

匿名模拟案例

食品品牌经销商补货动作周报

从“发货、销量、库存三张表”到本周可执行动作清单

案例性质	分析周期	适用角色	输出频率
匿名模拟还原	2026-05-25 至 2026-05-31	渠道负责人 / 销售运营	每周一次

重要说明：本案例使用模拟客户、模拟 SKU 和模拟数据，分析结构来自多类快消经销商经营资料的共性抽象。不含任何原始客户名称、真实经营数字、截图或未经授权资料，也不宣称已经为某个真实客户取得这些结果。

先看结论：本周要做的 5 件事

优先级	对象	为什么现在要处理	建议动作
P0	西南城市经销商A / 130g主力品A	近4周周均销 520 箱；可用库存仅 360 箱，库存覆盖 0.7 周；无在途	周三前补 720 箱；优先保障商超与核心流通网点。
P0	川南经销商B / 88g主力品B	近4周周均销 410 箱；库存覆盖 0.6 周；本月任务达成 108%	周三前补 480 箱；避免高动销 SKU 在周末前断货。
P1	重庆商超经销商C / 150g瓶装品C	库存覆盖 0.9 周；连续两周销量上升；重点渠道仍有 23 家待补货	本周补 360 箱；按门店缺口分批发货。
P1	云贵经销商D / 佐餐品D	库存覆盖 8.4 周；近两周销量下降 26%；任务达成仅 58%	暂停新补货；跨仓调拨 240 箱，并核查陈列、价格和必铺执行。
P2	成都流通经销商E / 佐餐品E	库存覆盖 6.9 周；销量稳定但库存结构偏重	下调下周补货；调拨 120 箱到低库存区域。

一页管理摘要

经销商	活跃 SKU	断货风险	高库存风险
12 家	48 个	8 个 SKU	5 个 SKU

本周建议补货 1,920 箱，跨仓调拨 360 箱，暂停或减少 3 个高库存 SKU 的新增补货。真正需要管理层决策的不是“哪张表有问题”，而是先保供、再调拨、最后处理执行异常。

补货量是怎么算出来的

标准规则：建议补货量 = 目标库存周数 × 近4周平均销量 - 可用库存 - 在途库存。首版默认目标库存为2.5周；低于1.2周标记断货风险，高于6周标记高库存风险。

规则不是固定死的。不同品类、渠道和促销周期可以设置不同目标周数，但首单试跑必须先用一套简单、可解释、能复核的口径。

重点SKU计算明细

SKU / 经销商	近4周周均销	可用库存	在途	库存周数	建议
130g主力品A / A	520箱	360箱	0箱	0.7周	补720箱
88g主力品B / B	410箱	250箱	0箱	0.6周	补480箱
150g瓶装品C / C	260箱	230箱	60箱	0.9周	补360箱
佐餐品D / D	95箱	800箱	0箱	8.4周	停补+调拨240箱
佐餐品E / E	120箱	830箱	0箱	6.9周	减补+调拨120箱

经销商异常不是只看库存

对象	经营信号	可能原因	下周要验证
经销商A	主力品任务达成高，但库存不足	补货节奏未跟上动销；在途未及时录入	核对未交订单和重点渠道缺口
经销商D	库存高、销量下滑、任务达成低	渠道执行弱；价格或陈列可能异常	核查必铺SKU、价格、陈列和业务员覆盖
经销商F	总销量正常，但重点品占比持续下降	靠低毛利产品撑量，产品结构恶化	恢复重点品分解目标并跟踪周达成

客户需要提供什么

首单不是让客户整理一套完美数据。只要能稳定提供以下固定字段，就可以先跑一周，缺失字段再按最小范围补齐。

数据块	最低字段	用途
销量	日期、经销商、区域、SKU、销售数量	计算趋势、周均销量、任务达成与异常波动
库存	日期、经销商/仓库、SKU、可用库存	计算库存周数、断货与高库存风险
进货/在途	日期、经销商、SKU、数量、预计到货日	避免重复补货，判断到货前是否会断货
任务（可选）	周期、经销商/SKU、目标数量或金额	判断销量正常但任务未达成、产品结构偏差
渠道规则（可选）	必铺品、重点渠道、价格/陈列要求	把库存异常转成业务员和渠道动作

自动化闭环长什么样

步骤	客户看到的动作	系统完成的工作
1	按固定模板导出本周销量、库存、进货数据	检查字段、日期范围和缺失值
2	无需人工拼表	合并数据，计算周均销量、库存周数和任务达成
3	收到“补什么、补多少、何时补”的清单	按阈值生成补货、调拨、停补和复核建议
4	周会只讨论异常和责任人	输出 Word/PDF 管理摘要和明细
5	下周继续用同一模板	复用规则，并对上周动作做跟踪

交付边界

首版只接固定字段 Excel/CSV，不承诺开放式历史数据清洗。

不需要改造 ERP/DMS；先用导出表验证价值，再决定是否做接口。

原始数据只用于本次试跑和交付，不进入公开案例，不长期保留敏感经营资料。

这项服务真正卖的是什么

不是卖报表：客户付费购买的是每周可执行的经营判断：先补谁、补多少、哪些该停、谁需要复核，以及这些动作为什么。

典型购买者是品牌渠道负责人、销售运营、销管、经销商管理负责人，或者库存和补货主要靠 Excel 管理的经销商老板。他们已经有数据，但每周仍要催表、拼表、找异常、写结论。

在数据模板稳定后，人工工作主要剩两件事：确认少量异常规则，以及对系统给出的业务动作做最终判断。模拟场景下，周会前 3-5 小时的整理工作可压缩到 20-40 分钟复核；正式效果必须用客户真实数据试跑后确认。

首单最小验证

阶段	客户投入	交付结果	是否继续
看案例	5分钟	确认是否理解产品价值	不合适就停止
给样表	导出1周固定字段数据	字段缺口清单	字段可用再继续
试跑	确认2-3个阈值	一份真实数据周报	有行动价值再付费托管
托管	每周固定导出	持续周报与动作跟踪	按月续费

案例依据与隐私说明

本模拟案例的结构抽象参考了经销商联合生意计划、区域任务完成表、SKU 任务分解、发货明细、渠道执行标准等常见快消经营材料。这些材料只用于提炼通用方法，没有复制任何原始客户名称、原始数字、截图、表格或专有方案。

版本日期：2026-06-11。本文件用于产品验证和客户沟通，不构成经营收益承诺。