

RESEARCH ON  
COOPERATION GAME OF  
FMCG DUAL-CHANNEL  
SUPPLY CHAIN  
DOMINATED BY RETAILER

实体零售商主导下快消品双渠道  
供应链合作博弈研究

刘 峥 郑兴有 余明阳 著

 北京理工大学出版社  
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

# 实体零售商主导下快消品双渠道 供应链合作博弈研究

刘 峥 郑兴有 余明阳 著

 **北京理工大学出版社**  
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

---

图书在版编目 (CIP) 数据

实体零售商主导下快消品双渠道供应链合作博弈研究/刘峥, 郑兴有, 余明阳著. —北京: 北京理工大学出版社, 2018. 11

ISBN 978-7-5682-6469-3

I. ①实… II. ①刘…②郑…③余… III. ①消费品市场-供应链管理-研究 IV. ①F713.58

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 258817 号

---

---

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 /

开 本 / 710 毫米×1000 毫米 1/16

印 张 / 6.5

彩 插 / 10

字 数 / 128 千字

版 次 / 2018 年 11 月第 1 版 2018 年 11 月第 1 次印刷 责任编辑 / 潘 昊

定 价 / 38.00 元

文案编辑 / 潘 昊

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强



---

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

本书受上海工程技术大学学术著作出版专项、上海工程技术大学人才行动计划、国家社科基金青年项目(项目编号:18CGL015)、中国博士后基金面上项目(项目编号:17Z102060081)、上海科委软科学重点项目(项目编号:18692111000)资助。

# 彩 插

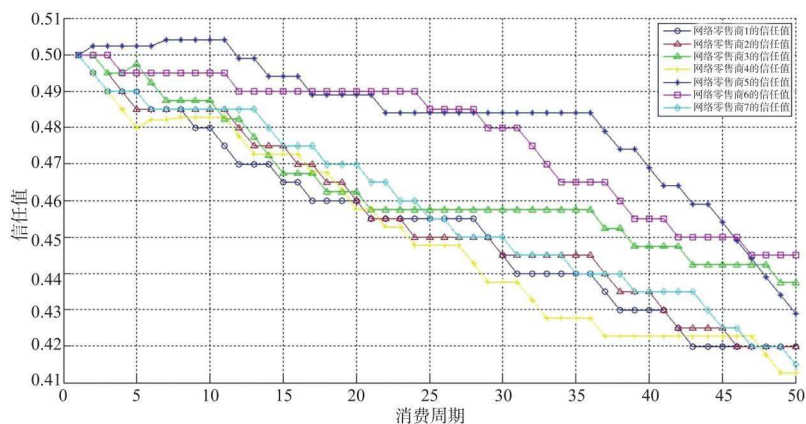


图 6-1 当消费周期为 50 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 1 旗下所有网络零售商信任值的变化

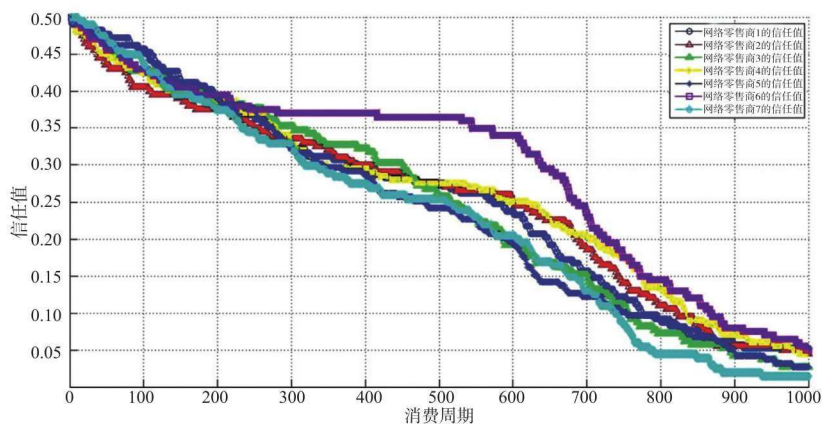


图 6-2 当消费周期为 1000 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 1 旗下所有网络零售商信任值的变化



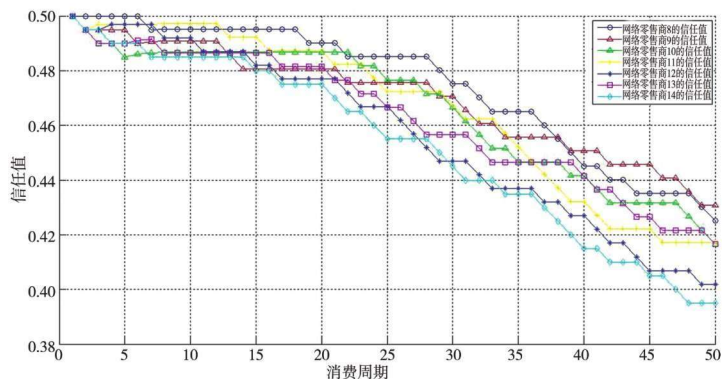


图 6-3 当消费周期为 50 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 2 旗下所有网络零售商信任值的变化

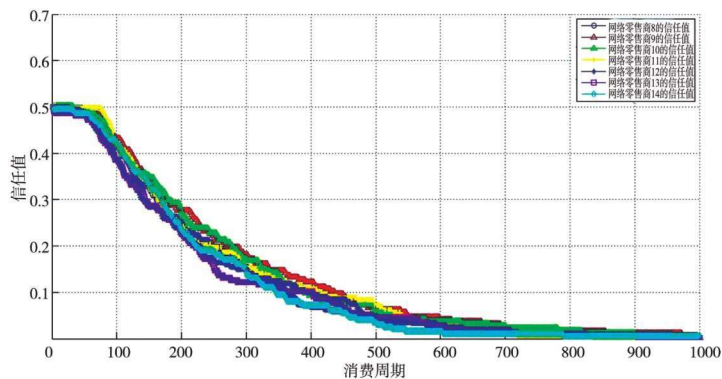


图 6-4 当消费周期为 1000 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 2 旗下所有网络零售商信任值的变化

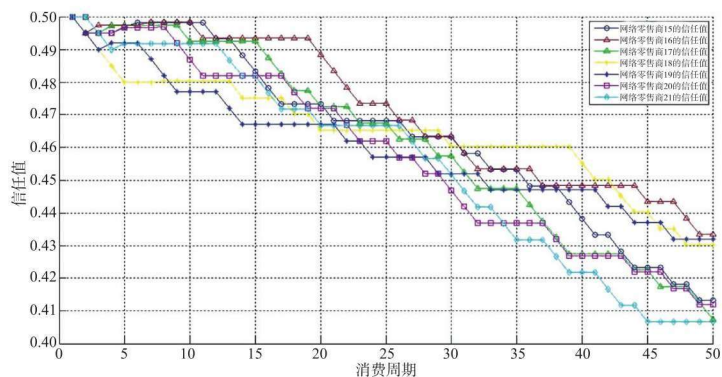


图 6-5 当消费周期为 50 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 3 旗下所有网络零售商信任值的变化

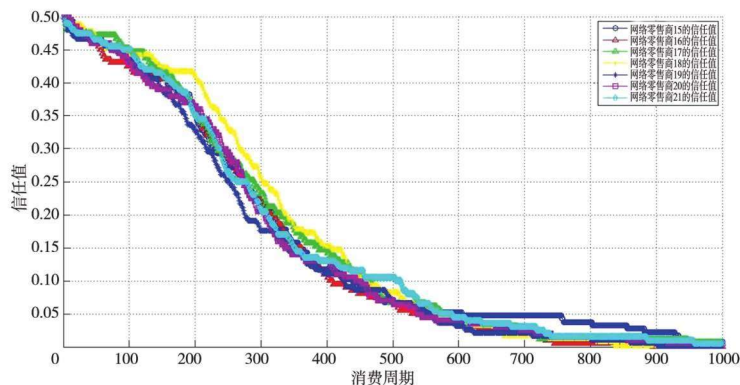


图 6-6 当消费周期为 1000 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 3 旗下所有网络零售商信任值的变化

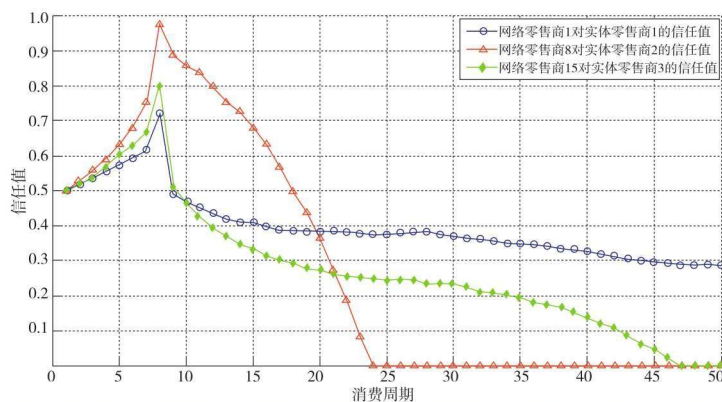


图 6-7 当消费周期为 50 时，无法更换实体零售商条件下网络零售商 1、网络零售商 8、网络零售商 15 分别对实体零售商 1、实体零售商 2、实体零售商 3 信任值的变化

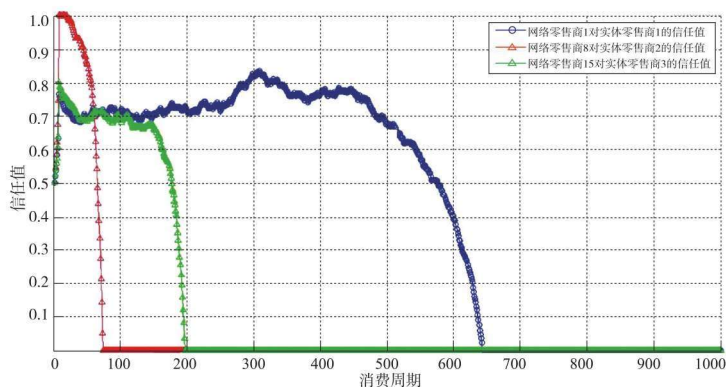


图 6-8 当消费周期为 1000 时，无法更换实体零售商条件下网络零售商 1、网络零售商 8、网络零售商 15 分别对实体零售商 1、实体零售商 2、实体零售商 3 信任值的变化

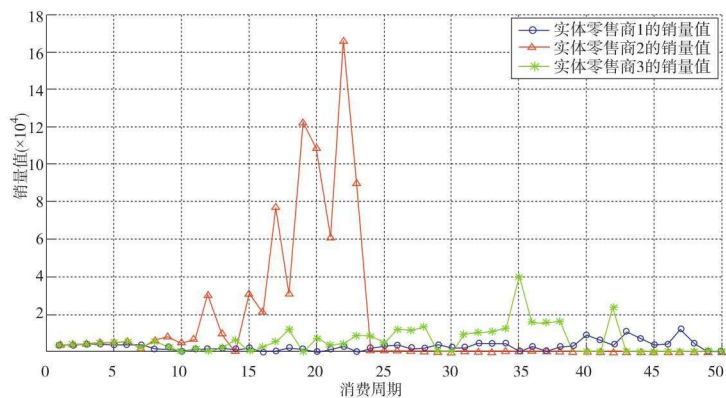


图 6-9 当消费周期为 50 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 1、实体零售商 2、实体零售商 3 的产品销量值的变化

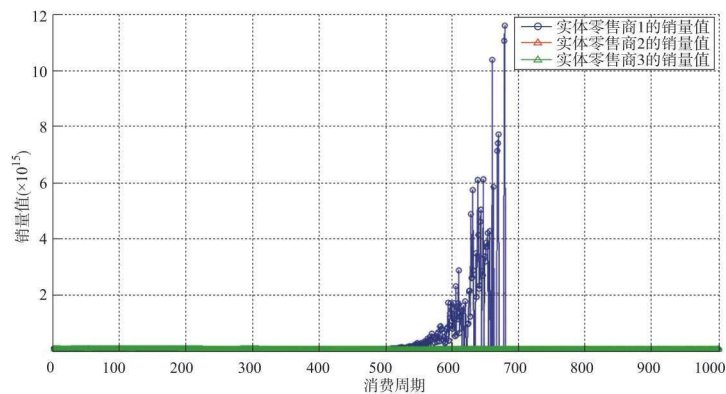


图 6-10 当消费周期为 1000 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 1、实体零售商 2、实体零售商 3 的产品销量值的变化

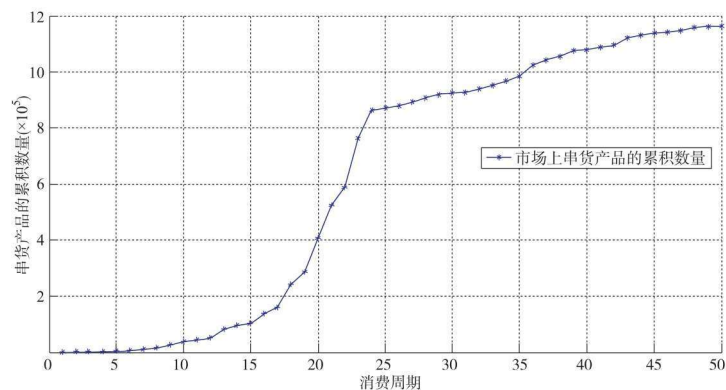


图 6-11 当消费周期为 50 时，无法更换实体零售商条件下市场上串货产品的累积数量



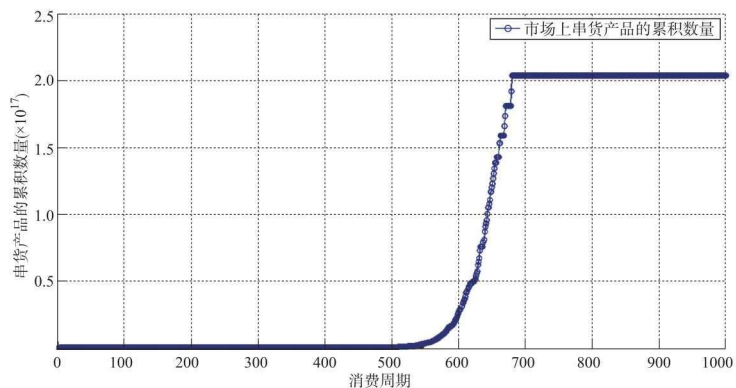


图 6-12 当消费周期为 1000 时，无法更换实体零售商条件下  
市场上申货产品的累积数量

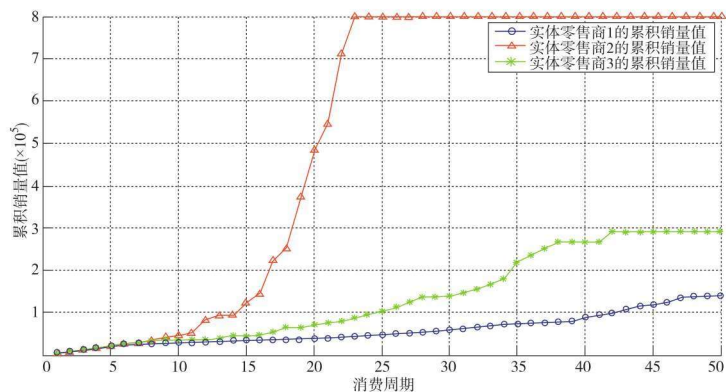


图 6-13 当消费周期为 50 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 1、  
实体零售商 2、实体零售商 3 的产品累积销量值的变化

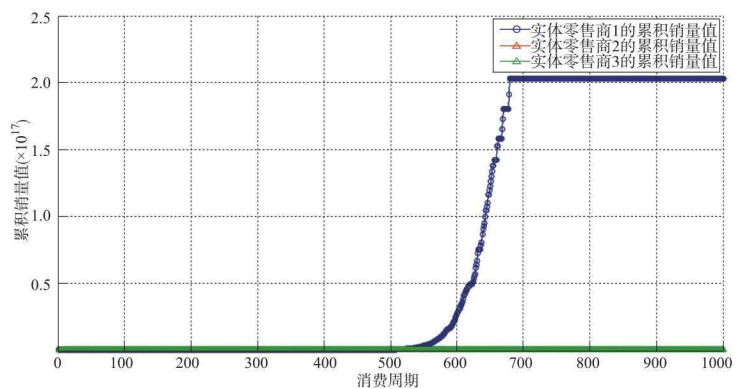


图 6-14 当消费周期为 1000 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 1、  
实体零售商 2、实体零售商 3 的产品累积销量值的变化

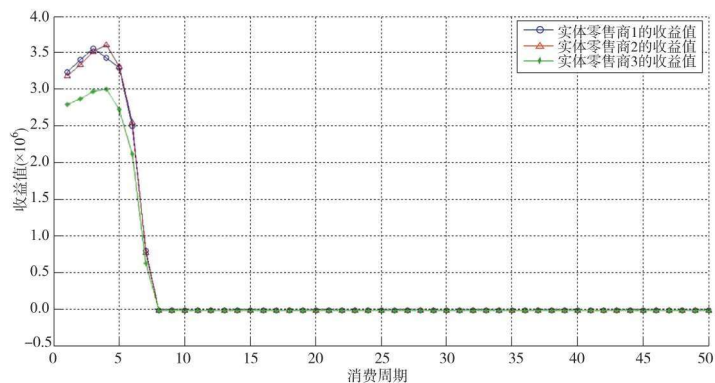


图 6-15 当消费周期为 50 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 1、实体零售商 2、实体零售商 3 的产品收益值的变化

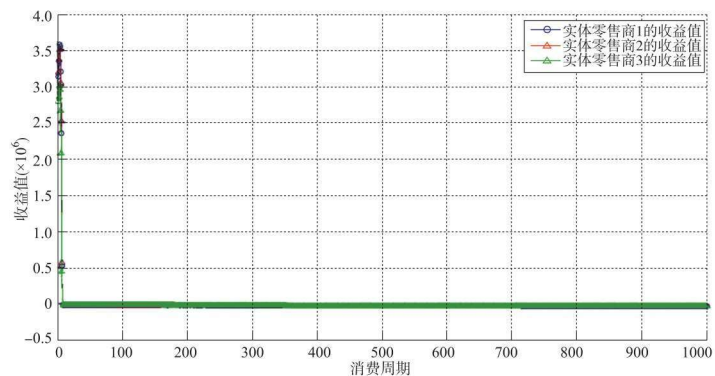


图 6-16 当消费周期为 1000 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 1、实体零售商 2、实体零售商 3 的产品收益值的变化

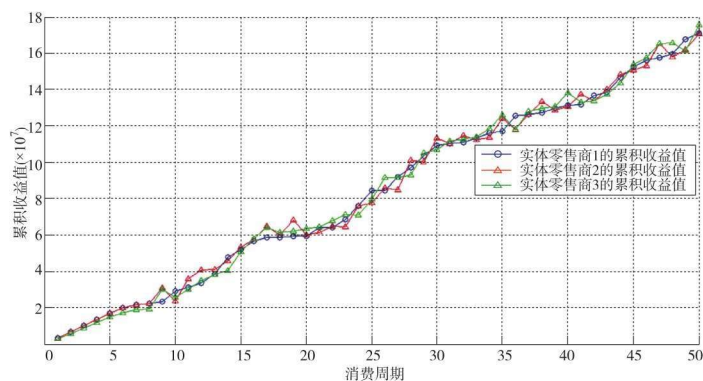


图 6-17 当消费周期为 50 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 1、实体零售商 2、实体零售商 3 的产品累积收益值的变化

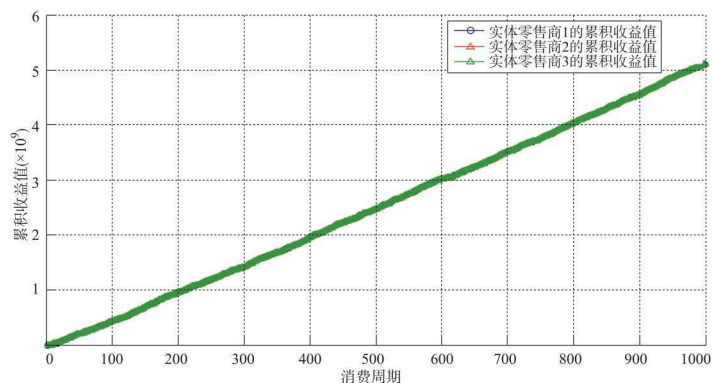


图 6-18 当消费周期为 1000 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 1、实体零售商 2、实体零售商 3 的产品累积收益值的变化

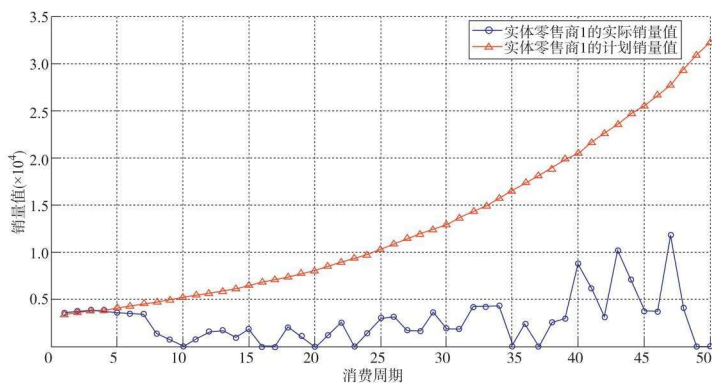


图 6-19 当消费周期为 50 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 1 产品实际销量值与计划销量值对比

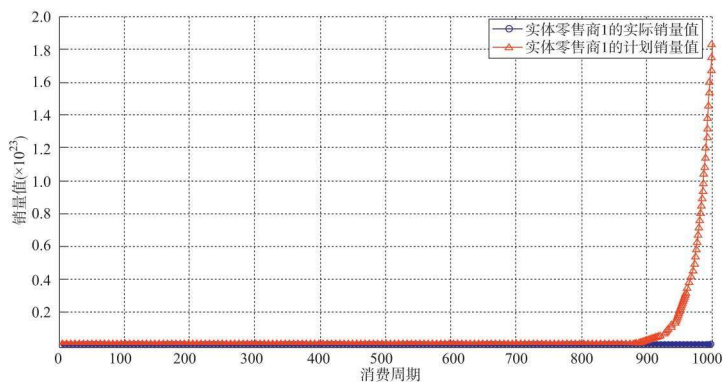


图 6-20 当消费周期为 1000 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 1 产品实际销量值与计划销量值对比

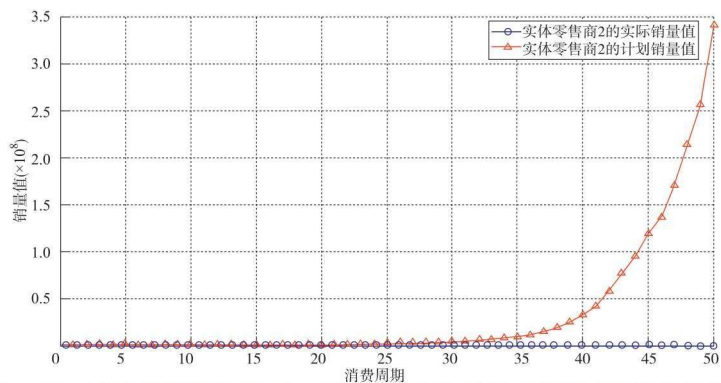


图 6-21 当消费周期为 50 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 2 产品实际销量值与计划销量值对比

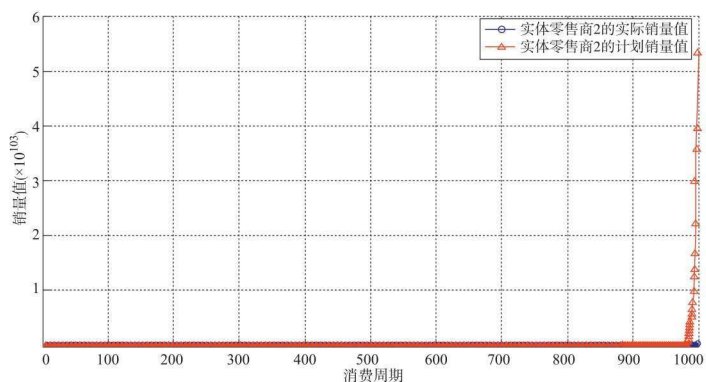


图 6-22 当消费周期为 1000 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 2 产品实际销量值与计划销量值对比

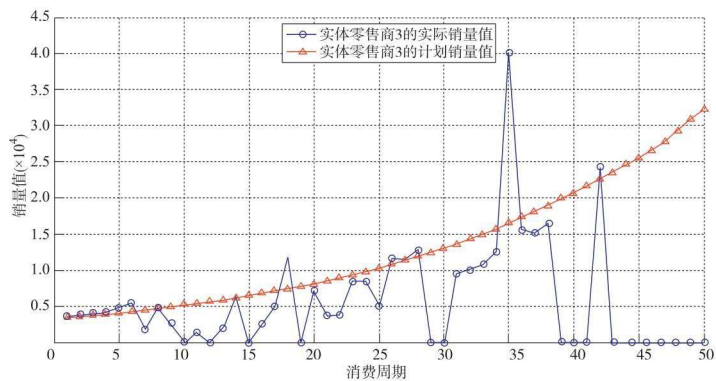


图 6-23 当消费周期为 50 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 3 产品实际销量值与计划销量值对比

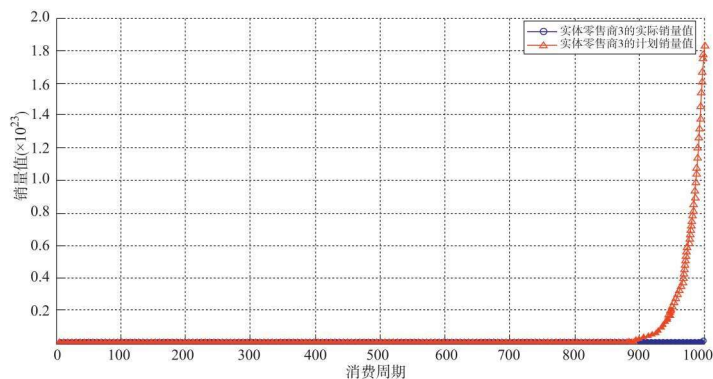


图 6-24 当消费周期为 1000 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 3 产品实际销量值与计划销量值对比

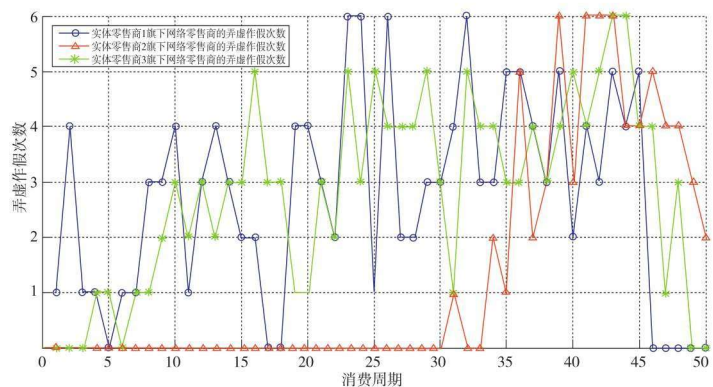


图 6-25 当消费周期为 50 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 1、实体零售商 2、实体零售商 3 旗下网络零售商的弄虚作假次数的变化

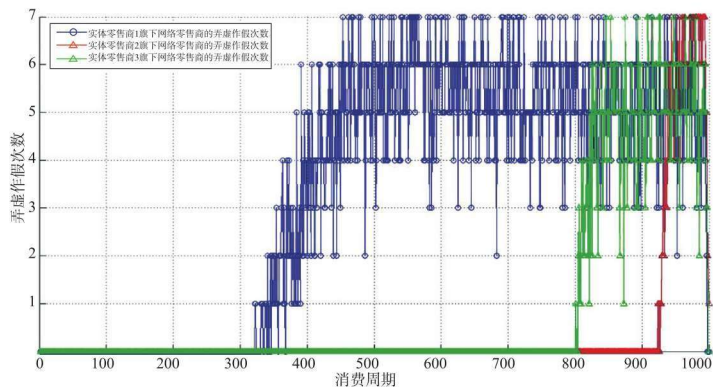


图 6-26 当消费周期为 1000 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 1、实体零售商 2、实体零售商 3 旗下网络零售商的弄虚作假次数的变化



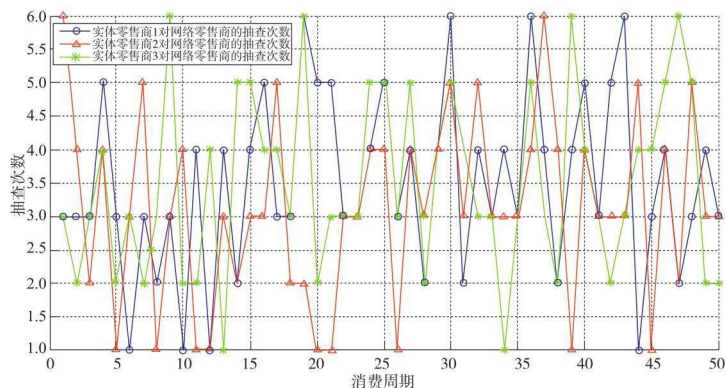


图 6-27 当消费周期为 50 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 1、实体零售商 2、实体零售商 3 对网络零售商的抽查次数的变化

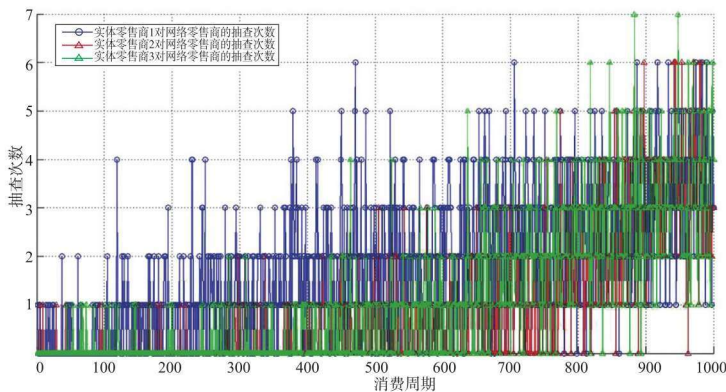


图 6-28 当消费周期为 1000 时，无法更换实体零售商条件下实体零售商 1、实体零售商 2、实体零售商 3 对网络零售商的抽查次数的变化

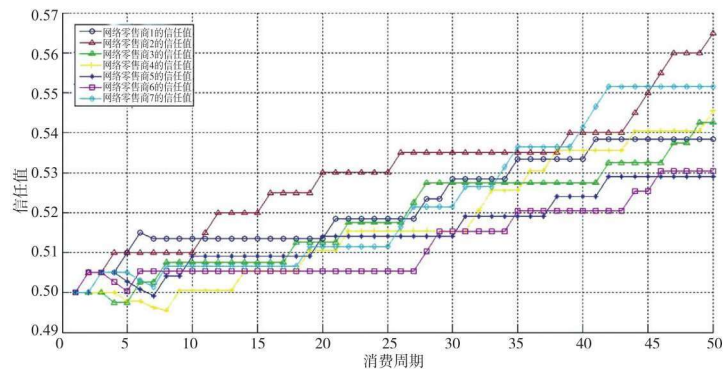


图 6-29 当消费周期为 50 时，可以更换实体零售商条件下实体零售商 1 旗下所有网络零售商信任值的变化

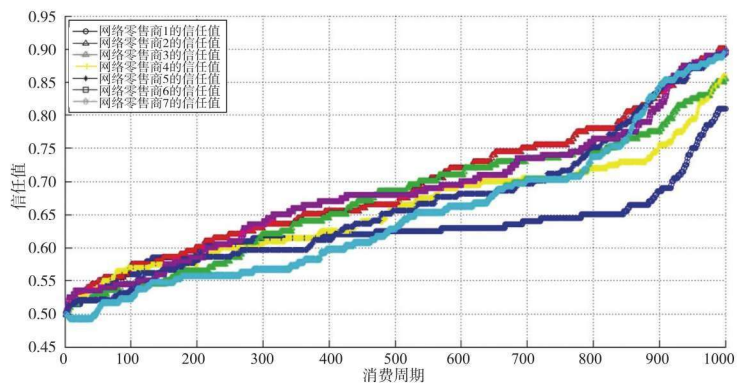


图 6-30 当消费周期为 1000 时，可以更换实体零售商条件下实体零售商 1 旗下所有网络零售商信任值的变化

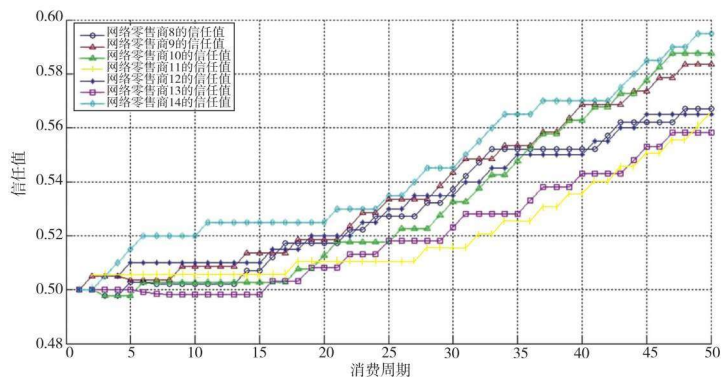


图 6-31 当消费周期为 50 时，可以更换实体零售商条件下实体零售商 2 旗下所有网络零售商信任值的变化

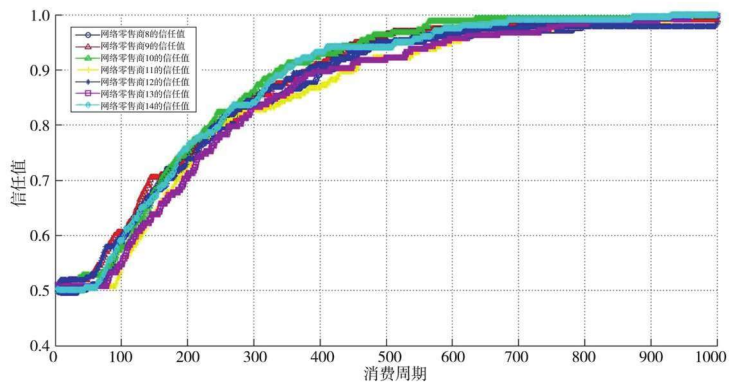


图 6-32 当消费周期为 1000 时，可以更换实体零售商条件下实体零售商 2 旗下所有网络零售商信任值的变化

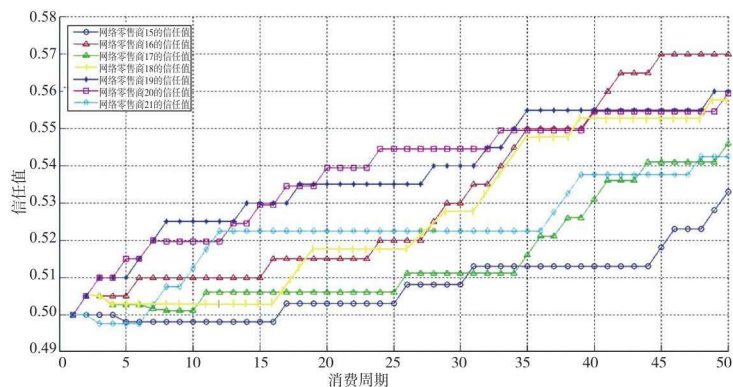


图 6-33 当消费周期为 50 时，可以更换实体零售商条件下实体零售商 3 旗下所有网络零售商信任值的变化

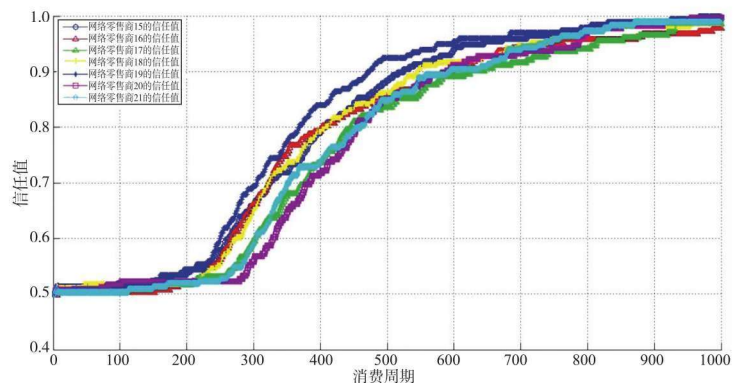


图 6-34 当消费周期为 1000 时，可以更换实体零售商条件下实体零售商 3 旗下所有网络零售商信任值的变化

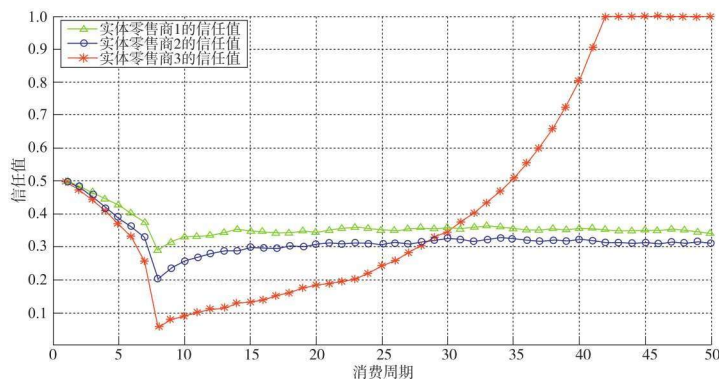


图 6-35 当消费周期为 50 时，可以更换实体零售商条件下网络零售商 1、网络零售商 8、网络零售商 15 分别对实体零售商 1、实体零售商 2、实体零售商 3 信任值的变化

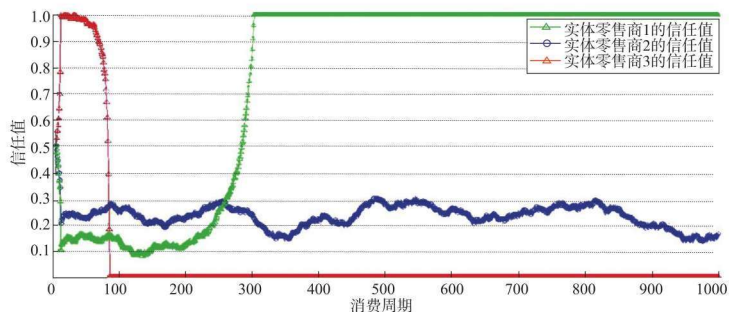


图 6-36 当消费周期为 1000 时，可以更换实体零售商条件下网络零售商 1、网络零售商 8、网络零售商 15 分别对实体零售商 1、实体零售商 2、实体零售商 3 信任值的变化

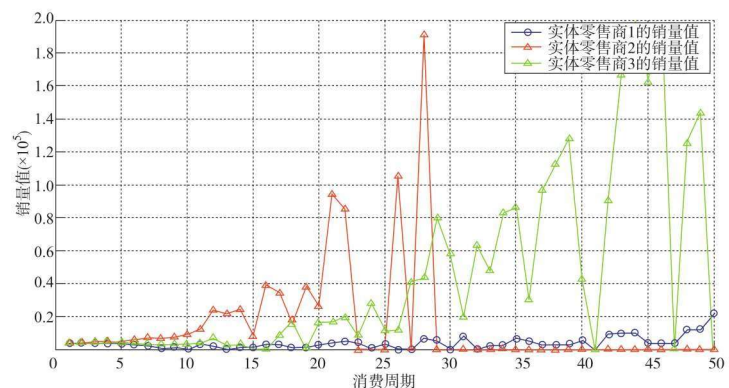


图 6-37 当消费周期为 50 时，可以更换实体零售商条件下实体零售商 1、实体零售商 2、实体零售商 3 的产品销量值的变化

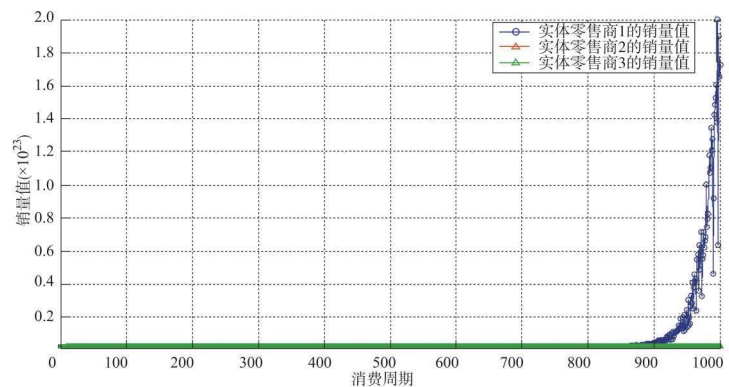


图 6-38 当消费周期为 1000 时，可以更换实体零售商条件下实体零售商 1、实体零售商 2、实体零售商 3 的产品销量值的变化