

# 广州辰智制造业方案介绍

广州辰智科技有限公司



# 议程安排

关于辰智



利用BI提升  
企业运营能力



BI案例介绍



整体架构  
和产品介绍



BI软件  
实施介绍



BI软件问答



# 辰智的企业发展历程



燕山石化



广州石化



金山石化



Huawei  
Symantec



ZTE中兴



深业集团  
SHUM YIP HOLDINGS



深圳市药检院



创意感动生活  
The Creative Life

FIYTA



2012年10月成立

2014年2月  
通过在大中型企业实施BI项目来  
验证数据数据分析理论和分析模  
型是否具有普遍性

2014年8月  
辰智移动BI第一版  
正式上线

2016年10月  
向云平台应用迁移和扩展

# Satisfy BI — “Satisfy” 在哪里

他们在做  
工具



我们在做  
内容



销售模型  
财务模型  
采购模型  
.....  
人力模型

他们在做  
分析



我们在做  
挖掘



关联性分析  
RFM分析  
销售预测  
.....  
客户画像

# 辰智参加第三届国际城市创新节

广州市蔡朝林副市长高度评价Satisfy BI



# 辰智积极与国内外嘉宾探讨BI发展趋势





# 广州市科技创新企业

证书编号: GZXJR2015060356

## 广州市科技创新小巨人企业 证书

企业名称: 广州辰智信息科技有限公司

认定年度: 2015年度



# 广东省守合同重信用





# 产品著作权

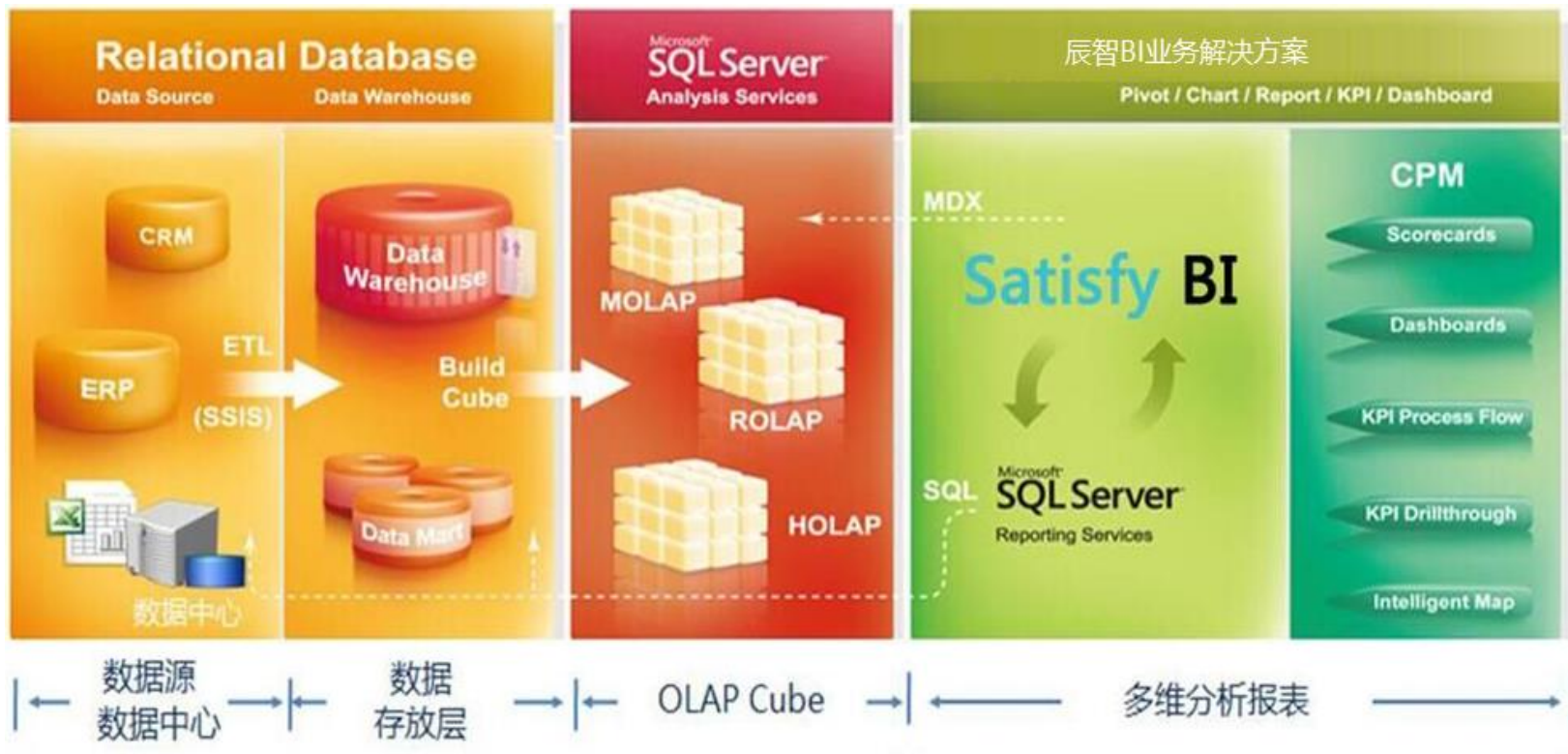


# 辰智的优势

- 大型项目管理和系统大用户量处理的经验
- 经验丰富的项目顾问
- 提供高质量的现场支撑服务
- 长期的咨询和实施支持



# Satisfy BI 的整体技术架构



# Satisfy BI 管理平台



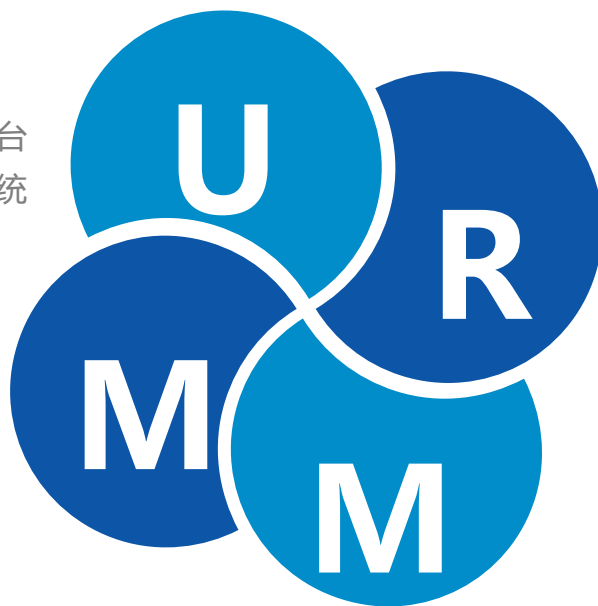
## 统一平台

提供统一数据管理平台  
统一用户认证集中管理  
提供统一数据展现开发平台  
集成业务系统，实现数据统计



## 元数据管理

提供业务主题分析功能  
实现统一业务指标的定义  
基于元数据的语义数据分析  
基于数据结构的元数据管理



## 报表设计

多业务数据源关联统计  
支持可视化报表开发功能  
提供数据填报，多级汇总  
等功能，支持Excel数据批量上报

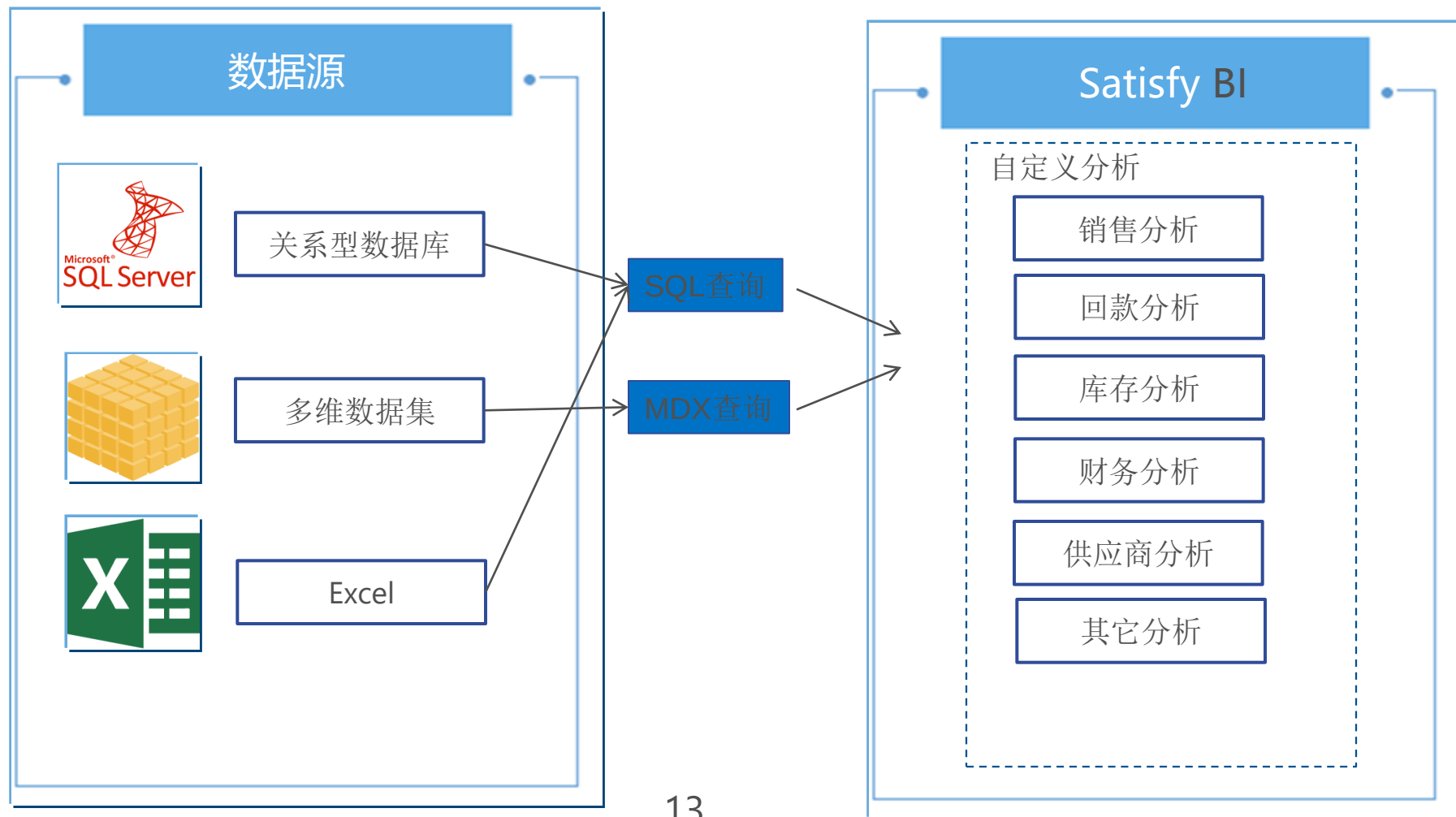


## 移动展示

提供移动设备管理功能，  
实现设备注册，审核等功能  
支持IOS，Android手机和平板移动设备报表展示



# 数据源支持——同时支持SQL和SSAS





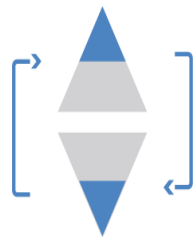
# Satisfy BI 产品功能



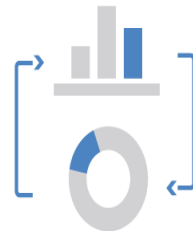
## 强大的分析功能



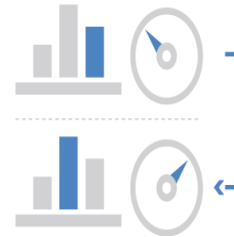
向下钻取得到更详细的类别  
向上钻取得到更综合的信息



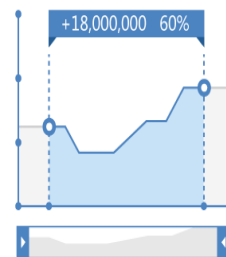
通过不同的组件进行分析, 可以自行  
调节维度及度量



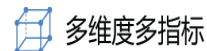
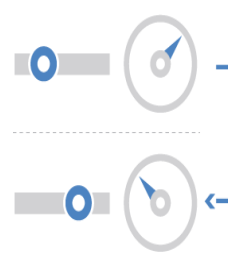
报表各个组件间相互关联, 相互影响,  
使数据分析更加清晰, 更容易掌握



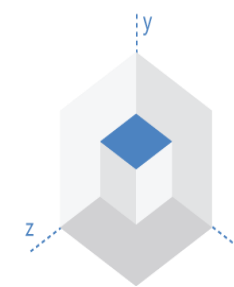
查看特定条件下 (某部门, 某产品在某个  
时间段) 的指标



通过对某个指标的变化, 预测其对其他  
指标产生的影响



全方位, 多角度对不同指标进行对比分析



# PC和手机的同步展现



# 自适应各种手机APP

自适应支持苹果IOS和安卓APP



# 可与微信企业号进行集成





# 大屏展示





# 议程安排

关于辰智



利用BI提升  
企业运营能力



BI案例介绍



整体架构  
和产品介绍



BI软件  
实施介绍



BI软件问答



# 运营及生产KPI分析

## 经营及生产分析体系

### 综合分析KPI

销售达成率、毛利率、净利润率、AR、CCC、重要财务比率

### 销售主题KPI

iMap、销售收入、毛利率、净利润率、销售预测、销售收入/利润率同比

### 采购主题KPI

采购数量、采购金额、库存数量、到货率、PO交货及时率、物料损耗金额、订单履约率、退货率

### 生产主题KPI

生产计划达成率、生产直通率、工单结案率、稼动率、任务及时关闭率、投入产出比、制造费用率

### 库存主题KPI

库存数量（期初库存、期末库存）、出货量、库存成本、存销比、库存周转率、库存周转天数

### 收款主题KPI

期初余额、期末余额、帐龄结构、回款率、应收款增加率

### 付款主题KPI

期初余额、期末余额、帐龄结构、应付款比率、本期计划付款与现金比率

### 资产主题KPI

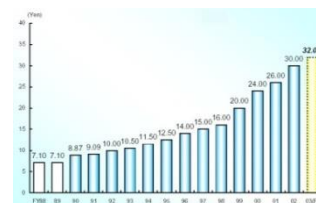
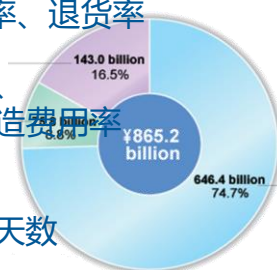
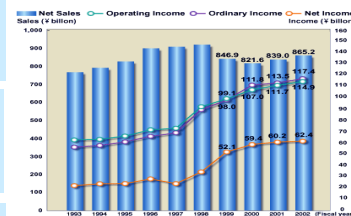
原值、净值、折旧、折旧率、设备使用率、投入产出比、

### 成本主题KPI

当期成本、累计成本、成本率  
按成本中心、部门、车间、产品线

### 品质分析KPI

生产直通率、QA合格率



# 综合分析KPI

## 全国客户画像

华为  
OPPO 一加  
努比亚 VIVO 酷派  
联想 中兴 魅族  
苹果 小米

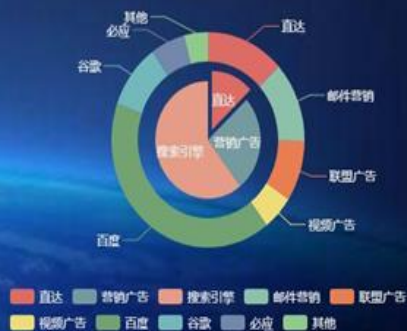
## 长盈精密全渠道战情室

销售数据

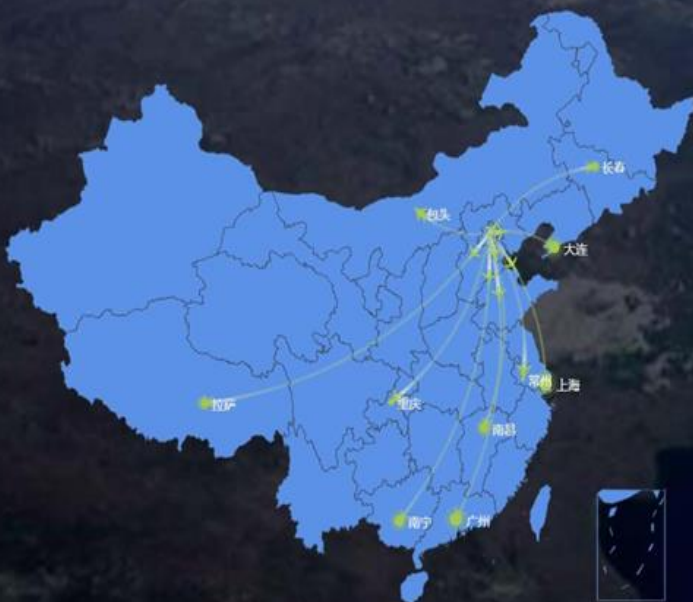
¥ 943,894,120

全国总收入：¥ 25,127,600

订单完成率：99%

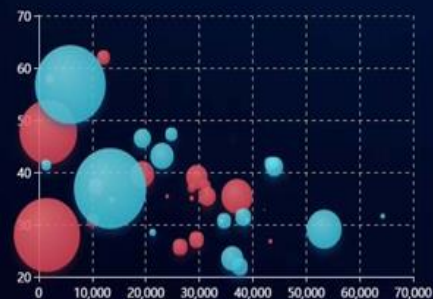


## 模拟运输

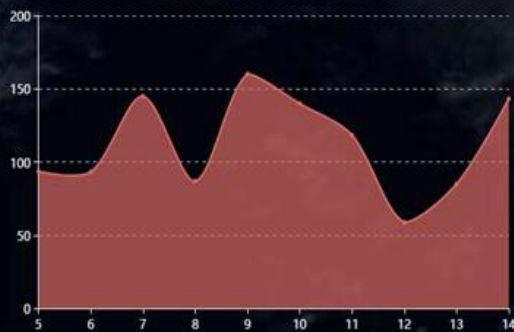


全国

1990 2015



北京 Top10  
上海 Top10  
广州 Top10





# 综合分析KPI

生产完成指标



投入产出比 56.03%

生产直通率 99.82%

人员流失率 11.06%

OPE 75.63%

任务及时关闭率 66.67%

财务类指标



毛利率: 31.63%

资产负债率: 75.17%

流动比率: 120.75%

深圳



投入产出比  
67.03%



生产直通率  
99.90%

西安



投入产出比  
53.03%



生产直通率  
99.88%

开发科技



投入产出比  
45.03%



生产直通率  
99.89%

盛联丰



投入产出比  
78.03%



生产直通率  
99.87%

福盛



投入产出比  
63.03%



生产直通率  
99.89%

松日数码



投入产出比  
44.03%



生产直通率  
99.92%

西可



投入产出比  
50.03%



生产直通率  
99.62%

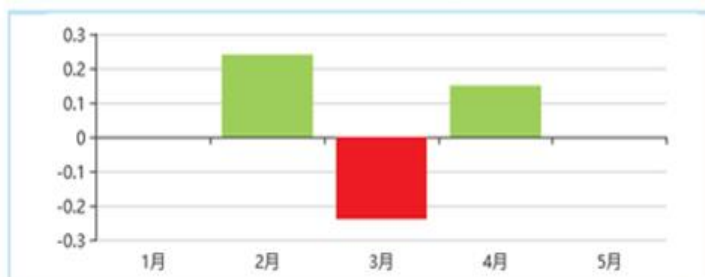
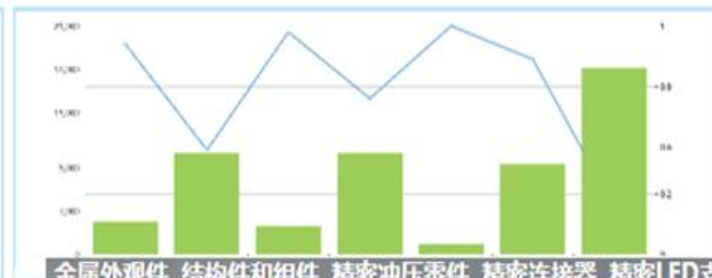
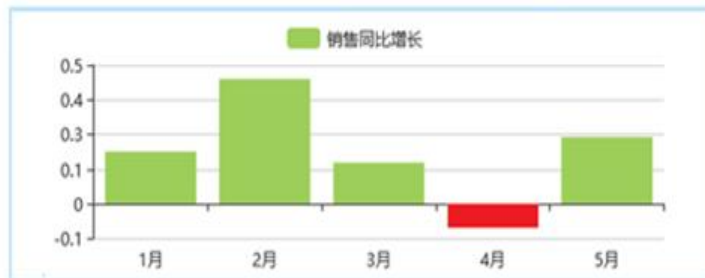
资产负债情况 单位: 万元



利润情况 单位: 万元

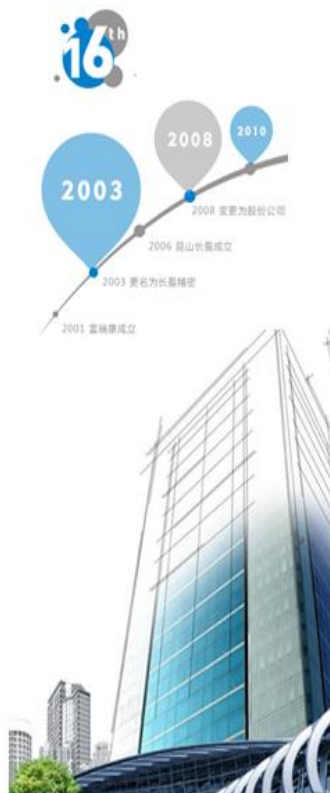


# 销售KPI





# 销售KPI



## ≡ KPI

### 当期总收入

本月实销: **9449** 万元  
上年同期: **8111** 万元

### 深圳

本月实销: **26** 万元  
上年同期: **19** 万元

### 东莞

本月实销: **1538** 万元  
上年同期: **744** 万元

### 昆山

本月实销: **65** 万元  
上年同期: **112** 万元

### 渠道总数:

本月实销: **2279** 个  
上年同期: **1995** 个

### 平均单产:

本月实销: **4.6** 万元  
上年同期: **5.6** 万元

## ≡ 销售整体完成情况

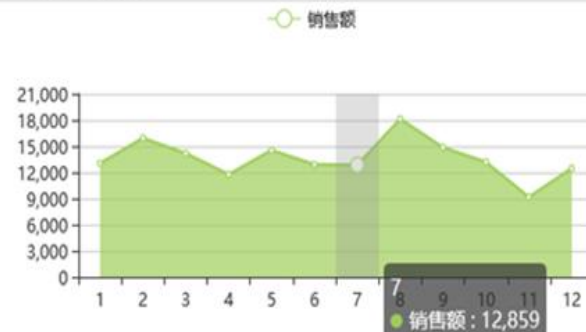


完成率A值

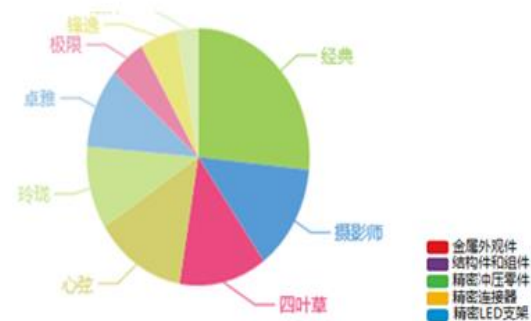


完成率B值

## ≡ 品牌销售整体情况



## ≡ 产品系列结构



# 采购KPI

## ≡ 采购支出金额



采购支出金额  
**22.69万**

## ≡ OP交货及时率



OP交货及时率  
**51.25%**

## ≡ 库存周转率



库存周转率  
**50.69%**

## ≡ 物料损耗金额



物料损耗金额  
**1.46万**

## ≡ A类物料质量达成率



物料质量达成率  
**A类: 97.62%**

## ≡ B类物料质量达成率

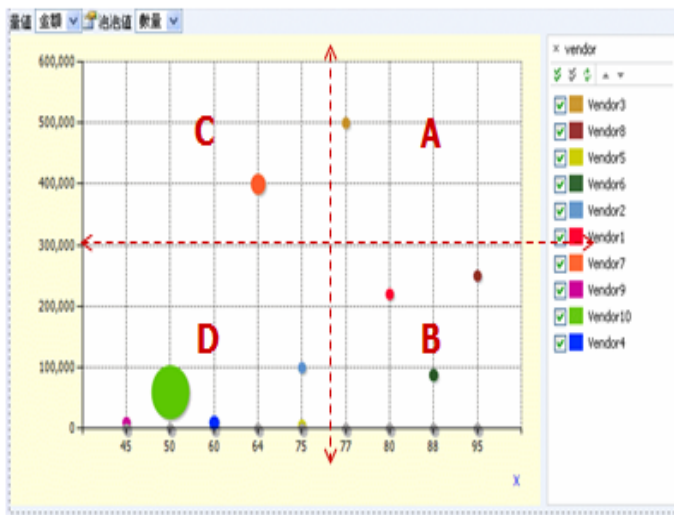


物料质量达成率  
**B类: 97.89%**

# 采购KPI

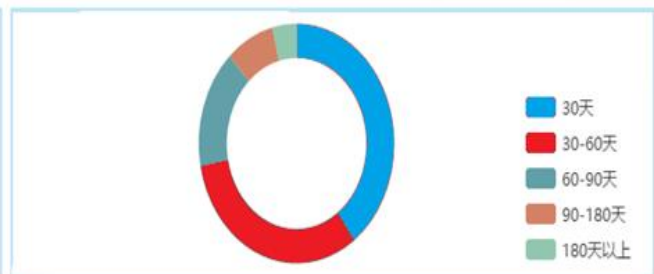
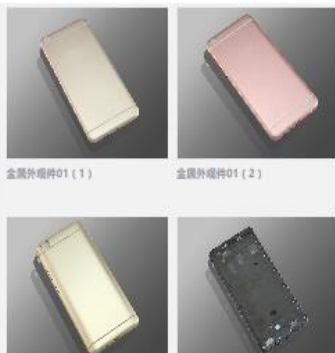
▼ Vendor Name ALPS ELECTRONICS HK LTD ▼

| 状态 ▼ | 趋势 ▼ | 名称 ▼    | 实际 ▼ | 目标 ▼  | 差异 ▼ | 重要性 ▼ |
|------|------|---------|------|-------|------|-------|
|      |      | Q Score | 97.7 | 100.0 | 2.3  | ☆☆☆☆☆ |
|      |      | D Score | 99.8 | 100.0 | 0.2  | ☆☆☆☆☆ |
|      |      | F Score | 95.0 | 100.0 | 5.0  | ☆☆☆☆☆ |
|      |      | S Score | 95.0 | 100.0 | 5.0  | ☆☆☆☆☆ |



| 绩效指标种类 | 适用范围  | 评估指标  | 权重                |
|--------|-------|-------|-------------------|
| 定量     | 所有供应商 | 质量    | 60%               |
|        |       | 订单达交  | 40%               |
| 定性     | 选择性   | 管理    | 弹性权重<br>由整合产品小组决定 |
|        |       | 技术    |                   |
|        |       | 价格/成本 |                   |
|        |       | 排程/达交 |                   |
|        |       | 反应    |                   |
|        |       | 质量绩效  |                   |

# 库存KPI

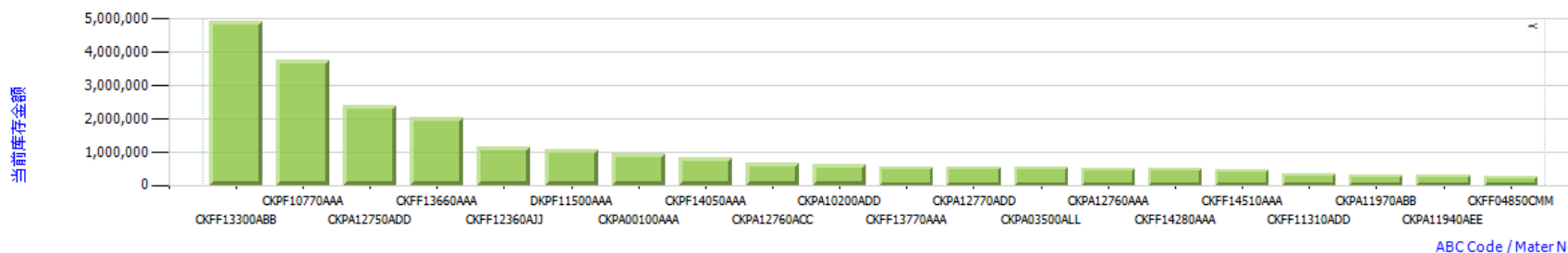




# 库存KPI--存货类-ABC分类库存

决策分析图2

量值 当前库存金额



数据透视表2

仓库 成品仓 排名 1-200

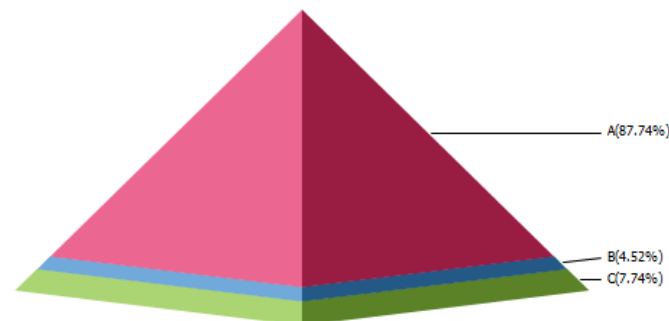
| CK Stock |              |                                                     | 拖放栏维度至此区域 |           |
|----------|--------------|-----------------------------------------------------|-----------|-----------|
| ABC Code | Mater No     | Mater Name                                          | 当前库存数量    | 当前库存金额    |
| A        | CKFF13300ABB | HUAWEI G6005(巴西AAT)(ITEM编码51011251产品代码B4H)V2.0      | 44,699    | 4,924,747 |
|          | CKPF10770AAA | SPICE QT-68(主板V2.0)                                 | 13,994    | 3,760,433 |
|          | CKPA12750ADD | RHEA-P05 YR RHEA01(V1.1主板, 双卡)                      | 15,968    | 2,384,980 |
|          | CKFF13660AAA | HUAWEI G3501(出古巴)(ITEM编码51011356华为产品代码:LMA)         | 15,400    | 2,052,558 |
|          | CKFF12360AJJ | HUAWEI G6620(英国T-mobile)ITEM编码:51011095产品代码A6A)V2.1 | 5,075     | 1,167,637 |
|          | DKPF11500AAA | HESTIA-P01 GP01 VIBO M2011 ( V2.0 东芝2.8V ) (3G)     | 3,538     | 1,061,287 |
|          | CKPA00100AAA | ZT5577 ASSEMBLE                                     | 2,749     | 948,455   |
|          | CKPF14050AAA | BREAD-P02 UTL K334(出印度V1.0 ,旺宏1.8V FLASH:32M)       | 8,960     | 823,001   |
|          | CKPA12760ACC | RHEA-P06 RHEA03(V1.1 主板) 单TF(EOL110413)             | 4,198     | 664,566   |
|          | CKPA10200ADD | YR PONY01(2.8V FLASH)                               | 3,388     | 617,017   |
|          | CKFF13770AAA | HUAWEI G6622(越南VHH)(ITEM编码:51010953产品代码:7KA         | 3,060     | 561,932   |
|          | CKPA12770ADD | RHEA-P07 RHEA05 (V1.1 主板)(双SIM卡)                    | 2,496     | 537,032   |

当前库存 呆滞料 库存周转率

决策分析图1

STOCK NAME Rang ID

差距 0 量值 当前库存金额



# 存货类-货龄分析（以异动时间）

数据透视表2

仓库 成品仓

CK Stock 拖放栏维度至此区域

| Age Key  | 当前库存数量  | 当前库存金额     |
|----------|---------|------------|
| 0-30天    | 112,069 | 15,060,657 |
| 30-90天   | 19,255  | 4,782,327  |
| 90-180天  | 30,780  | 5,046,862  |
| 180-360天 | 4,961   | 508,608    |
| 360天以上   | 28,582  | 1,125,260  |
| 总计       | 195,647 | 26,523,716 |

异动时间在一年以上的呆滞料

当前库存 呆滞料 库存周转率

决策分析图3

仓库 成品仓 库存金额范围

差距 0 量值 当前库存金额

数据透视表2

仓库 成品仓

CK Stock 拖放栏维度至此区域

| Age Key | ABC Code | Mater No     | Mater Name                                          | 当前库存数量  | 当前库存金额     |
|---------|----------|--------------|-----------------------------------------------------|---------|------------|
| 0-30天   |          |              |                                                     | 112,069 | 15,060,657 |
| 30-90天  |          |              |                                                     | 30,780  | 5,046,862  |
| 90-180天 |          |              |                                                     | 19,255  | 4,782,327  |
| 360天以上  | A        | CKPF13400ABB | VIVI-P03 FLY Fly E185(出俄罗斯 V2.0)                    | 840     | 192,659    |
|         |          | CKPF14640AAA | GEMINI-P05 SPICE M-4262 (V1.1)(出印度)                 | 2,220   | 150,492    |
|         |          | CKFF10480AMM | DORO332(出瑞典可出法国)(东芝2.8V)(白色按键灯)(充电器step II)         | 960     | 135,431    |
|         |          | CKFT04590AAA | WEI TEST ASSY(YT V10) EOL110503                     | 1,000   | 117,557    |
|         |          | CKFF11410AAA | HUAWEI G2101-英文手机(900/1800M)(ITEM编码:51010918产代码:3WA | 6,040   | 64,751     |
|         |          | CKFF50010AAA | AVANTECH M1                                         | 76      | 63,056     |
|         |          | CKFF13520ABB | HUAWEI G6608(巴西AAT)(ITEM编码51011314产品代码:D9Z)V2.2     | 200     | 49,290     |
|         |          | KPA24010ABB  | YR HICKWALL01 (简体中文+英文)                             | 87      | 32,072     |
|         |          | TKFF04890AAA | HW G6300试产包材BOM(作废091117)                           | 47      | 20,880     |
|         |          | KPA53000ABB  | DLDM530ACE                                          | 66      | 20,634     |
|         |          | CKFT10310AWW | YR Q1 TEST ASSY(2.8V)                               | 250     | 18,522     |
|         |          | CKPA04710ACC | CKM CKT-M1(单机头出货)                                   | 100     | 18,242     |
|         |          | CKPF10790AAA | Spice QT-60(主板V2.0)                                 | 69      | 17,338     |
|         |          | CKFF11210AEE | DORO410(TelenorNO)(三星1.8V)(出挪威)                     | 84      | 15,789     |
|         |          | KPA12060AAA  | YR LION06-01 (简体中文+英文)                              | 34      | 14,808     |
|         |          | CKFS0459SAAA | WEI SIM BOARD V1.0 SMT ASSY                         | 1,000   | 12,121     |
|         |          | KPA46180AAA  | YT D618 ASSEMBLE                                    | 34      | 11,059     |
| 总计      |          |              |                                                     | 195,647 | 26,523,716 |

# 生产KPI



年 2011 月 7

制程直通率: 99.60% 得分:10.00  
生产合格数: 432649.00 生产不合格数: 2777.00



直通率目标值 99.50%  
实际直通率 99.60%

实际结案率: 100.00% 得分:10.00  
已结案数: 255.00 未结案数: 0.00



结案率目标值 100.00%  
实际结案率 100.00%

稼动率: 35.00%



安排工时 336  
理论工时 960

生产计划达成率: 98.03% 得分:15.00  
产量: 524295.00 计划产量: 534843.00



目标达成率 90.00%  
计划达成率 98.03%

客户投诉次数: 1.00 得分:0.00



严重投诉次数 1  
一般投诉次数 0

5S最终得分: 5.00



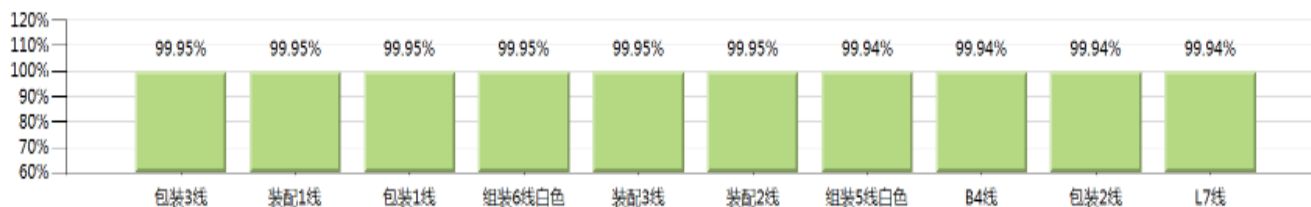
一般性工艺问题扣分 0  
严重违反作业问题 0

# 生产KPI--生产直通率

按班组

8月班组生产直通率 Top10

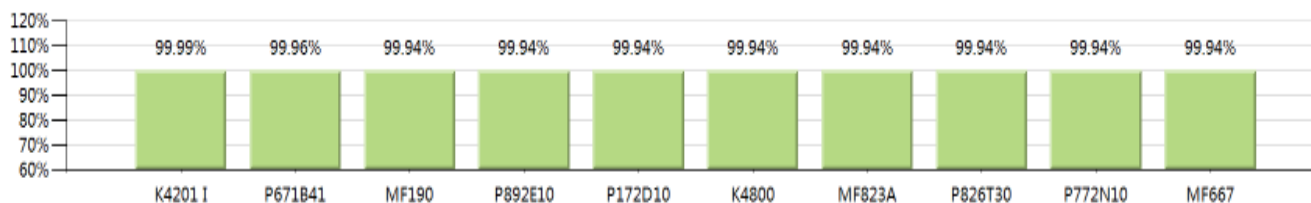
[返回](#)



按产品

8月生产产品直通率 Top10

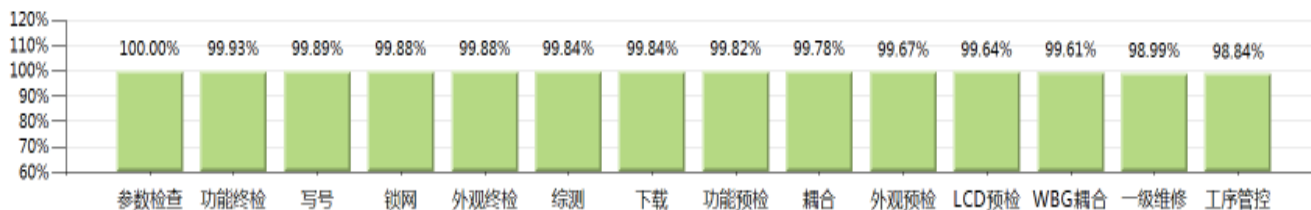
[返回](#)



按工序

8月生产工序直通率

[返回](#)



# 生产KPI

制程直通率: 99.60% 得分:10.00

生产合格数: 432649.00 生产不合格数: 2777.00



直通率目标值\*  
99.50%

实际直通率  
99.60%

实际结案率: 100.00%

已结案数: 255.00 未结案数: 0



结案率目标值  
100.00%

实际结案率  
100.00%

数据透视表1

年 2011 月 7

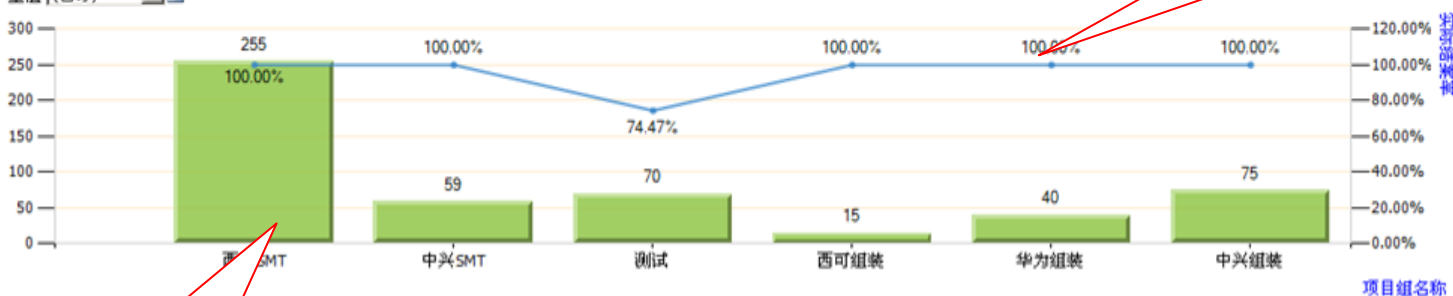
CK DW

拖放栏维度至此区域

| 项目组名称 | 前期工单 | 本前投入 | 生产中 | 一周内清尾 | 应结案数 | 已结案数 | 未结案数 | 实际结案率   | 目标值     | 实际得分   | 最终得分  |
|-------|------|------|-----|-------|------|------|------|---------|---------|--------|-------|
| 西可SMT | 20   | 258  | 21  | 2     | 255  | 255  | 0    | 100.00% | 100.00% | 100.00 | 10.00 |
| 中兴SMT | 0    | 71   | 6   | 6     | 59   | 59   | 0    | 100.00% | 96.00%  | 100.00 | 10.00 |
| 测试    | 79   | 56   | 13  | 28    | 94   | 70   | 24   | 74.47%  | 91.50%  | 50.00  | 5.00  |
| 西可组装  | 31   | 16   | 32  | 0     | 15   | 15   | 0    | 100.00% | 96.00%  | 100.00 | 10.00 |
| 华为组装  | 54   | 26   | 40  | 0     | 40   | 40   | 0    | 100.00% | 96.00%  | 100.00 | 10.00 |
| 中兴组装  | 3    | 75   | 3   | 0     | 75   | 75   | 0    | 100.00% | 100.00% | 100.00 | 10.00 |
| 总计    | 187  | 502  | 115 | 36    | 538  | 514  | 24   | 95.54%  | 95.02%  | 100.00 |       |

决策分析图1

量值 (目订)



折线图代表工单结案率

柱状图代表未结案数



# 资产KPI-OPE

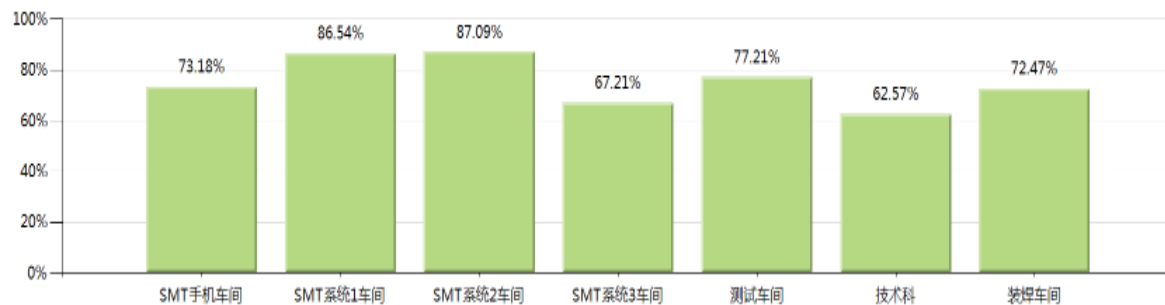


本月OPE 75.63%

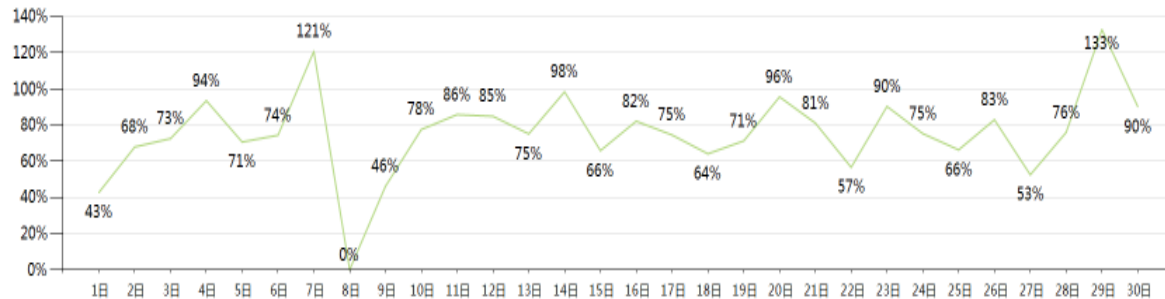
8月产出时间 VS 产出时间



8月车间OPE情况



8月OPE趋势分析



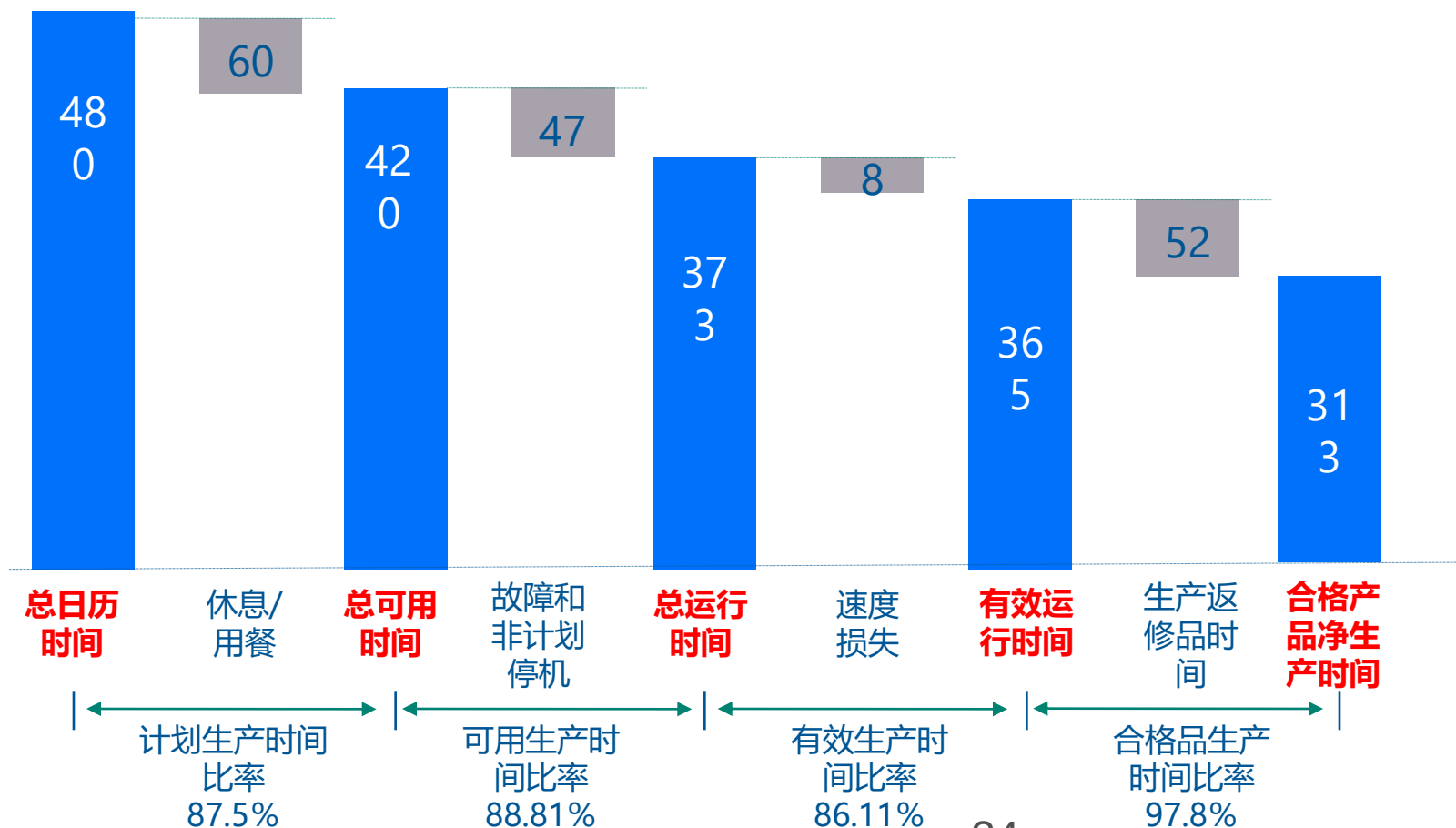
按车间

按天

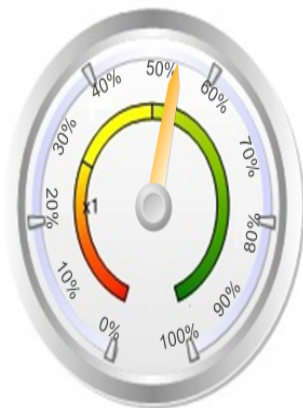
# 资产KPI-OEE

总体设备效率 ( OEE ) =  $\frac{\text{合格产品净生产时间}}{\text{总可用时间}}$  74.79%

产能利用率 计划生产时间比率 x OEE = 65.4%



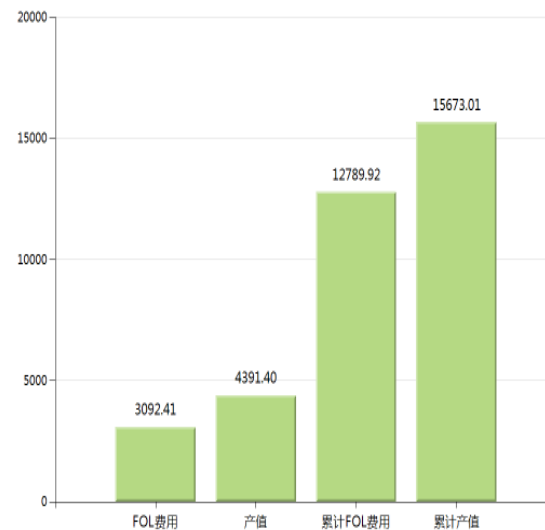
# 资产KPI - 资产投入产出



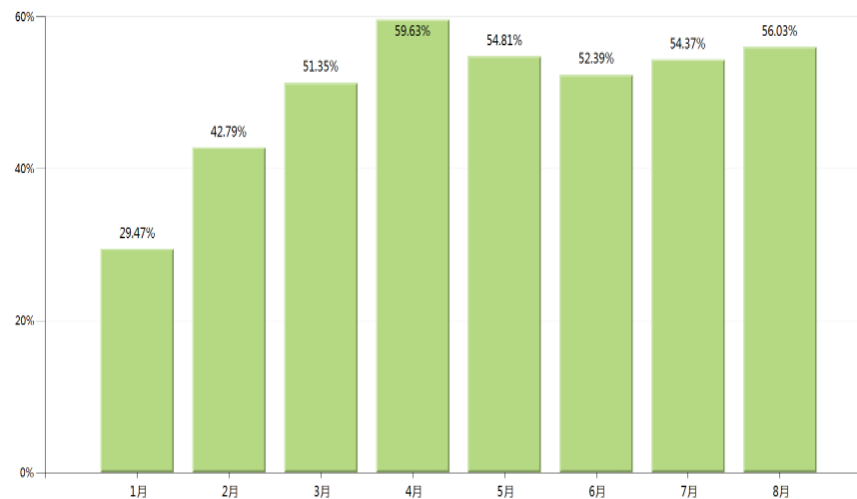
6月投入产出比 52.39%

6月份投入产出比情况

[返回](#)

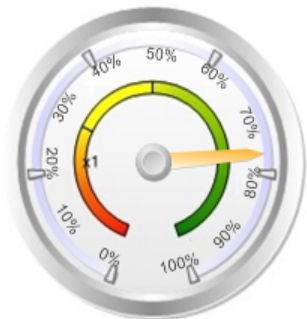


2014年投入产出比趋势分析



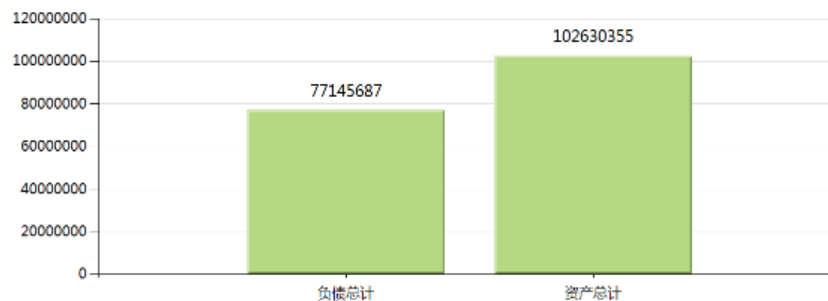
# 资产KPI

2014年第3季度资产负债率 75.17%

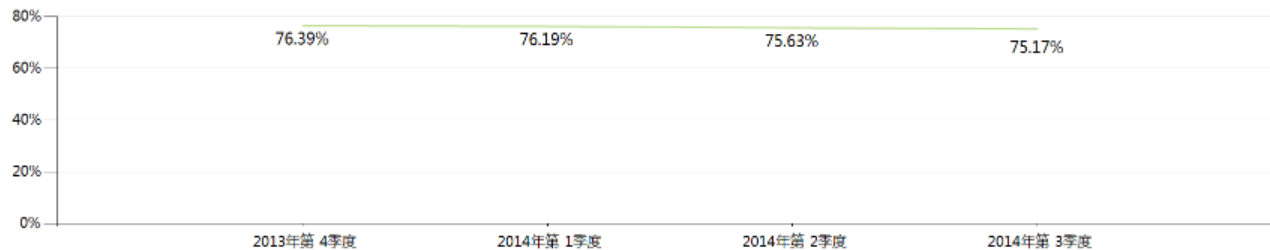


2014年第3季度负债合计 VS 资产总计

[返回](#)



2014各季度资产趋势



# 收款KPI

## Satisfy BI

Dashboard

销售分析

库存分析

回款分析

利润分析

现金流分析

偿债能力分析



本月回款

8,289,766.83

本年累计回款

93,921,556.06

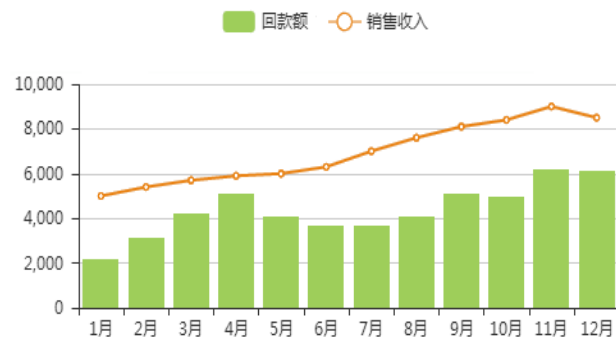


本月回款率

42.02%

累计回款率

39.25%



| 年月      | 客户名称   | 本月回款   | 本月销售收入 |
|---------|--------|--------|--------|
| 2016年2月 | 天津华润万家 | 266.25 | 724.19 |
| 2016年2月 | 大港直营部  | 135.54 | 368.66 |
| 2016年2月 | 河西直营部  | 121.18 | 329.6  |
| 2016年2月 | 南开直营部  | 117.52 | 319.66 |
| 2016年2月 | 河东直营部  | 99.38  | 270.33 |





# 收款KPI-应收款指标



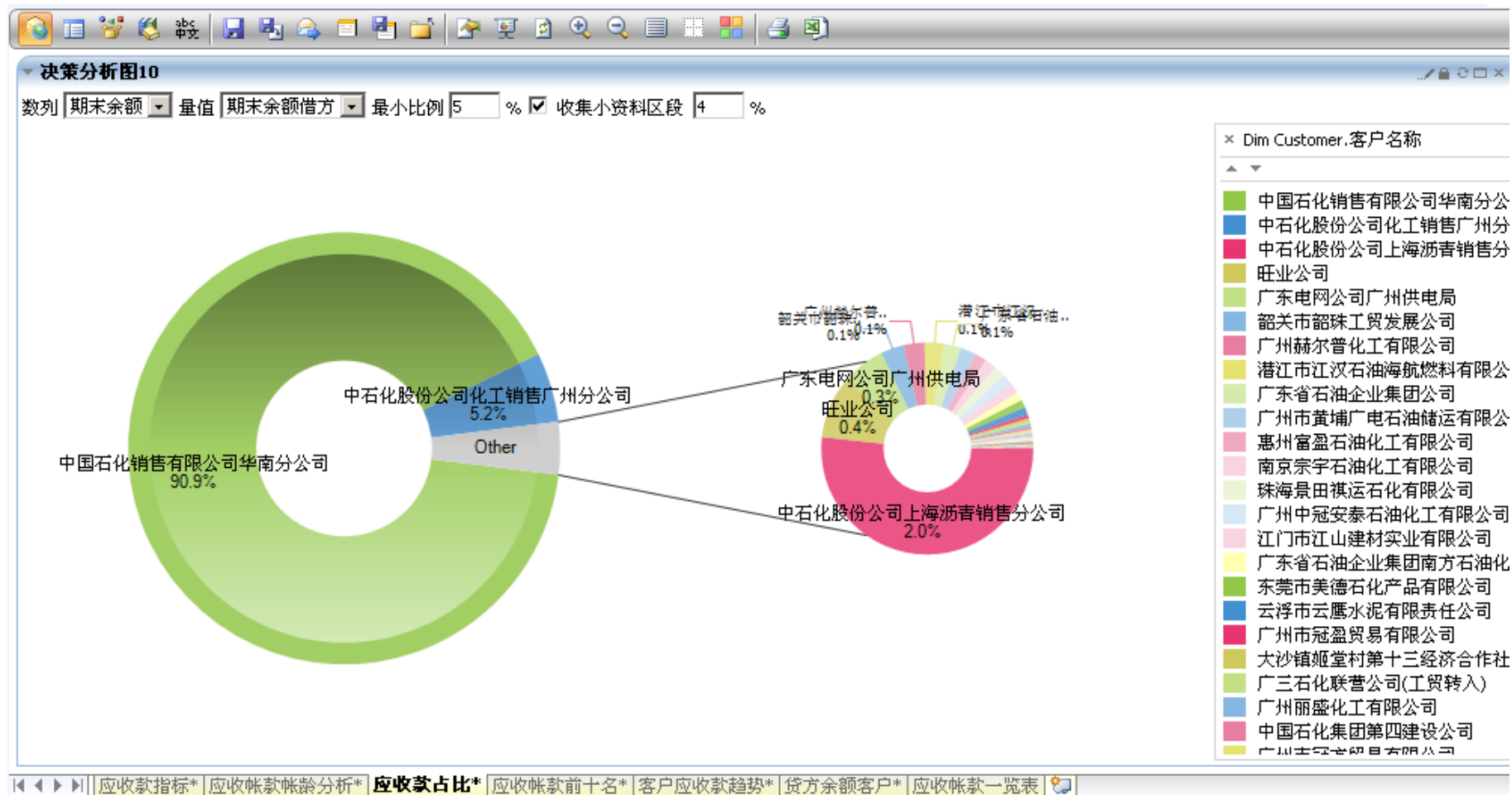
数据透视表2

款项类型 期末余额

| 年    | 月  | 应收帐款余额 | 应收帐款增加率 | 销售收入(出货金额) | 收入增加率 | 应收款指标    |
|------|----|--------|---------|------------|-------|----------|
| 2009 | 一月 |        |         |            |       | -4.73%   |
|      | 二月 |        |         |            |       | 213.15 % |
|      | 三月 |        |         |            |       | -77.26%  |
|      | 四月 |        |         |            |       | -131.80% |
|      | 五月 |        |         |            |       | 4.89 %   |
|      | 六月 |        |         |            |       | 52.88 %  |
|      | 七月 |        |         |            |       | 154.37 % |

应收前10名客户 客户帐龄分析 应收帐款与收入关系 客户应收款与收入关系

# 收款KPI-应收款占比分析



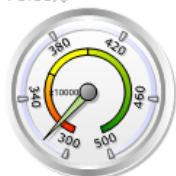
# 成本KPI-按团队考核

分析仪表盘1

▼ YEAR 2011 ▼ MONTH 7

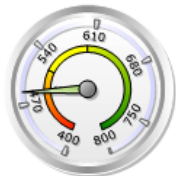
西可SMT 考核利润:

-76.36万



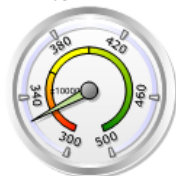
中兴SMT 考核利润:

46.62万



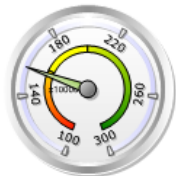
测试 考核利润:

-83.59万



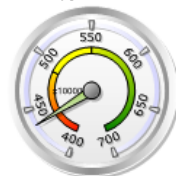
西可组装 考核利润:

-31.93万



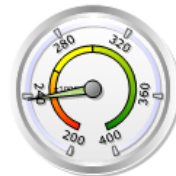
华为组装 考核利润:

105.69万



中兴组装 考核利润:

119.70万



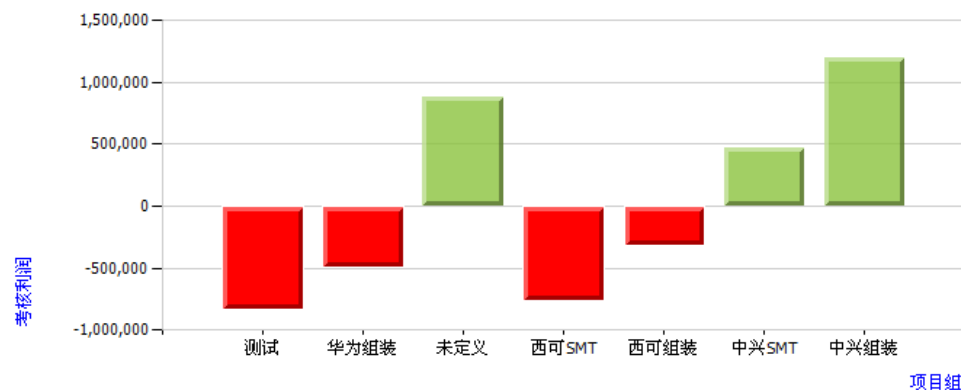
电子厂损益表

▼ YEAR 2011 ▼ MONTH 7

| CK DW          | Team ID ▼ |           |           |           |           |           |            |
|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| ProfitName ▼   | 西可SMT     | 中兴SMT     | 测试        | 西可组装      | 华为组装      | 中兴组装      | 总计         |
| ▼ 金额           | ▼ 金额      | ▼ 金额      | ▼ 金额      | ▼ 金额      | ▼ 金额      | ▼ 金额      | ▼ 金额       |
| 一、收入类          | 3,143,567 | 4,841,722 | 3,262,329 | 1,561,588 | 4,357,099 | 2,378,902 | 19,545,208 |
| 7、组装加工收入       | -         | -         | -         | 1,561,588 | 4,357,099 | 2,378,902 | 8,297,589  |
| 8、SMT加工收入      | 3,143,567 | 4,841,722 | -         | -         | -         | -         | 7,985,289  |
| 9、测试收入         | -         | -         | 3,262,329 | -         | -         | -         | 3,262,329  |
| 三、费用类          | 3,907,129 | 4,375,567 | 4,098,247 | 1,880,846 | 3,300,181 | 1,181,897 | 18,743,868 |
| 1、工资           | 1,023,693 | 1,248,268 | 1,682,785 | 1,307,250 | 2,497,508 | 727,747   | 8,487,250  |
| ---- A、基本工资    | 1,023,693 | 1,248,268 | 1,682,785 | 1,307,250 | 2,497,508 | 727,747   | 8,487,250  |
| 2、折旧费          | 1,831,818 | 2,214,515 | 1,685,769 | 67,902    | 93,419    | 55,465    | 5,948,888  |
| ---- A、办公设备    | 16,844    | 11,885    | 62,454    | 17,302    | 18,160    | 16,091    | 142,736    |
| ---- B、厂房建筑物   | 3,833     | -         | -         | -         | -         | -         | 3,833      |
| ---- C、交通运输设备  | 1,667     | 1,667     | 1,667     | 3,476     | 18        | 2,015     | 10,509     |
| ---- D、生产设备_保税 | 1,213,035 | 374,182   | 281,197   | 17,282    | 18,079    | -         | 1,903,774  |

决策分析图1

量值 考核利润



电子厂损益表

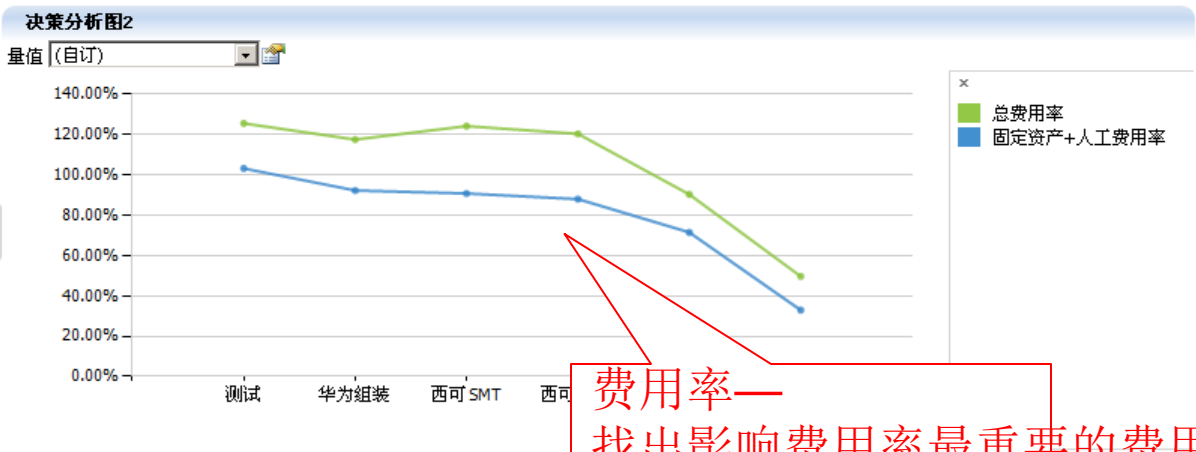
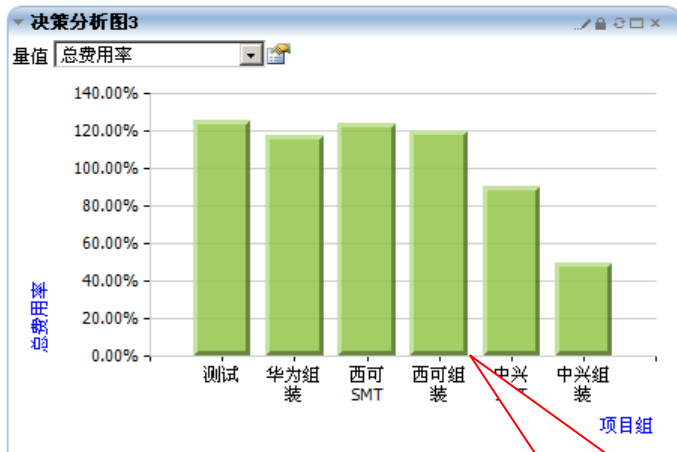
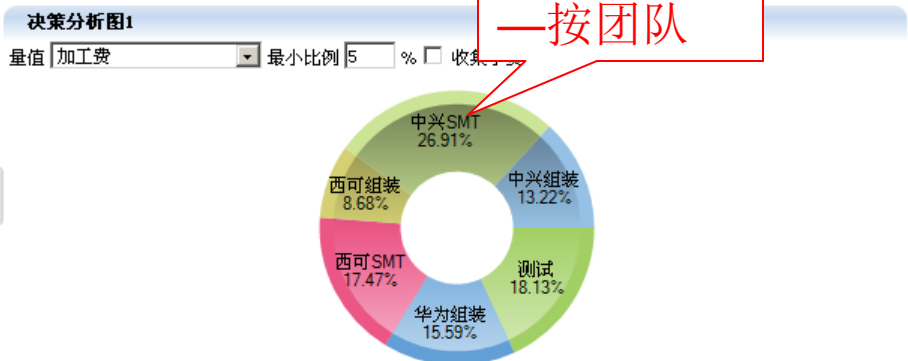
# 成本KPI-各项成本费用率

数据透视表2

YEAR: 2011 MONTH: 7

CK DW 拖放栏维度至此区域

| 项目组   | 加工费        | 折旧费       | 机物料消耗     | 差旅费   | 车辆费用   | 总费用支出      | 考核利润      | 总费用率    |
|-------|------------|-----------|-----------|-------|--------|------------|-----------|---------|
| 测试    | 3,262,329  | 1,685,769 | 131,406   | 855   | 6,219  | 4,098,247  | -835,918  | 125.62% |
| 华为组装  | 2,805,840  | 93,419    | 122,254   | 1,670 | 20,117 | 3,300,181  | -494,341  | 117.62% |
| 西可SMT | 3,143,567  | 1,831,818 | 483,781   | 255   | 2,060  | 3,907,129  | -763,562  | 124.29% |
| 西可组装  | 1,561,588  | 67,902    | 133,430   | 202   | 2,750  | 1,880,846  | -319,258  | 120.44% |
| 中兴SMT | 4,841,722  | 2,214,515 | 328,665   | 2,642 | 26,180 | 4,375,567  | 466,155   | 90.37%  |
| 中兴组装  | 2,378,902  | 55,465    | 88,758    | 3,342 | 29,605 | 1,181,897  | 1,197,005 | 49.68%  |
| 总计    | 17,993,949 | 5,948,888 | 1,288,294 | 8,966 | 86,931 | 18,743,868 | -749,919  | 104.17% |



主要费用表 人均产出及附加价值

# 品质KPI

▼ 年 2011 ▼ 月 7 ▼

**QA合格率：96.39% 得分:15.00**

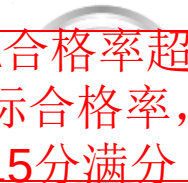
QA通过数量：7921.00



QA目标合格率 95.00%  
合格率 96.39%

**制程直通率：99.60% 得分:10.00**

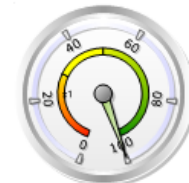
生产合格数：432649.00 生产不合格数：2777.00



直通率目标值 99.50%  
实际直通率 99.60%

**实际结案率：100.00% 得分:10.00**

已结案数：255.00 未结案数：0.00



结案率目标值 100.00%  
实际结案率 100.00%

**员工流失率：14.51% 得分:5.00**

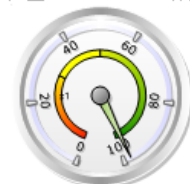
离职人数：99 期初人数：508 期末人数：512



合同工流失率 13.14%  
总计流失率 14.51%

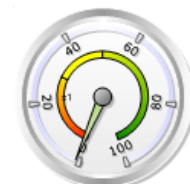
**生产计划达成率：98.03% 得分:15.00**

产量：524295.00 计划产量：534843.00



目标达成率 90.00%  
计划达成率 98.03%

**客户投诉次数：1.00 得分:0.00**



严重投诉次数 1  
一般投诉次数 0

**5S最终得分：5.00**



一般性工艺问题扣分 0  
严重违反作业问题 0

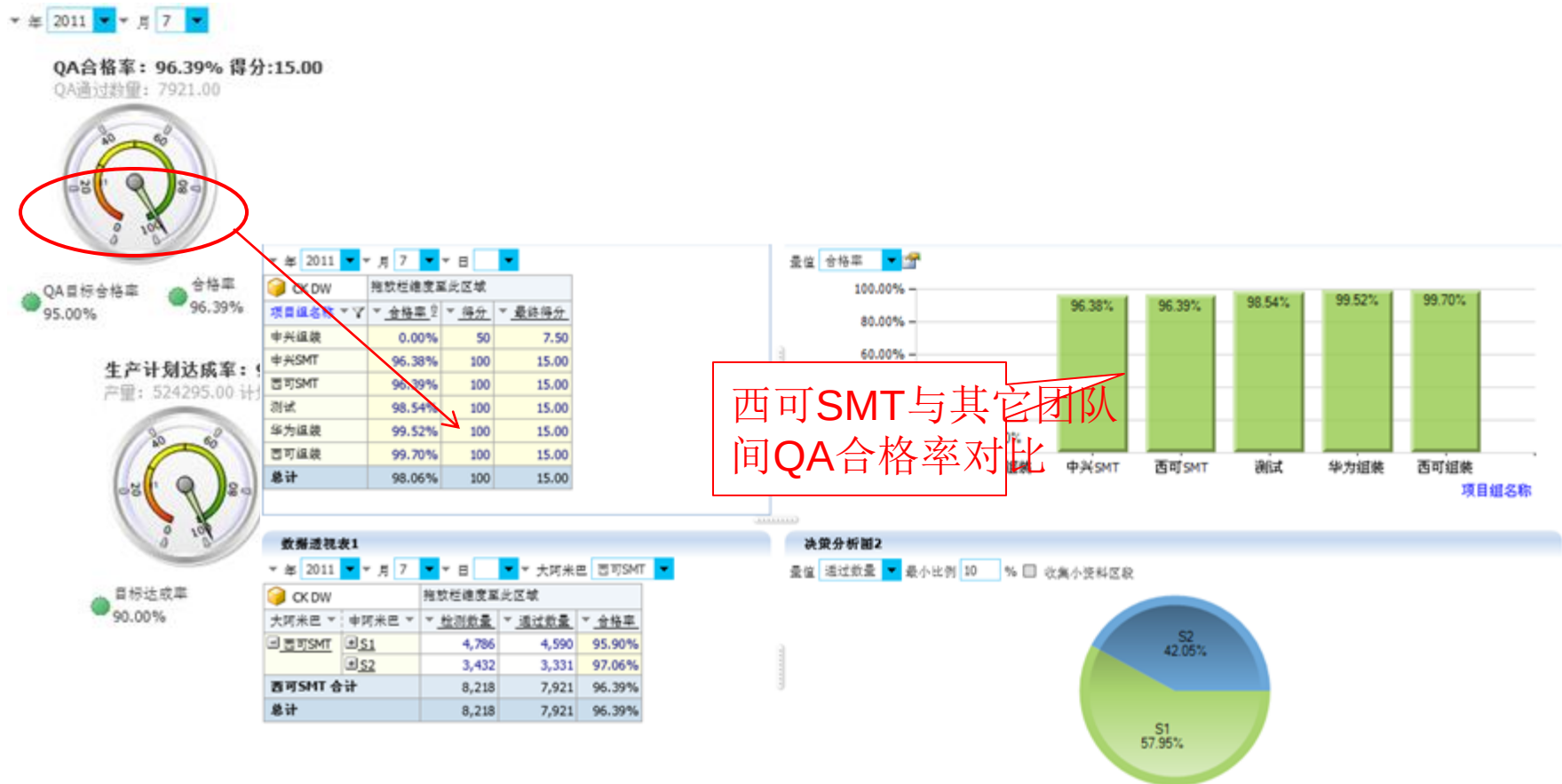
**稼动率：35.00%**



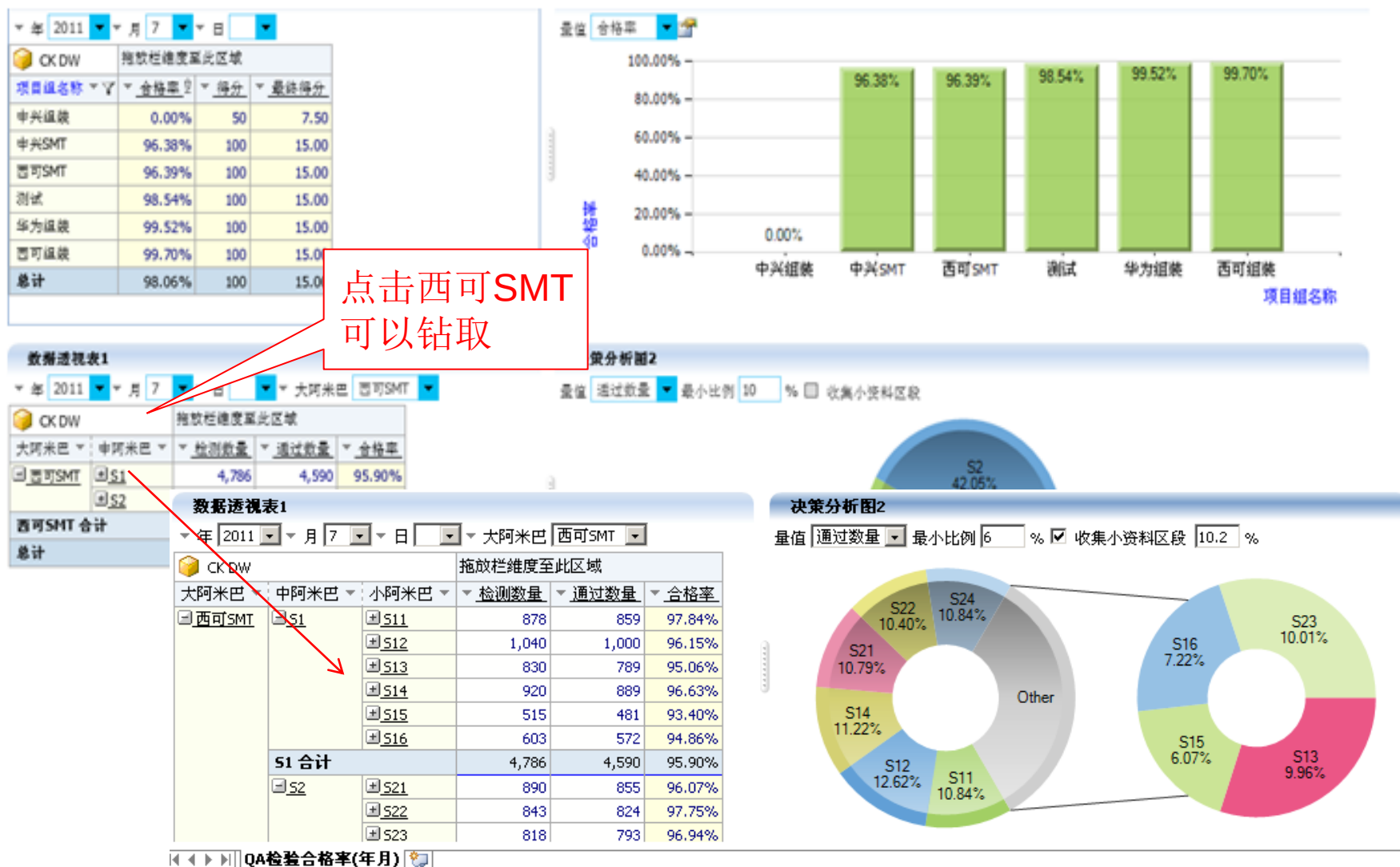
安排工时 336  
理论工时 960



# 品质KPI—分项目分团队



# 品质KPI（按阿米巴钻取）



# 议程安排

关于辰智



利用BI提升  
企业运营能力



BI案例介绍



整体架构  
和产品介绍



BI软件  
实施介绍



BI软件问答



# TCL白家电案例介绍

TCL家用电器(惠州)有限公司即TCL白家电事业部，是TCL集团旗下支柱产业之一，成立于1998年。承接TCL品牌冰箱、洗衣机、冰柜的研制、生产和销售服务工作。事业部现有员工3600余人，营销队伍2200余人。TCL白家电事业部自成立以来，始终坚持从不同的维度不断提升自身实力。在未来3-5年内，力争3年内进入行业前5位，5年内进入行业前3位！成为值得信赖的最具创新能力的全球领先的冰洗企业

**TCL**

创意感动生活  
The Creative Life



## 多门冰箱，大气之选 TCL多门系列

多门系列冰箱，超凡大气，卓尔不凡。震撼多门设计，奢华更彰显人性，满足您和家人更多的需求。



## 高端配置，技术革命 斜式滚筒系列

首度采用TCL宽变频技术，对核心电机进行升级，动力强劲，节能省电。同时具备3D洗技术、15°黄金倾角、S型水式提升筋等独特优势。



## 人性科技，一台更懂你的洗衣机 斜式滚筒系列

精密改良设计，独特的15°黄金倾角，更符合东方人的洗衣习惯，让洗衣更轻松。

# 大区主要经营诊断表

欢迎您, 钟锦楠 | 刷新 | 报表设计区 | 发布报表 | 退出

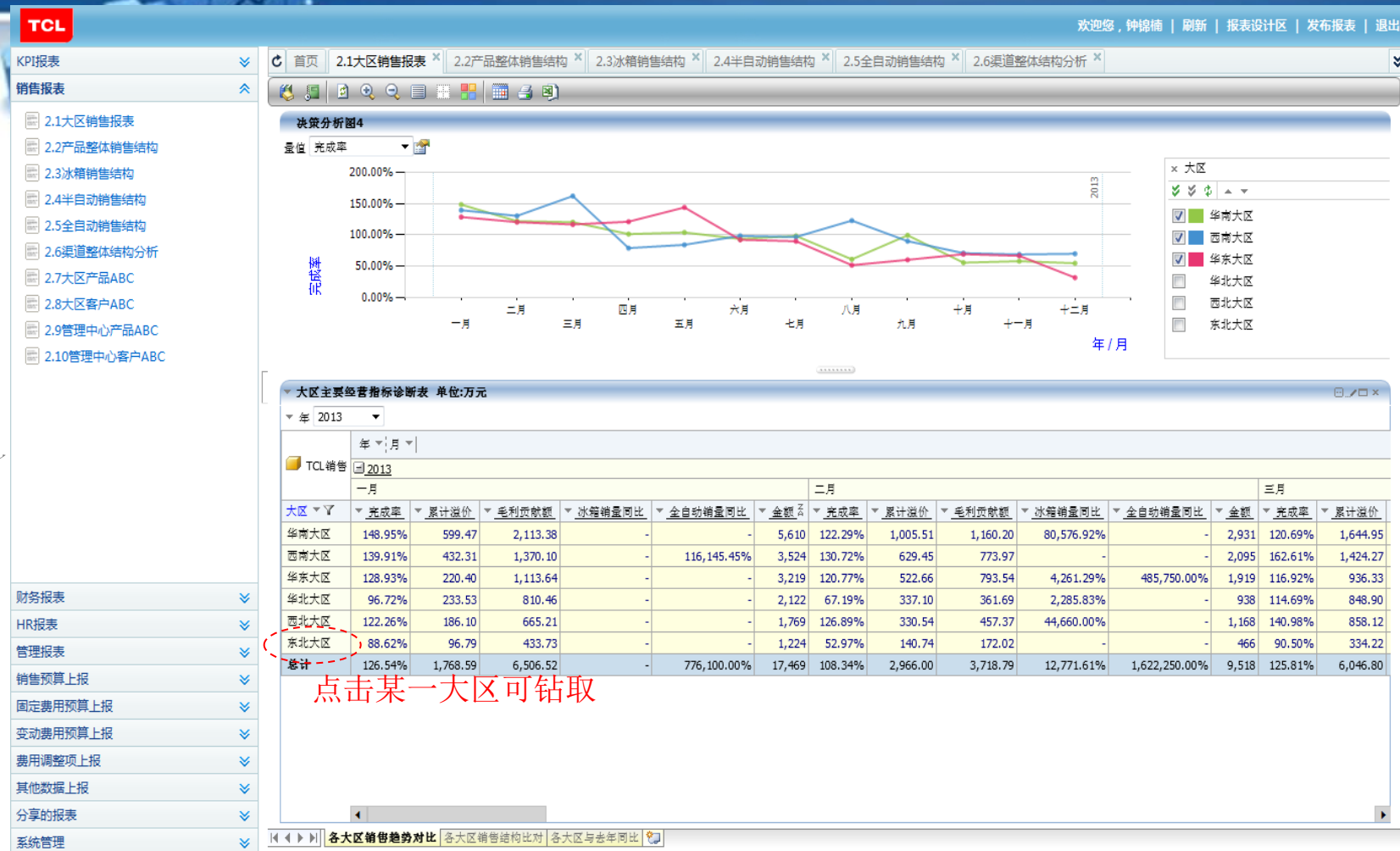
销售经营指标诊断表 × 1.3大区中心诊断 × 1.4中心诊断 ×

01 ▾ 查看报表

列表显示

| 华北           | 西北                                                                                | 东北                                                                                | 华东                                                                                | 华南                                                                                  | 西南                                                                                  |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|              |  |  |  |  |  |
|              | ● 排名:4                                                                            | ● 排名:6                                                                            | ● 排名:2                                                                            | ● 排名:1                                                                              | ● 排名:3                                                                              |
| 完成率:0.00%    | ● 累计任务完成率:0.00%                                                                   | ● 累计任务完成率:0.00%                                                                   | ● 累计任务完成率:0.00%                                                                   | ● 累计任务完成率:0.00%                                                                     | ● 累计任务完成率:0.00%                                                                     |
| 增幅:-40.28%   | ● 销售同比增幅:-13.66%                                                                  | ● 销售同比增幅:-36.28%                                                                  | ● 销售同比增幅:-3.05%                                                                   | ● 销售同比增幅:8.20%                                                                      | ● 销售同比增幅:-13.90%                                                                    |
| 量同比:-22.84%  | ● 冰箱销量同比:7.29%                                                                    | ● 冰箱销量同比:-23.83%                                                                  | ● 冰箱销量同比:16.71%                                                                   | ● 冰箱销量同比:1.91%                                                                      | ● 冰箱销量同比:-19.81%                                                                    |
| 销量同比:-33.39% | ● 全自动销量同比:20.90%                                                                  | ● 全自动销量同比:-50.41%                                                                 | ● 全自动销量同比:-1.56%                                                                  | ● 全自动销量同比:23.21%                                                                    | ● 全自动销量同比:1.75%                                                                     |
| 心毛利:-27.94   | ● 累计中心毛利:60.05                                                                    | ● 累计中心毛利:31.12                                                                    | ● 累计中心毛利:-22.33                                                                   | ● 累计中心毛利:470.97                                                                     | ● 累计中心毛利:249.66                                                                     |
| 献额:1,266.94  | ● 毛利贡献额:1,527.34                                                                  | ● 毛利贡献额:780.28                                                                    | ● 毛利贡献额:3,121.27                                                                  | ● 毛利贡献额:6,070.49                                                                    | ● 毛利贡献额:3,034.65                                                                    |

# 各大区销售趋势





# 东北大区预算销售完成率

TCL

欢迎您, 钟锦楠 | 刷新 | 报表设计区 | 发布报表 | 退出

导航菜单

驾驶仓

1.1营销管理Portal

1.2产品企划Portal

1.3大区指标诊断

1.4中心指标诊断

1.5管理中心诊断表

弹出窗口打开

销售报表

2.1大区销售报表

2.2产品整体销售结构

2.3冰箱销售结构

2.4半自动销售结构

2.5全自动销售结构

2.6全自动销售结构

首页 2.1大区销售报表 1.2产品企划Portal 1.3大区指标诊断 1.4中心指标诊断 1.5管理中心诊断表

年: 2014 月: 04 查看报表

返回首页

销售完成率

销售同比增幅

冰箱销量同比

全自动销量同比

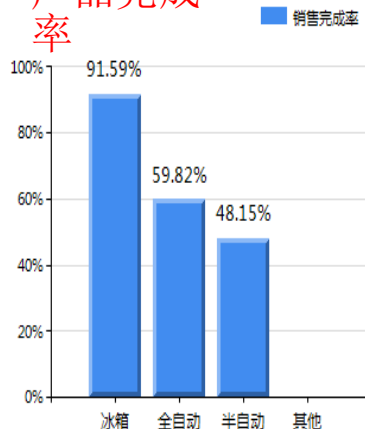
累计中心毛利

毛利贡献额

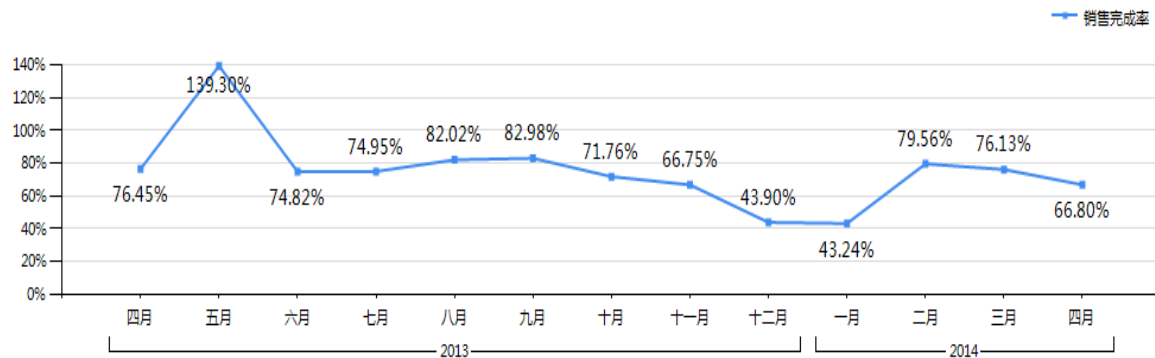
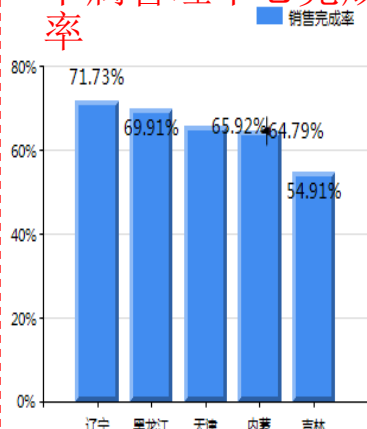
## 东北大区销售预算完成率

| 品类  | 销售预算     | 实际金额     | 本月完成率  |
|-----|----------|----------|--------|
| 冰箱  | 1,135.00 | 1,039.50 | 91.59% |
| 全自动 | 607.00   | 363.09   | 59.82% |
| 半自动 | 294.00   | 141.56   | 48.15% |
| 其他  | 0.00     | -184.01  | 0.00%  |
| 总计  | 2,036.00 | 1,360.13 | 66.80% |

## 产品完成率



## 下属管理中心完成率



# 东北大区销售同比增幅

TCL

欢迎您, 钟锦楠 | 刷新 | 报表设计区 | 发布报表

导航菜单

驾驶仓

1.1营销管理Portal

1.2产品企划Portal

1.3大区指标诊断

1.4中心指标诊断

1.5管理中心诊断表

弹出窗口打开

销售报表

2.1大区销售报表

2.2产品整体销售结构

2.3冰箱销售结构

2.4半自动销售结构

2.5全自动销售结构

首页 2.1大区销售报表 1.2产品企划Portal 1.3大区指标诊断 1.4中心指标诊断 1.5管理中心诊断表

年: 2014 月: 04 查看报表

返回首页

销售完成率

销售同比增幅

冰箱销量同比

全自动销量同比

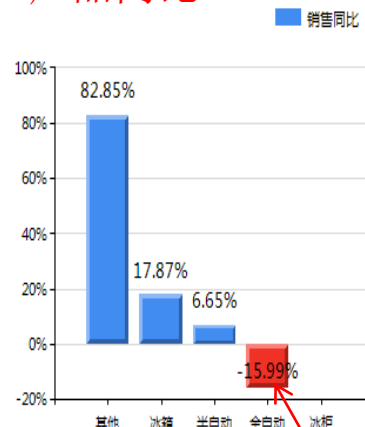
累计中心毛利

毛利贡献额

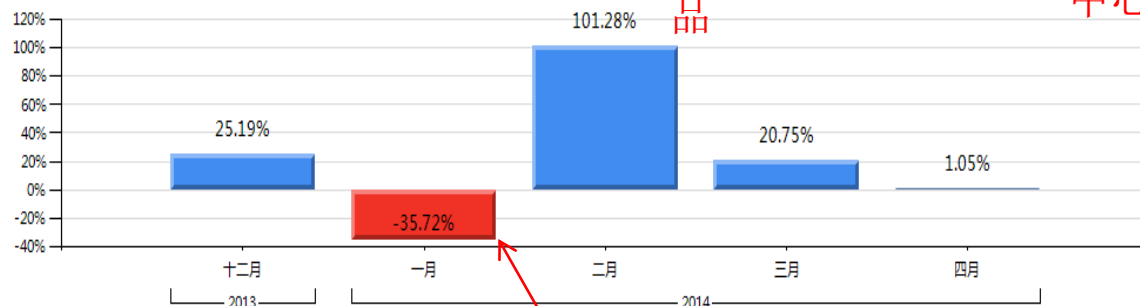
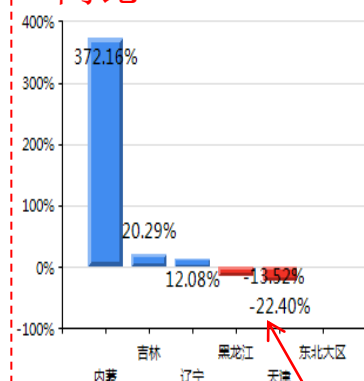
## 东北大区销售同比

| 品类  | 销售预算     | 实际金额     | 销售同比    |
|-----|----------|----------|---------|
| 冰箱  | 1,135.00 | 1,039.50 | 17.87%  |
| 全自动 | 607.00   | 363.09   | -15.99% |
| 半自动 | 294.00   | 141.56   | 6.65%   |
| 冰柜  | 0.00     | 0.00     |         |
| 其他  | 0.00     | -184.01  | 82.85%  |
| 总计  | 2,036.00 | 1,360.13 | 1.05%   |

## 产品同比



## 管理中心同比



负增长产  
品

负增长管理  
中心

负增长月份

# 东北大区累计中心毛利

## 导航菜单

### 驾驶仓

1.1营销管理Portal

1.2产品企划Portal

1.3大区指标诊断

1.4中心指标诊断

1.5管理中心诊断表

弹出窗口打开

### 销售报表

2.1大区销售报表

2.2产品整体销售结构

2.3冰箱销售结构

2.4半自动销售结构

2.5全自动销售结构

首页 2.1大区销售报表 1.2产品企划Portal 1.3大区指标诊断 1.4中心指标诊断 1.5管理中心诊断表

年: 2014 月: 01 查看报表

返回首页

销售完成率

销售同比增幅

冰箱销量同比

全自动销量同比

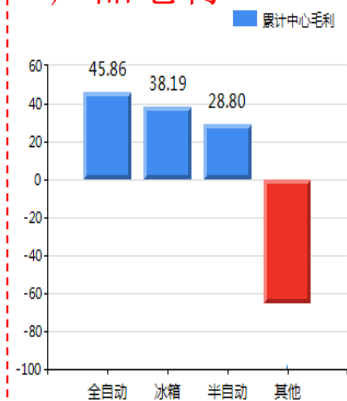
累计中心毛利

毛利贡献额

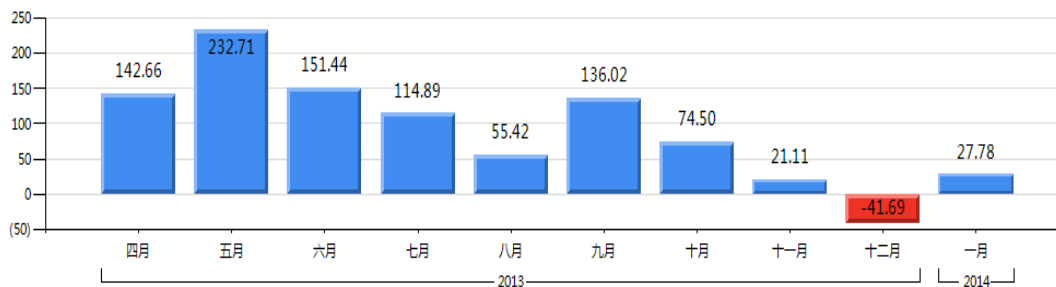
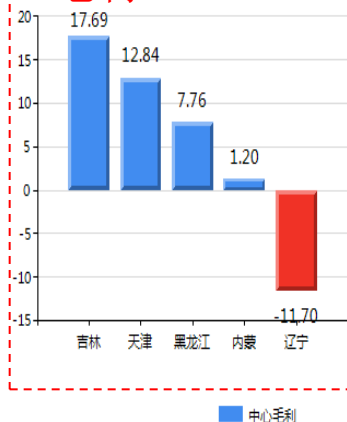
## 东北大区累计中心毛利

| 品类  | 销售预算     | 实际金额   | 累计中心毛利 |
|-----|----------|--------|--------|
| 冰箱  | 790.00   | 260.80 | 38.19  |
| 全自动 | 517.00   | 264.06 | 45.86  |
| 半自动 | 249.00   | 227.11 | 28.80  |
| 其他  | 0.00     | -79.20 | -85.06 |
| 总计  | 1,556.00 | 672.77 | 27.78  |

## 产品毛利



## 下属中心毛利



# 大区管理指标诊断（华南大区的首页）



# 管理中心管理指标诊断（分五大构面）



管理指标从：销售、产品、人力资源、渠道发展等多个构面来进行分析

# 从销售指标进行钻取





# 产品销售经营指标诊断表

TCL

欢迎您, 钟锦楠 | 刷新 | 报表设计区 | 发布报表 | 退出

KPI报表

1.1大区主要经营指标诊断表

1.2产品销售经营指标诊断表

1.3大区中心诊断

1.4中心诊断

销售报表

财务报表

HR报表

管理报表

销售预算上报

固定费用预算上报

变动费用预算上报

费用调整项上报

其他数据上报

分享的报表

系统管理

1.2产品销售经营指标诊断表

1.3大区中心诊断

1.4中心诊断

年: 2013 月: 12 查看报表



● 本月销售额:6,254.34

● 同比增幅:5.33%

● 本月毛利贡献额:6,254.34

● 累计销售额:153,076.84

● 累计任务完成率:91.08%

● 累计中心毛利:22,139.04

● 累计毛利贡献额:68,779.06



● 本月销售额:10,330.36

● 同比增幅:9.61%

● 本月毛利贡献额:10,330.36

● 累计销售额:98,601.43

● 累计任务完成率:120.92%

● 累计中心毛利:16,873.85

● 累计毛利贡献额:54,305.57



● 本月销售额:947.01

● 同比增幅:13212.91%

● 本月毛利贡献额:947.01

● 累计销售额:5,964.50

● 累计任务完成率:0.00%

● 累计中心毛利:961.75

● 累计毛利贡献额:2,961.95



● 本月销售额:1,802.18

● 同比增幅:13.02%

● 本月毛利贡献额:1,802.18

● 累计销售额:19,001.66

● 累计任务完成率:74.77%

● 累计中心毛利:1,909.08

● 累计毛利贡献额:9,764.23

55

# 重点产品品类的销售同比/环比

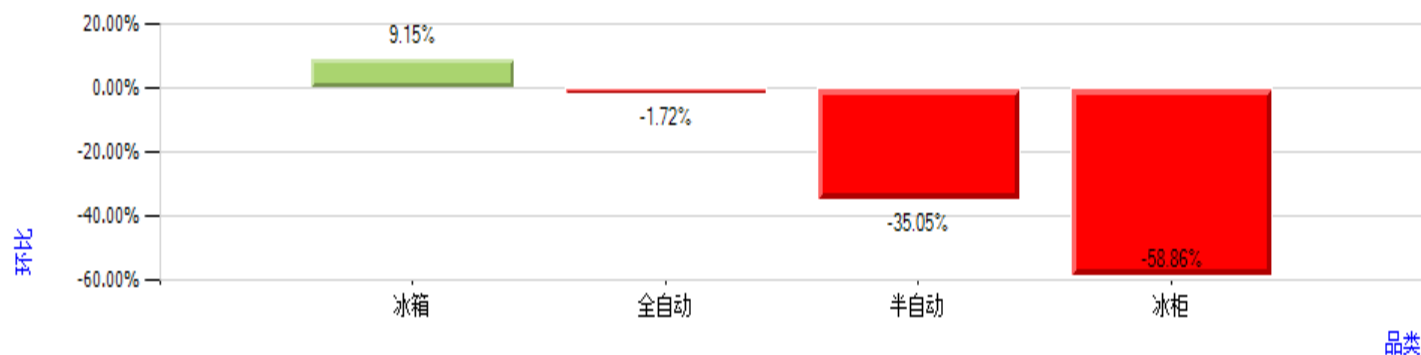
数据透视表4

大区 All 年 2013

| TCL 销售 | 年 月 月     |           |           |         |           |         |           |         |           |        |           |         |           |         |           |         |
|--------|-----------|-----------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|--------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
|        | 一月        |           | 二月        |         | 三月        |         | 四月        |         | 五月        |        | 六月        |         | 七月        |         | 八月        |         |
| 品类     | 销售收入      | 环比        | 销售收入      | 环比      | 销售收入      | 环比      | 销售收入      | 环比      | 销售收入      | 环比     | 销售收入      | 环比      | 销售收入      | 环比      | 销售收入      | 环比      |
| 冰箱     | 6,275.35  | 24.00%    | 5,707.65  | -9.05%  | 22,798.03 | 299.43% | 14,196.45 | -37.73% | 18,107.68 | 27.55% | 17,761.68 | -1.91%  | 14,019.46 | -21.07% | 9,119.99  | -34.95% |
| 全自动    | 9,946.31  | 23.61%    | 4,020.44  | -59.58% | 5,695.17  | 41.66%  | 5,967.97  | 4.79%   | 6,344.92  | 6.32%  | 3,620.52  | -42.94% | 5,208.42  | 43.86%  | 8,847.16  | 69.86%  |
| 半自动    | 2,251.08  | 65.26%    | 969.19    | -56.95% | 1,257.25  | 29.72%  | 700.52    | -44.28% | 794.76    | 13.45% | 524.74    | -33.98% | 852.53    | 62.47%  | 2,241.10  | 162.88% |
| 冰柜     | 260.04    | 4,177.02% | 672.41    | 158.58% | 952.75    | 41.69%  | 430.85    | -54.78% | 687.69    | 59.62% | 174.61    | -74.61% | 325.49    | 86.41%  | 224.51    | -31.02% |
| 总计     | 18,732.78 | 29.41%    | 11,369.69 | -39.31% | 30,703.21 | 170.04% | 21,295.79 | -30.64% | 25,935.06 | 21.78% | 22,081.55 | -14.86% | 20,405.89 | -7.59%  | 20,432.76 | 0.13%   |

决策分析图3

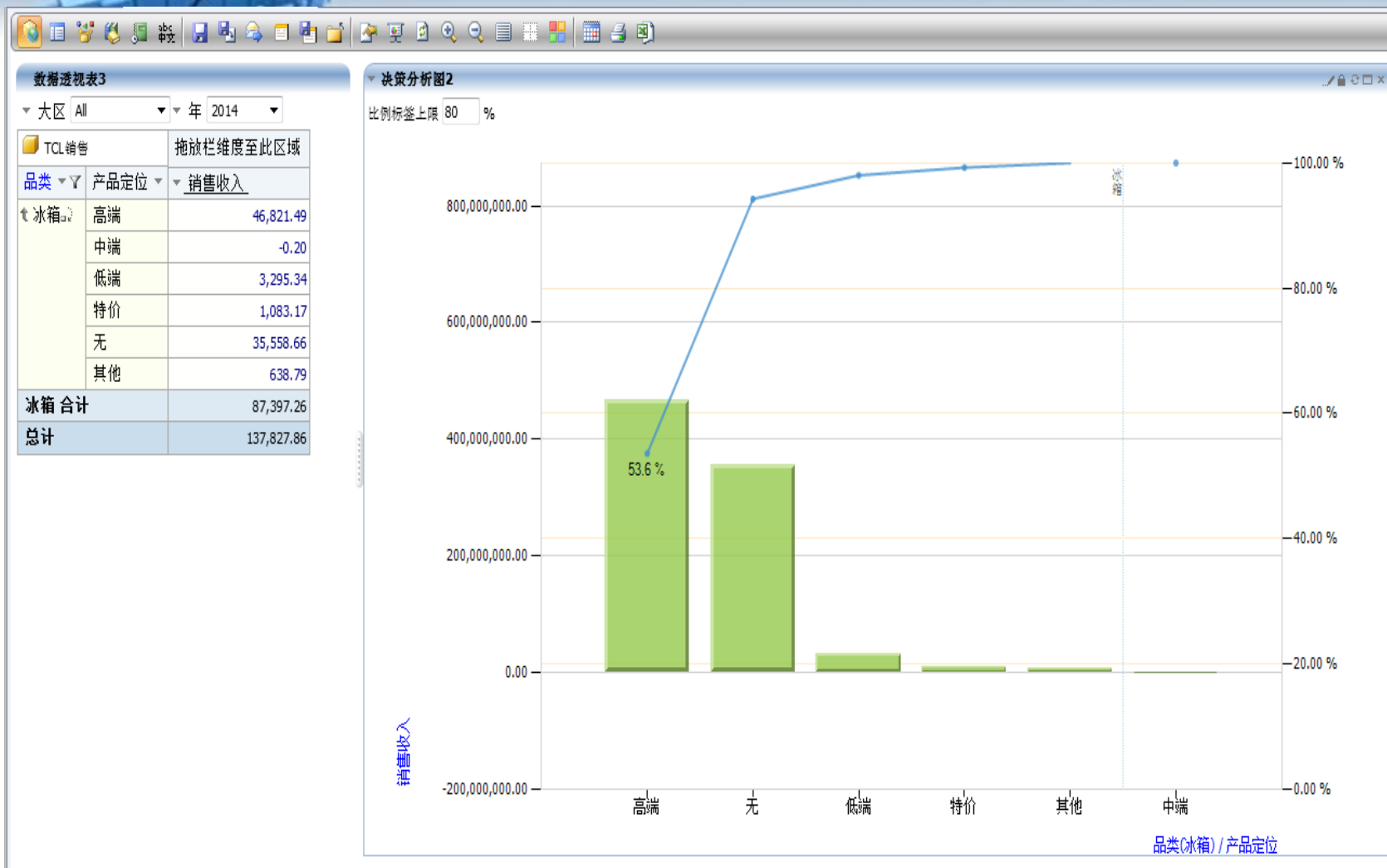
量值 环比



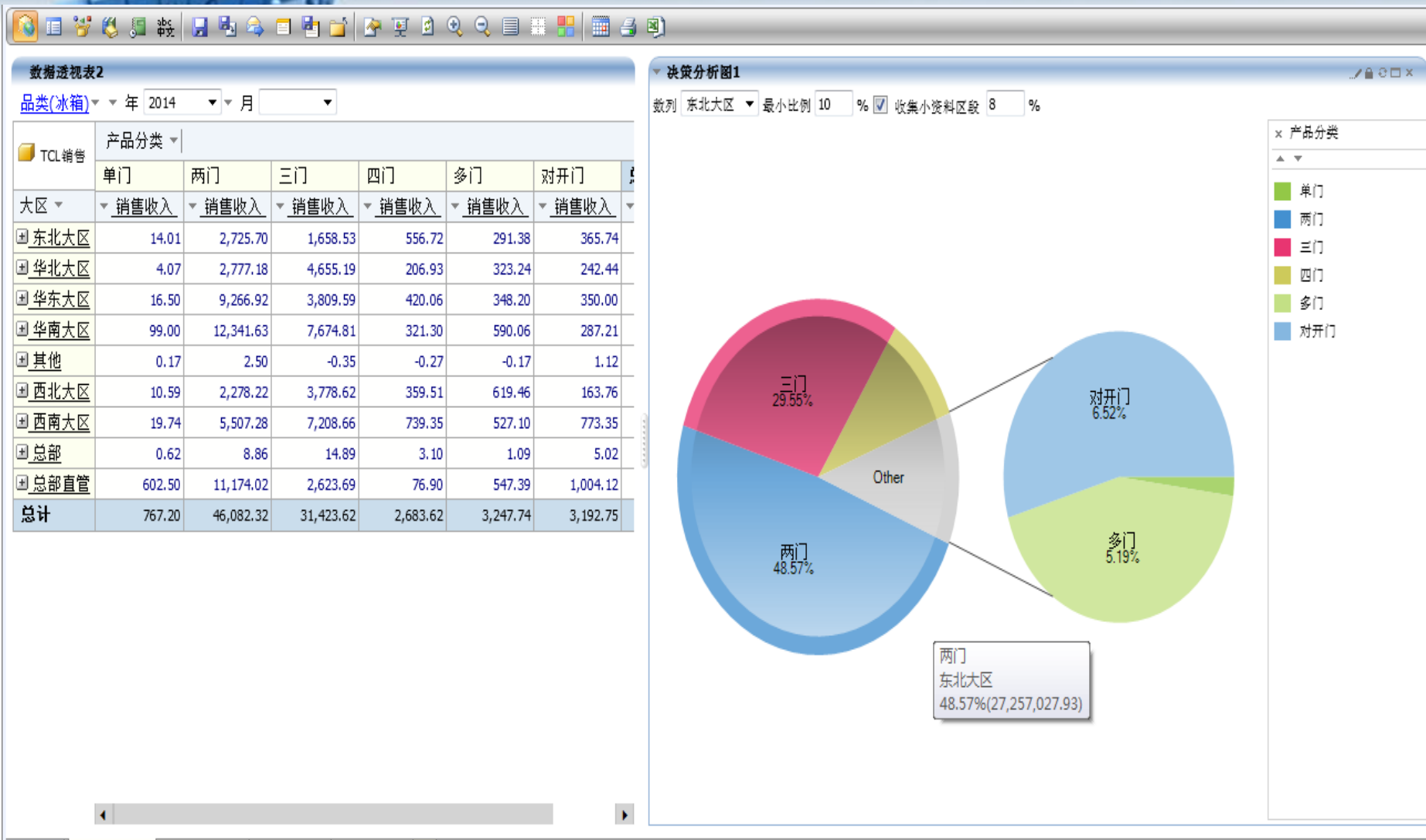
× 月

☒ 六月(2013)
 ☒ 七月(2013)
 ☒ 八月(2013)
 ☒ 九月(2013)
 ☐ 十月(2013)
 ☐ 十一月(2013)
 ☐ 十二月(2013)

# 产品定位的80/20



# 冰箱的产品分类



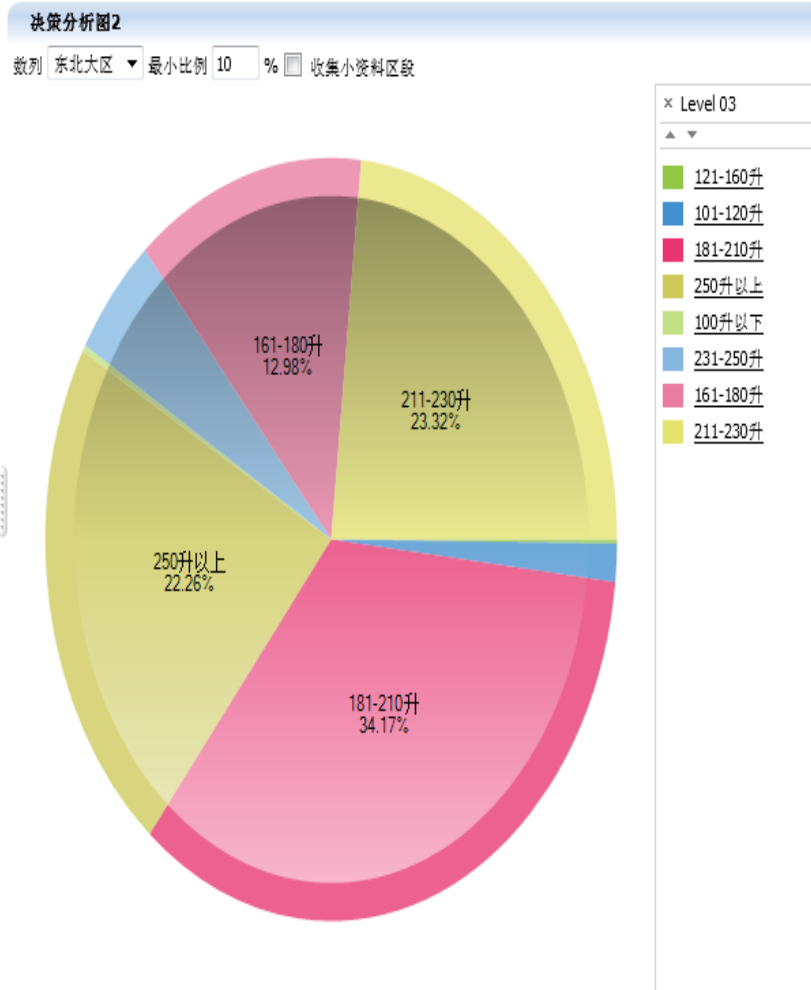
# 冰箱的容量段

数据透视表1

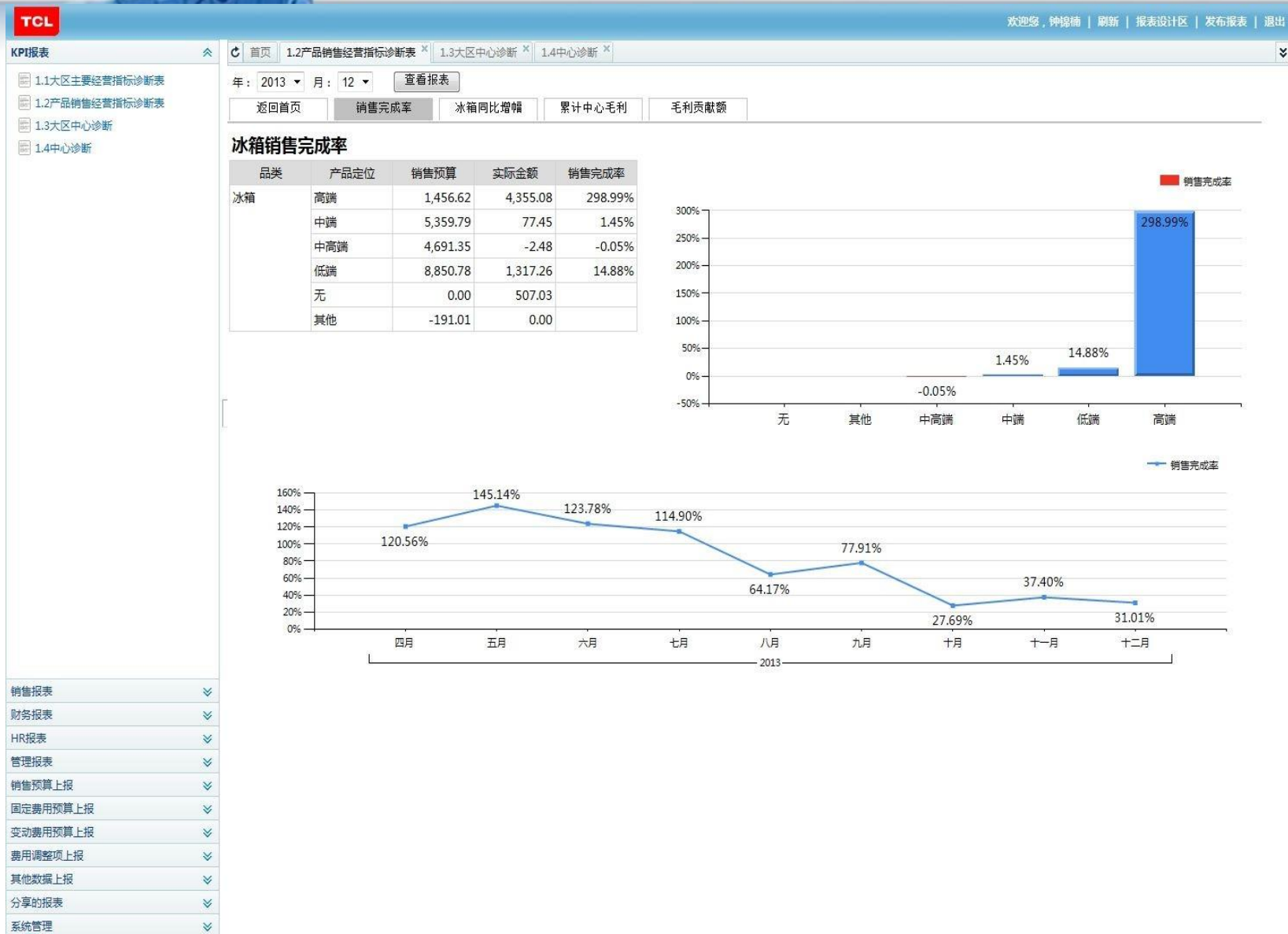
品类(冰箱) 年 2014 月

TCL销售 Level 03

| 大区   | 121-160升 | 101-120升 | 181-210升  | 250升以上   | 100升以下   | 231-250升 | 161-180升  |
|------|----------|----------|-----------|----------|----------|----------|-----------|
| 东北大区 | 9.70     | 90.69    | 1,917.78  | 1,249.34 | 15.63    | 291.76   | 728.23    |
| 华北大区 | 17.18    | 260.30   | 3,872.64  | 800.70   | 14.62    | 641.73   | 620.36    |
| 华东大区 | 780.07   | 2,549.75 | 5,047.96  | 1,135.28 | 18.47    | 222.87   | 2,382.28  |
| 华南大区 | 1,463.48 | 3,991.93 | 7,174.12  | 1,302.10 | 248.95   | 320.79   | 2,510.42  |
| 其他   | 0.79     | 0.51     | -2.06     | 0.66     | -0.26    | 0.41     | 1.00      |
| 西北大区 | 68.59    | 373.87   | 2,842.86  | 1,153.89 | 18.33    | 666.02   | 469.81    |
| 西南大区 | 5.72     | 596.71   | 5,257.14  | 2,177.23 | 24.00    | 1,018.34 | 1,472.83  |
| 总部   | 0.08     | 0.57     | 7.09      | 9.40     | 0.80     | 1.59     | 2.61      |
| 总部直管 | 1,003.31 | 844.45   | 5,560.03  | 1,627.91 | 2,817.80 | -1.01    | 2,870.67  |
| 总计   | 3,348.91 | 8,708.77 | 31,677.55 | 9,456.53 | 3,158.33 | 3,162.51 | 11,058.21 |



# 冰箱事业部销售完成率

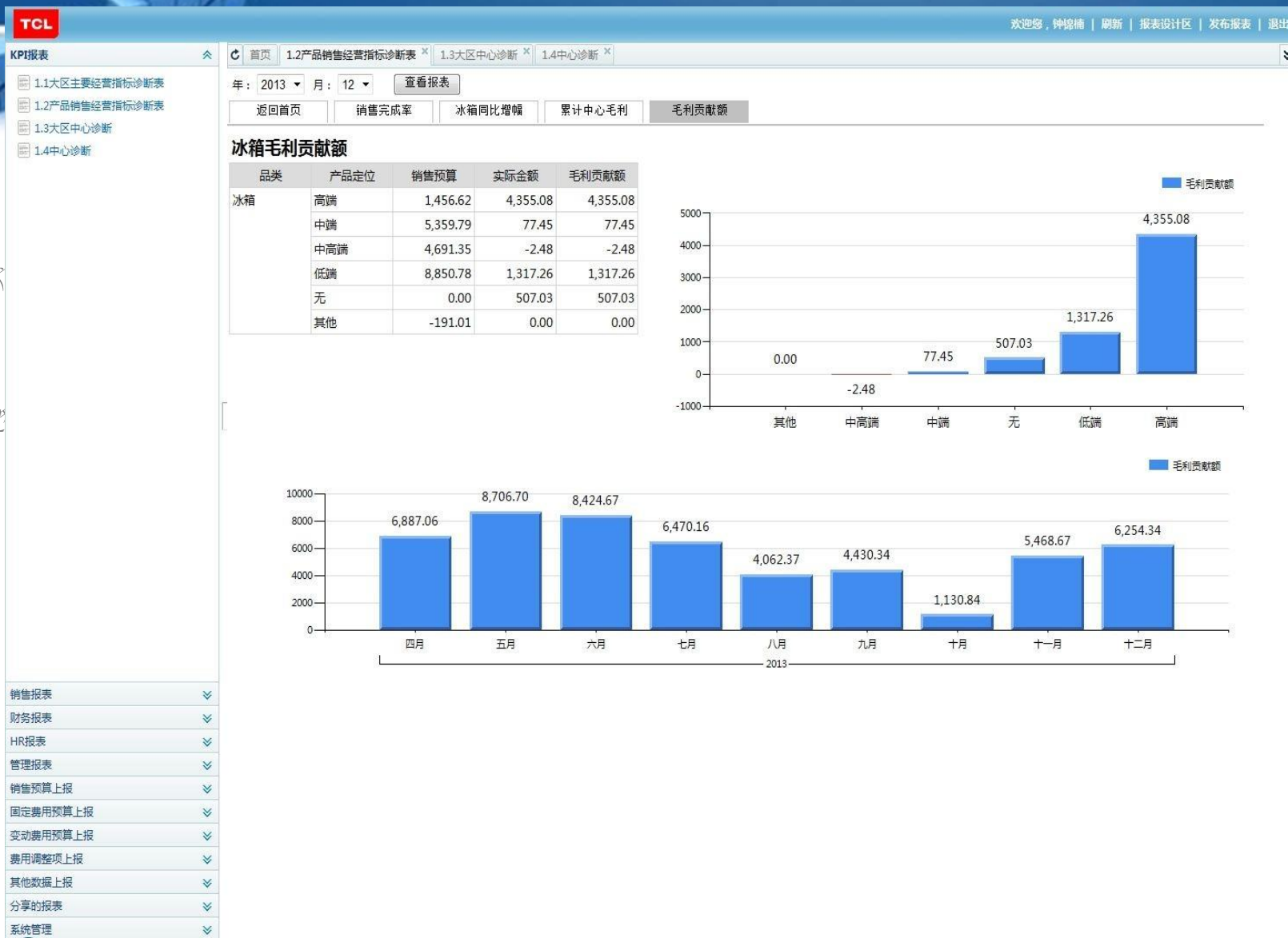




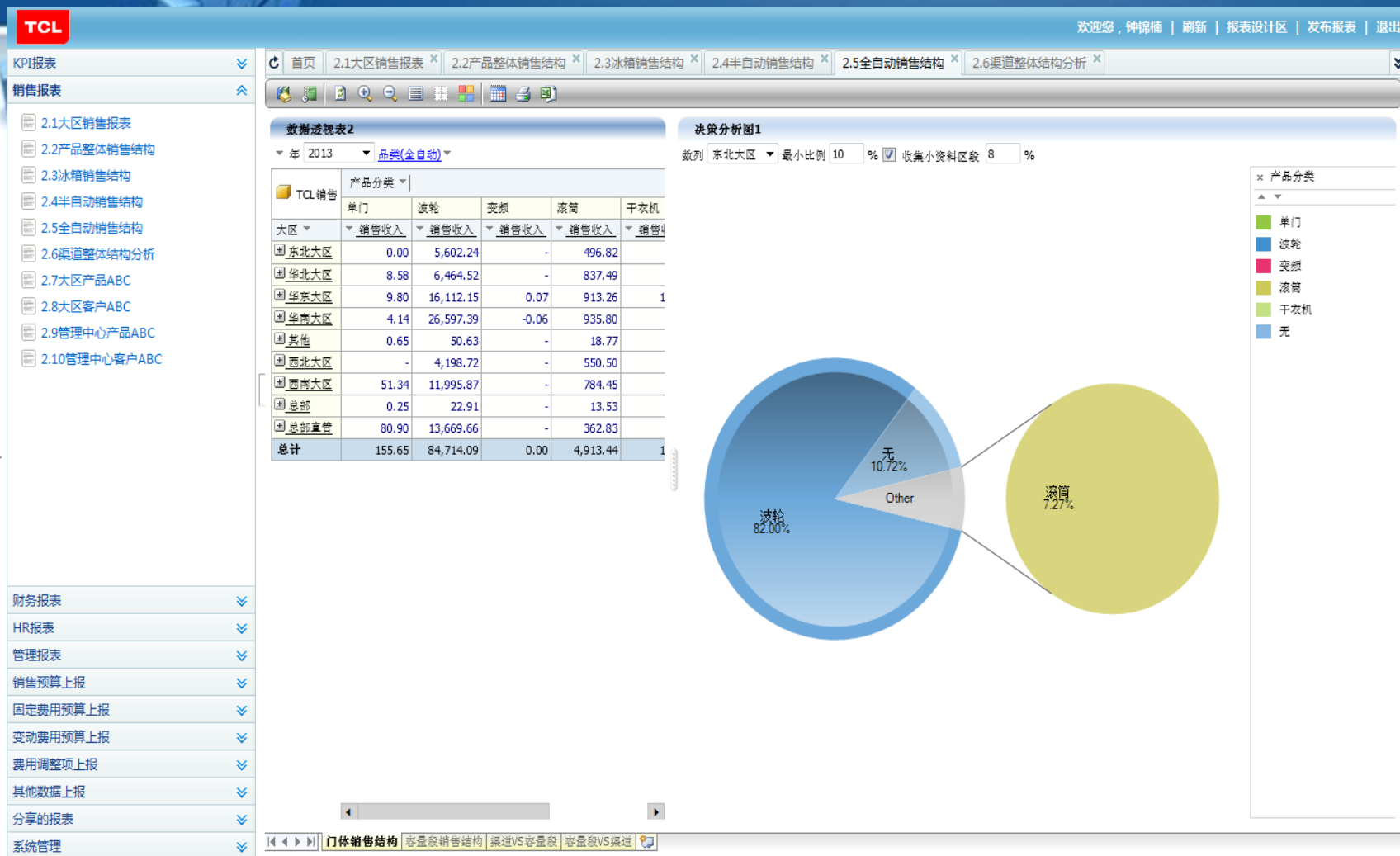
# 冰箱事业部销售同比增幅



# 冰箱事业部毛利贡献额



# 半自动销售结构



# 渠道的销售情况



数据透视表1

▼ 年 2013 ▼

| TCL 销售 | 月 ▼         |               |             |             |             |            |             |         |             |           |             |            |
|--------|-------------|---------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|---------|-------------|-----------|-------------|------------|
|        | 一月          |               | 二月          |             | 三月          |            | 四月          |         | 五月          |           | 六月          |            |
| 渠道类型 ▼ | 金额          | 销售金额同比        | 金额          | 销售金额同比      | 金额          | 销售金额同比     | 金额          | 销售金额同比  | 金额          | 销售金额同比    | 金额          | 销售金额同比     |
| 一般客户   | 47,821,135  | 销售金额同比        | 18,100,999  | 77,144.66%  | 107,305,459 | 1,144.45%  | 47,964,666  | 44.74%  | 78,529,458  | 103.82%   | 49,440,149  | -15.17%    |
| 批发商    | 25,739,462  | Value: -      | 16,562,971  | 81,152.31%  | 53,738,124  | 482.28%    | 25,286,134  | 42.20%  | 34,778,247  | 50.07%    | 27,584,882  | -16.11%    |
| 地方电器连锁 | 15,403,749  | Row: 一般客户     | 9,615,747   | -           | 21,091,113  | 812.82%    | 26,944,472  | 113.19% | 18,821,764  | 83.21%    | 20,404,672  | 49.15%     |
| 专业电器连锁 | 129,208     | Column: 一月    | 130,222     | -           | 152,274     | -          | 56,946      | 615.61% | 91,093      | -20.65%   | 228,675     | -4,980.50% |
| 综合超市   | 55,465,986  | 向下切入          | 34,270,491  | 12,124.16%  | 57,466,860  | 414.47%    | 64,391,659  | 44.40%  | 66,492,575  | 22.69%    | 72,328,229  | 16.43%     |
| 传统百货   | 3,781,999   | 回到最上层         | 2,217,494   | -           | 5,980,846   | 692.75%    | 4,831,342   | 4.67%   | 10,367,989  | 159.58%   | 5,256,731   | 8.23%      |
| 其他(网络) | 895,563     |               | 439,834     | -           | -140,928    | -8,348.44% | 135,120     | 103.21% | 829,188     | 645.36%   | 45,372      | 4.46%      |
| 电商     | 19,140,334  |               | 17,695,501  | 110,032.11% | 31,762,294  | 2,599.82%  | 21,287,258  | 52.91%  | 19,953,445  | 16.28%    | 25,654,109  | 89.60%     |
| 冷柜     | 2,600,390   |               | 6,724,095   | -           | 9,006,752   | -          | 4,311,563   | 158.17% | 6,876,945   | 1,441.48% | 728,070     | 400.93%    |
| 其他(总部) | 122,197     |               | 53,842      | -           | 130,922     | -          | 76,161      | -92.47% | 294,825     | -106.24%  | 78,367      | 139.26%    |
| 总计     | 171,100,024 | 1,240,216.16% | 105,811,195 | 30,999.36%  | 286,493,717 | 761.25%    | 195,285,322 | 50.86%  | 237,035,528 | 65.45%    | 201,749,255 | 8.72%      |

# 渠道 VS 容量段

数据透视表3

品类(冰箱) 年 2014 月

| TCL 销售 | Level 03   |         |            |         |             |         |            |         |            |         |            |         |             |         |             |         |             |         |
|--------|------------|---------|------------|---------|-------------|---------|------------|---------|------------|---------|------------|---------|-------------|---------|-------------|---------|-------------|---------|
|        | 121-160升   |         | 101-120升   |         | 181-210升    |         | 250升以上     |         | 100升以下     |         | 231-250升   |         | 161-180升    |         | 211-230升    |         | 总计          |         |
| 渠道类型   | 金额         | 占比      | 金额         | 占比      | 金额          | 占比      | 金额         | 占比      | 金额         | 占比      | 金额         | 占比      | 金额          | 占比      | 金额          | 占比      | 金额          | 占比      |
| 一般客户   | 1,774,998  | 5.30%   | 7,710,559  | 8.85%   | 96,269,697  | 30.39%  | 36,711,641 | 38.82%  | 677,157    | 2.14%   | 16,870,061 | 53.34%  | 15,865,713  | 14.35%  | 67,371,184  | 40.04%  | 243,251,010 | 27.83%  |
| 批发商    | 731,220    | 2.18%   | 4,391,875  | 5.04%   | 61,504,836  | 19.41%  | 19,336,028 | 20.45%  | 559,162    | 1.77%   | 6,684,548  | 21.14%  | 8,137,512   | 7.36%   | 39,721,559  | 23.60%  | 141,066,737 | 16.14%  |
| 地方电器连锁 | 779,745    | 2.33%   | 5,218,039  | 5.99%   | 23,251,122  | 7.34%   | 10,575,062 | 11.18%  | 685,807    | 2.17%   | 3,292,977  | 10.41%  | 6,064,159   | 5.48%   | 12,892,727  | 7.66%   | 62,759,639  | 7.18%   |
| 专业电器连锁 | -          | -       | 0          | 0.00%   | 219,032     | 0.07%   | 94,674     | 0.10%   | -          | -       | 15,123     | 0.05%   | 43,046      | 0.04%   | 40,153      | 0.02%   | 412,027     | 0.05%   |
| 综合超市   | 19,778,438 | 59.03%  | 59,841,002 | 68.70%  | 72,630,019  | 22.92%  | 8,399,508  | 8.88%   | 1,404,620  | 4.45%   | 3,480,768  | 11.01%  | 49,828,978  | 45.06%  | 31,800,850  | 18.90%  | 247,164,182 | 28.28%  |
| 传统百货   | 395,872    | 1.18%   | 1,449,911  | 1.66%   | 7,139,561   | 2.25%   | 2,997,375  | 3.17%   | 71,597     | 0.23%   | 1,220,377  | 3.86%   | 1,812,213   | 1.64%   | 3,094,179   | 1.84%   | 18,181,085  | 2.08%   |
| 其他(网络) | 2,191      | 0.01%   | 32,741     | 0.04%   | 153,353     | 0.05%   | 71,197     | 0.08%   | 1,680      | 0.01%   | 51,330     | 0.16%   | 87,698      | 0.08%   | 168,751     | 0.10%   | 568,943     | 0.07%   |
| 电商     | 10,033,050 | 29.95%  | 8,444,511  | 9.70%   | 55,600,326  | 17.55%  | 16,279,148 | 17.21%  | 28,177,953 | 89.22%  | -10,086    | -0.03%  | 28,706,711  | 25.96%  | 13,054,511  | 7.76%   | 160,286,124 | 18.34%  |
| 其他(总部) | 8,654      | 0.03%   | 10,779     | 0.01%   | 50,274      | 0.02%   | 100,630    | 0.11%   | 5,358      | 0.02%   | 19,999     | 0.06%   | 36,036      | 0.03%   | 134,032     | 0.08%   | 365,762     | 0.04%   |
| 总计     | 33,504,167 | 100.00% | 87,099,416 | 100.00% | 316,818,219 | 100.00% | 94,565,263 | 100.00% | 31,583,334 | 100.00% | 31,625,097 | 100.00% | 110,582,067 | 100.00% | 168,277,946 | 100.00% | 874,055,509 | 100.00% |

# KPI首页

## 销售运营KPI



一线零售：

本月实销：11352.1万元  
上年同期：10068.9万元



海外：

本月实销：38.1万元  
上年同期：69.8万元



电商：

本月实销：3143.1万元  
上年同期：1765.6万元



多品牌：

本月实销：869.5万元  
上年同期：337.9万元



渠道总数：

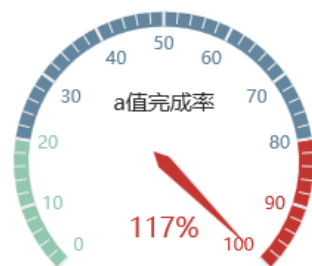
本月实销：2536个  
上年同期：2083个



平均单产：

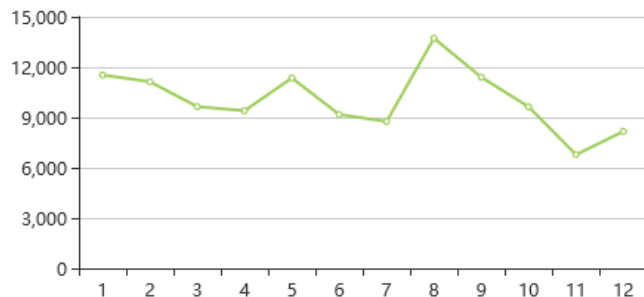
本月实销：4.5万元  
上年同期：4.8万元

## A值B值完成情况

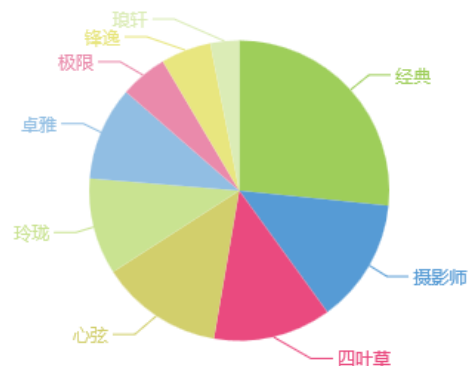


## 品牌销售整体情况

—○— 销售金额



## 销售系列占比情况





# 飞亚达销售公司案例介绍



广州辰智

广州辰智

FIYTA | 飞亚达

广州辰智

广州辰智

广州辰智

飞亚达（集团）股份有限公司创立于1987年，是中国钟表行业的旗舰企业，中国境内表业上市公司，系中航工业下属中航国际的主要投资企业之一。公司以品牌战略为统领，专注于钟表行业，主要从事世界名表零售和自有品牌钟表的研发、设计、制造和销售业务。

名表零售业务方面，旗下的“亨吉利世界名表中心”是国内统一商号名表连锁网络，已发展为高端钟表零售业务的领军品牌之一。通过十几年的经营积累，不仅拥有覆盖全国的零售网络、超过10万的VIP客户资源，也与众多知名国际钟表品牌建立了紧密合作关系，更基于“K=BSC”、三层营销理论创建了独特的高端商业品牌运营体系，铸就了自身的核心竞争力。



# 钻取到一线零售



## ► Satisfy BI



### 销售运营

### 产品物流

### 应收账款分析

### 现金流分析

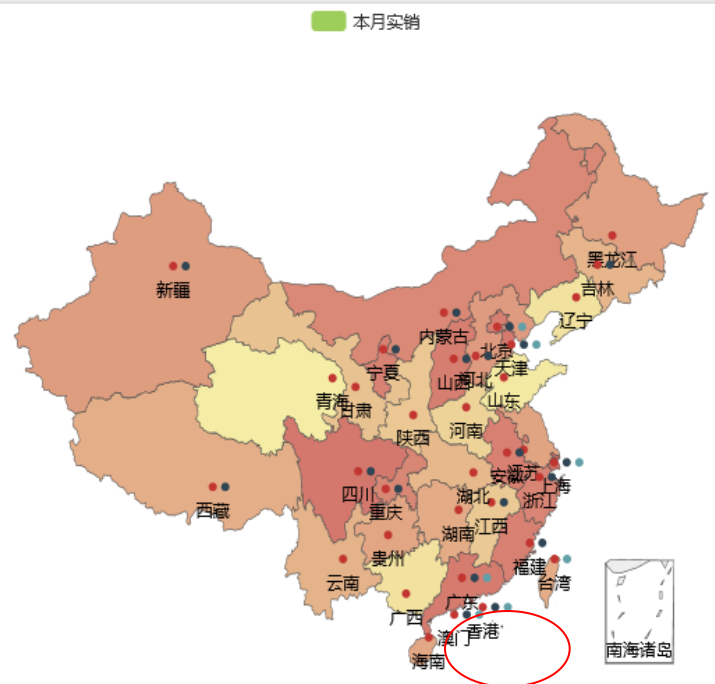
### 回款表分析

### 存货分析

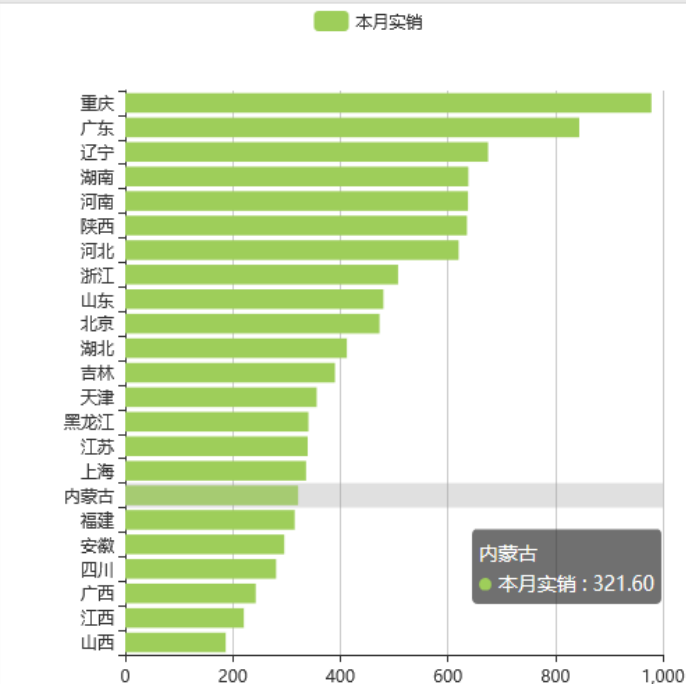
### 综合分析

### 数据挖掘

#### 分公司销售情况



#### 实销金额对比情况



# 钻取到广东查看指标完成情况

## ► Satisfy BI

### 销售运营

### 产品物流

### 应收账款分析

### 现金流分析

### 回款表分析

### 存货分析

### 综合分析

### 数据挖掘

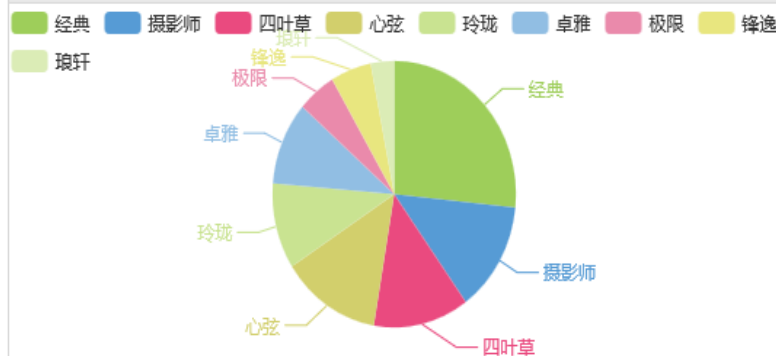
### 销售指标完成率



### 同比增长情况



### 产品系列结构



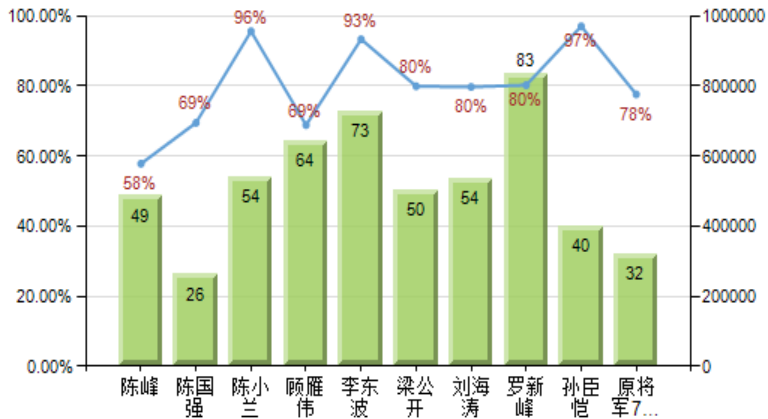
### 销售排行

| 办事处 | 城市 | 实销金额   | 本年累计    |   |
|-----|----|--------|---------|---|
| 深圳  | 深圳 | 444.10 | 5390.60 | 1 |
| 东莞  | 广州 | 83.40  | 976.00  | 2 |
| 广州  | 广州 | 100.00 | 455.80  | 3 |
| 华南  | 广州 | 3.00   | 21.00   | 4 |
| 海南  | 海南 | 0.00   | 1.40    | 5 |

# 钻取到办事处分析业务员的完成情况

- 销售运营
- 产品物流
- 应收账款分析
- 现金流分析
- 回款表分析
- 存货分析
- 综合分析
- 数据挖掘

业务经理完成情况



产品系列结构

华南7月业务经理完成情况

| 业务经理 | 7月实销金额 | 7月销售任务  | 完成率 | 排名 |
|------|--------|---------|-----|----|
| 罗新峰  | 833777 | 1039198 | 80% | 1  |
| 李东波  | 727957 | 780000  | 93% | 2  |
| 顾雁伟  | 642132 | 932799  | 69% | 3  |
| 陈小兰  | 539475 | 564291  | 96% | 4  |
| 刘海涛  | 536261 | 672729  | 80% | 5  |
| 梁公开  | 502833 | 629097  | 80% | 6  |
| 陈峰   | 486674 | 841895  | 58% | 7  |
| 孙臣恺  | 399239 | 411506  | 97% | 8  |
| 原将军  | 320769 | 413286  | 78% | 9  |
| 陈国强  | 262008 | 377045  | 69% | 10 |

同比增长情况

| 分公司 | 客户名称               | 货品所有权 | 店面形态 | 实销数量 | 实销金额   | 实销金额累计  | 标准金额   | 折扣  |
|-----|--------------------|-------|------|------|--------|---------|--------|-----|
| 华南  | 飞亚达销售有限公司振华分店      | 品牌直营  | 专卖店  | 173  | 344839 | 2526086 | 535279 | 64% |
| 其他  | 广东天河城百货有限公司(天河城店)旧 | 其他    | 其他   | 181  | 338312 | 2053256 | 455469 | 74% |
| 华南  | 深圳市茂业百货华强北有限公司     | 品牌直营  | 百货商场 | 83   | 153320 | 1706602 | 213100 | 72% |
| 华南  | 深圳茂业商厦有限公司         | 品牌直营  | 百货商场 | 69   | 152873 | 1468312 | 174159 | 88% |
| 华南  | 天虹商场股份有限公司(西丽天虹)   | 品牌直营  | 百货商场 | 79   | 129589 | 1261266 | 166835 | 78% |
| 华南  | 天虹商场股份有限公司(民治天虹)   | 品牌直营  | 百货商场 | 66   | 116927 | 1055712 | 143127 | 82% |

# 产品物流分析首页

Satisfy BI



运营分析

产品分析

财务分析

数据挖掘

产品分析

产品物流KPI

销售运营KPI

Q 过滤条件

≡ KPI



一线零售：

本月实销：9449 万元  
上年同期：8111 万元



海外：

本月实销：26 万元  
上年同期：19 万元



电商：

本月实销：1538 万元  
上年同期：744 万元



直销：

本月实销：65 万元  
上年同期：112 万元



库存金额：

本月实销：62 万元  
库存周转率：3.41



滞销品：

本月实销：3406 万元  
上年同期：233663

≡ 畅销表



极限系列：C.GA8460.BBB  
实销金额：1286 万元  
平均单价：5980 元



四叶草系列：C.LA8262.GRD  
实销金额：1885 万元  
平均单价：3454 元



卓雅系列：C.L282.MWM  
实销金额：1551 万元  
平均单价：1983 元



摄影师系列：C.GA8270.GWR  
实销金额：1076 万元  
平均单价：2954 元



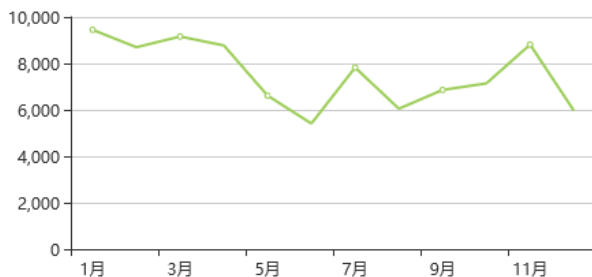
心弦系列：C.LA8402.MWR  
实销金额：1127 万元  
平均单价：3353 元



卓雅系列：C.L276.PWR  
实销金额：874 万元  
平均单价：1770 元

≡ 整体销售趋势

—○— 销售额



≡ 新品畅销表



极限系列：C.GA8460.BBB  
实销金额：332 万元  
平均单价：1840 元



四叶草系列：C.LA8262.GWR  
实销金额：285 万元  
平均单价：3920 元



卓雅系列：C.L282.MWM  
实销金额：274 万元  
平均单价：3058 元



摄影师系列：C.GA8270.GW  
实销金额：216 万元  
平均单价：1718 元



心弦系列：C.LA8402.MWR  
实销金额：254 万元  
平均单价：4314 元



卓雅系列：C.L276.PWR  
实销金额：369 万元  
平均单价：2165 元

# 产品系列的完成率及价格段销售结构

## ► Satisfy BI

销售运营

产品物流

现金流分析

回款表分析

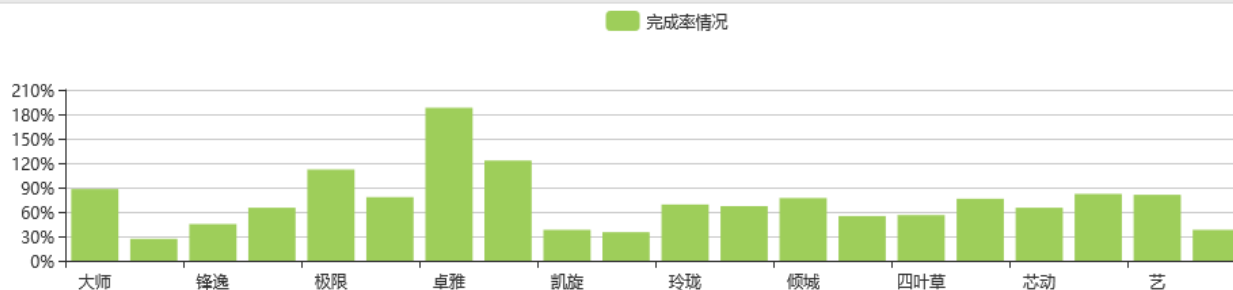
存货分析

销售分析

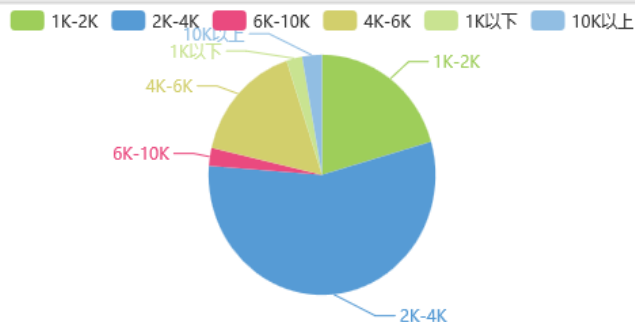
综合分析

数据挖掘

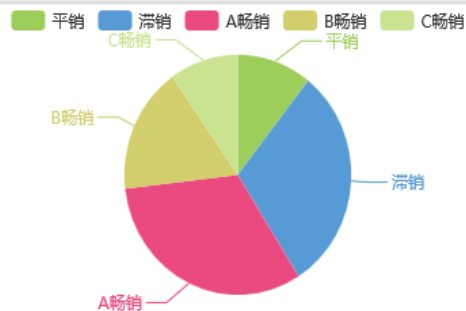
表系列完成情况



产品价格段销售占比



销售属性占比





# 产品系列的销售对比及趋势

## Satisfy BI

销售运营

产品物流

应收账款分析

现金流分析

回款表分析

存货分析

综合分析

数据挖掘

各系列销售情况



大师系列销售趋势



大师系列产品Top10

| 系列 | 产品          | 销售额(万元) | 数量 |
|----|-------------|---------|----|
| 大师 | GA8058.WLB  | 98      | 48 |
| 大师 | GA8066.WWR  | 74      | 55 |
| 大师 | GA8356.WWB  | 59      | 32 |
| 大师 | GA8606.BBB  | 59      | 36 |
| 大师 | GA8118.WWWD | 58      | 28 |
| 大师 | DGA0088.PPR | 49      | 33 |
| 大师 | GA8138.PWRD | 40      | 31 |
| 大师 | GA8046.WWB  | 23      | 28 |

# 财务分析首页

## 三 整体损益分析

单位：万元



# 损益分析



## 三 主要指标



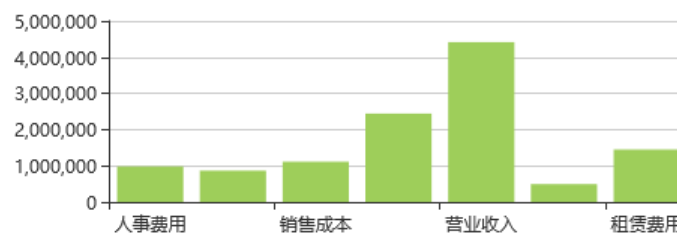
收入: 4119520.00

成本: 1970380.00

毛利: 2149140.00

## 三 收入成本费用对比

金额



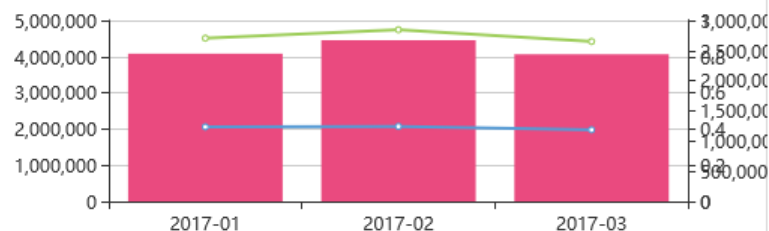
## 三 成本费用占比

人事费用 成本 销售成本 租赁费用



## 三 收入成本趋势

收入 成本 毛利



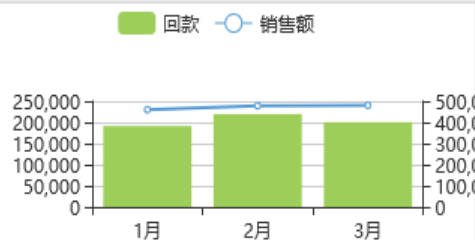
# 回款分析

## 回款情况

¥ 本月回款: **219930元**
% 本月回款率: **42.86%**

¥ 本年累计回款: **411515元**
~ 累计回款率: **47.62%**

## 回款VS销售额趋势对比

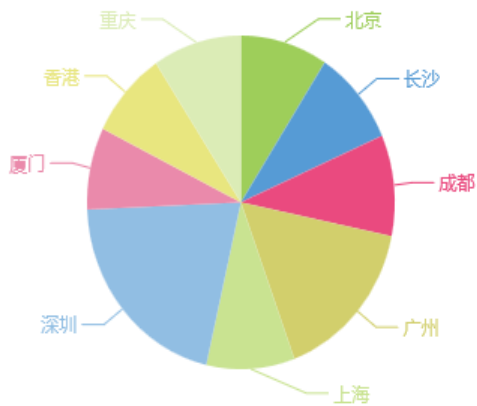


## 回款率趋势分析



## 客户回款占比

北京 长沙 成都 广州 上海 深圳 厦门 香港 重庆



## 回款明细

| 年    | 月份 | 客户 | 回款    |     |
|------|----|----|-------|-----|
| 2017 | 2月 | 深圳 | 45512 | 1 ^ |
| 2017 | 2月 | 广州 | 35414 | 7   |
| 2017 | 2月 | 成都 | 21554 | 6   |
| 2017 | 2月 | 重庆 | 20455 | 6   |
| 2017 | 2月 | 上海 | 20369 | 5   |
| 2017 | 2月 | 北京 | 20154 | 2   |
| 2017 | 2月 | 长沙 | 20441 | 3   |
| 2017 | 2月 | 香港 | 18519 | 3   |
| 2017 | 2月 | 厦门 | 17512 | 2   |

# 现金流分析

## 三 现金流情况分析



期初金額:

995.26 萬元



期末金額:

725.24 萬元



本期流入:

3645.60 萬元

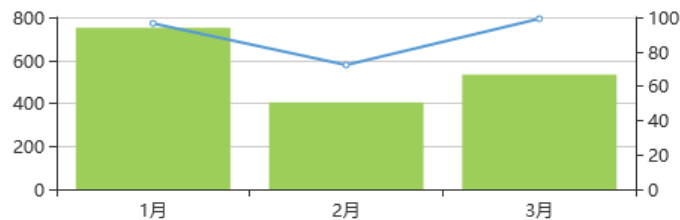


本期流出:

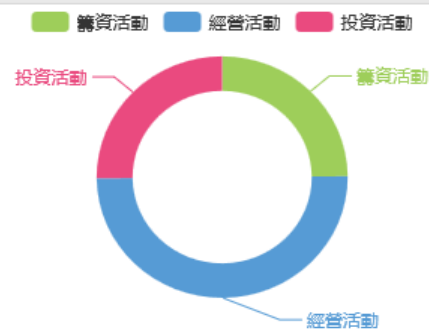
3934.95 萬元

## 三 現金流

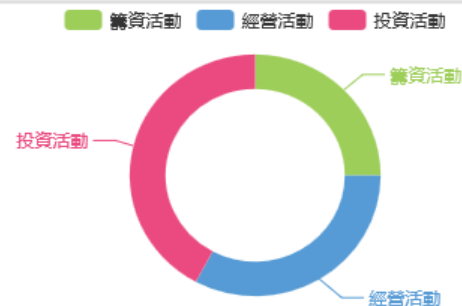
■ 经营活动现金净流量 —○— 净利润现金含量



## 三 流入結構



## 三 流出結構



# 短期偿债能力分析



## 短期偿债能力

| 项目   | 2001 | 2002 | 2003 |
|------|------|------|------|
| 流动比率 | 3.72 | 2.92 | 2.66 |
| 速动比率 | 1.83 | 1.70 | 1.41 |
| 现金比率 | 1.06 | 0.79 | 0.58 |

## 速动比率

1.83

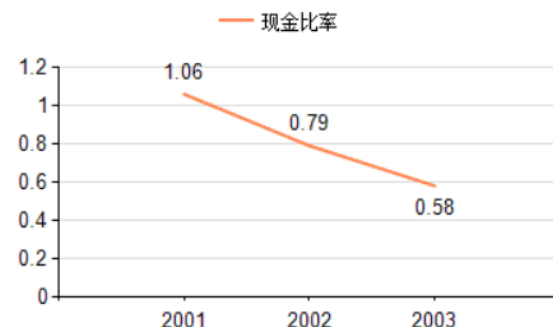
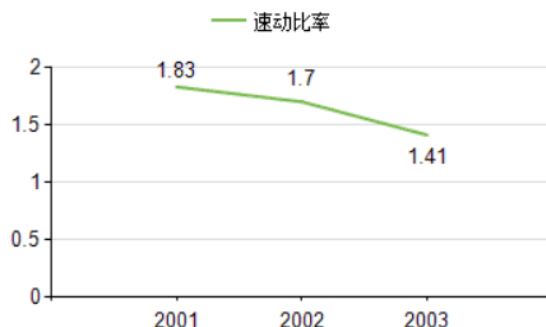
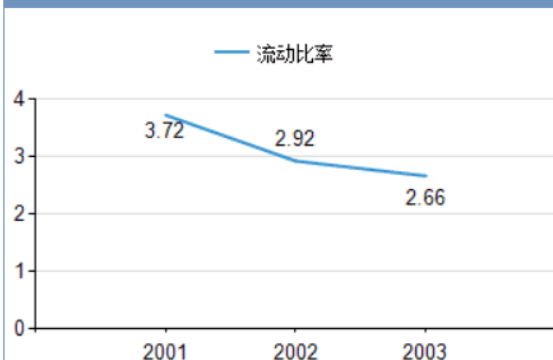
## 流动比率

3.72

## 现金比率

1.06

## 短期偿债趋势





# 长期偿债能力分析



## 长期偿债分析

资产负债率

20.64%

产权比率

26.01%

长期负债率

18.33%

长期负债情况

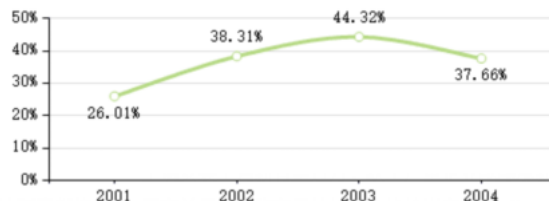
| 年份   | 资产负债率  | 所有者权益比率 | 权益乘数 | 产权比率   | 有形净值债务率 | 有形净值债务率 | 利息保障倍数 | 长期负债率  |
|------|--------|---------|------|--------|---------|---------|--------|--------|
| 2001 | 20.64% | 79.36%  | 1.26 | 26.01% | 27.20%  | 27.20%  | 22     | 18.33% |
| 2002 | 27.70% | 72.30%  | 1.38 | 38.31% | 39.79%  | 39.79%  | 26     | 22.56% |
| 2003 | 30.71% | 69.29%  | 1.44 | 44.32% | 45.99%  | 45.99%  | 4      | 24.71% |
| 总计   | 26.35% | 72.66%  | 1.36 | 36.21% | 37.66%  | 37.66%  | 17     | 21.87% |

## 长期偿债趋势

资产负债率趋势



产权比率趋势



长期负债率趋势

