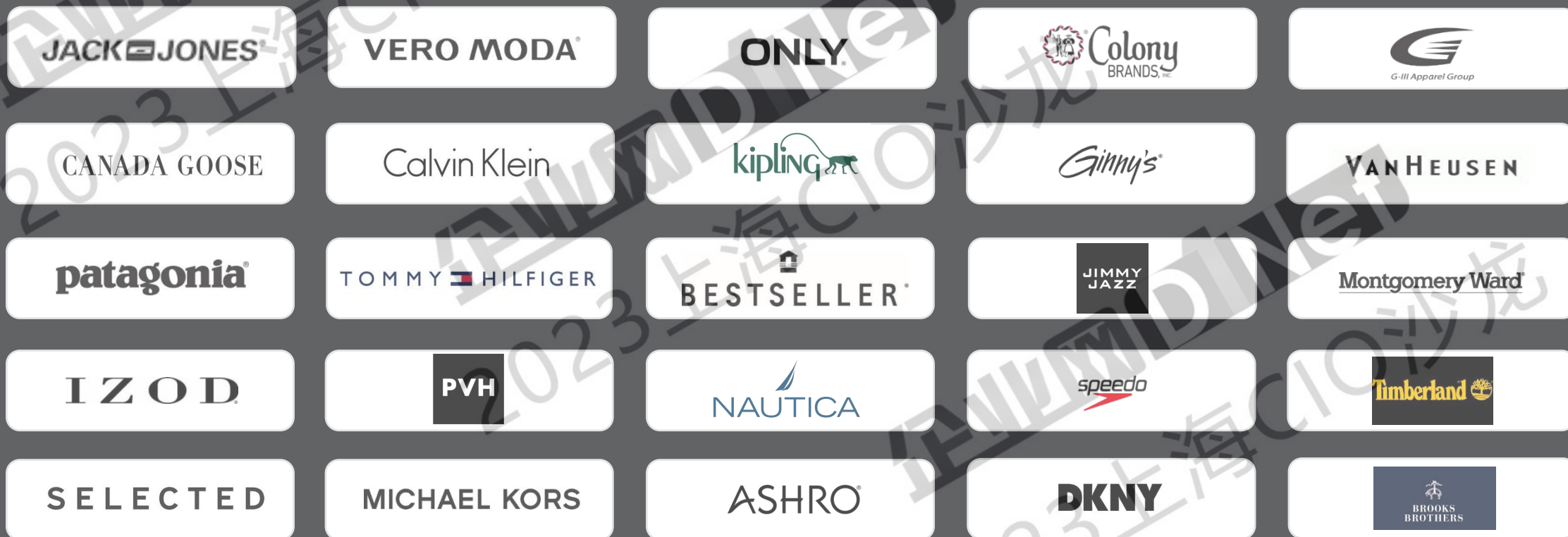
- Levi's 李维斯前零售商品总监、
- 埃森哲零售咨询顾问、
- BlueCherry ERP 项目实施主管

在过去的16年里，Ben先生一直领导7thonline的产品战略和开发。Ben先生领导了直接面向消费者(DTC)解决方案的创建和发展，目前超过27个国家的零售商正在使用该解决方案。

在7thonline之前，Ben先生担任Belly Basics（更好的女性孕妇服装和配件的制造商和批发商）的首席运营官。先生曾担任Designs, Inc. (Levi's Retail division的独家授权方)的副总裁兼商品总经理。先生负责Levi's在北美的零售门店的所有商品和规划职能。

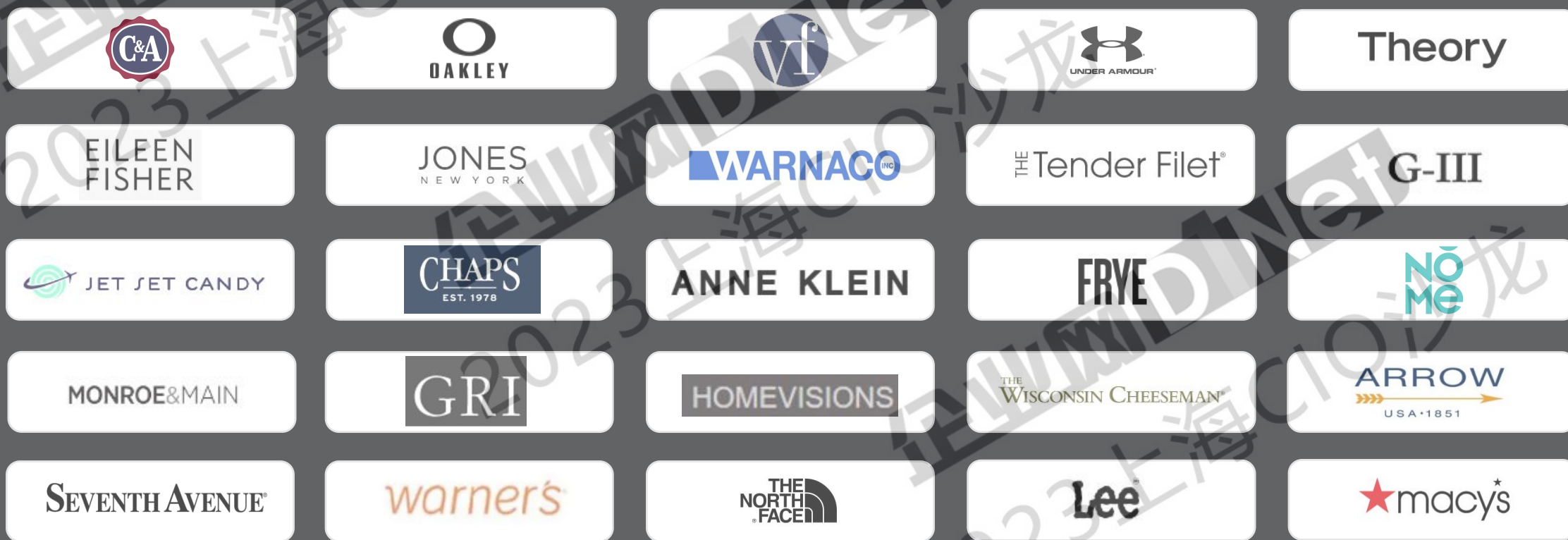
他还拥有丰富的管理咨询经验，曾在Arthur Andersen担任经验丰富的项目管理顾问。Ben先生评估、开发和实施流程和程序，以提高北美各地各种销售组织的效率和有效性。Ben先生对零售行业的专业知识使他能够处理一系列业务，从正常的流程改进到合并和收购导致的重组。

全球 **106** 个国家，超过 **50** 万家店铺的共同信赖





全球 **106** 个国家，超过 **50** 万家店铺的共同信赖



被美国知名科技研究和咨询公司 Forrester 命名为零售行业商品计划解决方案四大“领军企业”之一



以跨渠道产品和行业关注著称

跨渠道

被美国《CIO评论》杂志评为“最富潜力零售科技企业20强”之一



客户体验得分最高

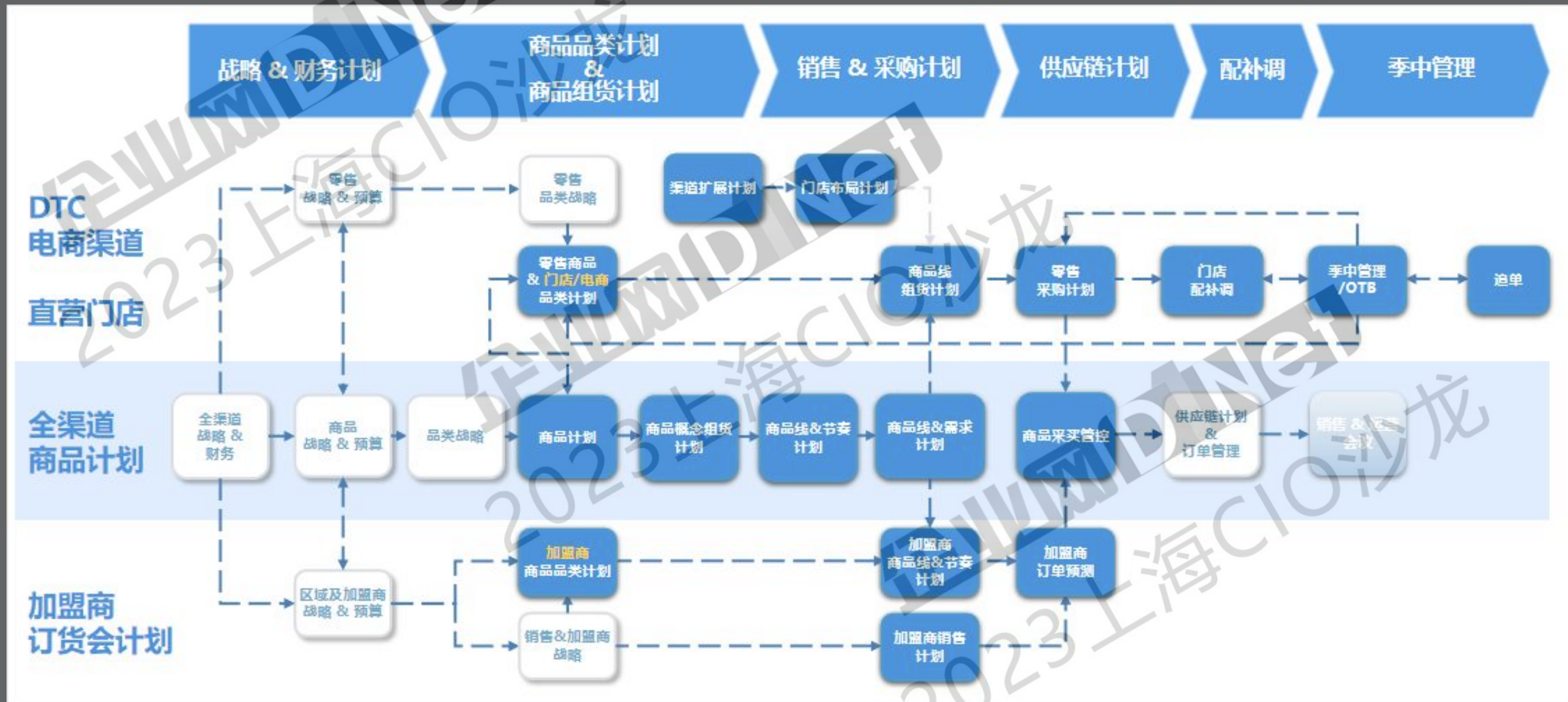
客户体验高

在美国IDC研究中被公认为极具创新者 7thonline被美国知名科技研究和咨询公司Forrester命名为四大“领军企业”之一



最佳创新供应商

创新



目前为鞋服行业提供九大产品：智能电商库存管理、季前商品计划、商品组合计划、季中进销存管理、配补调货、BI智能报表、快反追单、单品库存管理、加盟商订货会计划，帮助品牌方提高盈利力能及运营效率

## 季前商品计划

- 品类结构规划
- SKU波段规划
- 产品线规划
- 价格带规划
- 区域店组计划
- 面料供应计划
- 节假日促销计划
- 多维联动计划

## 季前商品组合计划

- 订货会计划/订单
- 货期交付跟踪
- 产品组合下单
- 可视化陈列组合
- 尺码优化
- 单店OTB
- 节假日促销计划

## 季中OTB/追单

- 季中滚动OTB
- 产品生命周期
- 库存结构分析
- 畅滞销爆单提醒
- 周目标自动分解
- 追单建议
- 一键下单

## 智能配补调

- 智能分仓/配补
- 常规调拨
- 并款整合
- 流转下沉
- 跨区调拨
- 促销备货
- 渠道转移

# 7大价值，助力企业实现智能化商品管理

## 上海CIO沙龙

第七在线

库存风险最小化

帮助企业内的零售专家通过方案实现合理的计划、精准的跟踪、高效的配补调货，以此提高企业对整个分销系统内消费需求快速反应能力

信息可视化

让管理层拥有全渠道销售需求和库存信息的可视性，帮助品牌建立统一的计划和执行流程，利用大数据支持企业规模化的成长

数据智能化

利用平台内建的数学模型和工具帮助企业内的零售专家将劳力解放为智力，取代人力做复杂的数学计算，维护数据的联动性与一致性

商品策略自动化

提供完善的策略推演工具，让商品计划专员高效推演各种不同的商品策略并全面理解不同策略对业务带来的影响

货品分配合理化

根据市场需求智能分配货品，结合销售预测、季中实际销售数据以及产品生命周期给予门店相应的配货建议，提高配货的合理性

调货分析智能化

提供门店调货工具与智能分析建议，并根据分析模块对销售数据的分析，给出智能调货建议，提高调拨的准确性

增强团队协作

支持各部门采取其最关注的视角（件数、成本、或零售额）和维度（产品与门店特性的组合）去进行分析和计划，增强各部门间的协同合作和计划执行力

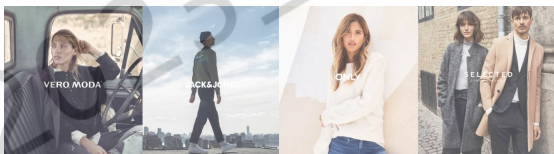
# 03

## 案例分享

- 绫致时装
- Patagonia
- Jimmy Jazz
- Calvin Klein
- Colony Brands

## 助力企业配补调提升运营能力

### 方案价值



业务逻辑得到梳理整合并系统化，系统运用先进的数据分析模型和前沿的算法，实现数据实时更新，运算准确，快速反应的效果，使得货控平均水平得到有效管理，保证**90%**的有效销售来自精准配货；

精简货控团队人员**60%**，每月节约人力成本约**200万**，提升单人能效，配货工作效率大幅提升；

调拨有效性提升**40%**，调拨频次和调拨本得到高效控制，同时保证了货品的最大销售能力。

### 客户评价

绫致时装集团战略与项目管理总监：

**第七在线帮助我们实现了从区域配货管理，到全局战略配货管理的提升**

绫致时装 (Bestseller) 于**1975年**创建在丹麦，旗下拥有Vero Moda, ONLY, Jack & Jones, Selected等十五个品牌，公司从**1996年**进入中国，凭借服装质优价廉的特性和以人为本的公司信条，在中国成长迅速，如今已有**5000余家**门店，拥有万余名员工。在全世界**27个国家**设有**1600多家**直营店，分布在**29个国家**的**35个**分支机构。

### 面临挑战

季中存在大量货品调拨和促销，效果不佳且物流成本高；

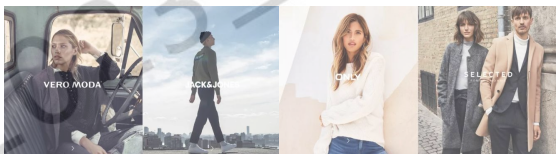
企业采用传统的 Excel 工具进行数据收集分析工作，需要配备大量工作人员，并且无法达到数据实时更新准确的目的；

企业拥有众多品牌、门店、品类等数据需要处理，其具备维度多，数据量庞大，难以分析的特点，普通系统无法支持迅速准确处理庞杂信息的能力；

企业成长迅速，货控团队人员能力参差不齐，导致商品计划无法彻底执行，配货补货效果达不到预期计划。

## 多渠道管理 智能计划帮助业务精准决策

### 面临挑战



公司店铺覆盖全球，门店众多；产品种类多样，数据繁重；处理信息量大，人力成本投入高；

业务场景复杂，涉及经销商，代理商，电商等多种渠道，统筹管理困难；

各品牌部门人员冗余繁杂，商业流程难以统一；

企业品牌、品类众多，不同品类尺码参数多元，分析维度多样，难以进行高价值的分析。

### 客户评价

区域总裁：

这个系统带给了我们最棒的沟通体验。第七在线帮我们在商品计划，销售，与产品等部门间打造了一个闭环。

Calvin Klein 是美国最大的设计师品牌，Calvin Klein 旗下一共有CK Calvin Klein（高级成衣），Calvin Klein Jeans（牛仔时装），Calvin Klein Underwear（内衣），Calvin Klein Performance（时尚运动）四大品牌，门店遍布全球，品牌产品种类众多，年销售额达40亿美元。在全球拥有超过20,000个商店在进行其产品的销售，并与一些服装行业的大客户保持着长期稳定的合作伙伴关系。

### 方案价值

系统取代了传统工作模式，将人工投入减少**75%**，进一步提升工作效率

系统帮助客户在**全区域，全流程，全生命周期**完整获取订单信息，实时掌握工作进度，并予以统一调度；

第七在线与客户母公司（PVH）的IT团队共同商定了标准化的商品计划操作流程，现已应用到旗下所有品牌，方便集团进行统一管理；

第七在线的尺码自动计算功能，有效解决了尺码范围广，销售预测困难的问题，工作效率提升**50%**，**预测准确性**提升至**90%**以上。



## AI+机器学习精准预测助力品牌全球生意倍增

### 面临挑战



无法将财务计划和销售计划在各维度实现高度统一；

销售需求预测分析能力已处行业领先水平，但遭遇瓶颈，难以实现突破；

基于品牌产品特性，部分单品销售生命周期超过一年，计划管理难度大；

户外行业存在品类多，店铺少的行业特质，传统的组货计划无法满足其计划需求。

### 客户评价

区域总裁：

现在，我们可以基于更全面的维度去分析数据，来给我们的颜色进行排序。系统会结合相似款的颜色排序结果，推导出真正的流行颜色，并给出配货量的推荐。

Patagonia是一家秉持环保理念，主营户外运动装备、服装的公司。他们公司的口号是“我们不生产浪费”，为了贯彻这一理念，他们着重发展商品计划及供应链精细化管理，管理团队具备先进的零售管理理念，其方式流程获得了行业内的广泛认可。他们的产品一直保持着全年零折扣，工厂遍布在全球16个国家，门店100余家，年销售额超过20亿美金。

### 方案价值

所有功能模块通过数据集成使各部门形成联动，订单货量精准匹配公司规划；

将人工智能、机器学习等前沿技术融入算法模型，提高销售预测的准确性。经数据验证，系统推荐的销售预测准确性达**97.5%**；

跨季度、年份进行商品计划管理，彻底解决了产品生命周期长的所造成的计划管理问题；

我们针对户外行业特质，进行系统升级，从而解决户外行业的特殊问题。

## 媒介投产分析跟踪每一个宣传画册运营产出收益

### 面临挑战



销售渠道多元，无法将各个渠道的实时数据进行有效集成；

平台销售产品品牌，类型，数量多；分析维度，层级难确定；难以精细化收集，管理，分析数据；

企业依靠多样的营销手段提升收入，但是无法跟踪管理不同营销手段的效益；

各个渠道的订单需求处理不及时，错失商业机会。

### 客户评价

集团副总裁（商品运营，IT 负责人）：  
第七在线让我们第一次计算出来每一个宣传画册的真实投入与产出。这对我们划时代的意义！

Colony Brands, Inc. 是一家邮购与电子零售公司，以其奶酪，香肠，巧克力，水果蛋糕，和其他食品而闻名。该公司还在家具，家居服饰，娱乐产品和电子产品方面提供广泛的产品服务。他是美国最大的直销商之一，年销售额超过50亿美金。其品牌特点为企业坚持零实体店铺的运营战略，仅通过邮购，电商等渠道进行销售。

### 方案价值

多部门协作平台，数据实时同步，工作效率大幅上升；

第四维度计划上线，让客户能够按照销售渠道去分析管理广告、宣传画册、假日折扣等销售活动，计划管理销售活动的运营成本及收益，调整未来的商品销售计划；

季前、季中计划管理系统均已对接到订单系统，用户的库控部门可以结合库存情况以及订单量，直接下达订单，实现销售计划与供应链无缝衔接。

## 多层次计划 商品智能组货提升正价销售

### 面临挑战



JIMMY  
JAZZ

商品计划精度过低，企业对各个区域，店铺商品的需求预测能力有限；

原有系统缺少组货计划功能，错失销售机会；

商品组货计划不科学，商品折扣率过高；

库存积压严重，资金周转受限。

### 客户评价

Jimmy Jazz 集团总裁：

我们真的很满意。在探索流行趋势上所节省下来的时间，将是你最宝贵的财富。

美国东部休闲、运动鞋服零售商。主营包括 Nike, Adidas, Puma, FILA等时尚运动品牌。现已与 Nike 达成深度合作关系，并成为 Nike 在美国的第二大客户。企业正处于品牌高速扩张阶段，急需完成战略转型。

### 方案价值

平台拥有20层级的商品级别，商品计划精度大幅度提高；参考系统推荐的商品销售预测，大幅度**提升了企业的预测能力**；

商品组货模块帮助用户**深度优化其组货方案**，形成更合理的库存结构。让客户在门店减少**10%**的同时整体营业额上升**30%**，增加正价销售额，进而实现整体净利润率**3%**的提升；

系统推荐的组货计划帮助客户将总折扣金额减少**10%以上**，从而**提升正价销率**；

在系统的帮助下，**解决了积压库存**所带来的资金占用问题，从而释放自由资金支持公司的扩张战略。



Moataz Shalaby

2023

上海CIO沙龙

7thonline®

G R E A T — 第七在线 — I M P O R T A N T S

# 数智化运营驱动品牌增长



交个朋友