

发展与 管理

2006 管理发展与工业工程论坛

上海人民出版社

尤建新 杜学美 邵鲁宁 主编

Development and Management

发展与 管理

2006 管理发展与工业工程论坛

上海人民出版社

尤建新 杜学美 邵鲁宁 主编

Development and **Management**

图书在版编目 (CIP) 数据

发展与管理:2006 管理发展与工业工程论坛/尤建新等主编.

—上海:上海人民出版社,2006

ISBN 7-208-06496-2

I. 发... II. 尤... III. ①管理学-文集
②工业工程-文集 IV. ①C93-53②F402-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 104279 号

责任编辑 曹 杨 曹怡波

封面设计 甘晓培

发展与管理

——2006 管理发展与工业工程论坛

尤建新 杜学美 邵鲁宁 主编

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行

上海商务联西印刷有限公司印刷

开本 635×965 1/16 印张 19 插页 1 字数 324,000

2006 年 9 月第 1 版 2006 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 7-208-06496-2/F·1481

定价 38.00 元



'06管理发展与工业工程论坛

2003年,在尤建新教授指导和倡议下,举办了第一届“管理理论与工业工程论坛”。以后每年一届,2006年9月即将召开第四届论坛。论坛秉承严谨求实的学风,以探讨管理学界出现的新问题、新成果为宗旨,以加强不同研究领域在读或已毕业的博士生之间的学术交流,并期望能够促进青年学者的科研能力和学术水平的提高,为我国经济建设和管理学科的发展做出贡献。

论坛主要汇集了两个研究团队的成果,即:管理理论与工业工程和城市质量与安全研究团队。这两个研究团队共有30余人,由若干教授、副教授、讲师、博士后、博士生和硕士生组成。

2003年论坛合影

2004年论坛合影

2005年论坛合影



管理理论与工业工程研究团队简介

团队主要研究方向为管理理论与方法、供应链管理、工业工程、质量管理等,近年来承担的主要科研项目有:

- 国家自然科学基金项目:基于闭环供应链的多级库存优化(7027031);
- 上海市科委基金资助(重大)项目:基于优化模型的、面向企业供应链的物流决策支持系统(03DZ15006);
- 中国博士后基金:基于时基竞争的集群供应链系统组织模式及其应用研究(2005038446)
- 上汽大众营销核心竞争力的研究;
- 上海三菱电梯质量损失成本管理研究;
- 汽车零部件供应链及其信息平台的研究与应用;
- 公司质量管理体系研究。

城市建设质量与安全管理研究团队简介

团队主要在城市管理、安全管理与建设质量管理领域开展研究工作。研究人员具有建筑学、城市规划、土木工程、管理学与经济学多方面专业背景。近年来承担的主要科研项目有:

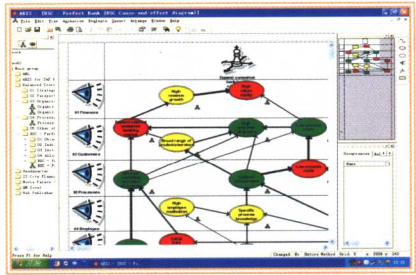
- 中国博士后基金:项目柔性进度管理的原理、方法、技术及其应用的系统研究(2005037516)
- 教育部博士点基金:基于城市发展与管理的公共管理体系(2001024701);
- 教育部新世纪优秀人才计划:城市管理与受众满意(NCET-04-0377);
- 上海市徐汇区“十一五”城市建设与管理研究;
- 上海市杨浦区“十一五”基础设施体系规划;
- 上海市杨浦区发改委:区域综合性规划执行能力问题研究;
- 高速公路建设柔性进度管理研究;
- 城市建设应急管理的组织体系研究;
- 浙江嘉善经济发展规划等。

供应链与工业工程实验室

供应链与工业工程实验室成立于 2002 年，是尤建新教授和霍佳震教授率领的“管理理论与工业工程团队”、由教育部振兴行动计划支持建设的实验室。目前实验室已累计投资 300 多万元，创造了良好的研究环境。实验室现有教授 2 名，讲师 2 名，博士研究生 16 人，硕士研究生 9 人。他们在企业内部流程模拟和优化、仓库模拟和优化、配送模拟和优化、供应链模拟和优化等方面开展了大量的研究工作，相关研究成果目前处于国内比较先进的水平。实验室至今已完成国家自然科学基金项目、上海市科委重大攻关项目和重点攻关项目、大型企业集团的合作项目等多项科研任务。实验室目前已经取得了一些成果，获得多项专利权和著作权，并于 2005 年获得上海市科技进步二等奖。

硬件和软件环境

该实验室拥有各类型服务器 3 台，计算机 30 余台，有国际先进的 ILOG 优化软件，WITNESS 仿真软件，ARIS 流程建模软件，SAS 统计软件；拥有供应链和物流管理方面国内外专著 500 余册，并可利用同济大学丰富馆藏资源和电子数据库查阅各类最新的研究文献。



国际合作与交流

实验室自成立以来，一直注重与国外优秀的科研单位和个人进行学术交流，先后接待了德国弗劳恩霍夫物流研究院院长 Axel Kuhn 教授、欧洲商学院 Jahns 教授、亚洲质量网主席狩野纪昭博士等知名学者的访问。同时，实验室多次派博士研究生赴德国盖尔梅瑙技术大学、波鸿大学、柏林工业大学、瑞士联邦理工学院等国际知名大学进行访问交流、合作开展科研项目。

前 言

一年一度的“管理发展与工业工程”论坛又要开始,今年已经是第四届了。开创这个论坛的主要目的之一,是为青年学者们建立一个广泛的展示学术思想、增进学术交流的平台。学术思想的交流需要一个自由、活跃的空间,特别是对于青年人,有一个快乐的、平等的和能够不断激发他们灵感的学术氛围是非常重要的。虽然我不能肯定,今天的论坛能否承担起这样的重任,但我们已经为此作出了努力,并且已经付诸行动,向前走出了一大步。这是值得众人欣慰的。

在这次论坛出书前,好友张耀伟博士提出,希望有一个能够持久响亮的书名。有道理,很感谢他的建议!的确,用论坛作为书名确实有点不合适,但一直就是不愿再动一下脑筋。有时候,旁人的提醒或是推一把还是很有作用的。可是,采纳这个建议也是一件不容易的事。思考之间,在既不改变论坛的原意、体现每一届论坛的内容与时俱进,又便于让读者共享论坛成果、体现论坛贡献的前提下,我想到了“发展与管理”。仔细想来,“发展与管理”作为书名真是最好不过了。“发展”的寓意非常广阔,有很大的想象空间;而“管理”又是论坛的主题,是一个既明确而又可永久研究的主旋律。

作为论坛的发起者,我感谢这几年来为论坛作出许多贡献的博士生们和博士后们,正是你们的努力,才使得论坛能够持续,并且越办越好。陈宝胜博士、杜学美博士、陈强博士、杜波博士、濮津博士、杨瑾博士,以及博士生武小军、邵鲁宁、朱岩梅、蔡依平、李龔等等,他们给予了论坛许多的贡献。特别值得一提的还有安慰博士,他虽然没有来直接参加论坛,却默默地为上届论坛提供了有力的资助。本书由杜学美博士、博士生邵鲁宁和我共同组织,同时也得到了许多同学和朋友的帮助以及他们的智慧贡献,赵红博士、马国丰博士、关贤军博士、程好博士以及博士生武小军、朱岩梅等在百忙之中还对本书进行了认真审阅和校对,在此我一并表示衷心的感谢!

同时,作为论坛的发起者,我希望以下几点可以与大家共勉:

1. 论坛是一个学术平台,这是论坛的目的。一年一年的持续,目的不仅

仅是为了持续一个简单的论坛,而是要把一个有意义的学术平台持续下去;不仅仅是简单的持续,而是希望论坛越办越好。这就需要大家群策群力、集思广益。认清目的很重要,这样的话,论坛才会越办越有意义。

2. 要坚持学术自由,充分展示自己的思想。虽然发表论文有一定的规范要求,有时候某一个思想的火花难以形成一篇完整的文章。但是在论坛上,应该要有一个空间让这种火花有个冒出的机会。学术需要交流和碰撞,这样才会进步。

3. 要有集中的议题,提高论坛的绩效。由于论坛集中的时间较短,议题过于分散会影响大家的讨论,而且也难以深入。论坛集中前可以在网上交流,要充分利用网络工具创造的资源。在形成几个主要议题的前提下,集中在论坛上研讨。形式应该多样化,可以有主题报告,也可以问答互动,甚至可以请嘉宾客串。

总之,这是大家的舞台,要依靠大家来创新和发展。

本次论坛得到了上海人民出版社的张耀伟博士以及他的同事曹杨和曹怡波编辑的大力支持,在此表示衷心感谢!

书中汇集的是论坛发表的学术论文,有许多是正在研究和探讨的问题,还不能马上定论。错误之处,欢迎各位读者和专家提出批评指正。

尤建新

2006年8月18日于云通楼

目 录

001 管理理论与工业工程

- 003 品牌竞争力的三维度测评指标体系 /赵 红 张 莎 李 维
- 015 应用 LIROS 系统的奢侈品库存管理 /尤建新 林正平
- 026 基于 TBC 的产业集群与供应链系统一体化效应分析
——一个理论框架 /杨 瑾 尤建新 蔡依平
- 035 奢侈品在线网站标杆分析 /武小军 朱岩梅
- 047 全面质量管理的实施分析：以山东电力安装公司为例
/沈宏瑛
- 067 基于粗集的平衡记分卡专家共识提取方法 /黄定轩
- 076 企业知识群体形成机制研究 /许学国
- 086 全球化背景下的设计—制造链模型探讨
/朱岩梅 武小军 尤建新
- 094 传统组织模式下工程项目合作成功性分析 /程 好
- 107 建构以信息技术为支撑的敏捷供应链
/李 龔 Hans Juergen Walz
- 113 生产业务外包信息管理系统研究 /邵鲁宁 杨 瑾
- 119 应用信息技术提高项目评价的质量 /张文娟 吴玉文
- 124 基于复杂适应系统理论的供应链管理 /黄 力
- 132 物流管理在工程项目中的适用性研究 /蔡依平 杨 瑾
- 141 国际合作教育项目的质量管理研究 /姚 明 范 斐
- 151 报业广告信息支撑平台的优化 /张耀伟
- 172 战略引领，重在执行 /杜 波
- 179 基于 Web 的本科在线课程的设计与开发 /陈志宗

189 城市发展与管理

- 191 在环境友好型城市建设中政府应扮演的角色
/尤建新 鲍悦华 陈 强

001

- 198 基于 CCM 的高速公路进度管理系统
/马国丰 尤建新 陈 强
- 208 新农村基础设施建设问题及政策研究 /徐瑞祥 尤建新
- 217 大都市郊区农村基础设施建设现状及对策思考
/徐瑞祥 尤建新
- 228 县域经济发展的问题与策略研究 /杜德昌
- 236 城市政府“服务型管理”模式研究 /陈 迅
- 243 城市公共安全的全面质量管理 /陈桂香 尤建新
- 250 建设上海都市现代农业的问题与对策
/李志伟 尤建新 马国丰
- 256 住宅特征价格模型中特征变量的量化研究 /王旭育 尤建新
- 267 城市是国家防灾减灾的中心和重点
/徐 波 关贤军 尤建新
- 272 大学科技园的定位问题思考 /张 磊
- 279 物权法对政府行为的影响评价 /孙弘宇
- 287 信息技术对房地产经纪业委托代理关系的重构
/张 健 尤建新

CONTENS

001

MANAGEMENT THEORY AND INDUSTRIAL ENGINEERING

- 003 A three-dimensional evaluation index system of brand
competitiveness /ZHAO Hong, ZHANG Sha, LI Wei
- 014 Applying LIROS System for Luxury products Inventory Man-
agement /YOU Jian-xin, LIN Zheng-ping
- 026 A FRAMEWORK MODEL OF INTEGRATED EFFECTS OF
INDUSTRIAL CLUSTER AND SUPPLY CHAIN SYSTEM
BASED ON TBC /YANG Jin, YOU Jian-xin, CAI Yi-ping
- 035 Benchmark Analysis on Luxury Brand Online Websites
/WU Xiao-jun, ZHU Yan-mei
- 046 The Implementation Analysis on TQM: A Case Study on Shan-
dong Electrical Power Construction Company Ltd.
/SHEN Hong-ying
- 067 An Abstracting Method Based on Rough Sets of Specialist
Common Knowledge in BSC /Huang Ding-xuan
- 076 Forming Mechanism of Knowledge Group Based on Organiza-
tional Learning /Xu Xue-guo
- 086 Research on the Design — Manufacturing Chain Model Under
the Globalization of Manufacturing Industry
/ZHU Yan-mei, WU Xiao-jun, YOU Jian-xin
- 094 Factors Influencing the Collaborating Success of Construction
Projects in Traditional Organizing Mode /CHENG YU
- 107 Building IT based Agile Supply Chain
/Li Yan, Hans Juergen Walz
- 113 Research on Manufacturing Business Outsourcing Information
System /SHAO Lu-ning, YANG Jin
- 119 Usage of Information Technology in Project Evaluation
/ZHANG Wen-juan, Wu Yu-wen

003

- 124 The Supply Chain Management based on Complexity Adaptive System /HUANG Li
- 132 Study on Suitability of Logistics Applied to Engineering Projects /CAI Yi-ping, YANG Jin
- 141 Quality Management on International Cooperative Education Programs /YAO Ming, FAN Fei
- 151 The optimization of newspaper advertisement information support platform /Zhang Yao-wei
- 172 Doing First, Leading by Strategy /Du Bo
- 179 Design and Development of College Web-based Online Course /CHEN Zhi-zong

**CITY DEVELOPMENT
AND MANAGEMENT**

- 189
- 191 The Role the Government should play in the Process of Environment-friendly City Construction /YOU Jian-xin, BAO Yue-hua, CHEN Qiang
- 198 Highway Scheduling Management System Based on Critical Chain Method /Ma Guo-feng, You Jian-xin, Chen Qiang
- 208 Problem Study and Political Thinking on Strengthening Village Infrastructure Construction in Suburbia /XU Rui-xiang, YOU Jian-xin
- 217 Study on Condition and Countermeasure of the Rural Infrastructure Construction in Suburbia /XU Rui-xiang, YOU Jian-xin
- 228 Problems and Strategy of the Regional Economic Development of Countries /Du De-chang
- 236 A Study of Service-oriented Management for City Government /CHEN Xun
- 243 Total Quality Management of Urban Public Safety /CHEN Gui-xiang, YOU Jian-xin
- 250 Problems and Countermeasures of Building Shanghai's Urban Modern Agriculture /Li Zhi-wei, You Jian-xin, Ma Guo-feng

- 256 Study on quantizing housing characteristic variable in hedonic
model /WANG Xu-yu, YOU Jian-xin
- 267 Cities Are the Key of Disaster Prevention and Reduction Of
Our Country /XU Bo, GUAN Xian-jun, YOU Jian-xin
- 272 Study on Orientation of the University Science Parks
/ZHANG Lei
- 279 Value on Real Rights Law's Effect on Government Perform-
ance /SUN Hong-yu
- 287 Reorganization of The Real Estate Agency Relationships by IT
/ZHANG Jian, YOU Jian-xin

· 管理理论与工业工程

A three-dimensional evaluation index system of brand competitiveness

赵红^{1,2}, 张莎¹, 李维¹

¹ Management School, Graduate University of Chinese

Academy of Sciences, P. R. China, 100080

² Economics & Management School, Tongji University, P. R. China, 200092

Abstract: By analyzing an extensive literature on brand competitiveness both home and abroad, the design of the evaluation index system of brand competitiveness as well as the methods and principles of selecting brand competitiveness indexes were discussed. At the same time, the sources of brand competitiveness were found as a clue to the evaluation index system. Thus, a three-dimensional evaluation index system of brand competitiveness including brand power index, brand vitality index, and brand charm index was proposed, in which the basis was the brand power, fountain was the brand vitality, and value-fulfillment was the brand charm. The brand power, brand vitality and brand charm formed a dynamic brand competitiveness system through interaction force.

Key words: Brand charm; Brand competitiveness; Brand power; Brand vitality; Evaluation index system

003

品牌竞争力的三维度测评指标体系

赵红^{1,2} 张莎¹ 李维¹

(1. 中国科学院研究生院管理学院, 北京 100080;

2. 同济大学经济与管理学院, 上海 200092)

摘要:基于对国内外品牌竞争力相关文献的分析,论述了品牌竞争力测评指标体系的设计思路、测评指标的选取方式和选取原则,并以品牌竞争力的来源为切入点,提出了一个包含品牌实力指数、品牌活力指数和品牌魅力指数在内的品牌竞争力的三维度测评指标体系。在该测评体系中,品牌实力是品牌竞争力的基础平台,品牌活力是品牌竞争力的源泉,品牌魅力是品牌竞争力的价值实现。品牌实力、品牌活力、品牌魅力相互作用和影响,形成了一个动态的品牌竞争力系统。

关键词:品牌竞争力;品牌实力;品牌活力;品牌魅力;测评指标体系

Brand competitiveness is an important concept in marketing management. And it serves basis for enterprise competitiveness, industrial competitiveness and national competitiveness. The study of brand competitiveness is becoming a priority project in brand management research. This paper mainly focused on the fundamental theory and it was structured in three sections. The first section made a literature review. The second section developed the sources of brand competitiveness and put forward a three-dimensional evaluation index system of brand competitiveness, in which the basis was the brand power, fountain was the brand vitality, and value-fulfillment was the brand charm. The main conclusion lay in the last part.

As we all known, brands are the soul of enterprises which represent customers' trust for the enterprise and embody employees' dedication to the company. Brands are the face of a country which stand for high quality of industry and bear the weight of national confidence (Huang Ming, 2005)^[1]. Meanwhile, brands are also the useful and sharp weapon for competing in different markets, and brand competitiveness is becoming one of the key factors for enterprises' success.

To some extent, brand competitiveness mirrors enterprise competitiveness, industrial competitiveness and national competitiveness. And it can also reflect future economic growth and competitive capacity. However, the fact that Chinese brands' lack in competitiveness affects not only our performance on the international stage, but also the image in international community.

Compared with the strong international brands, Chinese brands are in great need of brand competitiveness which is the crucial ability for a brand to succeed in international market. So the research on how to effectively enhance Chinese brands' competitiveness through fundamental studies has become more and more important in brand management research.

This paper mainly focuses on the basic theory of brand competitiveness. Working out the sources and constructing evaluation index system of brand com-

petitiveness are the theme of this paper.

1 Literature Review

The existing literature review shows that the study on brand competitiveness began in U. S. in the 90's of the 20th century. Afterwards, the scholars from China, Singapore, Ukraine and Holland started to do further researches about it, the details as show below:

1.1 The research status of brand competitiveness abroad

David A. Aaker (1991) is a Professor of Marketing at the Berkeley's Haas School of Business, University of California. He expounded the concept of brand competitiveness from the performance of brand competitiveness perspective, but he didn't go further^[2]. Barney (1991), Bharadwaj, Varadarajan and Fahy (1993) pointed out 'brand competitiveness refers to its capacity to achieve superior performance in terms of profits or profitability^[3].'

Pradeep K. Chintagunta (1999), a Professor from University of Chicago, and Bo E. Honore, from Princeton University, proposed using a model of multi-probability to measure brand competitiveness. The multi-probability model was based on the scene simulation and mainly replied on the commonness and differentiation of customers' behavior to tap the intrinsic factors such as customers' preference of brands, etc^[4].

Jennifer L. Aaker (1997), an Associate Professor of the University of California, regarded brand competitiveness as one of the five dimensions to measure brand personality^[5]. Vicki Lane (1997), the Associate Professor of Kellogg University, and Robert Jacobson, of Washington University, claimed to use the relationship between extended brands and brands not extended to evaluate brand competitiveness^[6]. They demonstrated that there was a linear relationship between extended brands and brands not extended, so theories of evaluating extended brands could be used for brand competitiveness.

GT Lau is an Associate Professor at National University in Singapore, and he is also the manager of Singapore Telecom (1999). He pointed out that the evaluation of brand competitiveness should included evaluating brand's perceived relative competence^[7]. And the evaluation ought to compare with other capable