

## 供应链构筑的典范——宝洁和沃尔玛的产销联盟

在 80 年代中期美国大型生产商宝洁公司 ( Procter & Gamble ) 和美国第一大零售商沃尔玛特 ( Wal-mart Stores ) 结成了战略联盟, 开始探索一种新型的产销合作关系, 在实践上向供应链管理方向发展。

通过战略联盟, 沃尔玛则从原来繁重的物流作业中解放出来, 专心于经营活动, 同时在通过 EDI 从宝洁公司获得信息的基础上, 及时决策商品的货架和进货数量, 并由 MMI 系统实行自动进货, MMI 系统是英文 Manufacture Manage Inventory 的缩写, 其含义是沃尔玛将物流中心或仓库的管理权交给宝洁公司 ( 所有权仍属于沃尔玛特 ) 代为实施, 这样不仅沃尔玛不用从事具体的物流活动, 而且由于双方企业之间不用就每笔交易的条件 ( 如配送、价格问题等 ) 进行谈判, 大大缩短了商品从订货, 经进货、保管、分拣、补货, 到销售整个业务流程的时间。

具体作业流程是沃尔玛的各店铺都制定了一个安全库存水平, 一旦现有库存低于这种水平, 设在沃尔玛的计算机通过通讯卫星自动向宝洁公司的纸尿裤工厂订货, 宝洁公司在接到订货后, 将订购商品配送到各店铺, 并实施在库管理。与整个商品前置时间缩短相适应, 两个企业之间的决算系统也采用了 EFT ( Electronic Funds Transfer ) 系统, 通过这种系统企业之间的财务结算就不需要传统的支票等物质形式来进行, 而是通过计算机、终端等电子设备来完成。显然, EFT 系统的导入不仅提高了企业之间的结算效率, 而且大大降低了两个企业的间接成本, 因为一方面对于宝洁公司来讲, EFT 加速了资金的回笼, 提高了资金周转率, 另一方面对于沃尔玛来讲, 由于及时化的商品管理制度, 保证了货款的支付在商品完成以后进行, 所以, 也加速了它的资金周转, 提高了资金效率。

宝洁公司与沃尔玛之间的产销联盟使在库水准下降、有效遏止了滞销品的产生。事实证明, 自从宝洁公司与沃尔玛实行产销联盟以后, 沃尔玛店铺中宝洁公司的纸尿裤商品周

转率提高了 70%，与此相对应，宝洁公司的纸尿裤销售额也提高了 50%，达到了 30 亿美元。

**思考题：**1.宝洁公司与沃尔玛合作的背景是什么？

2.宝洁公司与沃尔玛采取何种形式进行合作？

1.答：在 80 年代中期，宝洁公司（Procter & Gamble）是美国大型生产商和沃尔玛是美国第一大零售商的背景下，两个公司进行合作的。

2.答：宝洁公司与沃尔玛采取战略联盟的形式进行合作。