

福建省体育用品业供应链平台建设研究

郑琳泓¹, 潘玄烨²

(1. 泉州师范学院, 福建 泉州 362000; 2. 福建师范大学 体育科学学院, 福州 350000)

摘要: 采用文献资料法, 在对福建省体育用品业发展现状进行概括的基础上, 重点对福建省5家体育用品公司采用的供应链模式进行分析。指出其供应链技术和管理平台存在融资成本高且渠道单一, 企业战略定位不清而缺乏核心竞争力, 以及受短期利益驱使, 企业间争夺资源、缺乏抱团发展的平台或机制等问题。指出, 可利用互联网+、大数据技术, 构建福建省体育用品业综合供应链平台, 并进一步对该平台涵盖的金融服务、虚拟生产管理、采购服务、产品分销管理、集成管理等模块的功能进行介绍。旨在推动建立福建省体育用品业产融生态圈, 促成产融一体化。

关键词: 体育用品业; 供应链; 金融; 虚拟生产; 采购; 分销; 集成管理

中图分类号: G80-052

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2019) 06-0049-05

1 问题的提出

2014年10月国务院发布《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》, 提出到2025年体育产业总规模超过5万亿元的宏伟目标, 同时在全国范围内基本建立布局合理、功能完善、门类齐全的体育产业体系^[1]。统计显示: 2018年上半年社会消费品零售总额为180 018亿元, 同比增长9.4%, 其中体育用品消费增长较为迅速, 增幅15.6%^[2]。特别是随着2020年东京奥运会、2022年北京冬奥会、卡塔尔世界杯等一系列赛事的临近, 体育消费未来增长空间巨大, 体育产业的黄金发展时期已然来临, 体育消费也将实现质的飞跃。2016年和2017年, 福建省体育产业总产值分别为3 342亿元和3 801亿元, 占全国体育产业总产值的1/5, 位居全国前列。其中2017年全省体育用品及相关制造业产值占全省体育产业总产值的88.3%, 增加值占全省体育产业增加值的81.9%, 总产出和增加值较

上年分别增长9.1%和8.8%^[3]。然而, 2017年体育用品及相关制造业总产出和增加值的增速低于当年体育产业总产出和增加值增速的0.7个百分点和1.1个百分点。可见, 虽然福建省体育用品业在全国处于领先地位, 对本省经济社会发展贡献巨大, 但也存在发展速度放缓, 总体产能过剩, 产品国际化水平不高, 行业标准、团体标准程度不高, 劳动力成本高, 盈利模式单一, 科技创新程度、智能化水平及中小微企业管理水平有待提高, 以及发展不平衡、不充分等问题。为此, 本研究以五家上市公司为研究案例, 对福建省体育用品企业供应链现状及存在问题进行梳理, 提出基于产业集群分工和链式专业化的虚拟生产管理、供应链金融、采购供应链管理、供应链团购、产品分销管理、集成管理等综合模块供应链平台发展路径, 为促进福建省体育用品业转型升级和高质量发展提供理论依据。

收稿日期: 2019-06-20

基金项目: 福建省社科规划项目“‘互联网+’背景下福建省体育用品业供应链平台建设研究”(FJ2016C088)

作者简介: 郑琳泓(1990—), 女, 福建泉州人, 助教, 硕士, 研究方向为体育市场营销。

文本信息: 郑琳泓, 潘玄烨. 福建省体育用品业供应链平台建设研究[J]. 河北体育学院学报, 2019, 33(6): 49-53.

2 供应链管理概述

供应链在如今的商业领域中运用较为广泛,主要是指生产资料和产品在从最初的供应商到终端使用者或消费者的流动过程中的所有管理活动,把采购、制造、运输、储存、销售等6部分有效组合在一起,从而最终达到服务顾客、接受并满足顾客需求、降低系统成本的目的^[4]。供应链管理是在现代新经济市场形势下产生和发展起来的,它是物流管理知识和现代企业管理知识在供应链这个大系统中的应用。供应链管理强调核心竞争力、合作性竞争、战略决策和合理的资源外用,涉及需求、计划、物流、供应和回流等领域,制定许多与信息流、物流和资金流有关的决策,借助现代信息技术,在高水平保证顾客所需产品可获性的同时最大限度降低成本。其运用目

标是使在一条链上的供应商、制造商、分销商和零售商等环节得以优化,使产品以最快速度到达消费者手中。这不仅可以降低供应链上所有环节的消费总成本,降低库存,还能优化现有的社会资源配置,最重要的是把生产和销售通过信息网络有效联接起来,实现物流、信息流和资金流等资源的合理流动和准确配置^[5]。

供应链管理的运用,促使在供应链上的不同利益主体从整体利益的角度进行管理,通过协同运作或者建立供应链上下游企业的战略联盟,提升企业核心竞争力,帮助链上企业实现双赢或多赢,供应链管理已经在学界和商界中成为研究和实践的重点。

3 福建省体育用品业供应链发展现状——以5家体育用品公司为例

表1 福建省5家体育用品公司供应链分析表

企业	供应链	内容	优点	缺点
安踏	垂直一体化模式	企业自身掌控从生产到品牌到销售的各环节,或高度参与产业链上的所有环节 ^[7] 。	OEM和ODM合作,促使加快产品的销售情况反馈速度,保持成本优势同时能够应对突发加单情况。与零售商紧密联系,实时收集消费者意见,开发消费者喜欢的产品。定期分析市场趋势和市场反馈,为零售商进行订货指导,灵活补单以降低他们的库存风险,同时又能把握市场机会。	供应链上各环节不能满足顾客个性化要求,不能主动参与设计自己喜欢的款式,只能被动选择。
	“ANTAUNI”商品定制服务体系	整合线上与线下渠道,定制专属运动装备,挖掘消费者需求,即让消费者参与到设计、生产、配送的创新模式。	通过个性化定制增加产品附加值,有利于强化消费者与产品的互动,满足消费者个性化的需求。	需要有高度柔性的生产与开发技术,成本较高;需要建立消费者大数据平台;研发周期长,影响售后服务;仓储压力和资金流压力大 ^[8] 。
特步	快速供应链(精益敏捷供应链)	主要应对现货、翻单、赞助等需要快速反应的业务,以产促销,有利于产销平衡。	保障各个环节的可操作性和具体性;缩短整个供应链的周期;对市场情况进行有效预测,对翻单或赞助等进行积极处理,配合产品有效销售。	以小批量的连续运作代替大批量分批分阶段运作,成本较高,批量偏小,信息沟通环节较为复杂。
乔丹体育	供应链互联网平台	梳理外协采购流程;SAAS软件服务根据企业供应链关键节点,提供标准模块服务。	解决信息共享的瓶颈问题,形成质量可靠、快速响应的供应链条;梳理所有在供应链上的环节,促进企业的信息化改革。	采购成本较高,信息不对称,不适合大企业可持续发展的供应链发展。
361度	精细协同平台	分销系统(DRP),服装扫描系统(EDI),仓库管理系统(WMS),代理商数据传输系统(DTS),代理商零售系统(EPOS)。	共享企业间信息,时时追踪库存情况,提高物流盘点效率及准确率,及时掌握线下和线上代理商的产品营销状况,加快物流反应速度。	设计、生产、品牌、财务等各个环节未和谐匹配,供应链系统与协同内控系统未融合。
匹克	金蝶EAS系统	产业链上的参与者在系统中进行信息共享,从生产商到代理商、加盟商和终端消费者,对顾客购买信息和偏好进行分析,并反馈到设计中心,形成一个封闭的循环系统 ^[9] 。	加强了企业的渠道管理,做到“千店一面”,对所属产品与服务进行标准化培训和监控,降低了库存风险。	产品规模化大生产,产品同质化日趋明显,不能满足多样化需求。

体育用品从生产到销售的供应链较长,在各个环节中的需求响应速度较慢,以至于无法准确掌握各环节的库存和销售信息,导致库存过量或缺货现象,增加了生产成本和销售成本。福建省5家体育用品企业的供应链模式具有差异性,安踏使用垂直一体化模式和“ANTAUNI”商品定制服务体系,把线上与线下销售相互联接与整合,牢牢把握市场的变化与动向,实施个性化定制服务,满足越来越多的个性化消费需求。特步采用快速供应链模式,对市场需求反应敏捷,并迅速反馈到生产销售环节,实现产销平衡,降低成本。乔丹体育应用供应链互联网平台,实现各节点的信息共享,梳理供应链环节。361度公司通过精细协同平台整合企业产业链中分销和代理系统,以实现企业信息共享,追踪库存情况和代理销售情况。匹克应用金蝶EAS系统加强企业对线下店铺和促销渠道的管控,降低库存风险。以上5家企业的供应链模式运用都在一定程度上降低了交易成本,实现了信息共享,提高了整体利润与效率。但目前来说,体育用品供应链在技术和管理层面存在一定缺陷,其服务模式还不能满足广大客户和消费者的需求,主要表现为众多体育用品融资成本高且渠道单一,难以从银行等金融机构获得授信^[6];体育用品企业在与供应商及物流商的商务谈判中缺乏议价能力,成本难以控制;企业战略定位不清,大多埋头于接单、设计、制造、销售、物流、报关、商检、税务等业务,缺乏核心竞争力;大部分企业受短期利益驱使,彼此之间相互争夺资源,协作意识不强,缺乏抱团发展的平台或机制。

4 福建省体育用品业供应链平台建设的发展路径

平台化、数据化的崛起给个性化、差异化产品销售带来了大好时机,让企业的关注焦点回归产品本身。“互联网+平台数据”,将使工业大数据、服务业大数据、金融大数据有效整合,形成稳固的可持续的产业大数据生态圈。众多企业可通过大数据分析,精准定位目标消费群,并通过整合企业内外资源、C2B客户定制、B2C/CRM系统等,更好地为客户服务,这将带来新的战略性机会,也可哺育出一大批具有全球视野的优秀品牌。

福建省体育用品业供应链平台是“互联网

+”、体育用品业、供应链管理相互融合的综合供应链服务商业模式,为产业链上各节点企业提供专业的供应链服务。这一模式是基于专业的链式效应,对产业集群进行专业分工,利用网络对各模块的数据进行整合分析,促进企业间的信息协同和集成。其服务主要包括金融服务、虚拟生产管理、采购服务、产品分销管理、集成管理等模块。该服务可将传统的“多对一”“一对多”运作模式转变为简单高效的客户与平台的“一对一”模式,最终促进福建省体育用品业产融生态圈建立和产融一体化。

4.1 金融服务模块

在如今经济下行压力下,没有金融推动体育制造企业是无法实现高效发展的。供应链金融服务模块的建立致力于为体育用品中小微企业解决资金难题,推动产融生态圈建立,在福建省体育用品行业内促进产融一体化。平台可将福建省体育用品业供应链上的各企业联系在一起,控制其风险,为银行等金融机构提供企业相关数据,支撑金融机构利用平台数据进行无抵押、无担保、低利率、快捷高效的信用融资产品创新。在平台上使用金融服务模块,能够有效规避和控制企业风险;通过产业互联网平台和嵌入的供应链服务,平台将拥有大量真实交易数据,可利用数据分析对授信对象进行风险甄别;平台对中小微体育用品企业的交易型客户实行结构控制,对高信用客户主要实行信用控制;通过平台,业务执行过程中的每笔融资事项风险均可以在事前、事中和事后得到有效控制^[10]。而产业金融化是对体育产业集群情况进行整合,以达到实现全球化战略的目的。

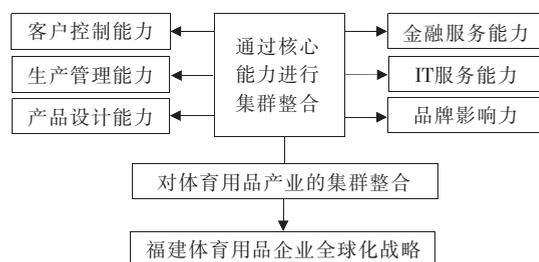


图1 金融服务模块

4.2 虚拟生产服务模块

平台的虚拟生产服务模块以OEM/ODM为基础,以供应链金融为驱动力,整合产业链上下游各项资源,实现原材料供应联盟和生产联盟的

资源最优组合和有效协同,使客户可以更加专注于产品研发、渠道管理和品牌建设。服务平台的建设可以拓展到企业的采购、生产、配送、分销等环节,促进生产运作机制的改变,使企业与各个原料供应商、分销商和客户之间形成一种相对稳定、共赢的合作伙伴关系。平台的功能包括沟通体育用品原材料供应商、分销商和客户,对产品从生产到销售进行信息化管理,并且可以通过在线下单、采购、融资、分销等方式进行合作。此模块利用了SAP-ERP+B2B(B2C)平台,实现了体育用品企业对各项供应链流程的有效监控,这些都有利于提高流通效率,同时节约成本,为企业创造价值。

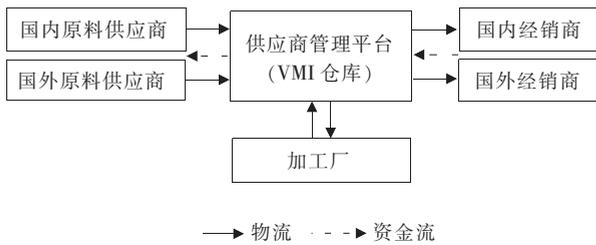


图2 虚拟生产服务模块

4.3 采购服务模块

不同于企业与供应商之间传统的“一对多”模式,平台上的体育用品企业可以根据自身的采购订单需求,依托平台的资源整合能力,承接对上游供应商的采购活动,简化与多家供应商的协调谈判工作,转化为平台线上“一对一”模式。在平台上,体育用品企业可以进行采购需求的发布,由平台进行资源配给,下达订单给各个供应商,供应商把产品集中交付给平台,由平台按需配送给下单企业,这中间简化了多家企业和多家供应商之间面对面的洽谈过程,企业通过平台进行货款结算,以规避拖欠货款等现象的发生。

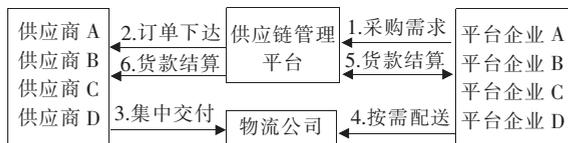


图3 采购服务模块

4.4 分销管理服务模块

应客户营销目标和分销体系的要求,供应链管理整合内外资源,在销售环节提供商务服务、采购调配、资金结算、信息处理等全方位的生态服务。通过分销服务模块,及时掌握一线市

场动态信息和销售情况,及时调整销售战略,帮助体育用品企业区别于一般企业,提高商品分销效率,降低渠道库存。从而让企业更加专注于自己的核心业务,加快转型升级,维持和提高核心竞争力。

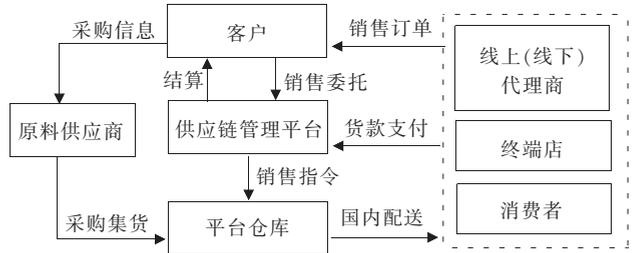


图4 分销管理服务模块

4.5 集成服务模块

随着居民健康理念不断提升,体育用品消费市场也日益扩大,消费者对产品的要求也越来越具有个性化。该平台在充分了解体育用品消费者需求的基础上,整合不同区域和不同企业的优质资源,全面覆盖在产业链上的采购、仓储流通和销售服务等环节,为客户提供基于业绩导向的高品质集成服务,包括制造型供应链集成服务、流通型供应链集成服务及全程供应链集成服务,实现产业链上中下游资源整合、优势互补和协调共享。

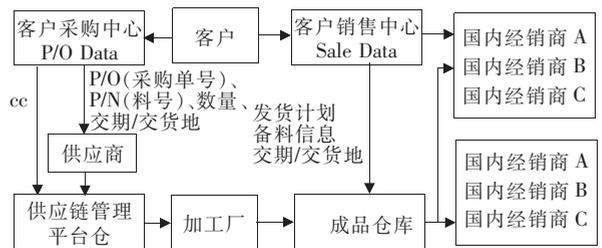


图5 集成服务模块

5 结论与建议

(1) 福建省体育产业位居全国前列,对福建省经济社会发展贡献巨大,但也存在发展速度放缓,总体产能过剩,产品国际化水平不高,行业标准、团体标准程度不高,劳动力成本高,盈利模式单一,科技创新程度、智能化水平及中小微企业管理水平有待提高,以及发展不平衡、不充分等问题。

(2) 供应链管理强调核心竞争力、合作性竞争、战略决策和合理的资源外用。安踏、特步、

361度、乔丹、匹克5家体育用品公司所采用的供应链模式各不相同,但基本都发挥了降低交易成本、共享信息、提高利润与效率等作用。不过,在供应链技术和管理平台上存在融资成本高且融资渠道单一,企业战略定位不清而缺乏核心竞争力,以及受短期利益驱使,企业间争夺资源、缺乏抱团发展的平台或机制等问题。

(3)立足“互联网+”、体育用品业、供应链管理相互融合而构建的综合供应链服务模式,可以为产业链上各节点的企业提供专业的供应链服务,包括金融服务、虚拟生产管理、采购服务、产品分销管理、集成管理等模块。该运作模式将有利于推动建立福建省体育用品业产融生态圈,最终促成产融一体化。

参考文献:

- [1] 燕飞.我国体育产业政策变迁的动力机制与智库参与[J].体育与科学,2016,37(2):18.
- [2] 国家统计局.降与升:专家解读上半年消费数据背后的玄机[EB/OL].(2018-07-19)[2019-06-13].http://www.xinhuanet.com/fortune/2018-07/19/c_129916056.htm.
- [3] 郑琳泓,许月云.福建省体育用品业发展与转型升级路径[J].泉州师范学院学报,2016,34(4):34.
- [4] 段爱明,邹凯.我国健身休闲产业发展的动因及创新路径研究[J].南通大学学报(社会科学版),2018(5):142.
- [5] 李筱笛.供应链管理对企业发展的重要性(续二)[J].中国制笔,2018(3):37.
- [6] 党磊,徐旭.基于供应链的体育物流云服务研究[J].物流技术,2013,32(23):420.
- [7] 毛旭艳.体育用品企业商业模式要素组合的研究:以安踏体育用品有限公司为例[J].体育与科学,2015,36(4):110.
- [8] 张继红.C2M商业模式下中国服装业的机遇与挑战[J].山东农业工程学院学报,2018,35(12):55.
- [9] I Can Play 金蝶助力匹克体育实现信息化飞跃[EB/OL].(2012-03-16)[2019-06-20].http://info.ceo.hc360.com/2012/03/161335198619.shtml.
- [10] 黄可权,黄珊,梁晓沁.供应链金融在新型农业经营体系中的创新应用研究[J].西昌学院学报(社会科学版),2019,31(2):76.

Research on the Construction of Supply Chain Platform of Sports Goods Industry in Fujian Province

ZHENG Lin-hong¹, PAN Xuan-ye²

- (1. Quanzhou Normal University, Quanzhou 362000, China;
2. School of Sport Sciences, Fujian Normal University, Fuzhou 350000, China)

Abstract: Based on summarizing the development status of sports goods industry in Fujian Province, the supply chain model adopted by five sports goods companies in Fujian Province is analyzed with the method of literature. It is pointed out that the supply chain technology and management platform has such problems as high financing cost with limited channel, unclear strategic positioning of enterprises and lack of core competitiveness, and interests driven by short-term goals, competition for resources among enterprises, lack of platform or mechanism for group development, etc. It is pointed out that the Internet + and big data technology can be used to build an integrated supply chain platform for sports goods industry in Fujian province. The functions of financial services, virtual production management, procurement services, product distribution management, integrated management and other modules can be further introduced. The aim of this study is to promote the establishment of an ecosphere of production and finance of sports goods industry in Fujian Province and promote the integration of production and finance.

Key words: sports goods industry; supply chain; finance; virtual production; procurement; distribution; integrated management