



AHT 北京大学信息技术  
高等研究院



未来财务人研究院  
Institute of Future Finance



合思  
敏捷的财务收支管理平台

挖出企业  
净利润

# 连锁零售业 财务数智化趋势洞察 白皮书



北大信研院财会智能化应用联合实验室  
未来财务人研究院  
北京合思信息技术有限公司

## 专家寄语 |

# 众多财税领域大咖学者联袂推荐



### 周卫华

中国财政科学研究院数字财务研究所所长

在当前国内有效需求不足和市场竞争加剧的背景下，连锁零售业面临日益激烈的竞争压力和市场变革，以财务数字化转型推动业财深度融合，提升企业精细化运营水平，“挖出”企业净利润是连锁零售企业应对经济下行压力、坚定自身发展韧性和实现可持续发展的必答题。合思作为我国财务数字化服务的领导者，致力于通过高效组织和财务数字化产品，助力连锁零售企业在激烈的市场竞争中稳步前行。此次发布的白皮书，基于合思深度参与连锁零售业财务数字化转型的案例和经验，具有极高的参考价值 and 借鉴意义。



### 张敏

中国人民大学商学院教授、吴玉章特聘教授、会计系主任

《连锁零售业财务数智化趋势洞察》白皮书不仅提供了关于市场趋势和消费者行为的有价值见解，也为财务创新和商业模式创新提供了指导，同时强调了适应数字化趋势、精细化运营以及挖出企业净利润的重要性。对于希望在竞争激烈的连锁零售市场中脱颖而出的企业和品牌来说，本白皮书提供的洞察和建议具有极高的参考价值。



### 刘梅玲

上海国家会计学院副教授、企业管理系主任

数字经济时代，连锁零售企业可通过消费者、产品、营销等的精细化运营，实现长期可持续发展。连锁零售企业的精细化运营，有赖于业务和财务的数智化发展。其中，业务的数智化包括基于业务台账和经营成果开展的数据分析，基于数据洞察开展的渠道精准投放、产品智能推荐、客户个性服务等场景；财务的数智化包括智能费控、智能核算、智能报告、无纸化归档等场景。



### 王海林

首都经济贸易大学会计学院教授、博士生导师

《挖出企业净利润——连锁零售业财务数智化趋势洞察》白皮书基于实际企业案例，以通俗易懂的语言和活泼生动的形式，直观、精炼地展现了不同业务场景中数字技术赋能企业财务和业务活动的方法，总结刻画了财务数字化的底层逻辑。该书可以帮助企业各级管理者了解财务数字化的最佳实践，面对复杂多变的市场环境更加科学、精准地做出决策。



### 王泽霞

杭州电子科技大学信息工程学院特聘教授

近年来，连锁零售业正在面临流量红利消退的显著变革，从增量时代到存量时代，企业需从粗放的增长模式转换为更精细化的增长模式。本白皮书为我们揭示了连锁零售业的财务现状和未来趋势，提出财务数字化是精细化运营的必行之路的重要观点。同时，建设性提出“挖出净利润，唤起增长新动能”，高效率 + 颗粒化管控成就合理化增长的观点，让企业真正步入利润区。

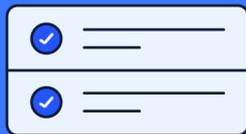
## 目录

<b>1.</b>	<b>行业剖析   消费存量时代，连锁零售业危中有机</b>	
	警惕，你的运营方式正在让企业步入“无利润区”	05
	长期可持续发展，唯有精细化运营才能突破瓶颈	06
<b>2.</b>	<b>趋势洞察   从收入到收益，财务数字化是精细化运营必行之路</b>	
	企业更多依靠财务数据作为经营分析的依据	10
	财务分析时效性要求逐步升高，不仅事前“算赢”，更要事后“快算”	11
	财务正在走向业务，成为“翻译官”，落地精细化运营	12
	因材施教、持之以恒，财务正在成为业财融合的引航者	13
<b>3.</b>	<b>企业实践   挖出净利润，唤起增长新动能</b>	
	鸣鸣很忙：“利他，自然自利”，10000+ 门店的数字化内功	16
	COMMUNE 幻师：品牌打出差异化，运营实现标准化，紧握餐酒行业新赛点	19
	烤匠·麻辣烤鱼：口碑出圈的“社交化”餐饮品牌，财务成为业务增长的加速器	22
	可孚医疗：竞争格局加剧、产业链拉长，拥抱变革实现利润增长	25
<b>4.</b>	<b>合思解法   增额创利，财务数智化挖出企业净利润</b>	
	连锁零售业综合解决方案	30
	连锁门店业财管理解决方案	31
	全域营销 ROI 提升解决方案	32
	关于合思	33
	连锁零售业标杆客户	34

# PART 01

## 行业剖析

消费存量时代，连锁零售业危中有机



50%



## 警惕，你的运营方式 正在让企业步入“无利润区”

消费市场竞争激烈，连锁零售业正在面临流量红利消退，及经济下行带来的越来越大的压力。口罩事件后虽有短暂的“报复性消费”刺激增长，但如今又回归平静甚至出现消费降级现象。社零（社会消费品零售总额）增速下滑，社会融资和投资等宏观数据增长乏力。企业逐渐意识到现金流的重要性——成本控制是企业增加盈利的根本途径，是抵抗内外压力、求得生存的重要保障。

### 真实 案例

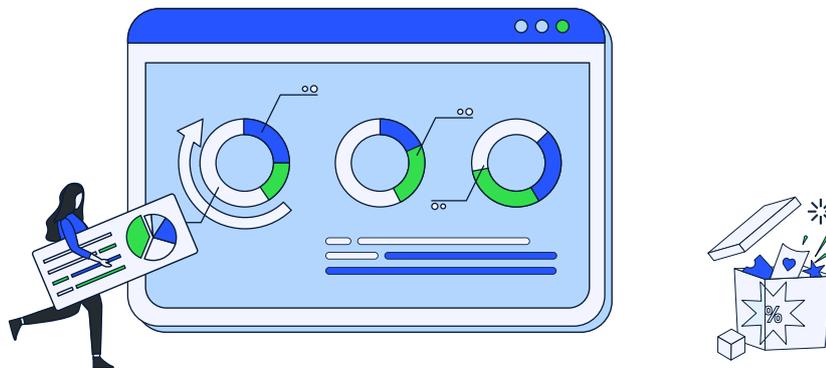
#### 曾辉煌的钟薛高，实际上从未赚钱！

2020年双11，钟薛高攀登至天猫冰品类目销售额榜首，2020年全年出库3400万支雪糕。2021年，又成为天猫、京东两大平台S级活动的冰品类目销冠王。

2023年3月，一份钟薛高财务报告显示公司现金流即将断裂，深入调查发现，钟薛高不仅从未盈利，且欠款规模近9个亿。

### 摒弃粗放，企业增长立足“颗粒化”

随着市场环境变化，包括增量空间收紧、成本压力激增、消费需求加速细分等，企业需从粗放的增长模式转换为更精细化的增长模式，并且格外注重各环节增长效率及管理效能的提升。从增量时代到存量时代，企业正在通过数据指标的建立、工具及有效的分析模型、标准化的流程等谋求“颗粒化”增长的解法。



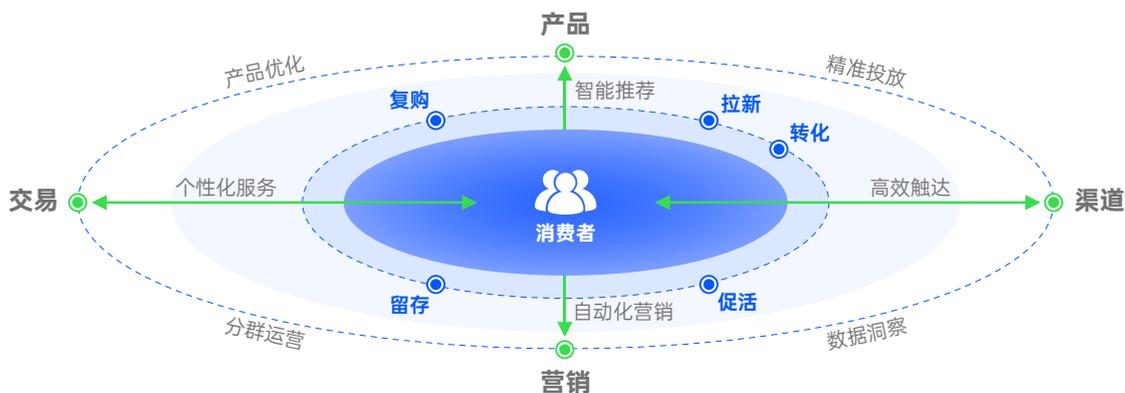
## 长期可持续发展， 唯有精细化运营才能突破瓶颈

精细化运营本质上是“人”“货”“场”三者的精细化运营，品牌需要更加精细地打磨产品和服务，通过更精准地洞察客户、更有效地匹配需求来实现性价比，并结合各种不同“打法”探索经济下行期“品价比”的追求。运营的背后是为了效益，但真的提高了效益吗？企业真的赚取了利润吗？我们提出三个问题。



### 消费者精细化运营：以用户为中心，提供情绪价值

消费者希望购物不仅仅是一次交易，而是与品牌建立深刻联系的感官体验、情感互动和价值共鸣的机会。企业营销的核心已从传统意识中的“以产品为中心”转变成“以用户为核心”，消费者是品牌能够持续运营的核心，品牌需要做到 KYC (Know Your Customer)，基于消费者画像、周期、场景制定差异化的精准营销策略才能提升企业增长力。



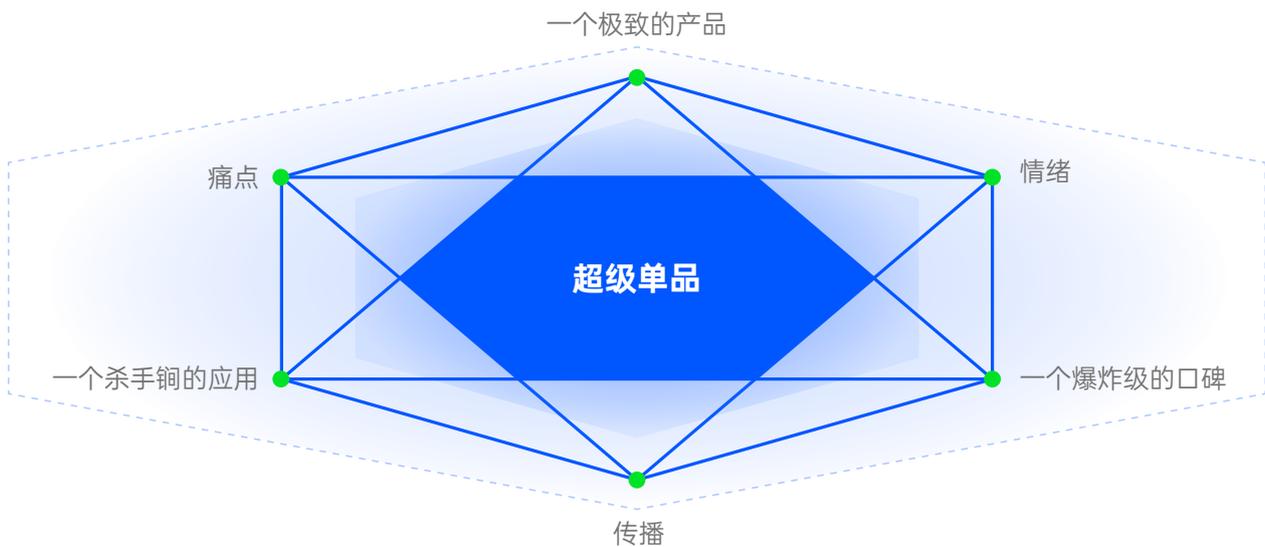
在“以消费者为中心”的目标之下，企业引进了非常多热门玩法，各类品牌活动、粉丝营销、社群运营等，但这些投入到底带来了多少的增长？对业务是否有可量化的促进作用？合思提出第一个需要企业自省、自查的问题。



**一问：**越来越多的钱投入到消费者经营中，企业应该如何评估有效性？投入是否真的带来了足够价值的回报？

## 产品精细化运营：产品驱动，以高质量增长为目标

经过疫情的洗礼，企业逐渐意识到精细化发展对于塑造自身核心竞争力的重要性，这种市场环境的变化也倒逼企业回归商业本质——在产品打磨上下功夫。企业选择将品类作为战略性业务单元，最大化实现消费者价值，使经营效率得以提升。正如门店营销需要重视商品组而非单品，通过套餐式的产品提供，尽可能多的减少消费者决策的环节，让顾客更愿意接受你的产品，把东西卖出去。



琳琅满目的产品，各种不同的组合方式，到底哪种产品套组最赚钱？到底哪个产品最好卖？企业在极致打磨超级单品的路上，不要忘记时刻自问，这个产品真的赚钱吗？合思提出第二个问题。



**二问：**产品作为最小业务单元，到底赚还是赔？层层下钻后，产品毛利润是否能够覆盖企业为之付出的各类间接成本？



## 营销活动精细化运营：全域营销，成为增长新引擎

在流量红利逐渐消失的新商业环境下，零售品牌需要借助全域经营的方式来挖掘用户“终身价值”，实现可持续的价值增长。全域经营的核心在于通过数字化手段，以消费者为中心，实现线上线下和公域私域整合的一体化经营模式。通过建立完善的数据采集和分析系统，企业可以实时监测市场动态和消费者行为，及时调整经营策略并推出个性化的营销活动。



业务增长必须办活动，办活动就要花钱。财务在业务导向的要求下只能点头，但所有的活动ROI测算都在事后——成本分析严重延迟。长此以往，企业可能陷入为了营销而营销的怪圈，不停地花钱，但却看不到收益。面对普遍存在的“事后分析”，合思提出第三个问题。



**三问：**不同形式的营销活动该如何测算收益率？延迟的成本费用分析是否会给企业造成“看不见”的经济损失？

综上，后疫情时代连锁零售业虽正在恢复元气，但宏观经济下行的大环境之下，仍在面临较大的竞争压力与生存挑战，这是一个机遇与挑战并存，危中有机时代。此背景下，企业从粗放转化为精细化增长，滋生了“人货场”不同维度下琳琅满目的玩法，这些运营动作真的在赚钱吗？本书率先提出灵魂3问，下文将基于合思大量的实践经验与成熟的方法论体系，针对性提出行业化场景解决方案，答案就在财务数智化转型的奥秘中。

# PART 02

## 趋势洞察

从收入到收益，财务数字化是  
精细化运营必行之路



企业发展过程中，往往会掉入“自嗨式价值创造”的陷阱，产品的价值往往仅定位于“毛利润”，忽略达成收入所付出的各类业务、管理成本。要知道，产品的价值创造必须以合理的成本进行交付，企业不仅要关注“毛利润”，更要关注“经营利润”。不要以牺牲今天来换取明天，要全面审视相关的所有间接成本。精细化运营要求企业必须算清楚每一笔账，并能清晰看到这笔“钱”的前世今生——出于何种目的花了这笔钱以及导致了什么样的业务结果。

## 企业更多依靠财务数据 作为经营分析的依据

会计的主要目的是提供有关企业或经济实体的财务状况、经营成果和现金流量的信息，以便为决策者提供有效的财务分析，并帮助企业和其他组织做出明智的经济决策。

财务数据是“现代企业经营管理”的中枢，是反映企业经营状况最科学的依据。谈及数据分析之时，老板往往更关注业务团队提供的“利润报告”，更关注某阶段某产品（门店）的收入情况，但这并不是企业真实的运营情况。业务团队以业务结果为导向，会习惯性忽略业务开展过程中所产生的各类费用（差旅、招待）；各类成本（场地、管理），看似丰厚的利润背后却有着非必要的资金浪费，可优化的成本空间。长此以往，老板总是无法看到真实的经营情况，现金虚空，有濒临破产的风险。

企业实现要利润最大化，必须不断加强精细化管理，了解自身的成本支出状况，努力降低各项费用指标，控制资金支出，而财务数据就是企业精细化管理的必备“弹药”。

máo	lì	rùn
毛	利	润

jīng	yíng	lì	rùn
经	营	利	润

jìng	lì	rùn
净	利	润

“到底应该看哪种利润？哪种利润正向反馈企业是正在赚钱的？”



## 财务分析时效性要求逐步升高， 不仅事前“算赢”，更要事后“快算”

传统会计只管事后算账的时代已经过去。精细化运营背景下，财务正在面临重塑与变革。随着数字化工具的介入，通过标准流程的建立、历史数据的测算、业财连接性的加强，财务正在向前一步成为“业务合伙人”。从事后到事前，预测可以为之的举措，在过程中把控效果偏差，及时调整决策。财务就像企业运行过程中的“刹车”，不仅需要知道业务何时“加速”，更需要知道什么时候减速，什么时候放手，这才是当下财务的价值所在。

连锁零售业更显著的特点在于，财务数据时效性要求高。市场环境瞬息万变，及时准确的数据是企业发展的“定心丸”，越快速的算清账，才能越及时的发现问题、解决问题。



连锁零售业高度关注单据审批时效性，平均 8.3 天完成 1 张单据审核

统计合思后台连锁零售业客户单据审批数据，企业审批时长在 7-9 天间波动，超 42% 的企业单据平均审批时长 5 天以内。



在财务数字化的保障下，企业无需因扩张延长报账时间、增加财务编制

按不同规模统计企业单据审批情况，单据驳回率较为稳定的前提下，从百人企业到千人、万人企业，单据审批时长增长不明显。



(以上来自合思后台数据)

## 财务正在走向业务，成为“翻译官”， 落地精细化运营

财务正在逐步变成业务决策的支持者。随着数字化工具的介入，财务团队的工作重心从传统、简单、繁琐的核算转向对数据的深入分析。财务需要懂业务，与业务人员一起发现问题、分析并解决。缺乏业务导向的财务数据只是一堆数字，财务需要通过数据表现推动业务改善，这才是企业业财融合的标准解法。

通过搭建业财融合的精细化运营体系，将业务目标转化为财务模型，让财务数据反应业务结果。业务目标越清晰，财务模型越精准；业务结果同样可以反哺财务模型的极致打磨。财务要成为“翻译官”，走进业务、理解业务，同时还要提供财务视角下的企业战略思考，是一项非常困难却又不得不为的挑战。

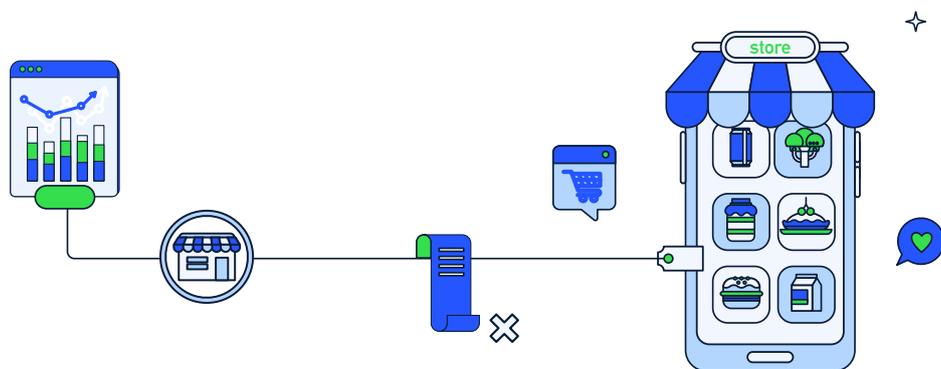


# 因材施教、持之以恒， 财务正在成为业财融合的引航者

业财融合已经成为企业持续性发展的重要举措，财务必须站在业财融合视域下，通过对企业当前状态的评估，引航业财融合修炼之路。通过业务流程和财务流程的联通融合，实现数据共享、数据驱动，提高企业管理效率。

同时，业财融合是企业一项十分重要的战略规划，是需要持之以恒的长期举措。既不能拔苗助长，也不能讳疾忌医，最终形成数据推动业务增长的良好形态——业务健康度可视化，完备的预警体系驱动业务改善。届时，财务团队将形成数据人才占比高，业务稳定可量化的好势头。

业财融合的修炼路线图



# PART 03

## 企业实践

挖出净利润，唤起增长新动能





### 鸣鸣很忙

- 10000家加盟门店全部标准化运营
- 门店要货，24小时必达
- 从“入仓”到“出售”，零食周转率平均15天



### 极物思维

- 从提交到归档，门店报账至多24h
- 财务数字化为企业年节约成本5000万
- 可指导业务动作的财务报表

眼睛向内  
高效率+颗粒化管控  
成就合理化增长



### 烤匠·麻辣烤鱼

- 最晚月初5号提供上月各门店报表
- “门店报销体验优化小组”提升80%门店运营效率
- 财务数据指导业务决策



### 可孚医疗

- SKU级日利润报告，操盘全域营销
- 日利润报告与月度核算报表误差率不超过10%
- 全类型单据，平均只需5天完成归档



# 鸣鸣很忙

## “利他，自然自利”

### 10000+ 门店的数字化

连锁经营业态

量贩零食

10000+ 加盟门店

月均 47 万 + 凭证

## 业务模式简述

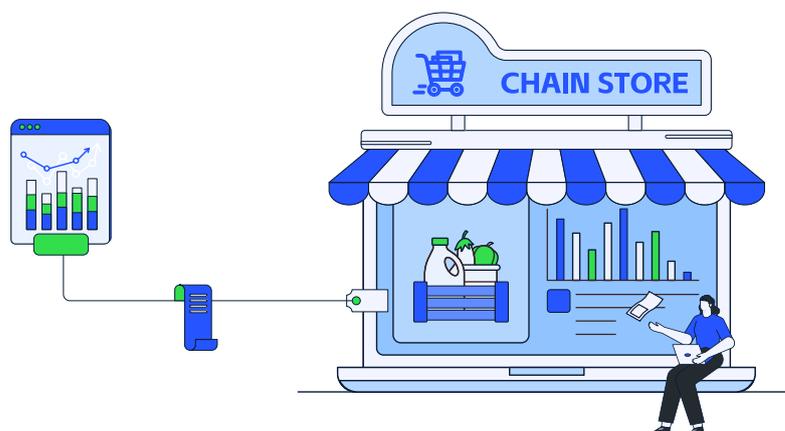
鸣鸣很忙集团是专注于线下专业零食的连锁品牌，旗下现有“零食很忙”、“赵一鸣零食”两大品牌，全国门店总数超 10000 家。鸣鸣很忙集团以“成为人民的零食品牌”为企业愿景，以“帮消费者省钱、帮加盟商赚钱、帮员工更值钱”为企业使命，定位于服务普通老百姓，通过“薄利多销”的经营理念，满足大众零食刚需，打造老百姓家门口的零食连锁品牌。

### 督导巡店效率大大提高，门店标准化更快落地

无需报销解决方案 • 合思商城 • 私车公用 • 发票全流程解决方案

对选择“强加盟”模式推进业务的连锁品牌来说，重难点莫过于实现门店标准化落地。品质参差不齐、消费者服务体验不佳，一直是加盟品牌普遍存在的问题。而零食很忙快速扩张的背后，却鲜少有消费者的负面反馈，究其原因，是零食很忙的数字化在暗中助力。

零食很忙实行门店标准化机制，投入高人力高成本，形成线上 + 线下结合的强管理巡店评分体系，帮助加盟商提升门店经营质量，形成统一的门店经营标准。但如此高效的门店运营管理体系背后，却是困扰巡店督导的低效财务报销流程。





好马配好鞍才能跑得更远。零食很忙引入合思无需报销解决方案，解放巡店督导、城市经理等高频出差 & 报销人员于低效复杂的报销流程，拥抱更加简单高效的业财融合模式，提升报销体验，释放更多时间精力于业务。



## 业内高周转率，立足于 99.9% 以上财务自动化

合思付款 • 银企直联 • 自动记账

零食很忙的成功离不开业内首屈一指的高周转率，门店周转 7-8 天；仓库周转 5-7 天；15 天可以实现从“供应商货到仓”至“门店端到消费者”。业务快速运转的背后离不开财务数字化的支持。在合思系统内，零食很忙与供应商往来产生的采购订单、发票、入库单快速匹配，敏捷付款，凭证自动生成。这些能力决定了零食很忙结账期非常短，为进一步的业务数据洞察打好基础。更重要的是，采购流程在系统内完成，合规、透明、留痕，全流程精细化管理，减少不必要的资源浪费，最终达到降本的效果。据上线半年后的数据统计，采购成本同比降低 30%。



### 企业自评

休闲零食面对的是万亿级的市场，蓝海当前，拼的就是效率。占有市场的效率、决策的效率都十分重要。效率的提升必须依赖数字化。数字化是慢工出细活，但一旦形成竞争壁垒就很难在短时间被超越。对我们企业来说，数字化是业务发展的基石。

鸣鸣很忙 CIO 孙浩

直营连锁经营模式

全时段餐酒吧

36个城市, 100+ 门店



# COMMUNE 幻师

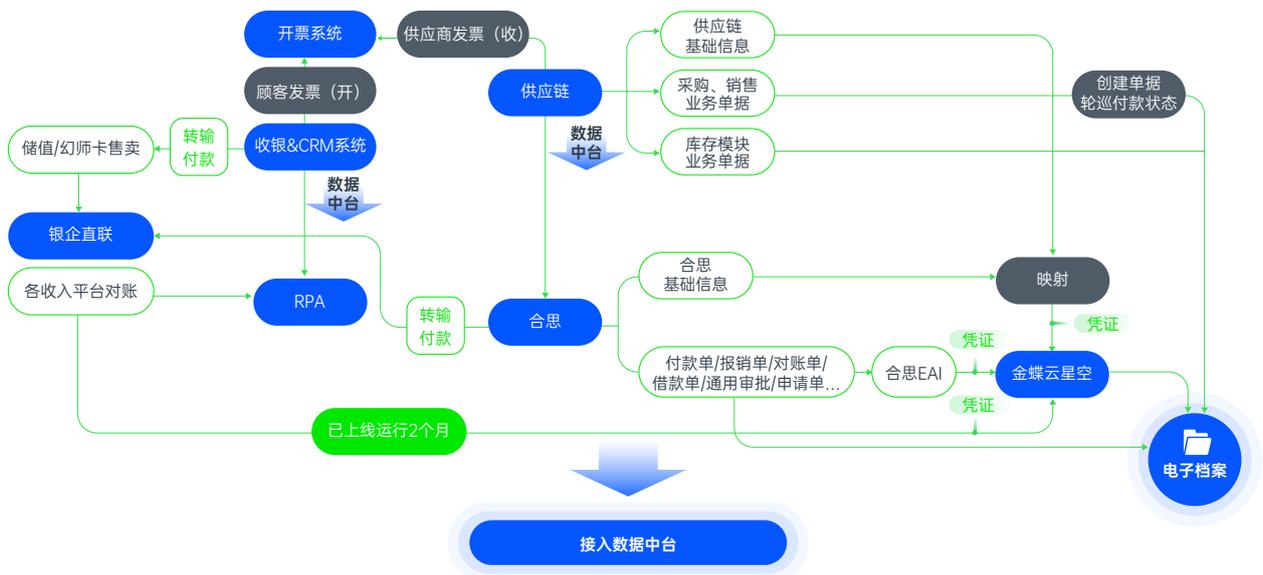
品牌打出差异化, 运营实现标准化,  
紧握餐酒行业新赛点

## 业务模式简述

作为“以餐入酒”的餐饮直营连锁企业，极物思维集团有极具竞争力的国内外知名高端品牌啤酒、洋酒、红酒等供应链渠道，旗下拥有主力品牌 COMMUNE 幻师。作为全时段餐酒吧，为中国热爱欢聚、享受生活的优质客群创造极致社交体验。此外，集团还拥有 Beer Barn、造久等业内知名的餐酒品牌。

当前中国的餐饮连锁品牌以加盟模式为主，100 家门店以上还在坚持全直营模式的很少，COMMUNE 幻师坚持走直营连锁的路，一方面由于其业务模式是全时段的餐酒结合服务，本身门槛较高，非常考验团队的综合运营管理能力，只有全部直营才能把服务打磨到极致。另一方面，COMMUNE 幻师认为扩张不一定靠开放加盟才能实现，更重要的是门店的标准化管理和供应链能力。品牌不断推动数字化转型，建立灵活而紧密的总部 & 门店管理模式，实现有效沟通、信息共享和决策支持，保障运营效率，将管理效能发挥到极致。

产品流程图



## 效率提高，店长管理成本自然降低，至多 24h 完成从提报到归档

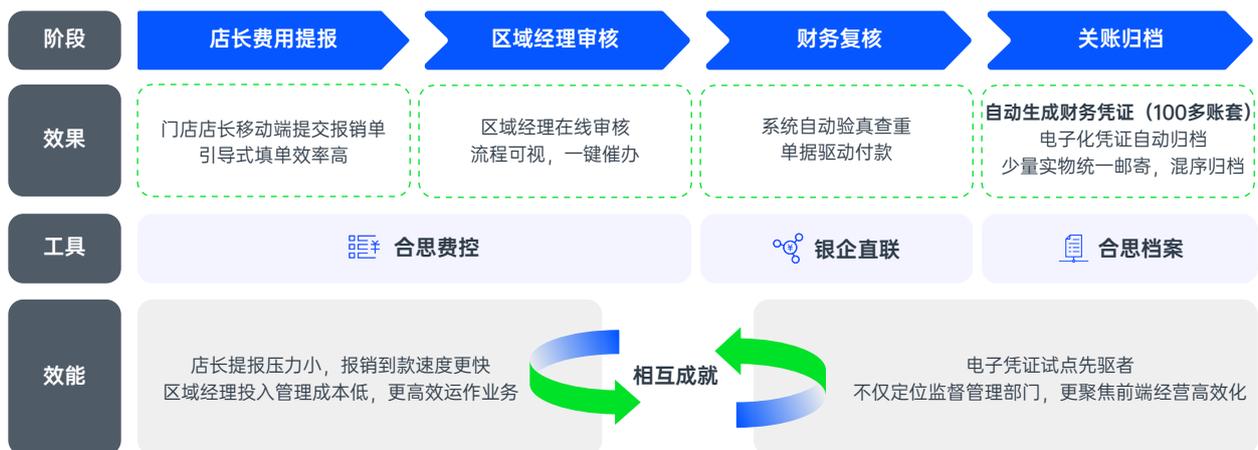
合思费控 • 银企直联 • 合思档案

极物思维集团多地门店，店长需要处理门店产生的各类费用，日常报销、零星采买等场景都十分耗费店长的精力。在合思上线之前，店长的报销流程体验不佳，先提报，后邮寄，财务全部收到后才能审核、付款。整个流程涉及到第三方快递的效率，所以报销周期十分漫长。

店长有话说：“COMMUNE 经营全时段餐吧，不同的时间段都有客人络绎不绝，日常工作就已经占据了我全部的精力。我们希望总部能把财务制度制定的简单点，比如报销，是不是可以手机提报就能收到账款，月底统一邮寄，否则每次都需要约快递，体验真的不好。从繁重的门店管理工作中抽身精力处理报销，对我们来说太难了。”

财务部始终认为，其定位并非为简单的服务或监管部门，而是需要为业务考虑，使集团经营高效化。效率，就是这道题的答案。“哪里效率低我们就想办法解决，而不是用标准的财务报销制度去要求他们。财务部的价值就是让门店高效运作起来，让门店的人不用管理。”

极物思维认为，财务数字化能够提升企业的效率，在这个大家都牟足劲抢占市场份额的时代，效率就是发展的基石，能提升企业的市场竞争力。如今，日常报销场景下，财务部可以做到 1 小时付款，当天关账，效率惊人。

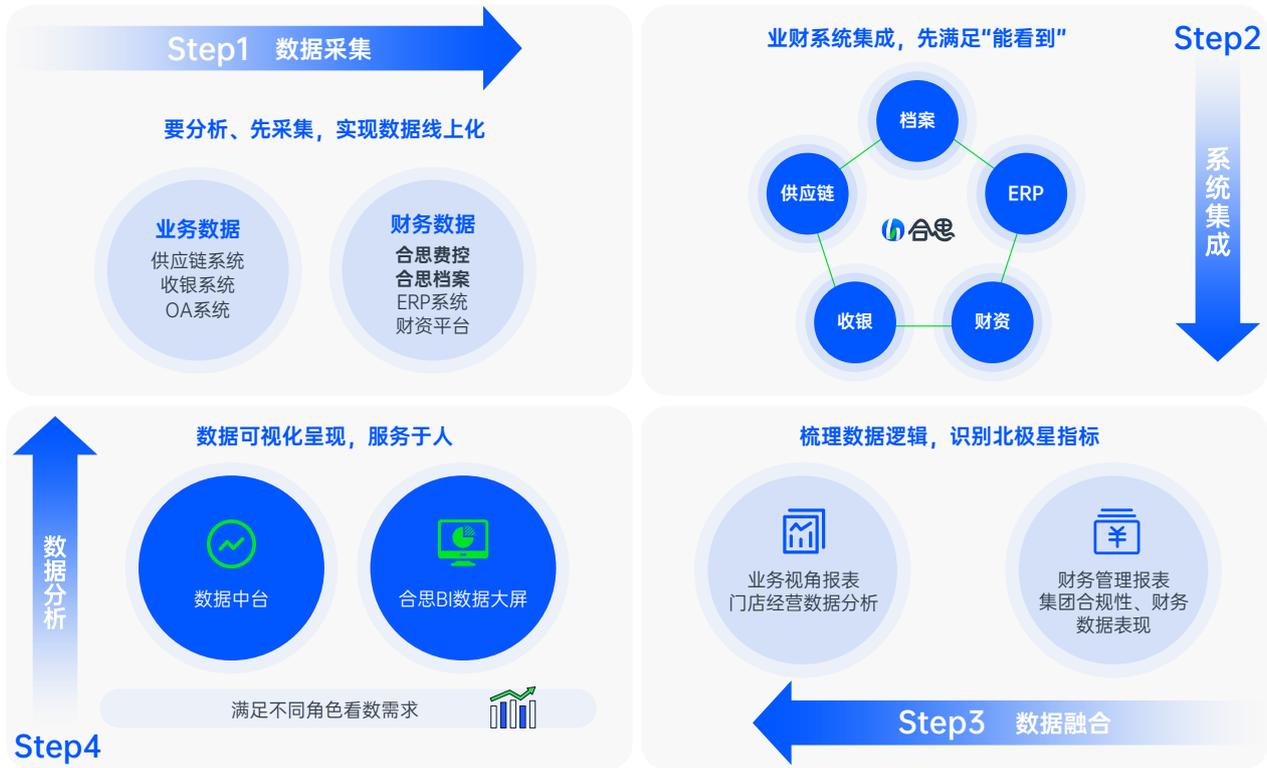


## “门店税前利润报表”驱动经营更加合理化，年节约成本 5000 万

合思费控 • 合思 BI

业财融合是企业发展的必由之路，极物思维将数字化经营思维渗透到各个角落，打通业务 & 财务之间的数据壁垒，实现数据的实时共享、高效利用，支持企业的战略决策及日常运营管理。极物思维坚持认为，企业远远不能只看当前的利润，一定要兼顾长远的发展，尤其关注那些无法“量化”的建设性投入。想要实现合理化的经营分析，实现数据的采集与打通是重中之重。通过引入合思系统，将企业的成本、费用线上化，广泛连接前后端业财系统，可视化数据呈现。

业财融合、数据驱动



效果表现

2.5 个财务人力成本，覆盖 100+ 门店。每月提供门店税前利润报表，报表可下钻至费用明细层级，便于优化门店经营策略。店长上岗前必修财务知识，有看数意识，会看数。

经过数据分析，识别到门店端的人工成本超过预设范围，财务协助业务整合门店资源，1 年将门店的人工成本率由 25% 降至 21%，为集团节省 4000-5000 万 / 年。



企业自评

通过数据测算，我们也识别到经营过程中有大量可降本增效的空间。比如新店开设过程中，缺乏有效的预算规划，实施监督，导致开店成本疯狂增长；人工成本的管理上，人员大量储备，但却没有效益的提升。这些问题随着数据线上化，分析可视化逐步浮出水面。在未来，我们将更专注自身运营效率的提升，持续在数据中台板块深度耕耘，打造更具经营思维、更准确高效的财务管理团队。

极物思维 CFO 林义裕

连锁经营

近 60+ 家直营门店

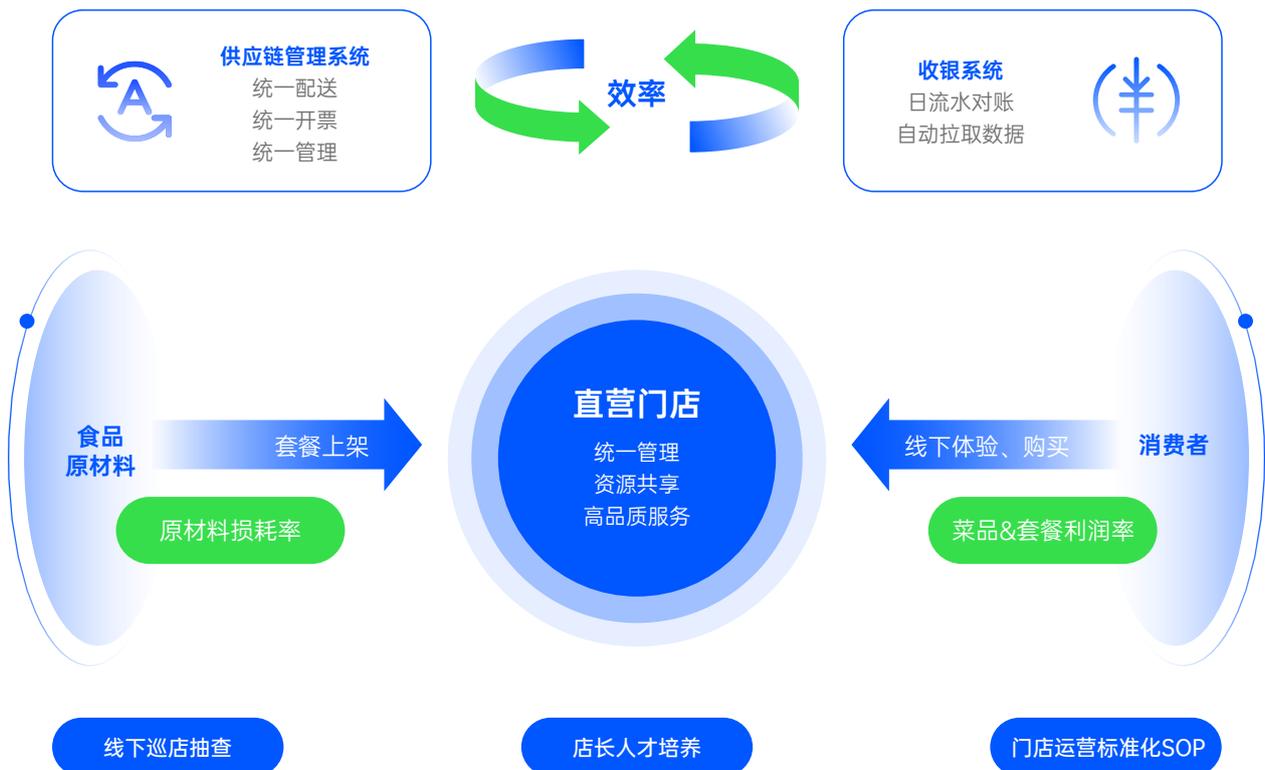


## 烤匠·麻辣烤鱼

口碑出圈的“社交化”餐饮品牌  
财务成为业务增长的加速器

### 业务模式简述

“不吃火锅，就吃烤匠”，响彻成都街头巷尾的一句话，来自近几年快速发展的麻辣烤鱼品牌——烤匠。作为川渝地区麻辣烤鱼扛把子，烤匠坚持只做高标准的直营门店，从原材料采购到门店售卖全流程监管，保证送到客人桌上的每一个烤鱼都符合要求。每条烤鱼开了几个口子？有没有过长或多短？损耗率是否符合标准？奔波于成都、重庆等地方的门店督导随机抽查，保证出品的每一餐都符合标准化质量要求。

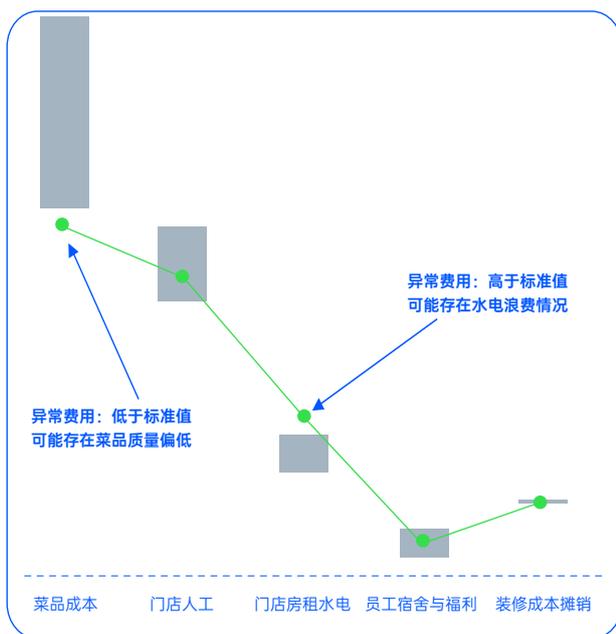


## 财务精细化经营分析，优化经营策略，指导业务动作

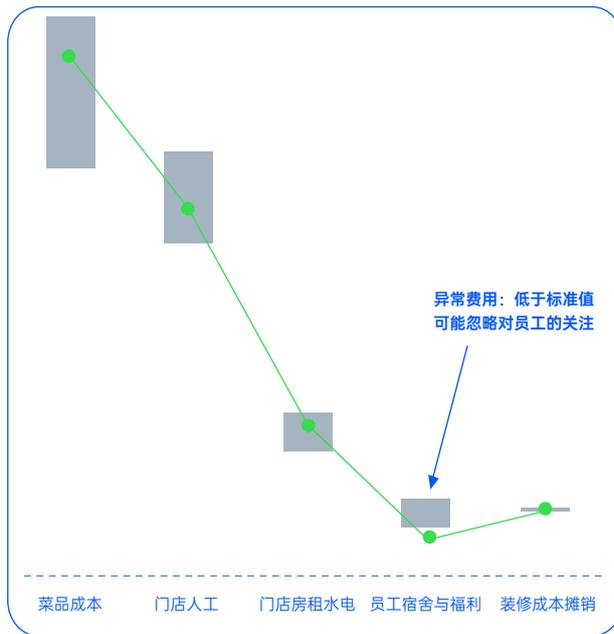
### 合思费控

烤匠的财务团队每天都很忙，忙着做“数据分析”。在烤匠，财务团队承担了经营分析的工作，以门店为独立核算单位，月初5号需要向每个门店提供各自的月利润报表，按当月收入及门店定位、发展阶段等，给出每个门店的每项费用的标准区间，直接定位异常费用，指导运营更加聚焦的改善门店综合服务质量，赋能门店增长。

门店利润 | 可指挥运营者的财务指标



XX商场门店X月的盈利报告（示意图）



XX新商场门店X月的盈利报告（示意图）

“我们在泸州市开的第一家店是我们开辟下沉市场的首次尝试，业务同学对数据非常关注。财务分析了门店几个月的收支来看，开业前3个月的数据表现还算良好，但后期“后劲不足”，会员的消费频次和其他门店相比是有明显差距的。数据给到业务后调研后发现，这家店附近是学校和机关单位，消费者画像相对单一，财务建议可以通过一些校内活动，大学生套餐等吸引客群，后面他们尝试了效果还不错。通过这样的协作，业务同学很喜欢和我们要数据，非常主动、积极。”烤匠CFO说。

## 释放店长精力，提高门店人效，专设“门店报销体验优化小组”

合思费控 • 业务台账

“一切的竞争都是效率的竞争”，烤匠之所以能够在遍布美食的川渝市场打出差异化，除了吸引消费者的产品口味外，更重要的是其始终坚持的“效率为王”的经营理念。对仅开直营的餐饮品牌来说，每位店长都是门店的第一责任人，除了负责门店日常经营、店员发展培养外，报销、借款、发票邮寄等财务工作也需要店长承担。

为了确保所有店长在占据最少时间精力的前提下完成符合财务标准的报销流程，烤匠引入合思费控产品，将店长要做的事情通过最简化的流程规范，使其在繁忙的门店运营中有条不紊地完成报销工作。不仅要快，还要准，释放店长事务性工作精力，全情投身于门店运营中。

	告别低效的门店财务协同	拥抱简单、高效的业财协作
店长报销	微信 / 邮件申请报销，无标准化流程 经常出现驳回重新提交情况 报销到账慢	移动端提交报销单，引导式填单 驳回情况大幅减少，报销单支持评论、修改 报销到账速度提升 90%
财务复核	人工查验发票 手工录入凭证 80% 时间陷入事务性工作	发票自动验真查重 95% 以上系统自动化完成
促销活动结算	参与商场统一促销活动结算 & 对账困难 收票、对账通过微信 / 邮箱	商场（外部供应商）在线协作 系统内处理发票、审核对账单；系统留痕

烤匠的店长表示：“门店花费很杂，报销要求也多，我不懂财务，对很多合规要求也不敏感，日常工作本就从早忙到晚，下班后还要处理一大堆发票、报账实在是头疼。后来使用合思，轻松多了，直接手机上就可以申请报销，拍照发票自动识别，从之前要写很多的东西到现在只需要点一点就搞定，让我对门店的管理工作更有精力，更有信心！”



### 企业自评

业务和财务就像船和帆的关系，业务是船，财务是帆。帆是船的核心部分，它利用风力来推动船前进。船提供了支撑与动力，使得帆能够更有效地利用风力。两者相互依存，才能使企业走得更远，更好。



烤匠 CFO 何茂英

"最懂互联网"的医疗器械企业

A 股上市公司

900 多家自营门店

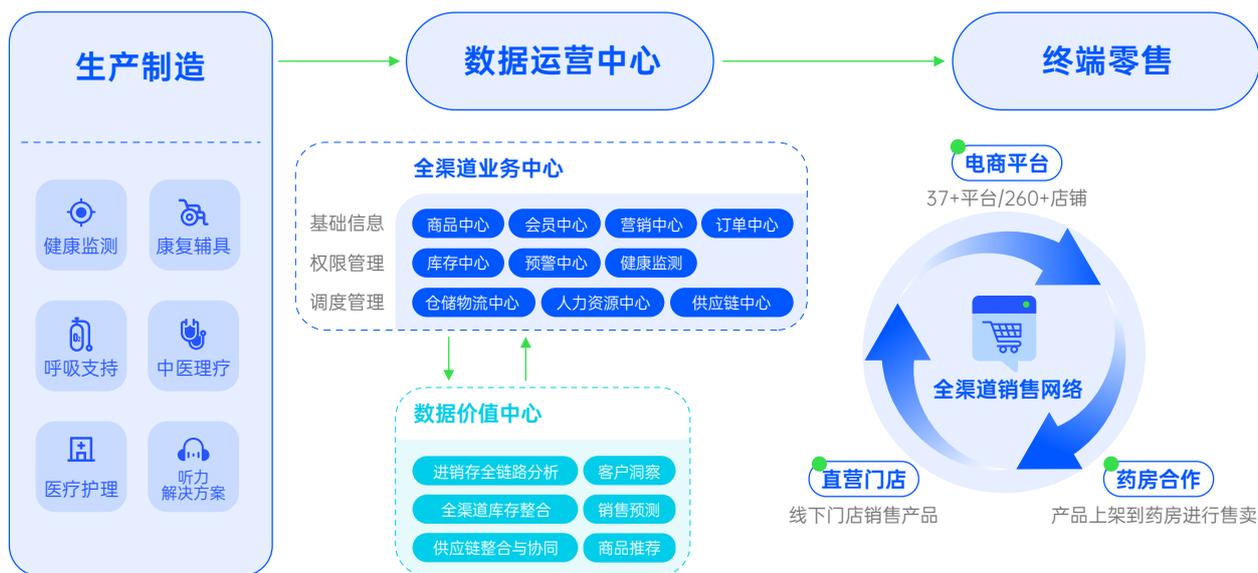


# 可孚医疗

## 竞争格局加剧、产业链拉长 拥抱变革实现利润增长

### 业务模式简述

可孚医疗拥有近万个型号及规格的产品，是集研发、生产、销售和服务为一体的全生命周期个人健康产品领先企业，作为首批获得“互联网医疗器械信息服务资格证”的企业，其电商交易指数在医疗器械类目中长期保持行业领先。

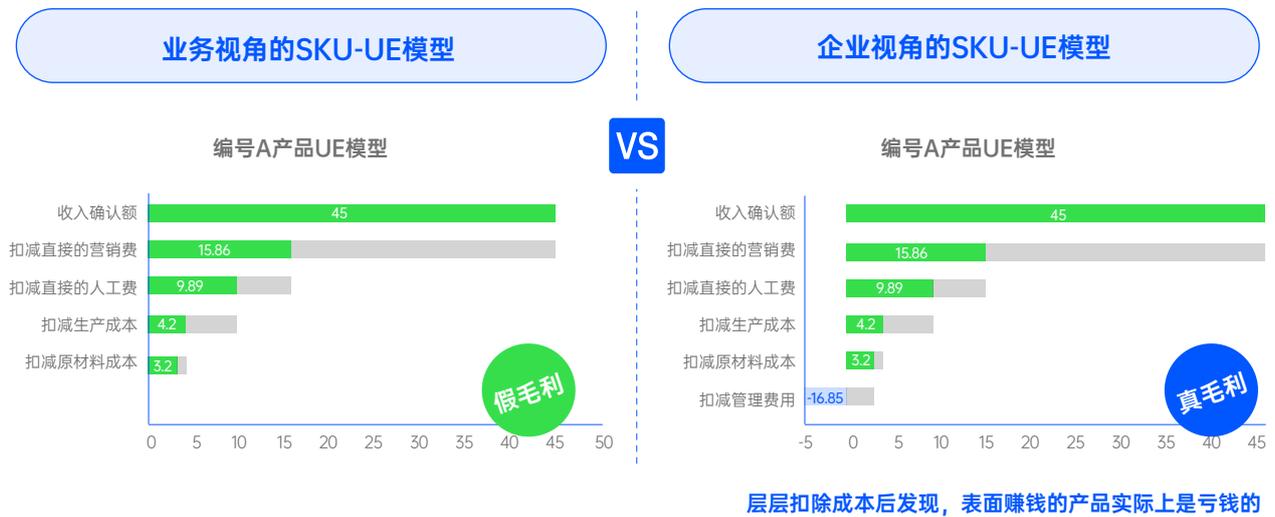


### 单 SKU-UE 模型，实现互联网营销精细化运营

合思费控 • 合思 BI

可孚旗下拥有近万个不同型号及规格的产品，公司销售额来源于线上渠道售卖。现如今，互联网流量红利逐渐触顶、用户增长乏力、产品同质化严重、存量市场的竞争日趋激烈，想要摆脱现状，就必须通过数字化建立数据基础上的营销——精细化运营，便成为了引爆产品增长的突破口。用最小的成本，挖掘最大的流量价值。

想要实现精细化运营，需要核算到每个 SKU 的利润，数据驱动，再去制定相对应的营销策略。可孚通过管理会计的模式搭建 SKU 级别的 UE 模型，通过分析单个产品的收入、可变成本、固定成本，更准确地预测盈亏平衡点，制定合理的增长策略，并评估扩张的经济效益。



## 日利润报表保障合理化精细分析，业财有机连接实现数据驱动决策

合思费控 • 业务台账

中国消费品市场竞争激烈、市场千变万化，利润测算更需要准确及时。可孚通过数据运营中台产出更具业务视角的“日利润报表”，业务可以清晰看到每款产品 / 产品组合当前的毛利润及分摊后的经营利润。避免了业务负责人依赖业务导向思维，只注重销售额的提升而忽略了管理成本。实际上，产品收益就像天平，除了开拓渠道促进销量外，控制成本并减少不必要的费用也是企业挖出净利润最直接、快速、准确的通道。

### 效果表现

月均 17000+ 笔费用

1500+ 费用承担部门 → 合思聚合企业消费

1800+ 报销人员 → 提升财务审核、分摊、制表效率

全国 900+ 门店 → 财务部人效提升 200%

单据时效从 30 天压缩至 5.5 天

报表产出时效提升 90 天



## 业务心声

平台间调整定价来刺激某平台销量上涨带动单品总收入提高，是我们的常规手段。众所周知的天猫双11，大促期间消费者在淘系平台流量大涨，我们会借势在淘系投放更具有价格优势的产品或产品组，其他平台不调整营销策略。大促阶段总收入提高，其他平台销量大幅降低。之前没有这种清晰的日利润报表，运营很难评估策略有效性，无法通过调控测试最高收益的价格差，最难的是向老板解释整个营销策略。现在通过报表可以看到某产品大盘的数据，更直观评估营销策略的效果，更游刃有余操盘全网营销策略！

### 业务数据化、数据业务化

某产品/链接单日收益报表（示意图）



全平台回款：  
¥ 59x,xxx.xx

投放费用：  
¥ 7x,xxx.xx

产品成本：  
¥ 7x,xxx.xx

毛利润：¥ 44x,xx.xx

毛利率：75%

#### 淘系

流水：¥ 15x,xxx.xx

毛利：¥ 11x,xxx.xx

#### 京东

流水：¥ 11x,xxx.xx

毛利：¥ 8x,xxx.xx

#### 抖音系

流水：¥ 21x,xxx.xx

毛利：¥ 15x,xxx.xx

#### 小红书

流水：¥ 8x,xxx.xx

毛利：¥ 6x,xxx.xx

#### 其他电商平台

流水：¥ 4x,xxx.xx

毛利：¥ 3x,xxx.xx

分摊费用汇总：¥ 35x,xxx.xx

经营利润：¥ 8x,xxx.xx

经营利润率：15%

差旅费用：  
¥ 8x,xxx.xx

办公费用：  
¥ 3x,xxx.xx

营销费用：  
¥ 9x,xxx.xx

人工成本：  
¥ 11x,xxx.xx

其他费用：  
¥ 2x,xxx.xx



### 企业自评

业务运营人员成本意识较弱，主要关注卖多少，忽略为达到业绩公司耗费的各种成本。日利润报表十分清晰、及时地让业务同学每天看到管理成本分摊后的实际利润情况，识别出报表问题也能及时向财务反馈，找到原因。我们在将业务信息数据化的同时，也通过数据的指引，实现数据业务化，让每一位运营小伙伴找到努力的方向！



可孚医疗 CFO 陈望朋

# PART 04

## 合思解法

增额创利，财务数智化挖出企业净利润



财务数字化并非一蹴而就，要做好财务数字化，需要理解人才、体系、业务模式和系统工具的作用，有机连接才能实现效果、效益、效能最大化。

- **人才是财务数字化的灵魂。**财务数字化不是简单的数据堆砌，必须由专业人才进行深入挖掘和精准解读。优秀的财务人作为“业财翻译官”，通过分析将业务动作抽象成数据，再把数据还原成业务指标，为业务提供可量化的决策依据。
- **体系是财务数字化的骨架。**财务数字化不是一次性信息化项目，而是构建一台持续运转的精妙机器。贯穿业财流程的分析体系，能够确保数据的准确性、及时性和完整性，并在各个节点之间顺畅衔接流转。没有健全的体系，即使拥有再优秀的人才，也是“巧妇难为无米之炊”。
- **业务是财务数字化的血肉。**财务数字化不仅是把流程贯通，而是将业务过程与数据有机地结合起来，需要遵循业务发展的客观规律，贴合业务本身的特性，此外可以利用业务之间联动与约束，让业务开展成为数据流转的原始动力，带动全身的机能有效运行。
- **工具是财务数字化的皮肤。**财务数字化是一件复杂且庞大的工程，覆盖企业经营活动的方方面面，在利用财务数字化成果开展业务时，各层管理者无法耗费大量时间和精力从深到浅的洞悉每一处的设计依据和业务含义，甚至某些业务管理者并不具备理解财务数字化底层逻辑的能力，他们需要能够直观、可量化的呈现方式帮助他们了解业务现状并及时做出更加科学的决策，因此财务数字化成果需要呈现在具备业务语言的系统工具内。



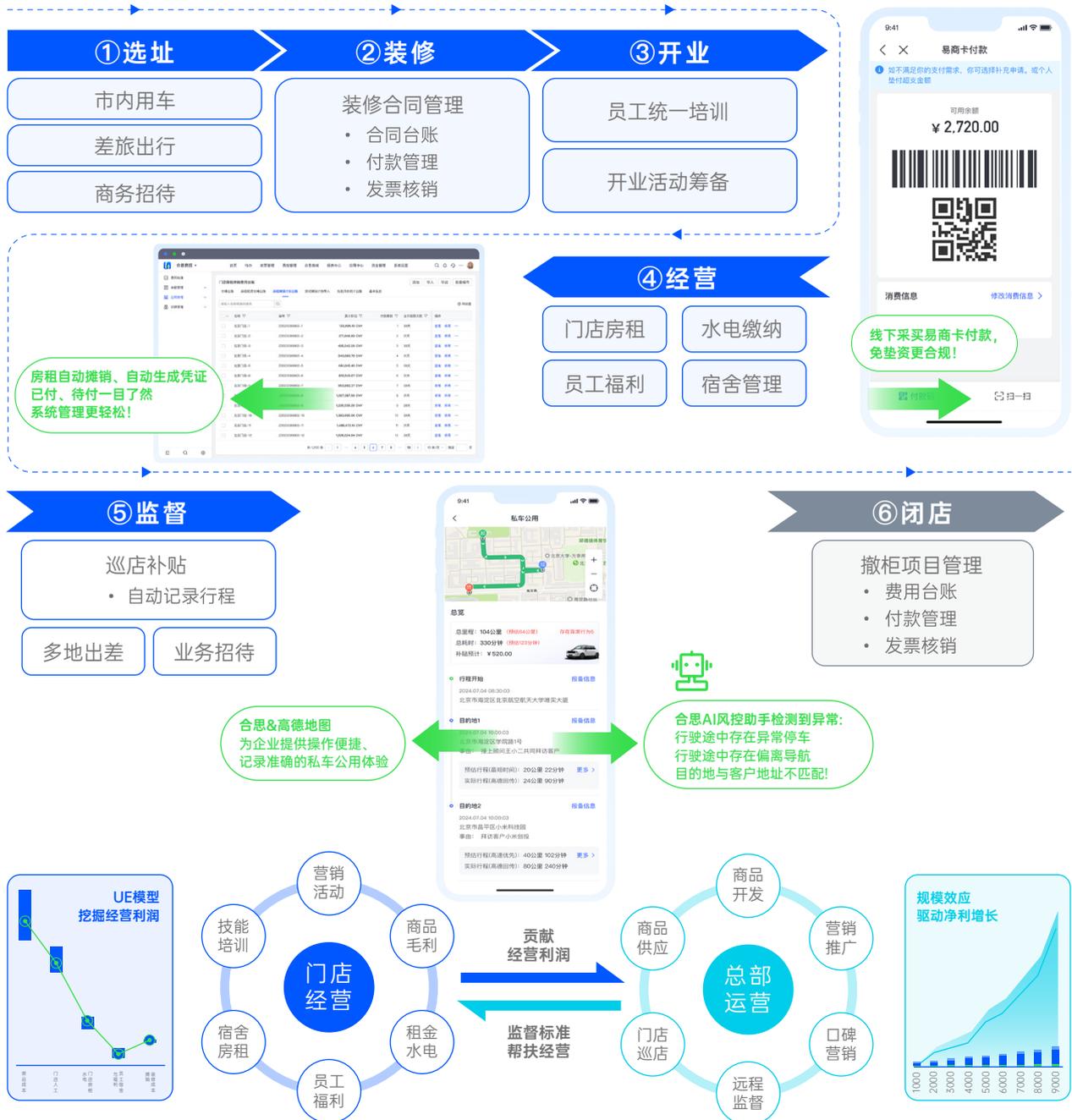
# 连锁零售业综合解决方案

合思深入下钻连锁零售业，为企业从业务终端到运营中台的全流程解决方案，赋能管理决策，挖出企业净利润。



# 连锁门店业财管理解决方案

门店从选址到开业往往周期长、核算慢，数据反馈不及时。合思为企业提供门店从选址立项到日常运营的全流程解决方案，解决合同管理、差旅出行、房租摊销、私车公用等各场景低效的核算方式，拥抱“数字”门店的经营理念。



# 全域营销 ROI 提升解决方案

企业在管理各类营销活动时，常受困于数据更新不及时、费用核算不清晰，业财断链等情况，难以及时计算 ROI。合思将台账 & 单据串联，一体化贯通业财流程，保障企业财务数据业务化，业务数据线上化。





敏捷的财务收支管理平台

## 企业费控报销信息化细分领域

市场占有率第一

合思创立于2014年11月，致力于财务数智化服务的应用与创新，运用前瞻的对象会计理念和先进的AI数字科技，服务未来财务人。在广泛连接的生态、双轮驱动的模式创新和无需报销的“消费-入账-归档”解决方案基础上，进一步构建敏捷的财务收支管理平台，为企业提供智能聚合消费、费控报销、收付款管理、财务收支经营分析和电子会计档案等全方位财务数字化服务，解放双手释放创造力，助力企业实现业财融合。

### 合思成长历程



#### 写作团队



蔡丽  
CMO

内容指导



石妍  
产品市场总监

内容策划

企业调研



白雪楠  
高级产品市场

内容研究

企业调研



杨鑫健  
客成经理

企业调研

#### 特别鸣谢

感谢所有参与访谈调研的企业对本报告的大力支持。

##### 内容支持

孙根 葛秋莎 黄杨

##### 业务支持

陆翼 程良忠 童帅霖 刘伟

##### 审阅校对

吴家裕 薛富安 杨浪 金雪

## 合思连锁零售业标杆客户



## 专家总结



**杨周南**

未来财务人研究院院长  
中国财政科学研究院博士生导师

合思公司发布的《挖出企业净利润——连锁零售业财务数智化趋势洞察》白皮书开篇即以敏锐的视角，洞察当前连锁零售行业面临的严峻挑战，特别是消费存量时代下“无利润区”现象，引人深思。通过剖析“社零”增速下滑、融资投资乏力等宏观背景，白皮书成功阐述了连锁零售业需实施“精细化运营转型”的紧迫性和必要性，为后续财务数智化探讨奠定坚实的现实基础。白皮书深入探讨精细化运营的核心——“人、货、场”精细化运营策略，并通过三个关键问题直击企业利润管理的痛点，促使企业从单纯的收入增长向真正的收益提升转变。白皮书明确提出财务数字化是精细化运营的必由之路，并详细阐述了财务数字化在提升经营利润、实现颗粒化管控方面的重要作用。

此外，白皮书不局限于理念探讨和案例分享，更提出了合思公司为连锁零售业量身定制的综合解决方案。该解决方案全流程覆盖，彰显合思实力。白皮书结尾部分对财务数智化在连锁零售业的未来进行了展望，强调了人才、体系、业务模式和系统工具在财务数智化过程中的重要作用。同时，也鼓励企业积极拥抱数字化变革，通过财务数智化挖出企业的净利润，激发新的增长动能。这种积极向上的态度和对未来的美好憧憬，无疑将激励更多连锁零售企业投身于财务数智化的浪潮之中。

综上所述，《挖出企业净利润——连锁零售业财务数智化趋势洞察》白皮书以其深刻的行业洞察、精准的痛点剖析、清晰的路径指引和全面的解决方案，为连锁零售业的财务数智化转型提供了宝贵的参考和借鉴。它不仅是对当前行业现状的一次深刻反思，更是对未来发展方向的一次积极展望。

北京 上海 杭州 深圳 广州 成都 重庆 武汉 天津 济南 郑州 南昌 西安 南京 长沙 宁波 合肥 苏州 厦门 青岛 沈阳 大连

400-105-6505

www.hosecloud.com



扫码关注合思



扫码添加合思小助手