



Anheuser-Busch InBev

简化采购与合同管理，提升庞大供应商队伍的价值

概述

需求

连续多年实现采购增长之后，Anheuser-Busch InBev 的供应商队伍也得到了一定的发展。如何确保从供应商合同和关系中获取最大价值？

解决方案

Anheuser-Busch InBev 创建了一种基于 IBM® Emptoris® 解决方案的集成式全球采购流程，可深入了解供应商的价值并作出更明智的决策。

优势

如今，通过将成本、风险和性能驱动因素纳入到决策流程之中，Anheuser-Busch InBev 可从其供应商队伍中获取最大价值，而不仅仅是获得最优价格。

采购挑战

对于大部分消费品 (CPG) 公司而言，采购对于公司的运营来说至关重要，甚至可以说是确保质量、价格和及时交付的保证。

采购在 Anheuser-Busch InBev 被视为是一项关键战略功能，有助于实现企业的诸多关键目标，包括供货安全、创新和持续质量改进等等。作为一家真正的全球性企业，AB InBev 的采购团队需要依赖于其六个区域的 900 多名员工开展工作。

该公司的四大全球性类目部门分别由副总裁级别的高管领导，分别为：包装、原材料（如大麦、小麦、水资源和能源）、间接商品和服务（如营销）以及运输。

建立全球标准

自 2009 年以来，Anheuser-Busch InBev 的蓬勃发展使得采购人员有机会充分利用其规模化优势，脱离以往的孤岛式采购模式，转而建立一系列全球标准、运营模式和解决方案。为实现这一目标，该公司在其全球总部所在地勒芬设立了全球采购办公室 (GPO)。

“我们认为可在全球范围内充分得以利用的套件是我们企业获得发展的关键。对于 Anheuser-Busch InBev 来说，它不是一种系统，而是一种思维方式 - 一种在全球范围内进行协作、创新和持续改进的思维，”Anheuser-Busch InBev 的全球采购功能总监 Mark Roberts 介绍说。



解决方案组件

软件

- IBM® Emptoris® Sourcing
- IBM Emptoris Contract Management

GPO 的建立已成为公司在全球范围内实施采购类目和采购项目方面领导力和战略的关键助推力。举例来说，如果没有全球办公室，就不可能在九个月内完成 IBM Emptoris Contract Management 在六个运营区及全球各个实体内的全球部署。全球办公室可提供项目领导力，这种领导力可确保部署过程中消息、培训和战略的一致性。从采购类目的角度来说，全球办公室可就未来关系的发展向全球供应商发送单一消息，从而建立采购战略，实现双边共赢。

获取规模优势

Anheuser-Busch InBev 认为，在各个采购职能部门中部署全球功能有助于公司利用其规模化优势，并推动各个部门之间的知识共享和协作。集中式系统的另一优势在于其可支持新收购运营部门的快速集成，进而实现价值。

该公司选择实施了一种战略供应管理解决方案套件，该套件包括采购和合同管理解决方案。2006 年，该公司正式启动电子采购项目，同时希望供应商能够实现其建立全球无缝供应系统的愿景，并具有高级采购能力。

2006 年，Anheuser-Busch InBev 作为其企业及西欧运营部门的一部分部署了 IBM Emptoris Sourcing。2009 年，该公司决定在其他所有区域中部署 IBM Emptoris Sourcing 解决方案。自从在全球范围内启用以来，AB InBev 已完成了三次升级，包括扩展采购优化功能的使用在内。

电子采购项目的全球性启动使得该解决方案在整个企业内得到了广泛采用。Anheuser-Busch InBev 可运用该解决方案来采购各种材料、产品和服务，而且自 2009 年以来已进行了 100,000 多次电子拍卖。

该采购解决方案有助于 Anheuser-Busch InBev 将成本、风险和性能驱动因素纳入到决策流程之中，进而获取最大价值，而不仅仅是获得最优价格。该解决方案可实现逆向拍卖、复杂的多阶段协商等所有采购活动的自动化。在电子采购活动中考虑此类因素，有助于在之前认为不适于电子采购的类目中发挥主导作用。

“高级采购优化技术有助于确保最佳定价、效率和质量，并可确保我们采购的产品和服务符合我们的各种详细要求。”

- Anheuser-Busch InBev 首席采购官 Tony Milikin

举例来说，在 2011 年进行了第一次采购活动后，电子采购在营销、广告和媒体领域的运用已实现了持续增长。IT、专业服务和资本支出等其他业务领域在全球范围内也越来越多地采用电子采购。

各种项目的实施也促进了电子拍卖的广泛应用。其中一个项目是持续分析所用技术和计划所达成的成效。其次是研究采购员工的拍卖技术和理论。博弈论的基本原理培训项目已在全球范围内提供给采购部门，旨在帮助团队在制定采购战略时考虑不同的要素。

在强调质量、创新和价值的同时评估数千方案时，向公司提供高级优化的采购解决方案至关重要。全球每天都在消费 Anheuser-Busch InBev 产品，而一流的采购有助于确保这些产品的质量。

当然，降低风险也是采用技术的主要驱动因素，而且 Anheuser-Busch InBev 在利用电子采购应对风险方面也具有优势。商品价格和波动是 CPG 和酿造业的重要可变因素，而采购团队也深受其扰。采购技术有助于公司管理这些可变因素，一旦出现地区性干旱或其他突发因素，可及早识别备用供应商，确保供应不受中断。

Anheuser-Busch InBev 首席采购官 Tony Milikin 介绍说：“借助具有真正可扩展性的全球采购解决方案，我们可以充分利用全球资产和规模，同时维持本地可视性和管理。高级采购优化技术有助于确保最佳定价、效率和质量，并可确保我们采购的产品和服务符合我们的各种详细要求。”

此外，Anheuser-Busch InBev 还实施了 IBM Emptoris Contract Management 解决方案，旨在确保法律部门和采购部门能够协作管理企业协议。2011 年，该公司开始部署 IBM Emptoris Contract Management 解决方案，并将其用作公司协议的存储库，藉此显著提升了协议与合同的可视性、访问和合规性。在六个月内完成了这种存储库的全球部署后，该公司还利用 IBM Emptoris Contract Management 解决方案改善了供应商合同 workflow 和许可流程。

借助这种合同管理解决方案，Anheuser-Busch InBev 简化并实现了整个合同生命周期的自动化，包括合同创建、实施、履约监控、分析和重新协商等各个环节。从根本上说，该解决方案有助于强化合同，提升合规性并进一步降低风险。

关于 Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev 是位于比利时鲁汶的一家上市公司 (泛欧交易所代码 : ABI) , 同时持有纽约证券交易所的美国存托凭证 (NYSE : BUD) 。它是全球领先的酿酒制造商 , 也是全球五大消费品公司之一。

数千年以来 , 作为最初的社交文化之一 , 啤酒一直发挥着重要的作用 , 而 Anheuser-Busch InBev 生产的 200 多种啤酒品牌也致力于持续培育与消费者之间的亲密联系。这些品牌包括 Budweiser、Corona 和 Stella Artois 等全球性品牌 ; Beck's、Leffe 和 Hoegaarden 等国际品牌 ; Bud Light、Skol、Brahma、Antarctica、Quilmes、Victoria、Modelo Especial、Michelob Ultra、Harbin、Sedrin、Klinskoye、Sibirskaya Korona、Chernigivske、Cass 和 Jupiler 等本土明星品牌。

Anheuser-Busch InBev 对于传统和质量的执着追求可追溯至 1366 年在比利时鲁汶建立的 Den Hoorn 啤酒厂 , 而 Anheuser & Co 的先驱精神可追溯至 1852 年的美国圣路易斯市。Anheuser-Busch InBev 的运营分支在地理位置上比较分散 , 同时面向发达市场及发展中市场 , 所以该公司能够依托其在全球 25 个国家/地区的 155,000 名员工 , 发挥集体智慧不断开拓市场。2014 年 , AB InBev 的收入高达 471 亿美元。该公司的企业理念是 : “让我们因啤酒而结缘 , 共创美好世界”。

如欲了解更多信息 , 敬请访问 ab-inbev.com 上的 [facebook.com/ABInBev](https://www.facebook.com/ABInBev) 页面 , 或关注 Twitter 帐号 [@ABInBevNews](https://twitter.com/ABInBevNews)

有关更多信息

如欲了解有关 IBM Emptoris 解决方案的更多信息 , 请联系您的 IBM 销售代表 , 或访问以下网站 : <http://www.ibm.com/commerce/cn-zh/procurement/>

或直接拨打电话 : 800-810-1818 转 2400 (座机)

400-810-1818 转 2400 (手机)



© Copyright IBM Corporation 2015

IBM Corporation
Software Group
Route 100
Somers, NY 10589

美国印刷
2015 年 5 月

IBM、IBM 徽标、ibm.com 及 Emptoris 是 International Business Machines Corporation 在世界各地司法辖区的注册商标。其他产品和服务名称可能是 IBM 或其他公司的商标。Web 站点 ibm.com/legal/copytrade.shtml 上的“Copyright and trademark information”部分中包含了 IBM 商标的最新列表。

本文档截至最初公布日期为最新版本 , IBM 可随时对其进行修改。IBM 并不一定在开展业务的所有国家或地区提供所有这些产品或服务。

客户示例引用仅供说明之用。实际性能结果可能因特定的配置和操作条件而有所不同。

用户需通过 IBM 产品和项目评估和验证其他任何产品或项目的运行情况。本文档内的信息“按现状”提供 , 不附有任何种类的 (无论是明示的还是默示的) 保证 , 包括不附有关于适销性、适用于某种特定用途的任何保证以及非侵权的任何保证或条件。IBM 产品根据其提供时所依据协议的条款和条件获得保证。

客户应负责确保与适用法律和法规的合规性。IBM 并不提供法务建议 , 亦不承诺或保证其服务或产品可确保符合任何法律或法规。有关 IBM 未来发展方向及意图的声明如有变更或撤销 , 恕不另行通知 , 且仅用于说明目标之用。



请回收利用