



# 户外家居用品公司 ARDEN 借助 CENTRIC PLM™ 推进数字化转型

领先的户外家居用品制造企业以技术抢占市场优势



©2021 Centric Software, Inc. 保留所有权利。

## “我们已经从一家以纸笔作为产品信息存储媒介的企业转变为在全球范围内使用数字化解决方案的公司。”

Arden 电子商务副总裁 Alex Thomson 讲述公司取得的进展。Thomson 谈到与 Centric 合作 10 多年以来的变化，“刚加入公司时，我们有一个传统的 ERP 系统，但所有的基础设施和与之相关的流程在那时的确已经实现现代化，确切地说是从 Centric PLM 才开始推进现代化进程。”

### 半个多世纪的业务发展历程

Arden 全球采购副总裁 Kyle Sharpe 如此介绍公司的业务背景，“Arden 是成立于 1964 年的一家私有企业，于 2019 年被 Central Garden & Pet 家族企业收购。如今，Arden 已是美国、加拿大和墨西哥领先的户外用枕垫供应商。劳氏、家得宝及沃尔玛都是其主要客户，同时公司还拥有蓬勃发展的电子商务业务。Arden 不仅向零售商的自有品牌提供产品也生产自有的全国性品牌。”Arden 在全球拥有 12 家工厂，其中在美国建有 4 个生产基地。

### 可扩展目标面临的三大挑战

Arden 认为，推动公司内部生产力的关键在于实现可扩展目标。Thomson 表示：“大约 10 年前公司就形成了一定的规模，尽管在流程上我们可以得到最大限度的支持，但这种老旧的管理方式无法再支持拓展未来的项目范围及规模。”提升可扩展性主要有三个重点领域：

- 清晰的单一事实来源
- 推动上市流程
- 紧密衔接的供应链

Thomson 说，过去，信息分散在文件、电子表格、电子邮件和相关工作人员的手中。“没有统一的方法能让人明白产品的真正含义。在产品上市流程中，一旦进入生产环节我们就会使用 ERP 系统，但在这一环节之前真的是任意散乱、漫无目标。因此我们需要一个明确的单一事实来源。”

必须要有特定的流程引导产品从开发到生产完成再到销售至消费者手中的整个过程。Thomson 说道：“我们需要管理好这些细节，同时，保证其正确性也很重要。因为一旦开始量产，就很难在中途做出改变。因此在扩展的过程中，确保每一点信息都得到强有力的确认、审查和批准非常重要。”

公司的全球化发展给供应链带来了一系列挑战。我们需要快速的沟通，利用单一事实来源实现各个时区多个合作伙伴的信息共享。Thomson 指出：“当谈论具体某个产品的信息时，电子邮件不够牢靠，也未必有助于速度的提高。”

### 从枕垫到面料

Arden 已将业务扩展至户外面料零售。Sharpe 表示：“大约三年前，我们积极进军面料领域。我们了解到，拥有高于市场标准的耐用性及性能良好的、高性价比高档面料市场仍存在机遇。因此我们于 2017 年推出了 EverTru®，即一种丙烯酸和溶染涤纶 (SDP) 面料。如今，我们每年都会推出全系列的丙烯酸和 SDP 面料。同时，我们与全球 30 多家顶级家具制造商直接合作，为零售和专业客户提供服务。”

Thomson 对此表示赞同。“EverTru 面料全面助力我们的零售客户。从面料的设计、开发和生产管理直到完成品，我们都可以为其提供全方位的垂直运营支持。”



### 数字化及可持续性

2016 年，Arden 决定进军电子商务领域。如果要实现这一愿景，就要在 PLM 中载入数百个产品以及几十万的产品相关属性。这一举措这很快就得到了回报，成为了公司业务不可或缺的组成部分。在新冠疫情迫使实体店关闭时，Arden 电子商务在线运营网站的基础设施已经到位，可以轻松应对线上流量。

Thomson 讲述了他们的精选户外枕垫品牌是如何适应传统的零售市场并拓展至电子商务领域的。Arden 正在为一些核心零售商的在线网站提供支持，“我们很高兴看到精选品牌的成长，而这其中的关键是我们能够同时管理多个零售商的产品。”以前的模式采用的是每个自有品牌零售商只有一套产品的非常有局限性的分类方式。Thomson 表示：“这是我们首次在同一时间向多个零售公司推出产品，这使整个流程都变得更为复杂。”

PLM 也在推动公司的可持续发展。Thomson 表示：“在电子商务领域，我们看到人们减少碳足迹的愿望。为此，我们推出了 Profoam™ 垫子系列，该产品能够压缩运输，在降低运输和消费者成本的同时减少碳排放。我们同时也很注重可长期使用产品的耐用性。公司自成立以来持续向前发展，其中的核心之一就是管理好数据的同时了解数据在长时间内的变化情况。”

### 挑战

- + 产品信息分散在不同位置
- + 零售项目规模超出现有工具的管理能力
- + 上市过程缺少对错误的检查
- + 全球沟通困难
- + 供应链的扩张
- + 不断变化的市场状况及消费趋势

## PLM 的发展

Thomson 说道：“在过去十年中，我们一直与 Centric 软件携手合作。在刚刚引入 PLM 时，所有的工作都围绕着产品的数据管理。在我们的投资组合中，任何既定产品都有上百种属性字段，当时我们通过电子表格、电子邮件和橱柜里的纸质文件管理着其中的45 到 50 个属性字段。之后我们在 Centric 的帮助下将所有属性字段放入 21 世纪的数字化系统，实现了巨大的可见性。然后我们开始在长达12 年的时间里对 Centric PLM 的不同功能进行分层，并时常与 Centric 合作，提出我们希望的 PLM 的发展方向，以此推动行业的发展。”

分层遵循的轨迹如下：最初，Arden 利用 PLM 来获取产品数，然后很快转向了产品成本，再接下来是产品开发、确定工程规格、样品请求以及产品上市前的后期开发过程。随着供应链的扩展，PLM 实现了国际化采购以及流程的可见性。而在电子商务方面，Arden 选择以一种更强劲的方式利用该系统，且这种方式一直沿用至今。Thomson 表示：“我们将继续与共同成长的伙伴 Centric 合作，寻找利用流程和技术的新方法。我们会从现在起开始考量未来几年的业务，而不仅仅局限于未来 18 个月的业务状况。”

## PLM 的持续性优势

Sharpe 表示：“当我们需要回顾几年前的某一季以找到某一种材料或产品的具体信息时，PLM 起到的作用非常显著，因为它可以记录往季的产品、材料属性、面料要求和图纸设计。能够做到这一点至关重要。”

Sharpe 解释了 PLM 是如何在创建某种面料之后立刻分配一个跟踪号码的，该面料的材料属性，包括面料成分、纱线、宽度、重量、生产工厂、客户、时间表、开发和批准日期等，也都将以同一个号码进行追踪。当进入零售项目，该面料就会得到一个正式的部件号码，并添加诸如年销售量、工厂位置和其他与项目相关的数据等信息。“最棒的是，所有这些原始属性都与母部件号码绑定在一起，所以可以根据需要随时回头跟踪正式部件号码的实际开发过程。”

“除了一般的材料库，我还利用它来满足所有客户对于样品码数的请求。因为这是一个实时系统，所以当我们在亚洲办事处的同事一早上班时，就可以看到我的团队在前一天所提交的所有请求。我已经创建了自定义视图以跟踪所有项目中的活跃面料，因此可以追踪从生产之前到批量生产的所有阶段。我可以随时看到这些活跃项目的状态。”

当被问及哪些部门正在使用 Centric PLM 时，Sharpe 说道：“我甚至想不出哪些团队没有使用 PLM！PLM 中有很多与我们的客户、供应商、零售商计划以及所有面料和产品相关的关键信息。”他开始悉数使用 PLM 的团队：“首先是供应链，然后是合规、客户服务、销售、工程、IT、纺织设计师以及我们整个亚洲办事处。所以，我实在想不出一个不使用 PLM 的团队……”Thomson 也对此表示赞同，“每个人，甚至我们的总裁有时也会使用 PLM 来参考相关信息。”

“

我们将继续与共同成长的伙伴 CENTRIC 合作，寻找利用流程和技术的新方法。我们会从现在起开始考量未来几年的业务，而不仅仅局限于未来 18 个月的业务状况。

”

## 成果

- + PLM 提供单一事实来源
- + 所有团队共享 PLM
- + 工作流程涵盖批准和检查
- + 无缝式全球沟通
- + 产品开发以及开发后期的透明度
- + 数据支持可持续的电商运输
- + 新冠疫情期间可轻松转向远程工作



## Arden

([www.ardencompanies.com](http://www.ardencompanies.com))

每个公司都有一段历史, Arden也不例外。23 岁的 Bob Sachs 和 22 岁的 Martie Sachs 于 1964 年创立了 Arden。公司最初定位是日用清洁产品的中间商和分销商。如今, Arden 已是美国、加拿大和墨西哥领先的户外家居用品供应商, 劳氏、家得宝及沃尔玛都是其主要客户。公司不仅为零售商的自有品牌进行订单生产, 也生产自有的全国性品牌。Arden 在全球拥有 12 家工厂, 其中在美国建有 4 个生产基地。

Arden 在美国及海外扩张的脚步从未停止。不断优化产品分配, 同时在北美和亚洲发掘优秀人才。无论员工身在何处, 都能够通过最新技术保持项目过程中的互联互通。在每个拥有 Arden 产品身影的城市、地区和国, Arden 都致力于改善当地社区, 在准时、完整和正确的产品交付中保持业务的健康发展。

2004 年, Arden 在中国深圳设立了第一海外办事处, 致力于扩大亚洲的制造业务。2008 年, 我们决定全心专注于户外产品。2011 年, Arden 扩大亚洲业务, 在中国台湾最大的城市台北开设办事处。中国台湾团队直接与 Arden 的面料供应商以及印花、织造、染色和精加工工厂合作, 以确保产品满足所有质量标准和生产交货期。Arden 为能够参与到全球一体化的供应链也为客户提升价值感到非常自豪。

2019 年, Arden 并入 Central Garden & Pet 族公司。

## CENTRIC

([www.centricsoftware.com](http://www.centricsoftware.com))

Centric 软件总部位于硅谷, 是全球领先的产品生命周期管理 (PLM) 解决方案服务商。专注为时尚鞋服、零售、食品饮料、化妆品、家居家具、户外用品和电子消费品等消费品行业的企业打造从产品概念到销售的端到端的商品研发管理数字化转型平台。Centric 的旗舰级产品生命周期管理 (PLM) 平台 Centric PLM 能够帮助品牌和制造商快速捕捉和响应消费者和市场的快速变化, 提供量身定制的数字化平台, 覆盖商品企划、产品研发、资源采购、质量管理及产品组合优化等功能。Centric CVIP 可视化创新平台 (CVIP) 为加强内外部协作和优化决策提供全新的数据可视化工具。Centric 零售规划是由 Armonica Retail S.R.L. 提供支持的创新的本地云解决方案, 提供端到端的零售规划流程, 旨在在全渠道最大化零售业务价值。Centric 软件率先推出 PLM 移动端应用, 并且可以与数十种常见的企业级系统 (ERP、DAM、PIM、电商平台、企划系统等) 和创意工具软件 (Adobe® Illustrator 和 3D CAD) 连接协同。Centric 软件的创新 100% 由市场驱动, 拥有业界最高的用户采用率和最快的价值实现时间。Centric 的所有创新均有助于加速产品上市, 促进产品创新并降低成本。

Centric 软件的主要股东为 Dassault Systèmes (巴黎证券交易所 Euronext Paris: #13065, DSY.PA), 该公司是 3D 设计软件、3D 数字样机和 PLM 解决方案的全球领军企业。

Centric 软件已获得多项行业大奖和殊荣, 包括入选 2013 年、2015 年及 2016 年 Red Herring“全球百强企业榜”。与此同时, Centric 软件分别于 2012、2016、2018 及 2021 年荣获 Frost & Sullivan 颁发的多项卓越大奖。

 CentricSoftware™



[www.centricsoftware.com](http://www.centricsoftware.com)

Centric 软件是 Centric 软件公司的注册商标。所有其他品牌和产品名称是其各自所有者的商标。