



經濟部110年度流通服務智慧化推動計畫
提案類別：垂直供需鏈協同作業模式
所屬業態：零售業



數據驅動零售業智慧化供銷鏈建置-案例分享



台灣楓康超市股份有限公司
報告人：林明圖 部主管



目錄

壹

受補助計畫簡介

貳

遭遇問題及解決方法

參

計畫目前執行內容詳細

肆

計畫願景及推動藍圖





目錄

壹

受補助計畫簡介



壹、楓康超市簡介

成立時間

中華民國97年10月1日

實收資本額

新台幣300,000,000元

董事長

洪博彥



經營使命 Mission

成為新鮮、便利與品質保證的三餐及生活的提供者
並將利益分享顧客、員工及股東。





經營理念

- 天然、健康、新鮮、安心、便利
- 以照顧您30年後的健康為己任

用心用新鮮照顧您的健康

經營核心能力

- 結合興農集團280家農藥供應中心、玉美及台灣食農科技檢驗中心，建立蔬果『產-銷』全程完整管控照護系統的生鮮超市。



經營核心能力

- 結合玉美科技農業，推廣**有機栽培**、**無毒**、**安全**的蔬果，發展成為玉美商品的示範商店。



經營核心能力

● 通過國際品保認證ISO9002、HACCP和CAS三重國家認證的生鮮處理場



經營核心能力

- 自設的農藥殘留快速檢驗室的超市，**連續14年極特優，每年流通業檢驗件數第一名。**





品質鮮度安全主張



蔬菜農藥殘留率檢驗合格



水果保證甜，不甜一粒換兩粒



楓康文蛤保證吐沙真空包裝更鮮甜



肉品抗生素、磺胺劑檢驗合格

新鮮保證



雞蛋『蛋蛋有日期』
新鮮只賣四天



興農牛鮮乳
新鮮放前面只賣4天



台灣生啤酒
新鮮只賣四天



黑仁花生
新鮮只賣1個月
黃麴毒素檢驗合格

天然健康主張



只賣好米, 不賣混米



只賣非基改豆腐



只賣純釀造醬油



無添加安全保證



豆芽菜
不施打生長激素、不漂白



第三期後採收、
100%純蜜



無添加人工色素
、香精、防腐劑



無添加人工色素
、防腐劑、
純自然發酵



竹筍無添加
保鮮劑、漂白劑

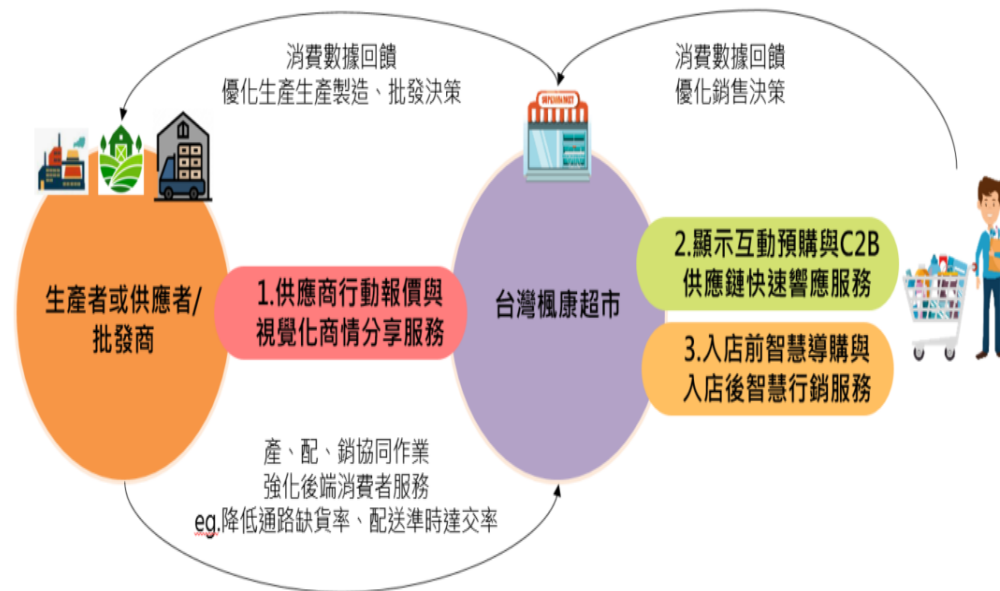


楓康系列水餃
抗生素、磺胺劑
、農藥殘留率檢驗合格



受補助計畫綱要

項目名稱	項目內容說明
計畫名稱	數據驅動零售業智慧化供銷鏈建置計畫
提案類別	垂直供需鏈協同作業模式
計畫目標	3大服務的目標與效益說明如下。 1) 供應商行動報價與視覺化商情分享服務 ➢ 服務目標： • 產、配、銷協同作業，提昇流程效率 • 降低缺貨率與提升配送準時達交率 2) 顯示互動預購與C2B供應鏈快速響應服務 ➢ 服務目標 • 產、配、銷掌握預購即時商情潛勢 • 優化門市預購流程，提昇作業效率 3) 入店前智慧導購與入店後智慧行銷服務 ➢ 服務目標 • 建立適性導購，提昇廣告效益 • 透過顧客商品關注數據，驅動商業決策
計畫內容綱要	本計畫提供三項服務，希望滿足整體產、配、銷協同作業，透過產、配、銷間的資訊透通，強化後端消費者服務，例如降低通路缺貨率、配送準時達交率，同時在銷售端收集消費者數據與消費者行為，進行分析或視覺化呈現後，再回饋整體產、配、銷進行決策優化，形成一個echo system。





目錄

貳

遭遇問題及解決方法





生鮮超市零售業產業鏈上下游經營現況與問題盤點

10次以下

- **庫存週轉率**為10次，產業鏈上下游協同作業流程效率需要優化才能提升庫存周轉率。

6%

- **通路缺貨率**為6%，需要透過產業鏈上下游協同作業優化與零售端數據共享，才能提供上游供應商庫存調節與備貨預測。

90%

- **配送準時達交率**：需要透過產業鏈上下游協同作業優化與零售端數據共享，才能提供上游供應商庫存調節、備貨預測與物流排程優化。

3分鐘/每筆預購
無法事先掌握預購商情

- **預購**使用紙本型錄，結帳使用人工輸入，**整體服務流程缺乏效率，浪費人力成本**
- 預購檔期結束一次下訂單，**上游供應商無法事先掌握預購即時商情潛勢，無法事先進行備貨與物流排程。**

5%

無顧客商品關注資訊

- 輪播式廣告缺乏效益，**顧客觀看觸及率**僅有5%。
- 門市與供應商**無法得知顧客對商品關注與實際購買的行為關聯度。**

碳排放

- 預購型錄與檔期商品廣告以紙本DM為大宗，產生**較多的碳排放**。

生鮮超市零售產業
流通服務智慧化當務之急



遭遇問題及解決方法

問題類別	遭遇問題描述	解決方法	效果評估指標
產、配、銷，垂直供應鏈間資訊不互通，缺乏即時的協同作業平台	• 供銷鏈：產、配、銷，垂直供應鏈間資訊不互通，缺乏即時的協同作業平台，也缺乏易於解讀的即時視覺化商情訊息掌握，導致備貨預測、配送達交率難以提升。 • 門市：產、配、銷缺乏即時的協同作業，可能導致門市缺貨，影響顧客滿意度。	供應商行動報價與視覺化商情分享服務 質化目標➡ • 產、配、銷協同作業，提昇流程效率 • 降低缺貨與提升配送準時達交	• 供銷鏈： ✓ 配送準時達交率：95%以上 • 門市： ✓ 通路缺貨率：4%以下。 ✓ 庫存週轉率：提升達10%以上
供應商在預購檔期結束才能獲知預購狀況，導致商品交期較長，門市預購人員工作業缺乏效率	• 供銷鏈：商品預購過往需要等待預購檔期結束，門市才對供應商一次下訂單，供應商無法即時掌握顧客預購潛勢，進行庫存調節，導致交期較長 • 門市：預購以紙本DM與櫃檯人工進行作業，不環保且缺乏作業效率。	顯示互動預購與C2B 供應鏈快速響應服務 質化目標➡ • 產、配、銷掌握預購即時商情 • 優化門市預購流程，提昇作業效率	• 供銷鏈：可藉由作業流程改變，優化備貨預測，降低交貨不準確率，減少物流配送次數 • 門市： ✓ 提升櫃台處理預購平均時間：30秒鐘/每筆預購(導入前為3分鐘/每筆預購(採人工方式)) ✓ 節能減碳：45公斤(自動化預購取代紙本)
供應商無法掌握顧客對於商品的關注度與實際購買的關係，輪播廣告無法吸引顧客注意。	• 供銷鏈：無法掌握顧客對商品廣告投放的關注度，因此無法依此作為商業決策 • 門市： ✓ 顧客進店前，缺乏即時適性商品推薦與商品位置指引，無法加速顧客購買決策 ✓ 輪播式廣告投放，無法吸引顧客目光注視廣告投放效益不佳	入店前智慧導購與入店後智慧行銷服務 質化目標➡ • 建立適性導購，提昇廣告效益 • 透過顧客商品關注數據，驅動商業決策	• 供銷鏈： 2種以上視覺化儀表板，查看顧客對於商品投放廣告的關注程度以及與實際購買的關係等交叉分析結果，或者不同顧客屬性對於商品關注程度的分析結果，藉此作為商業決策參考 • 門市： ✓ 顧客廣告觀看觸及率達到15%



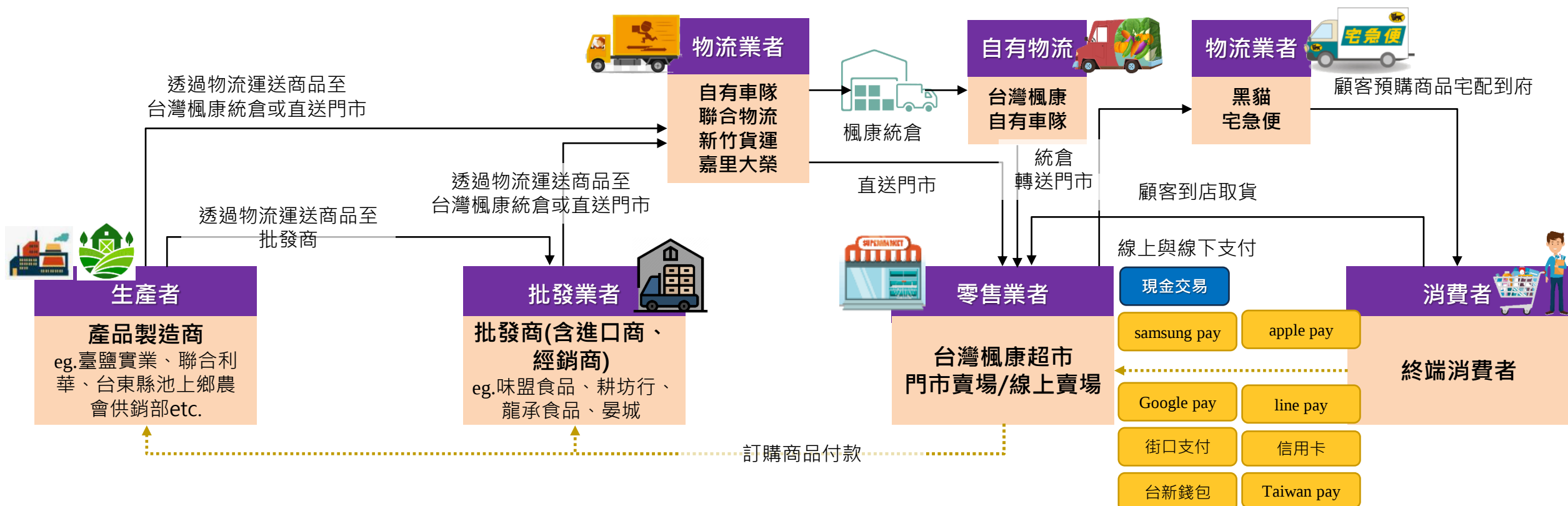
目錄

參

計畫目前執行內容詳細



本年度推動之流通模式



供應商行動報價

視覺化儀表板

預購商情潛勢

顧客商品廣告關注
交叉分析

RFM分析模型
APP適性商品推薦

RFM分析模型
適性廣告投放

數位互動預購

產、配、銷協同作業，提升配送準時達交率，降低通路缺貨率，提升生產排程效率

掌握通路銷售即時戰情，優化庫存調整與物流配送排程，減少送貨次數，優化銷售決策

掌握預購即時潛勢，優化新品庫存調節，避免存貨不足或庫存滯銷，減少送貨次數

掌握顧客商品廣告專注與實際購買、或不同性別年齡關注程度等交叉分析資料，做為產、配、銷檔期促銷策略擬定

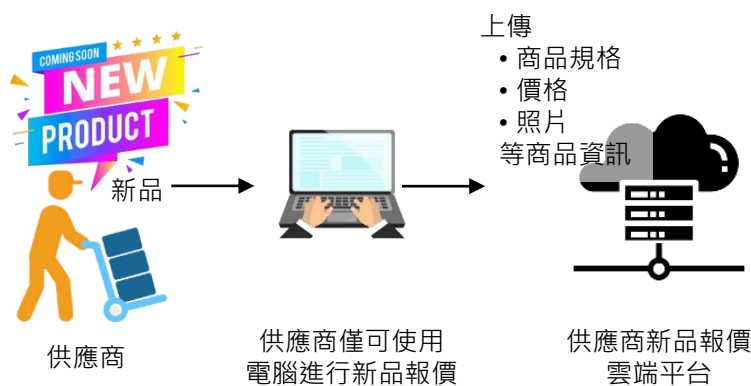
透過RFM數據分析模型，提供顧客適性商品推薦與商品貨架位置指引，加速顧客購買決策

透過RFM數據分析模型，優化廣告投放，提升廣告效益

透過數位互動預購，提升消費體驗，優化作業流程，減少顧客等待時間

As-Is：供應商報價現況

新品報價階段(商品上架前)

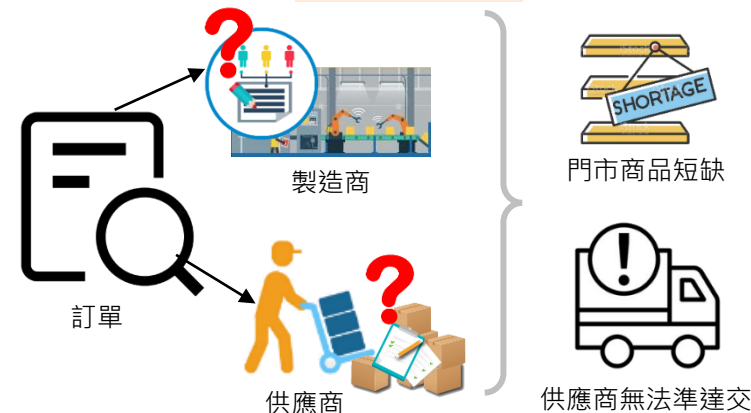


1 僅能使用電腦，無法跨裝置，且缺乏移動性、即時性報價的能力，例如供應商於產地採購時，無法同時進行商品報價。



2 楓康主管在外時，無法跨裝置使用手機平板審核供應商報價，供應商因此無法即時獲得報價審查，因此無法縮短新品上架的時間。

商品上架後

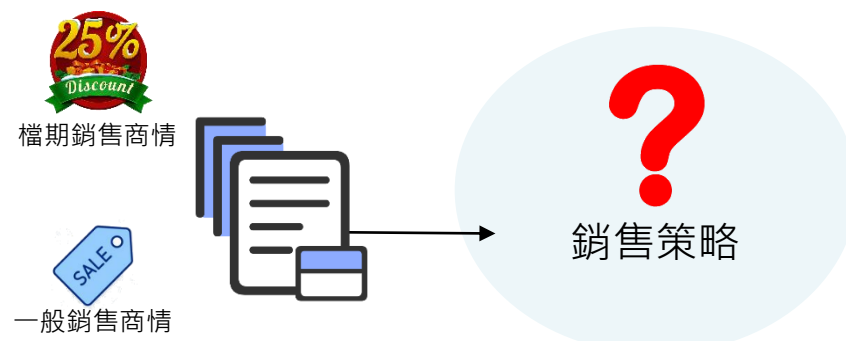


3 缺乏視覺化的商情儀表板，供應商、製造商僅能依據單一化的零售商(楓康)訂貨的資訊，進行備貨預測或製造排程，預測準確度較低，因此容易造成商品無法準時達交，或導致零售商缺貨。

商品上架後



5 供應商無法跨裝置，行動化、即時化的查詢自己供貨的品項在各分店中的庫存，可能無法即時針對後續集貨與物流派送的排程優化。

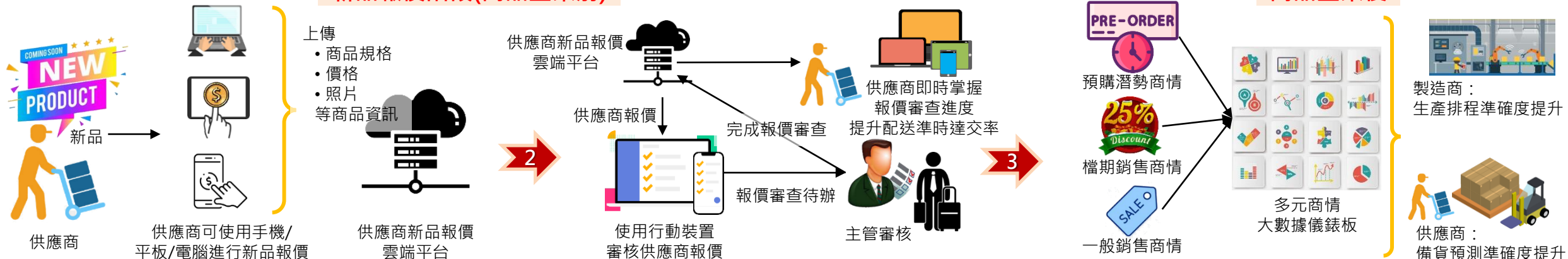


4 缺乏多元商情大數據儀表板，無法有效透過數據驅動與供應商共同擬定銷售策略。

To-Be：供應商行動報價與視覺化商情分享服務

新品報價階段(商品上架前)

商品上架後

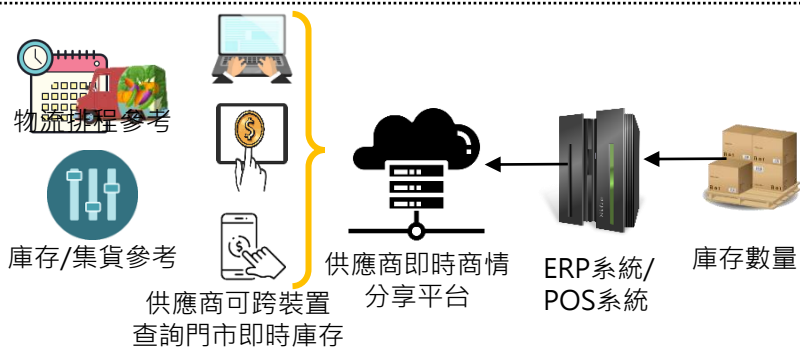


提供**跨裝置的行動化報價平台**，供應商可以使用手機、平板、電腦等隨時隨地進行新品報價，**改善過去僅能使用電腦，無法跨裝置，且缺乏移動式隨時隨地可進行報價的能力。**

楓康主管於報價平台首頁代辦事項，看到已報價未審核的報價單，即使出差在外也可使用行動裝置進行報價審核；供應商則可透過行動裝置隨時掌握審查進度，**準確備貨，提升配送準時達交率。**

整合預購、檔期銷售、一般銷售的數據，形成**多元商情視覺化儀表板**，提供楓康超市與供應商多元商情分享，提高供應商備貨預測或製造商生產排程準確度。

商品上架後

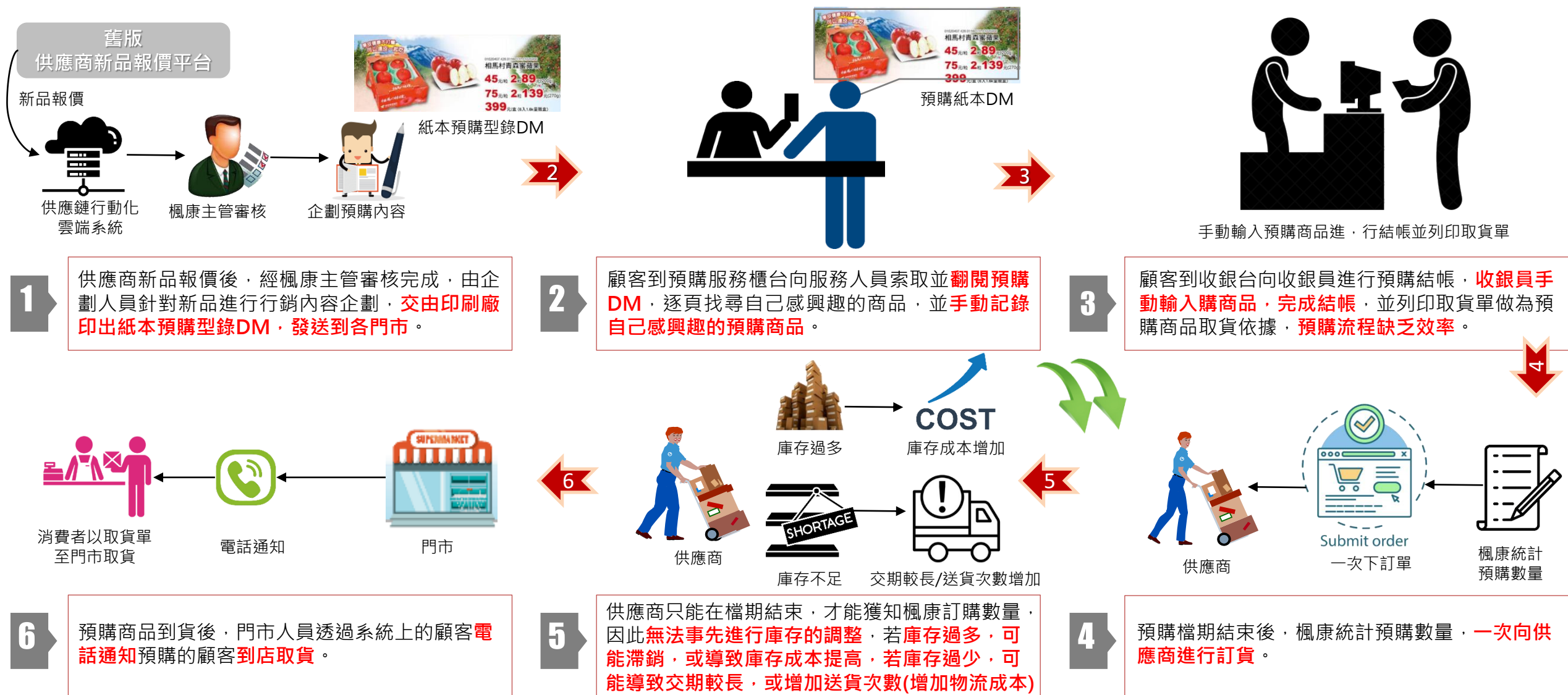


供應商可以透過跨裝置，**行動化、即時化的查詢自己供貨的品項在各分店中的庫存**，並作為後續集貨與物流派送的排程優化，**降低庫存壓力與物流運送成本，楓康可降低門市缺貨率。**

台灣楓康透過多元商情大數據儀表板，分析相關商品的銷售資訊，**透過數據驅動與供應商共同擬定銷售策略，例如熱銷商品組合銷售，熱銷商品限期折扣等。**



AS-IS：人工預購與供應鏈作業

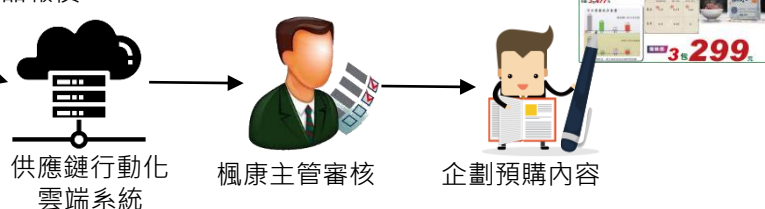


To-Be：顯示互動預購與C2B供應鏈快速響應服務

1 供應商行動報價與視覺化商情分享服務

新版RWD跨裝置
供應商新品報價平台

新品報價



1. 團購
2. 檔期購物
3. 預購

前次計畫成果串接

本次計畫：預購商品數位化



結帳時間 由3分鐘,縮短為15秒



供應商新品報價後，經楓康主管審核完成，由企劃人員針對新品進行行銷內容企劃，**結合預購概念，並整合顯示科技，將預購商品上架到現場數位面板進行顧客現場預購。**

於消費者必經的**熱區**，擺放數位面板，消費者可於數位面板上針對**預購商品點選後放入購物車**，確認預購後，可**點選列印預購單**，現場熱感應印表機可**印出預購單**。

顧客將熱感應印表機印出的預購單拿到櫃檯進行結帳，**櫃台掃描預購單上的bar code後，進行預購結帳，並印出取貨單**，商品到貨後顧客可憑取貨單至門市取貨。



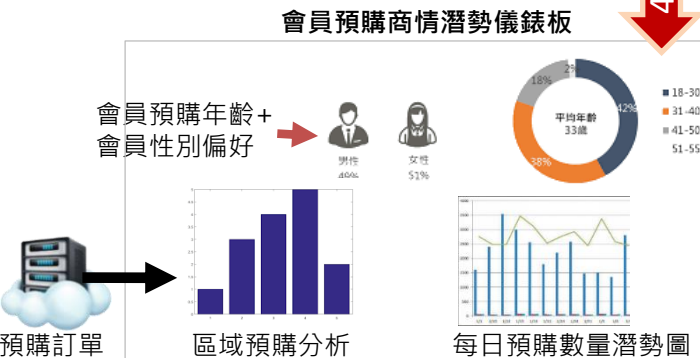
預購商品到貨後，門市人員透過系統發送**手機簡訊**、或者透過系統上的顧客**電話通知**預購的顧客到店取貨。或透過**物流宅配到府**。

供貨調整，庫存成本下降

物流延遲，物流成本下降

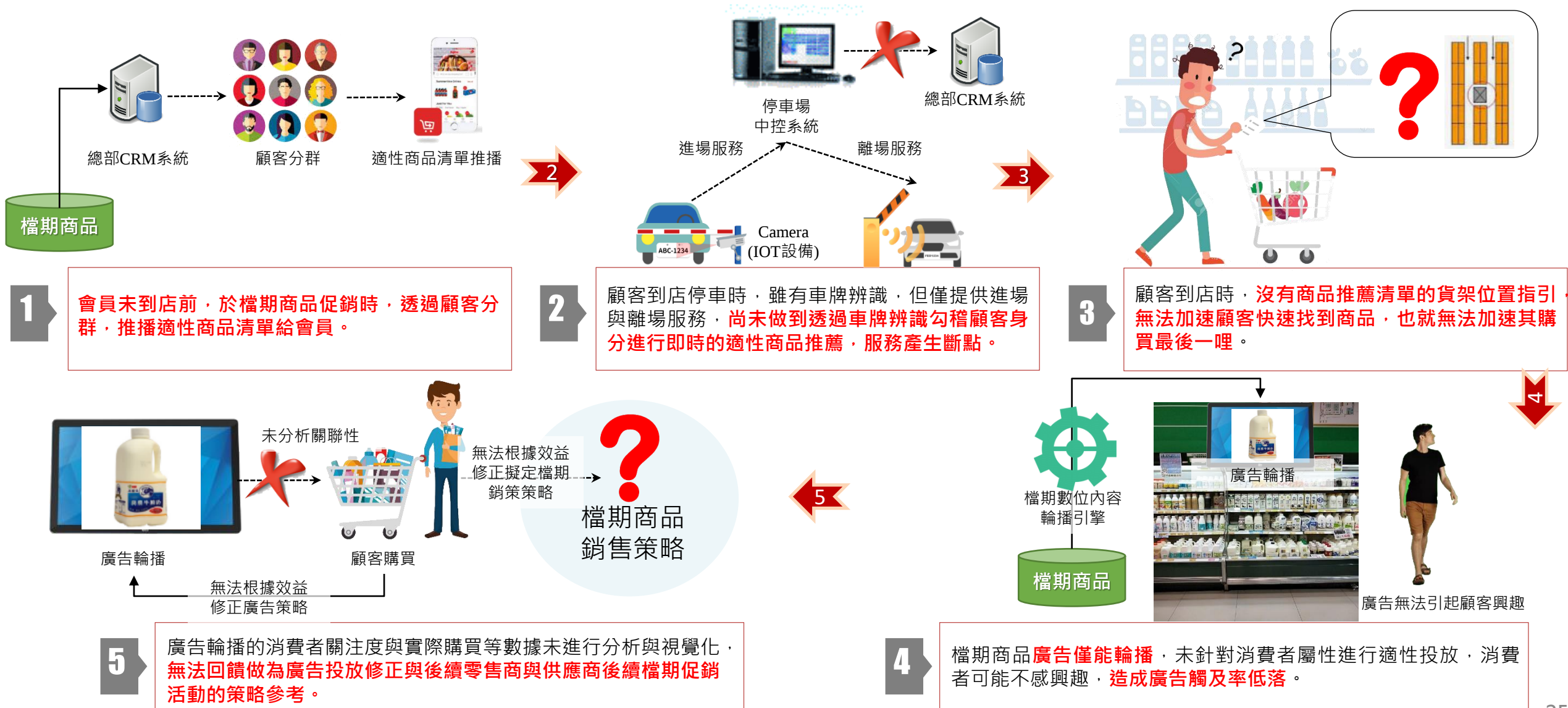


供應商可以根據視覺化儀表板，進行**新品庫存調整**，**降低庫存過多風險**，也可避免**供貨不足**，同時可以**減少送貨次數**。

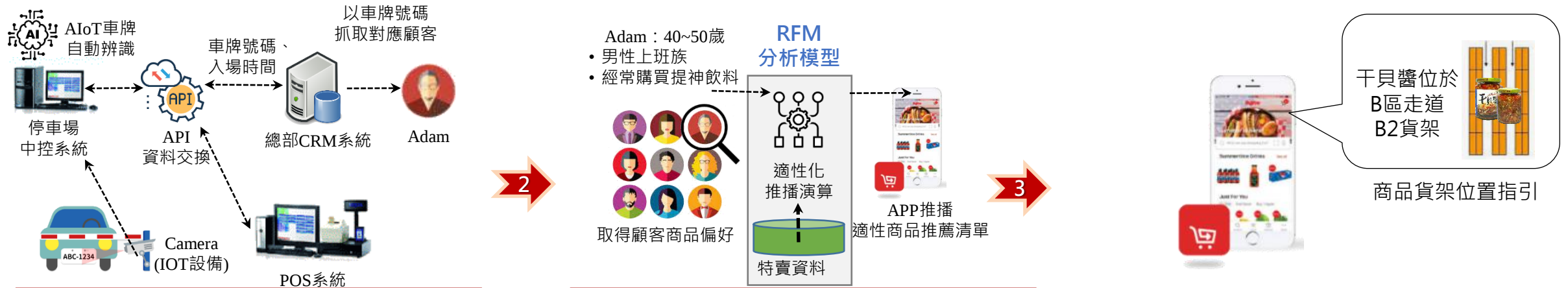


後台依據會員預購狀況提供**視覺化預購商情潛勢儀表板**，除了可以提供每日預購數量以外，同時可以根據會員預購年齡、性別進行交叉分析，提供楓康與供應商後續產品的銷售決策參考。

AS-IS：購物前推播與入店後輪播廣告服務



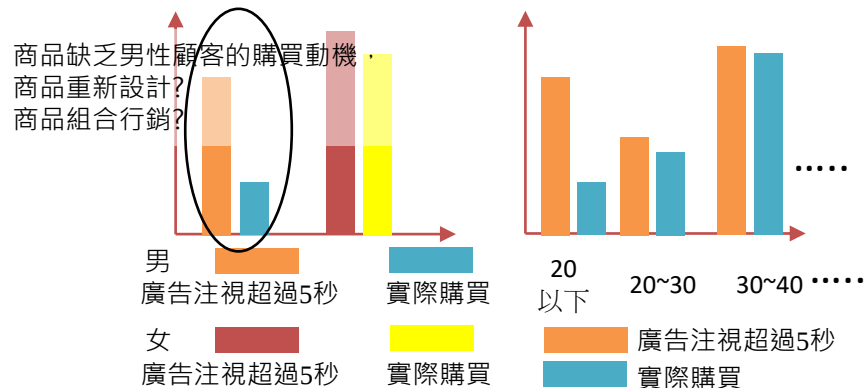
To-Be：入店前智慧導購與入店後智慧行銷服務



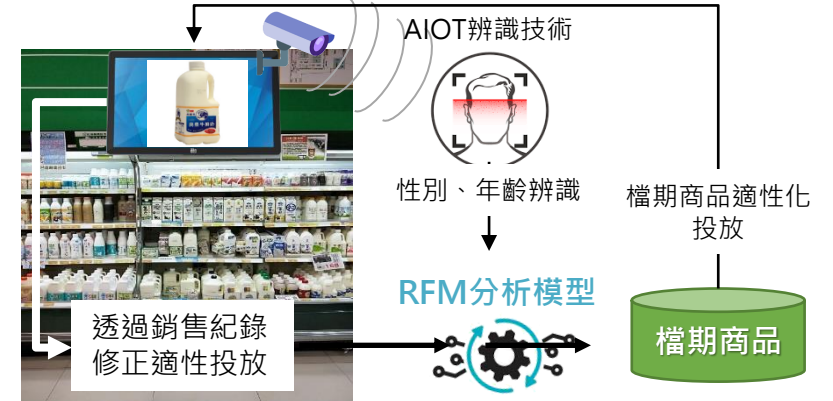
1 車輛進入停車場前，透過車牌辨識技術辨識車牌後，以API資料交換方式，傳輸車牌號碼，並連結至CRM系統抓取顧客資料。

2 依據抓取的顧客資料，透過CRM系統，抓取顧客商品偏好檔，依據顧客偏好，透過APP進行即時的適性化商品推薦清單推播。

3 商品推薦清單同時會提示消費者，商品擺放的貨架位置，讓消費者可以快速找到商品，加速購買決策，提高顧客商品提袋率。

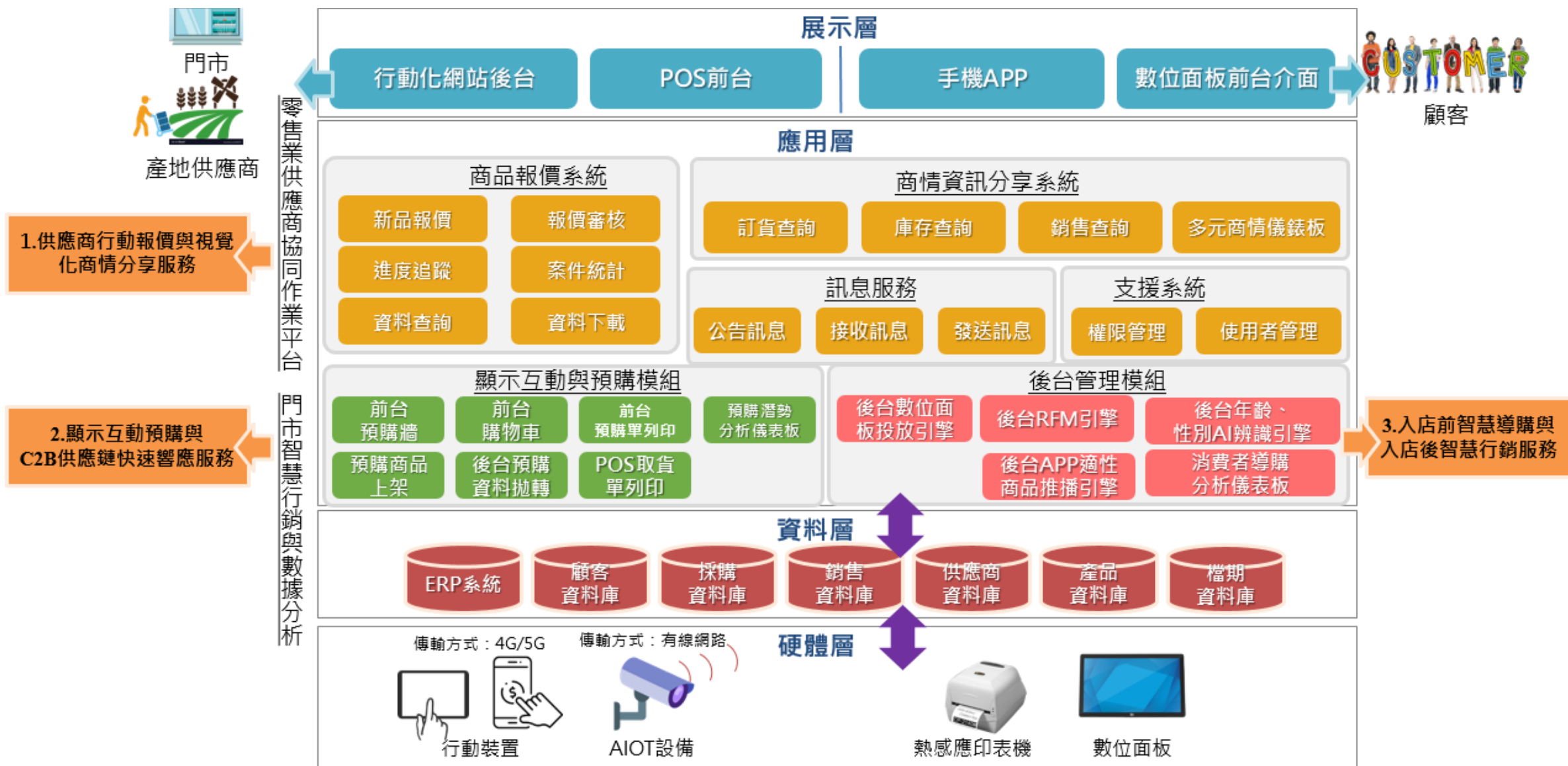


5 透過不同性別、年齡，注視廣告時間，以及實際購買產品的交叉分析，做為零售商與供應商後續檔期促銷活動的策略參考。

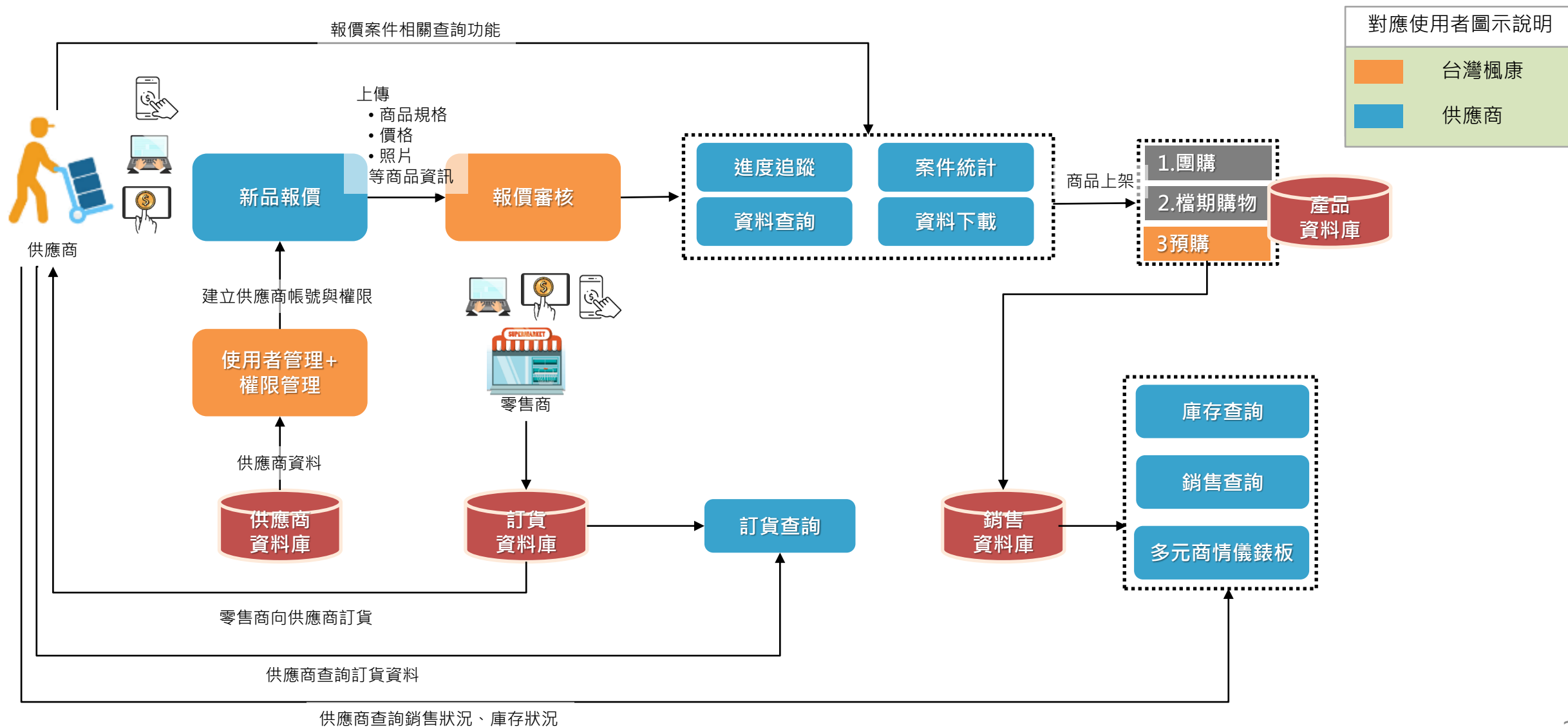


4 消費者靠近檔期輪播廣告數位面板時，利用臉部辨識，辨識消費者年齡與性別，透過RFM模型，進行檔期商品廣告的適性化投放，並利用銷售紀錄回測廣告效益，修正預估模型。

推動執行之整體系統與平台內容



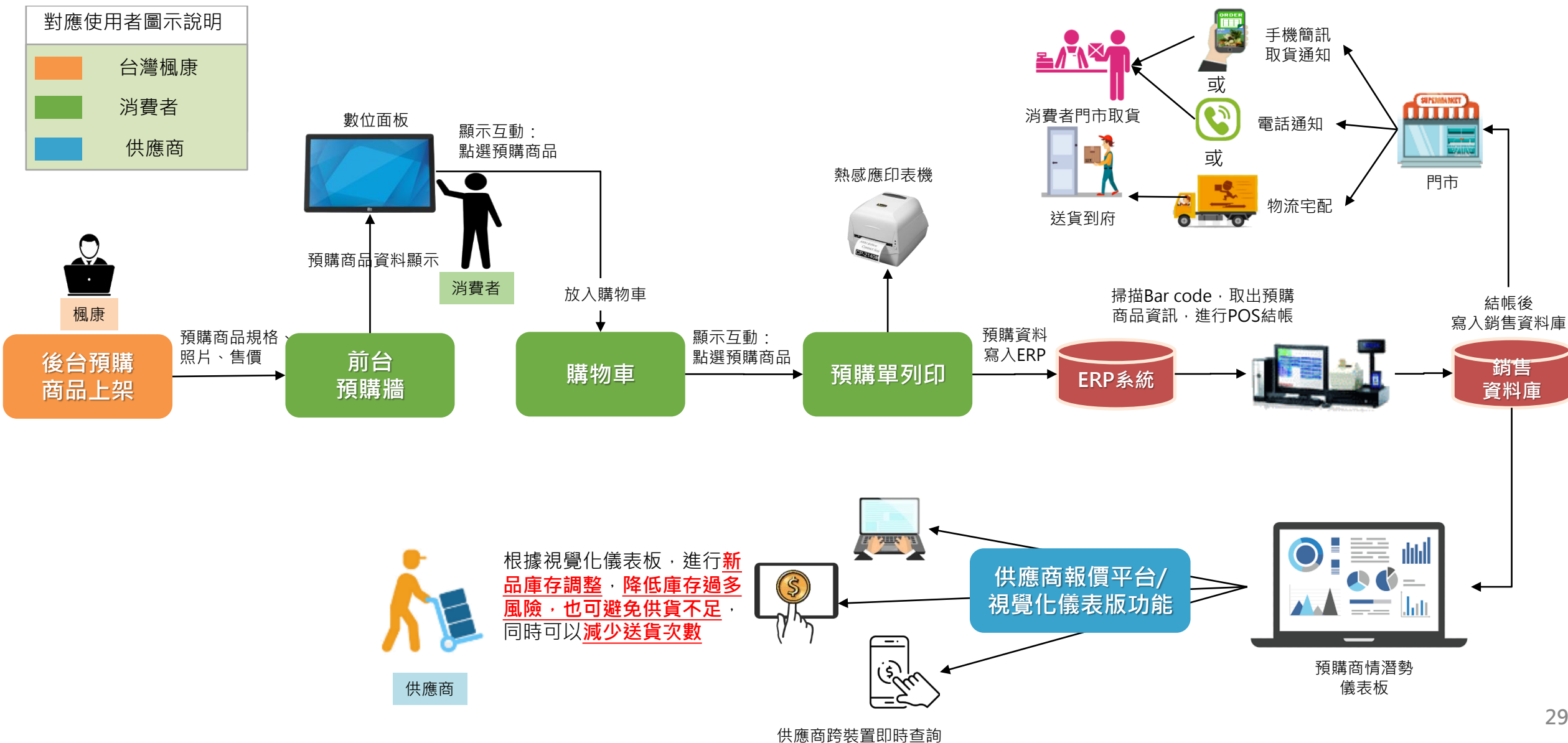
供應商行動報價與視覺化商情分享服務-實施方法與資訊串接



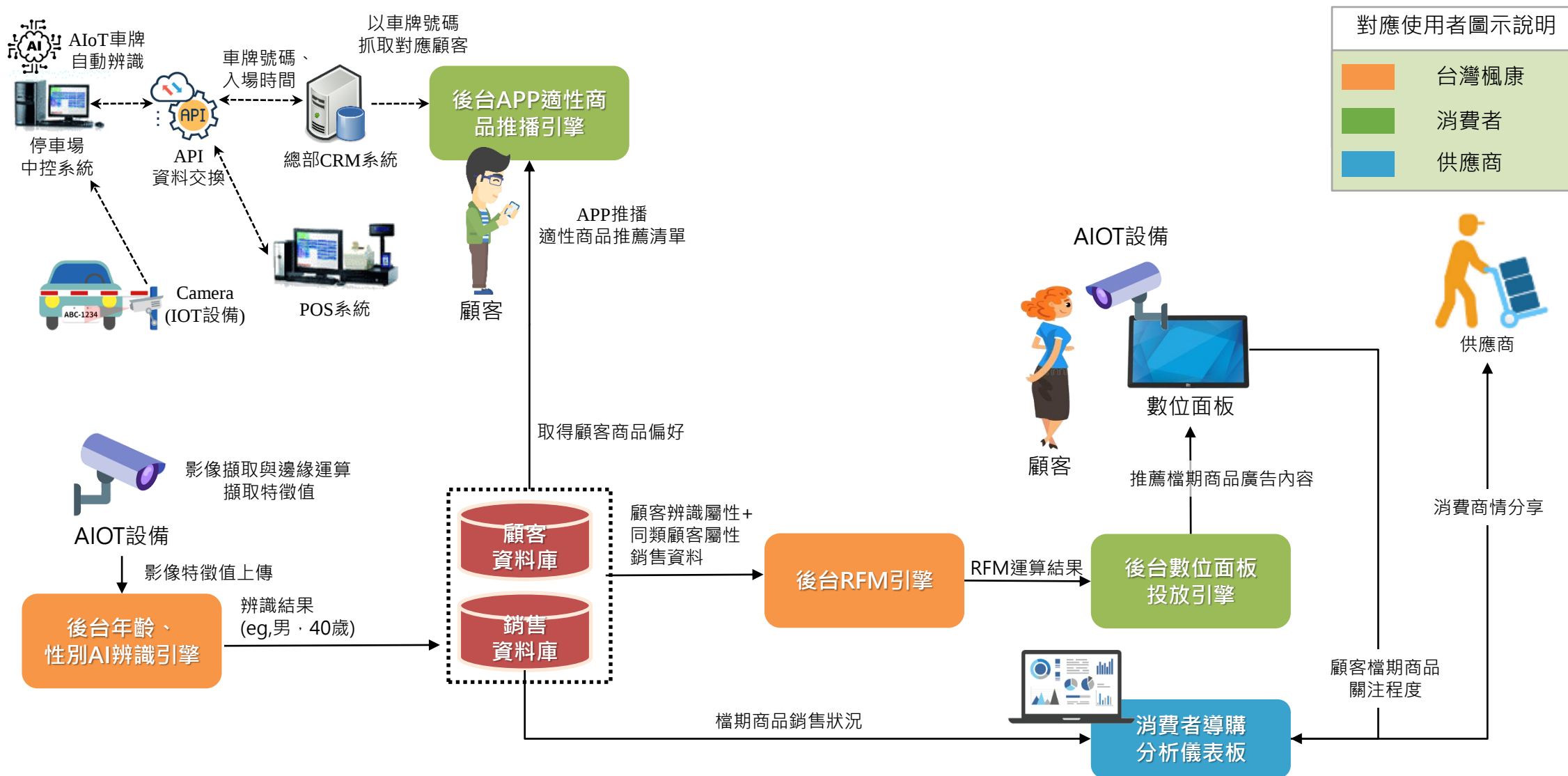
顯示互動預購與C2B供應鏈快速響應服務-實施方法與資訊串接

對應使用者圖示說明

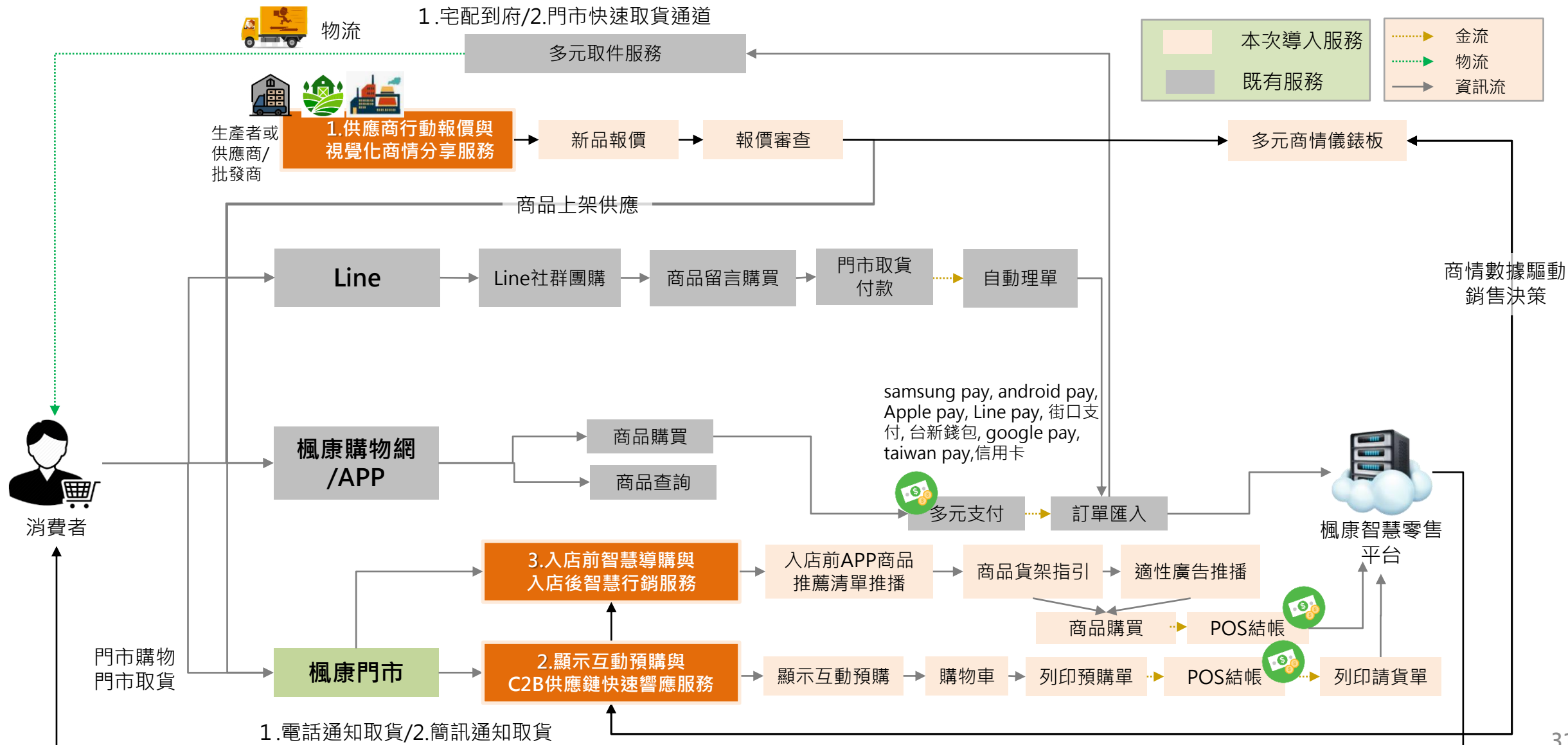
- 台灣楓康
- 消費者
- 供應商



入店前智慧導購與入店後智慧行銷服務-實施方法與資訊串接



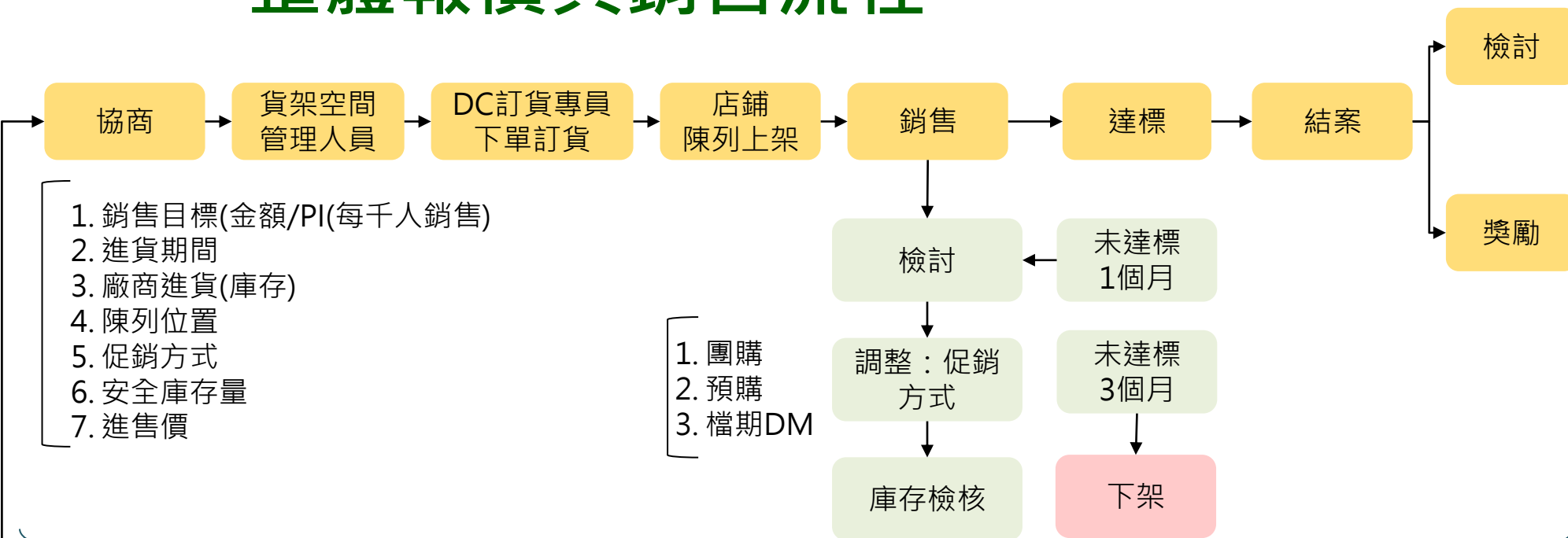
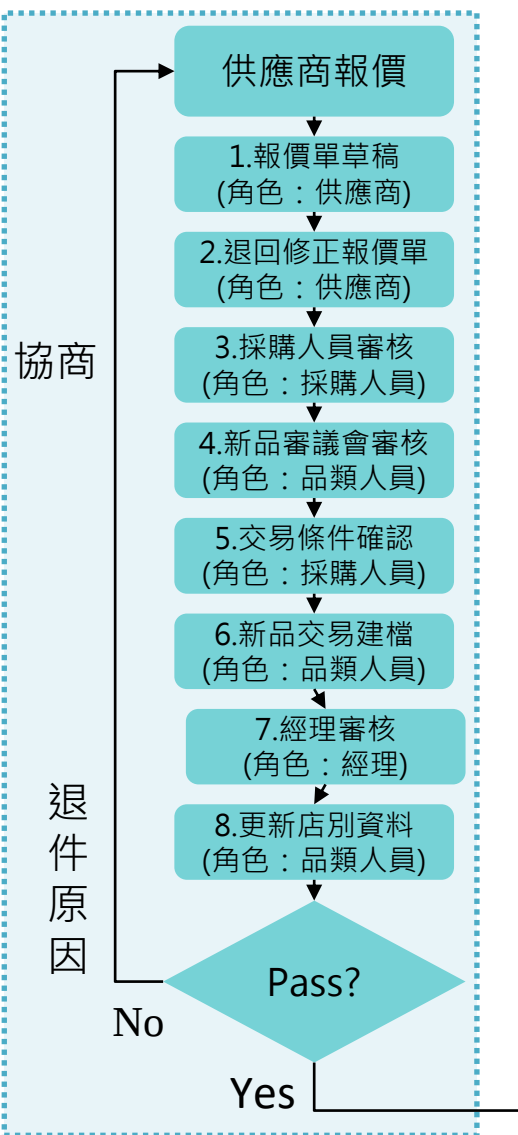
營運推展及獲利方式之規劃與達成





整體報價與銷售流程

商品報價系統



商情分享

1. 訂單資料、 庫存資料

2. 多元商情視覺化儀表板

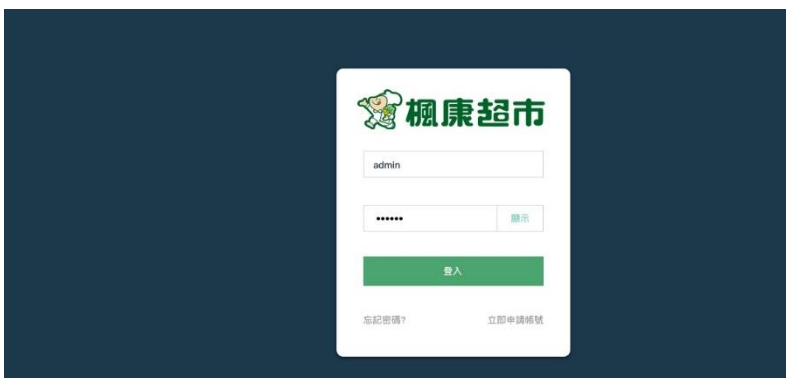
- 1. 廠商分類銷售業績
- 2. 廠商商品銷售業績
- 3. 部門業績

3. 預購商情潛勢儀表板

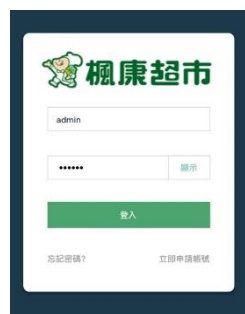
- 1. 條件：年齡、性別、日期、店別
- 2. 性別：男、女銷售佔比
- 3. 年齡層銷售佔比(大餅圖)
- 4. 店別、銷售業績(長條圖)
- 5. 日期、性別、銷售數量(長條圖+曲線圖)

其他工作內容執行說明- A分項.數據驅動零售業智慧化供銷鏈平台建置

● 商品報價系統-系統登入主畫面



電腦版登入畫面



手機版登入畫面



電腦版登入後功能列畫面



手機版登入後功能列畫面

- 所有供應商都必須透過帳號密碼才能登入系統。
- 供應商登入帳號密碼後，透過權限控管，僅能看到自己的新品報價狀態，以及查詢自己的商品在門市的庫存。

供應商登入系統後，依照系統管理者所授予的權限，可擁有相關功能。

其他工作內容執行說明- A分項.數據驅動零售業智慧化供銷鏈平台建置

● 商品報價系統-供應商報價流程

供應商報價流程主要如以下**8個關卡**，各個關卡均有對應的角色使用者，系統會記錄目前的狀態屬於哪一個關卡，因此**整體供應商議價過程可以藉此顯示於系統畫面上**。

而當供應商想要了解**目前的報價流程狀態**時，可透過**進度追蹤功能**，**查詢到新品報價的目前進度**在上述哪一個關卡(如下圖所示)，**據此做出對應的處置與因應**，例如報價單需要修正時，可儘快進行修正，或者當完成各個審查關卡後，可先行做備貨預估，或提早確認訂單數量，進行商品補貨或提前安排物流事宜，進而達到提升配送準時達交率的目的。

- ▣ 第 01 關：報價單草稿（審核角色：供應商）
- ▣ 第 02 關：退回修正報價單（審核角色：供應商）
- ▣ 第 03 關：採購人員審核（審核角色：採購人員）
- ▣ 第 04 關：新品審議會審核（審核角色：品類人員）
- ▣ 第 05 關：交易條件確認（審核角色：採購人員）
- ▣ 第 06 關：新品資料建檔（審核角色：品類人員）
- ▣ 第 07 關：經理審核（審核角色：經理）
- ▣ 第 08 關：更新店別資料（審核角色：品類人員）

審核意見列表（報價單號：1017414）

關號	階段名稱	簽核者	結果	簽核意見	簽核日期
1	報價單草稿	王丕凱	核准	System:送出新報價單	2021/07/28
2	退回修正報價單	王丕凱	核准	System:送出新報價單	2021/07/28
3	採購人員審核	鍾文進(日配採購)	核准	無	2021/07/28
4	新品審議會審核	李桂惠(品類-食品)	核准	無	2021/07/28
6	交易條件確認	鍾文進(日配採購)	核准	無	2021/07/28
7	新品資料建檔	林慧君(品類-日配)	退回	無	2021/07/28
6	交易條件確認	鍾文進(日配採購)	退回	無	2021/07/28
4	新品審議會審核	李桂惠(品類-食品)	退回	無	2021/07/28
3	採購人員審核	鍾文進(日配採購)	退回	無	2021/07/28

其他工作內容執行說明- A分項.數據驅動零售業智慧化供銷鏈平台建置

● 商品報價系統-供應商報價單登錄

送出報價單
存成草稿
取消

供應商資料			
供應商名稱	興農		
登錄人	資訊部人員	連絡電話	04-26936000
連絡EMail	kpwu@sinon.com.tw	傳真號碼	
商品基本資料			
商品名稱			
選擇採購人員	請選擇		
條碼	種類		
	單品		
上市日期	110 年 07 月 02 日		
單品	高度	公分	
	寬度	公分	
	深度	公分	
	規格	請選擇	
	單位	請選擇	
裝箱入數			
保存期限	上傳圖檔 瀏覽...		
主原料			
副原料			
價格條件			
進價(含稅)			
建議售價	☒ 含稅	毛利率	0 %
競爭售價	家樂福	最低訂量(PS)	
	全聯社		
	預計pi		
	其他		
商品行銷資料			
商品特性	特性一		
	特性二		
	特性三		
競爭品牌			
目標客層			
推廣計畫	媒體	☐ 書報雜誌 ☐ 電視 ☐ 廣播 ☐ 網路	
	預算		
	期間	110 年 07 月 02 日 ~ 110 年 07 月 02 日	

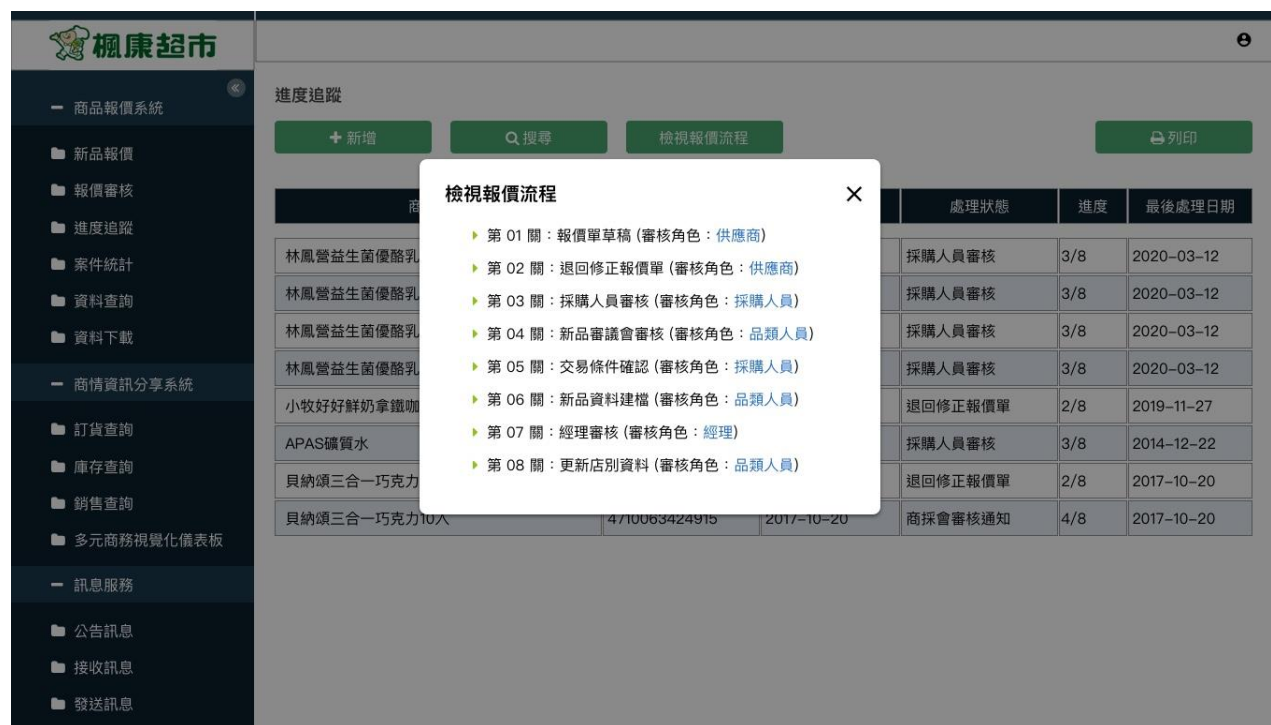
功能說明

1. 供應商資料：供應商登錄資料直接帶入顯示。
2. 保存期限：可選擇日、月、年。
3. 商品特性：商品特性一必須要輸入欄位。
4. 商品圖片：顯示建議大小。
5. 報價單號：自動取號。
6. 判斷條碼是否已存在，顯示提示訊息即可，不需阻擋。
7. 新增欄位：產地

酒:酒精成份 單位 %
 菸:尼古丁 單位 毫克
 焦油 單位 毫克

其他工作內容執行說明- A分項.數據驅動零售業智慧化供銷鏈平台建置

商品報價系統-進度追蹤



電腦版進度追蹤畫面

進度追蹤

+ 新增 🔍 搜尋 檢視報價流程 🖨 列印

商	處理狀態	進度	最後處理日期
林鳳營益生菌優酪乳	採購人員審核	3/8	2020-03-12
林鳳營益生菌優酪乳	採購人員審核	3/8	2020-03-12
林鳳營益生菌優酪乳	採購人員審核	3/8	2020-03-12
林鳳營益生菌優酪乳	採購人員審核	3/8	2020-03-12
小牧好好鮮奶拿鐵咖	退回修正報價單	2/8	2019-11-27
APAS礦質水	採購人員審核	3/8	2014-12-22
貝納頌三合一巧克力	退回修正報價單	2/8	2017-10-20
貝納頌三合一巧克力10入	商採會審核通知	4/8	2017-10-20

檢視報價流程

- 第 01 關：報價單草稿 (審核角色：供應商)
- 第 02 關：退回修正報價單 (審核角色：供應商)
- 第 03 關：採購人員審核 (審核角色：採購人員)
- 第 04 關：新品審議會審核 (審核角色：品類人員)
- 第 05 關：交易條件確認 (審核角色：採購人員)
- 第 06 關：新品資料建檔 (審核角色：品類人員)
- 第 07 關：經理審核 (審核角色：經理)
- 第 08 關：更新店別資料 (審核角色：品類人員)

電腦版進度追蹤畫面



手機版進度追蹤畫面

楓康流通服務系統

進度追蹤

+ 🔍 🖨 檢視報價流程

檢視報價流程

- 第 01 關：報價單草稿 (審核角色：供應商)
- 第 02 關：退回修正報價單 (審核角色：供應商)
- 第 03 關：採購人員審核 (審核角色：採購人員)
- 第 04 關：新品審議會審核 (審核角色：品類人員)
- 第 05 關：交易條件確認 (審核角色：採購人員)
- 第 06 關：新品資料建檔 (審核角色：品類人員)
- 第 07 關：經理審核 (審核角色：經理)
- 第 08 關：更新店別資料 (審核角色：品類人員)

手機版進度追蹤畫面

其他工作內容執行說明- A分項.數據驅動零售業智慧化供銷鏈平台建置

● 商品報價系統-訂貨查詢

 **訂貨查詢**

>>> 更新時間

2021/8/2 下午 08:32:23

>>> 查詢通路

門市：全部 ▼

>>> 查詢項目

☒ 供應商編號：607102 ... 味全食品(股)公司第二鮮乳
☐ 商品貨號／國際條碼： ...
☐ 訂單編號：

>>> 查詢期間

110 ▼ 年 07 ▼ 月 01 ▼ 日 ~ 110 ▼ 年 07 ▼ 月 30 ▼ 日

>>> 訂單狀態

☐ 未到貨 ☒ 全部

確 認

取 消

訂貨查詢

 **訂貨查詢**

查詢通路 超市—全部
 查詢項目 供應商編號：607102 味全食品(股)公司第二鮮乳
 查詢期間 110/07/01 ~ 110/07/30
 訂單狀態 全部
 查詢結果 共有 2013 筆資料符合

全部選取

清除選取

顯示選取明細

選取	門市	訂單編號	訂單日期	指定到貨日	股別	供應商
☐	太平店	7016	2021/07/01	2021/07/11	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7021	2021/07/01	2021/07/11	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7002	2021/07/02	2021/07/12	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7012	2021/07/02	2021/07/12	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7023	2021/07/02	2021/07/12	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7003	2021/07/03	2021/07/13	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7007	2021/07/03	2021/07/13	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7009	2021/07/03	2021/07/13	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7015	2021/07/03	2021/07/13	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7016	2021/07/03	2021/07/13	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7017	2021/07/03	2021/07/13	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7018	2021/07/03	2021/07/13	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7008	2021/07/04	2021/07/14	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7002	2021/07/05	2021/07/15	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7008	2021/07/05	2021/07/15	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7028	2021/07/05	2021/07/15	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7029	2021/07/05	2021/07/15	70	味全食品(股)公司第二鮮乳
☐	太平店	7030	2021/07/05	2021/07/15	70	味全食品(股)公司第二鮮乳

訂貨查詢結果

其他工作內容執行說明- A分項.數據驅動零售業智慧化供銷鏈平台建置

● 商品報價系統-庫存查詢

庫存查詢

>>> 更新時間

2021/7/13 上午 08:00:53

>>> 查詢通路

門市： 全部 ▼

>>> 查詢項目

☒ 供應商編號： 608525 ...

☐ 商品貨號／國際條碼： ...

>>> 庫存篩選方式

☐ 無庫存 ☐ 有庫存 ☒ 全部

☐ 庫存量： >= ▼

確認

取消

庫存查詢



庫存查詢

查詢通路

超市－全部門市

查詢項目

供應商編號：608525 義美股份有限公司

最後到貨日

庫存篩選

全部

查詢結果

共有 3 筆資料符合

下載存檔

商品貨號	國際條碼	商品名稱	健行店		溪湖店		物流中心	
			庫存量	庫存日期	庫存量	庫存日期	庫存量	庫存日期
30970524	4710126073265	義美芝麻捲200g			6	110/07/13	0	110/02/23
30970525	4710126073289	義美花生捲185g					0	110/02/23
30990610	4710126112568	義美核果糕6入	2	110/07/13			0	110/02/12

庫存查詢結果-橫式排列

庫存查詢

查詢通路

超市－全部門市

查詢項目

供應商編號：608525 義美股份有限公司

最後到貨日

庫存篩選

全部

查詢結果

共有 3 筆資料符合

下載存檔

商品貨號	國際條碼	商品名稱	門市	庫存量	庫存日期
30970524	4710126073265	義美芝麻捲200g	健行店		
			溪湖店	6	110/07/13
			物流中心	0	110/02/23
30970525	4710126073289	義美花生捲185g	健行店		
			溪湖店		
			物流中心	0	110/02/23
30990610	4710126112568	義美核果糕6入	健行店	2	110/07/13
			溪湖店		
			物流中心	0	110/02/12

庫存查詢結果-直式排列

其他工作內容執行說明- A分項.數據驅動零售業智慧化供銷鏈平台建置

商品報價系統-銷售查詢

銷售查詢

>>> 更新時間

2021/7/6 上午 06:52:54

>>> 查詢通路

門市：

全部

>>> 查詢期間

日期查詢

110

年

06

月

06

日

~

110

年

07

月

06

日

月彙總查詢

>>> 查詢項目

供應商編號：

商品貨號／國際條碼：

>>> 篩選方式

銷售金額篩選：

新商品日期篩選：

110

年

06

月

06

日

~

110

年

07

月

06

日

>>> 資料分群方式

商品

門市

銷售日期

確認

取消

銷售查詢



銷售查詢

查詢通路

超市—全部

查詢項目

供應商編號：610142 統一企業股份有限公司

查詢期間

明細查詢：110/06/07~110/07/07

資料篩選

查詢結果

共有 2 筆資料符合

資料分群：

門市名稱

銷售日期

全部選取

清除選取

顯示選取明細

下載存檔

選取	供應商	商品貨號	商品名稱	國際條碼	分類名稱	銷售金額	銷售數量
☐	統一企業股份有限公司	53100025	抹茶紅豆Q菠蘿	0200531000252	現烤甜麵包	191.0	5
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	65,712.0	1078

銷售總金額：65,903.0

銷售總數量：1,083

銷售查詢結果

銷售查詢

查詢通路

超市—全部

查詢項目

供應商編號：610142 統一企業股份有限公司

查詢期間

明細查詢：110/06/14~110/07/14

資料篩選

查詢結果

共有 25 筆資料符合

全部選取

清除選取

顯示選取明細

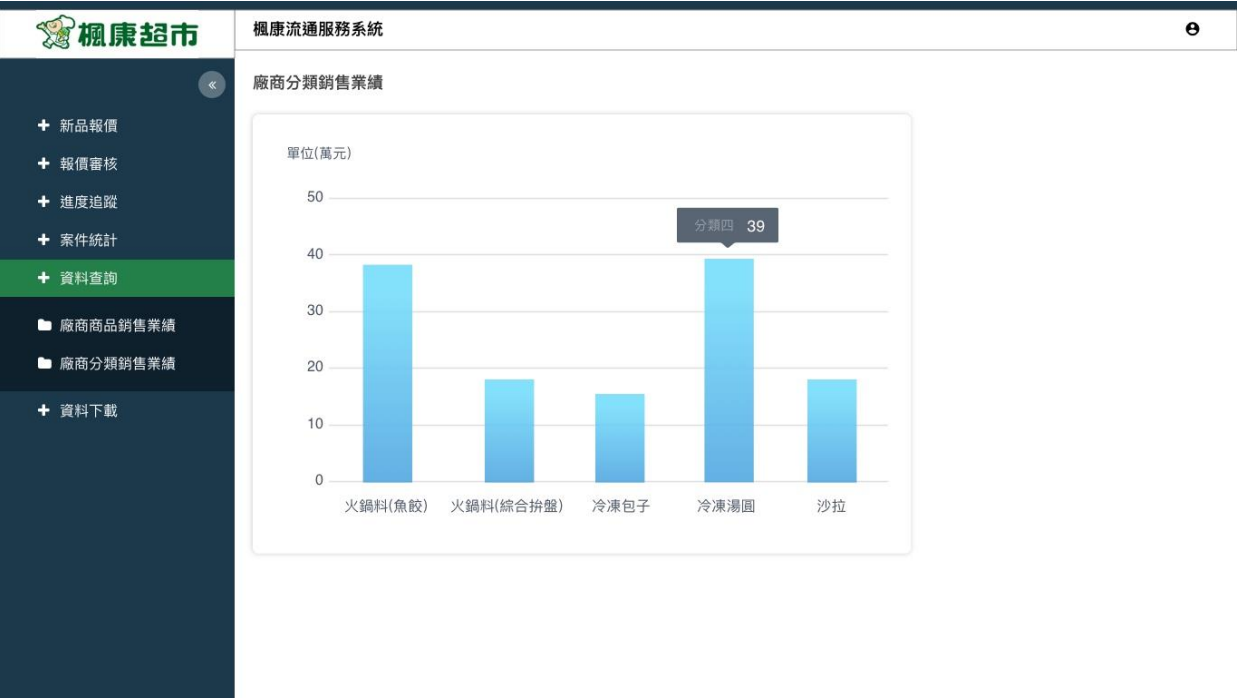
下載存檔

選取	供應商名稱	商品貨號	商品名稱	國際條碼	分類名稱	門市名稱	銷售金額	銷售數量
☐	統一企業股份有限公司	53100025	抹茶紅豆Q菠蘿	0200531000252	現烤甜麵包	金馬店	46.0	2
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	華屯店	2,270.0	35
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	健行店	2,987.0	48
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	三民店	1,457.0	25
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	黎明店	1,225.0	19
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	南屯店	3,442.0	53
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	大雅店	4,373.0	75
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	南投店	624.0	10
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	霧峰店	890.0	15
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	鹿港店	866.0	16
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	竹山店	850.0	15
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	后里店	3,658.0	62
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	潭子店	3,599.0	61
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	和美店	2,949.0	46
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	大慶店	1,075.0	18
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	福皇店	6,540.0	101
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	永春店	59.0	1
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	青海店	6,910.0	107
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	大里店	5,315.0	82
☐	統一企業股份有限公司	53100026	綜合QQ球	2950002600006	現烤甜麵包	沙鹿店	2,225.0	37

銷售查詢結果(明細)

其他工作內容執行說明- A分項.數據驅動零售業智慧化供銷鏈平台建置

商品報價系統-廠商分類銷售業績



廠商分類銷售業績



廠商商品銷售業績



本計畫3項服務之IPO(input/output/process)、效益說明

Input

Process

Output

1

供應商行動報價與視覺化商情分享

2

顯示互動預購與C2B供應鏈快速響應服務

3

入店前智慧導購與入店後智慧行銷服務

供應商行動報價與視覺化商情分享-數據共享與效益說明

Input

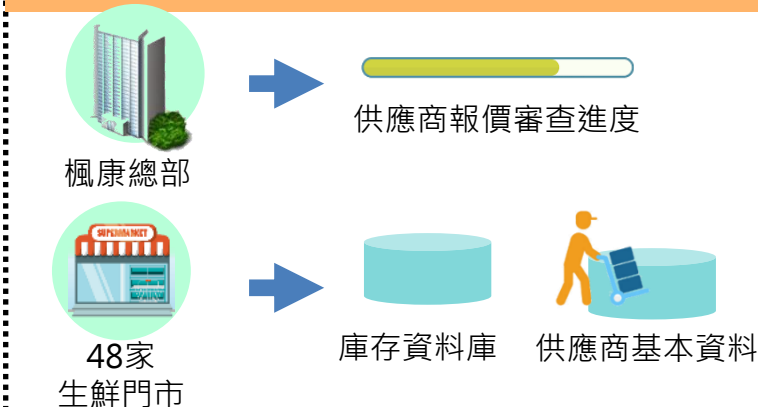
Process

Output

台灣楓康超市-銷售資料



台灣楓康超市-訂單資料



數據匯流

數據匯流

數據驅動零售業智慧化
供銷鏈雲服務

供應商行動報價與視覺化
商情分享服務

前端視覺化技術
雲端服務

權限控管技術

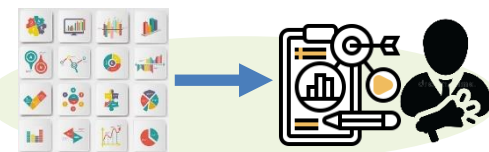
庫存查詢

雲服務

雲服務

多元商情大數據儀表板

1. 台灣楓康超市參考多元商情大數據儀表板呈現的數據(如下所述)，進行檢討與促銷方式調整，並檢討是否達成銷售目標，未達成銷售目標的商品則進行檢討或下架。

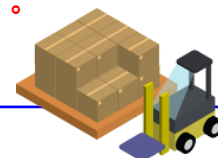


多元商情視覺化儀表板

1. 廠商分類銷售業績 → 庫存週轉率提升
2. 廠商商品銷售業績
3. 部門業績

- 2-1. 供應商參考多元商情大數據儀表板做備貨預測，提高備貨預測準確度。
- 2-2. 供應商查詢門市庫存，做庫存管理，備貨預測與物流派送排程優化。

訂單資料、
庫存資料



提升配送準時達交率

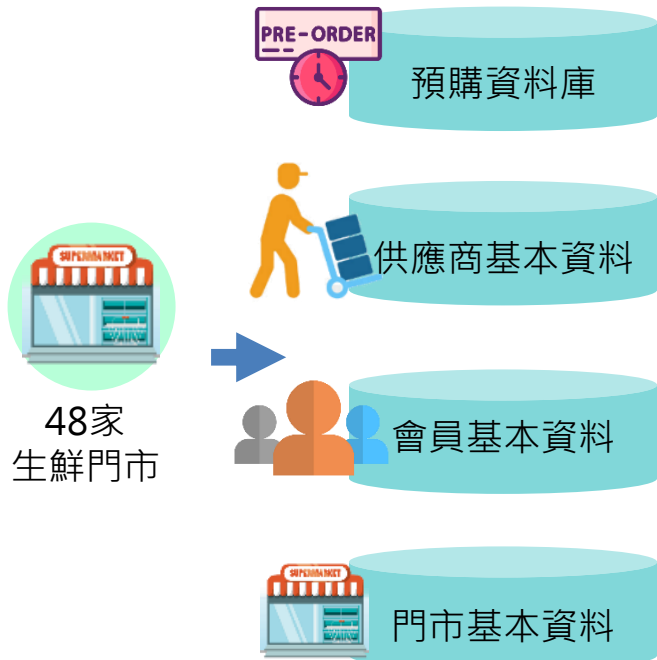
顯示互動預購與C2B供應鏈快速響應服務-數據共享與效益說明

Input

Process

Output

台灣楓康超市內部資料



數據匯流

數據驅動零售業智慧化
供銷鏈雲服務

顯示互動預購與
C2B供應鏈快速響應服務

前端視覺化技術
雲端服務

權限控管技術



雲服務

雲服務

預購商情潛勢儀表板

1. 台灣楓康超市參考預購商情潛勢儀表板呈現的數據(如下所述)，進行檢討與促銷方式調整，並檢討是否達成銷售目標，未達成銷售目標的商品則進行檢討或下架。



預購商情潛勢儀表板

1. 條件：年齡、性別、日期、店別
2. 性別：男、女銷售佔比
3. 年齡層銷售佔比(大餅圖)
4. 店別、銷售業績(長條圖)
5. 日期、性別、銷售數量(長條圖+曲線圖)

供應商：藉由預購商情潛勢儀表板，即時掌握預購數量，進行庫存調整，避免庫存過多，或庫存不足。

提升配送準時達交率、降低通路缺貨率

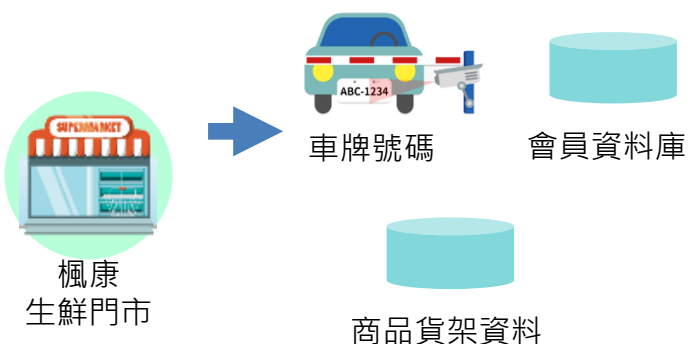
入店前智慧導購與入店後智慧行銷服務-數據共享與效益說明

Input

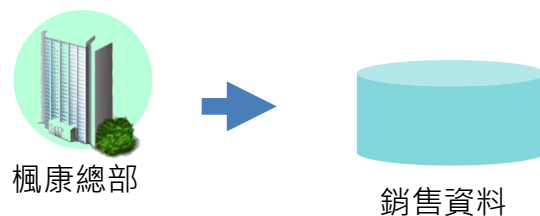
Process

Output

台灣楓康超市-基本資料



台灣楓康超市-銷售資料



數據驅動零售業智慧化 供銷鏈雲服務

入店前智慧導購與 入店後智慧行銷服務

數據匯流

數據匯流

AIOT車牌辨識：
deep learning CNN

RFM
數據分析模型

由車牌號碼抓取會員編號

邊緣運算、
人臉辨識採用Fully
convolutional
network (FCN)

RFM
數據分析模型

雲服務

多元商情大數據儀表板

1. 台灣楓康超市：適性商品推薦清單、推薦商品貨架位置指引。

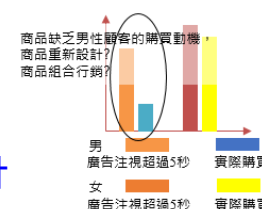


2. 台灣楓康超市：數位面板適性廣告投放。



3. 供應商：不同性別、年齡，注視廣告時間，以及實際購買產品的分析，做為零售商與供應商後續檔期促銷活動的策略參考

性別、年齡
廣告關注與實際購買統計



提升數位廣告效益

其他工作內容執行說明- B分項.供應鏈協同作業推廣

● B2.供應鏈協同預購檔期規劃

- 第1次預購檔期行銷活動內容規劃—中秋月餅預購行銷。
- 除透過顯示互動預購服務的導入，同時舉辦各門市的銷售競賽。

◆ 初期各店以現烤蛋黃酥為主要銷售品項

1. 店現烤蛋黃酥販賣：各店現烤烏豆沙蛋黃酥由PC供應冷凍麵糰給店現烤使用，以月餅香氣新鮮現烤看得見，吸引來客購買。

原 料
烏豆沙蛋黃酥麵糰
120入
53320005



2. 綠豆凸3入(脫氧包裝)販售：於8/3(五)農曆7月前指送一次拜拜分配量，後續開放每週可訂貨，直接由PC烘烤脫氧包裝出貨，可因應各店銷售迴轉，較往年不同操作模式。

成 品
綠豆凸(魯肉)3入
53330001
綠豆凸(奶素)3入
53330002



◆ 禮盒販賣(採系統預購方式)：預購案代號：1009

品名	尺寸	商品代碼
楓康綠豆凸禮盒(滷肉)6入		53330100
楓康綠豆凸禮盒(奶素)6入		53330102
楓康蛋黃酥禮盒10入		53330112
楓康麻糬芋頭酥禮盒10入		53330118
台灣土鳳梨酥禮盒10入		53330124
雪藏乳酪綠豆皇禮盒12入		53330175
康鼎頌月廣式禮盒6入		53330184
陳允寶泉沐月雅致禮盒		53330193
法布甜饗宴禮盒		53330192
阿聰師可可經典禮盒9入		53330194
阿聰師綜合酥餅禮盒10入		53330195
寶珍香秋月圓禮盒		53330190
寶珍香保存期限14天		



目錄

肆

計畫願景及推動藍圖





計畫願景及推動藍圖

計畫願景

- ◎ **短期**：導入供應商行動化即時報價平台與即時視覺化商情分享，解決產、配、銷資訊匯流不即時的問題，強化產、配、銷間的協同作業，建立產、配、銷共好共榮的商業模式，並提升商品配送準時達交率、提升庫存周轉率、降低通路缺貨率。
- ◎ **中期**：於實體賣場，持續深化顯示科技的應用，以建立與線上服務的差異化，同時建立自動化流程，減少接觸，為後疫情時代建立超前佈署的各種線下自動化服務。
- ◎ **長期**：應用AIOT科技與顯示科技、人工智慧等技術，持續深化顧客個人化服務，並創造顧客有感體驗。

計畫推動藍圖

年度	110年	111年	112年
營運指標狀態	1. 服務帶動消費金額： 394,970,000元 2. 受補助計畫推動增加營收額： 44,970,000	1. 營業額成長 5% 2. 新品引進品項數： 120項 3. 預購銷售金額成長： 10% 4. 團購金額成長： 10%	1. 營業額成長 5% 2. 新品引進品項數： 130項 3. 預購銷售金額成長： 8% 4. 團購金額成長： 8%
具體措施	本計畫導入3項創新服務的具體做法如下 1. 供應商行動報價與視覺化商情分享： 2. 顯示互動預購與C2B供應鏈快速響應服務： 3. 入店前智慧導購與入店後智慧行銷服務	本計畫在達成願景之下，中程之具體措施規劃及營運指標狀態如下所述。 1. 將顯示互動預購與C2B供應鏈快速響應服務持續導入到楓康48家門市。 2. 將顯示科技應用到商品資訊、商品履歷的即時呈現，輔助顧客快速了解商品，加速購買決策 3. 除了供應鏈體系內的資料分析與視覺化儀表板之外，未來希望透過外部資料的擷取與分析，強化對於消費者輿情的分析，協助產業鏈進行決策	本計畫在達成願景之下，長程之具體措施規劃及營運指標狀態如下所述。 1. 深化入店前智慧導購與入店後智慧行銷服務在AIOT辨識部份，能辨識到顧客個人(faceid) 2. 整合AIOT faceid辨識技術與5G技術，建立戶外虛擬店 3. 規劃沉浸式體驗的顯示科技互動模式，設計與產品連結性強的購物氛圍，強化使用者體驗，並應用於團購的部份

具體措施之詳細作法如下頁所示👉



計畫推動藍圖

階段時程

重點目標

具體方式

階段目標

107~108年
(業績成長1%)

運用資通訊技術的導入，強化顧客體驗、訴求顧客價值創造，進而增強顧客黏著度，提升企業獲利。

- 七種多元支付
- 導入五項智慧零售服務
- 入水果甜不甜
- 商品追蹤與食譜
- 即時促銷導購
- 自助/多元取件
- 供應商商情分享

打造有感顧客消費體驗

109年
(業績成長4%)

導入資通訊技術，以消費者為中心打造有感體驗，推動線上與線下融合(OMO)的全通路智慧零售。

- 導入三項服務，包含
- 供應商行動報價與視覺化商情分享服務
 - 顯示互動預購與C2B供應鏈快速響應服務
 - 入店前智慧導購與入店後智慧行銷服務

建置OMO全通路智慧零售

110年
(業績成長10%)

以中台灣為主要場域，透過楓康超市為核心，帶動上游供應鏈廠商共同參與，透過以大帶小的方式，以科技工具優化既有產、配、銷服務流程，強化垂直供需鏈的營運效能，包含提升庫存周轉率、降低通路缺貨率、提升配送準確率，打造產業鏈共好共榮。

- 導入三項服務，包含
- 供應商行動報價與視覺化商情分享服務
 - 顯示互動預購與C2B供應鏈快速響應服務
 - 入店前智慧導購與入店後智慧行銷服務

產、配、銷協同與深度鏈結
消費數據共享與決策輔助

111年
(未來願景)

引進外部消費輿情public data，打造更全面的數據驅動的產線商品生產製造決策、明星商品批發決策、零售銷售策略擬定的智慧供銷鏈。

- 除了供應鏈體系內的資料分析與視覺化儀表板之外，未來希望透過外部資料的擷取與分析，強化對於消費者輿情的分析，協助產業鏈進行決策。
- 將顯示科技應用到商品資訊即時互動呈現，例如整合上游生產、製造商的智慧生產、製造履歷系統，輔助顧客快速了解商品，加速購買決策。

數據驅動多元化
產配銷協同智慧化