



GONGYINGLIAN YU
TUOZHAN CHANYE LIUTONG SHICHANG
YANJIU

供应链与 拓展产业流通市场 研究

杨保建 张悟移 主编



首都经济贸易大学出版社

供应链与拓展产业流通 市场研究

杨保建 张悟移 主 编

顾幼瑾 姜法奎
胡其辉 李严峰 副主编

首都经济贸易大学出版社

• 北京 •

图书在版编目(CIP)数据

供应链与拓展产业流通市场研究/杨保建,张悟移主编.
—北京:首都经济贸易大学出版社,2003.5

ISBN 7-5638-1089-7

I. 供… II. ①杨… ②张… III. 物资供应-物资
管理-研究-云南省 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 019074 号

供应链与拓展产业流通市场研究

杨保建 张悟移 主编

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地 址 北京市朝阳区红庙(邮编 100026)

电 话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)

E-mail publish @ cueb. edu. cn

经 销 全国新华书店

照 排 首都经济贸易大学出版社激光照排服务部

印 刷 北京市泰锐印刷有限责任公司

开 本 850 毫米×1168 毫米 1/32

字 数 360 千字

印 张 14.125

版 次 2003 年 5 月第 1 版 第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-5638-1089-7/F·624

定 价 25.00 元

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究

前 言

改革开放以来,中国经济得到蓬勃发展,取得了令世界瞩目的巨大成就。总结历史,我们可以看到,中国经济之所以得能迅速发展,与我们引进与利用国外先进管理模式是分不开的。中国的管理理论研究者与企业家们结合中国实际,在消化、吸收、提高的基础上,不断地探索提高企业管理水平的新方法。

为加快云南省的发展,云南省出台了省院省校合作的政策,其目的就是通过合作,提高云南高校、企业及相关部门的研发能力与水平,使之尽快与国内领先水平接轨。云南省经济的重点之一是要发展绿色经济,其中的茶叶、花卉与旅游是重点,其重中之重又是市场开拓。云南的企业在这些领域的产品特点但市场运作有困难,主要难题是如何降低产品成本、传递企业信息、了解市场需求等。云南是中国的落后省份,产业经济的发展需要多方面的支持,在落后地区如何实现跨越式发展,成为供应链管理研究直接的动因。

昆明理工大学管理与经济学院院长杨保健教授,经过精心构思、探讨、研究,设想出利用供应链拓展云南流通市场的思路,在与华中科技大学马士华教授多次沟通的基础上,联合云南大学的胡其辉教授、云南财贸学院的姜法奎教授等进行了长期、深入的探讨,最终形成课题研究的框架。2000年,云南省院省校合作办公室支持进行“供应链与拓展云南省流通市场课题”的研究。在此基础上,由张悟移副教授重点策划了针对云南省茶叶产业发展的供应链构建研究,2001年,“云南茶叶产业供应链构建研究”得到云南省软科学基金支持。供应链相关课题的主要目的之一就是支持

云南省对供应链这一新兴的管理理论与方法体系进行系统的研究和探索,并应用于实践当中,提高云南产业的经济效益。

本书是云南省院省校合作与省软科学基金资助课题的全面总结。书中深入地研究了供应链管理产生与发展的历史、中国企业应用供应链管理的现状与背景、云南省各产业应用供应链管理的共同基础等,特别是针对信息基础、物流基础、电子商务平台、资金流平台等,结合云南省各产业现状提出了应用的对策。

参加本书编写的有:杨保建(第一篇:第一章、第二章、第三章)、张悟移(第一篇:第四章、第五章、第六章及第二篇)、顾幼瑾(第三篇)、胡其辉、刘思吉和陶小龙(第四篇)、李严锋和姜法奎(第五篇)。杨保建负责全书结构、内容的策划。最后的统稿工作由杨保建和张悟移共同完成。其中第一篇的内容是以马士华教授主持的“供应链基础理论研究”和张悟移副教授主持的“供应链产业应用共用技术研究”两个子课题为基础整理编写而成的。

由于作者的水平有限,加之供应链管理是一个新的研究领域,其在产业应用研究方面的资料极为缺乏,因此,在本书的表述与提法上难免会有不当之处,希望读者批评指正。

编者

2003年3月

目 录

第一篇 产业供应链应用基础研究

第一章 供应链基础理论	(3)
第一节 供应链与供应链管理	(3)
第二节 供应链管理产生的宏观环境	(9)
第三节 供应链管理产生的微观环境	(10)
第四节 供应链系统运行机制与支持平台	(12)
第五节 供应链业务流程重构	(17)
第六节 电子智能化供应链	(19)
第七节 供应链运作参考模型——SCOR	(21)
第八节 企业如何建立适应供应链的绩效 评价标准	(25)
第九节 客户关系管理	(33)
第二章 供应链模型和应用	(43)
第一节 企业的发展变革	(43)
第二节 供应链的构建	(45)
第三节 供应链模型的研究	(48)
第四节 供应链模型的应用	(51)
第五节 供应链的六种典型模式及应用对策	(53)
第三章 政府利用供应链管理促进产业发展的对策	(58)
第一节 政府利用供应链管理拓展产业市场的 思路	(58)

第二节	政府构建产业供应链的对策	(59)
第三节	中国构建产业供应链的重点	(60)
第四节	云南省核心企业品牌建设方法研究、行业 扶持政策研究	(63)
第四章	供应链运作信息支持技术	(73)
第一节	EDI 技术与供应链管理	(73)
第二节	EDI 与供应链管理	(80)
第三节	电子商务与供应链管理	(83)
第四节	基于 Internet/Intranet 的供应链管理 信息集成	(92)
第五节	行业型信息资源配置方法——重点企 业与链内企业信息共享	(96)
第五章	供应链管理下的物流技术基础	(123)
第一节	国内外物流及供应链模式借鉴	(123)
第二节	企业的物流外包决策	(129)
第三节	如何成功地运用供应商管理客户库存的 管理方式	(136)
第四节	配送中心——供应商和客户的物流共同 通道	(144)
第五节	基于时间的竞争	(152)
第六章	利用供应链管理构建特色产业链与 物流园区	(154)
第一节	地区特色产业链	(155)
第二节	地区特色产业链的构建	(158)
第三节	关于云南省物流园区的初步构想	(164)

第二篇 云南茶产业供应链构建研究

第七章	云南茶产业发展现状分析	(173)
------------	--------------------------	--------------

第一节	云南茶产业的发展沿革·····	(173)
第二节	云南茶产业资源·····	(179)
第三节	云南省茶叶生产与销售现状·····	(189)
第四节	云南茶产业竞争能力——波特的五因素 模型分析·····	(195)
第五节	云南茶产业发展的优劣势分析·····	(202)
第八章	世界茶叶供应链生产与销售·····	(208)
第一节	世界茶叶产销状况·····	(208)
第二节	国内外茶叶产销发展趋势·····	(210)
第三节	世界主要产茶国市场运行组织模式比较 及对我国的启示·····	(212)
第四节	斯里兰卡、肯尼亚、印度等国茶产业发展 经验·····	(223)
第九章	云南茶产业的 TOC 分析 ·····	(227)
第一节	TOC 释义 ·····	(227)
第二节	TOC 是系统求得持续改进的系统级方法 ·····	(229)
第三节	TOC 解决问题的步骤 ·····	(229)
第四节	利用 TOC 对云南的问题进行分析 ·····	(231)
第十章	云南茶叶核心竞争力分析·····	(235)
第一节	核心竞争力的识别·····	(235)
第二节	企业核心竞争力的维持和提高·····	(239)
第三节	企业核心竞争力的开发·····	(240)
第四节	对核心竞争力的管理·····	(240)
第五节	云南茶叶企业核心竞争力分析·····	(241)
第十一章	云南茶产业供应链构建·····	(248)
第一节	茶叶市场细分·····	(249)
第二节	云南茶叶目标市场定位·····	(253)
第三节	云南茶叶营销对策·····	(259)
第四节	品牌建设·····	(263)

第五节	云南茶产业供应链的构建·····	(267)
第六节	发展云南茶产业供应链的建议·····	(278)

第三篇 云南旅游产业供应链与市场拓展

第十二章	云南旅游产业发展的总体状况·····	(295)
第一节	云南旅游产业发展的基本概况·····	(295)
第二节	云南旅游客源市场构成及走势·····	(296)
第三节	旅游行业的管理·····	(298)
第四节	云南旅游人力资源状况·····	(299)
第五节	云南旅游业信息化应用的基本情况·····	(299)
第六节	云南旅游产业面临的竞争和挑战以及 发展的基本目标·····	(301)
第十三章	云南旅游产业供应链建设中存在的问题及 优劣势分析·····	(303)
第一节	云南旅游产业发展中存在的问题·····	(303)
第二节	云南旅游产业实施供应链管理的必要性 分析·····	(310)
第三节	云南旅游产业供应链建设的 SWOT 分析·····	(311)
第十四章	云南旅游产业供应链建设的基本思路、 目标及应用方法体系·····	(315)
第一节	云南旅游产业供应链建设的基本思路·····	(315)
第二节	云南旅游产业供应链建设的目标·····	(325)
第三节	云南旅游产业供应链建设的应用方法体系·····	(326)

第四篇 云南花卉产业供应链与拓展市场

第十五章	云南花卉产业长期发展的市场分析·····	(357)
------	----------------------	-------

第一节	云南花卉产业的现状分析·····	(357)
第二节	云南花卉资源优势转化为市场优势的 瓶颈分析·····	(365)
第三节	云南花卉产业长期发展的竞争力分析·····	(366)
第十六章	云南花卉产业供应链模型构建及运行 机制·····	(369)
第一节	云南花卉产业资源优化配置的企业组织 结构和业务流程分析·····	(369)
第二节	云南花卉产业物流技术基础设施建设·····	(375)
第三节	云南花卉产业供应链建立中的矛盾和 协调·····	(381)
第十七章	云南花卉产业供应链的运行机制分析·····	(384)
第一节	云南花卉产业 SCM 委托代理机制的 核心——激励机制·····	(385)
第二节	云南花卉产业运行机制的驱动力分析·····	(389)
第三节	云南花卉产业供应链联系组带的保障·····	(391)
第十八章	云南花卉产业供应链的构建·····	(392)
第一节	云南花卉产业的 VMI 的实施 ·····	(392)
第二节	云南花卉产业网络营销·····	(395)
第三节	云南花卉产业客户关系管理系统·····	(400)
第四节	BPR 管理 ·····	(404)
第五节	云南花卉产业供应链的主要目标导向·····	(406)
第六节	构建云南花卉产业供应链的对策建议·····	(408)

第五篇 供应链管理在云南橡胶 产业市场拓展中的应用

第十九章	云南橡胶产业发展现状分析·····	(415)
------	-------------------	-------

第一节	从供应链管理看云南橡胶产业发展 存在的问题·····	(415)
第二节	云南橡胶产业发展的战略目标·····	(418)
第二十章	云南橡胶产业供应链体系总体构想·····	(420)
第一节	供应链管理模式·····	(420)
第二节	云南橡胶产业供应链体系总体构想·····	(422)
第二十一章	云南橡胶产业供应链系统信息平台的 设计·····	(425)
第一节	云南橡胶产业供应链系统信息平台总体 规划·····	(425)
第二节	云南橡胶产业供应链系统信息平台第一 期工程系统结构·····	(427)
第二十二章	云南橡胶产业供应链的支持系统·····	(430)
第一节	政策支持·····	(430)
第二节	市场支持·····	(431)
第三节	生产支持·····	(434)
第四节	运输支持、仓储支持及配送支持 ·····	(435)
第五节	财务支持·····	(437)
后记	·····	(439)

第一篇

产业供应链应用 基础研究

第一章

供应链基础理论

第一节 供应链与供应链管理

一、供应链管理概述

供应链管理(Supply Chain Management)是近年来在国内外逐渐受到重视的一种新的管理理念和模式。现代企业一般是根据客户订单和市场需求,开发产品,购进原材料,加工制造出产品,以商品的形式销售给客户,并提供售后服务。物料从供方开始,沿着生产制造各个环节向需方移动。每个环节都存在“需方”和“供方”的对应关系,形成一条头尾相连的长链,称为供需链,又称供应链(Supply Chain)。供应链是跨越企业中多个职能部门活动的集合,它包括从订单的发送和获取、原材料获得、产品制造到产品到达客户的整个过程,即从供应商到客户的过程。

供应链由一些企业实体构成,这些实体常常是有层次的组织,并且是独立的实体。从企业之间看,传统的供应商管理复杂,供应商和客户难以形成合作伙伴关系,供应商和客户的信息交换有限。从企业内部来看,业务流程通常在销售、设计、制造和采购等部门之间进行,而它们之间常缺乏及时有效的沟通,导致时间延误和成本上升。而从企业与客户来看,二者之间存在沟通障碍,客户寻求的多样性、不确定性和变化性等,使企业很难对客户的需求和市场变化作出快速反应。扩展的供应链、个性化生产、提前期的缩短和

业务量的增加,所有这些因素迫使企业实现物流同步,以更加集成化且面向过程的方式运作。在业务流程管理的过程中,每个层次的企业必须考虑供应链上的其他有关客户和供应商。

因此,供应链管理的目的,主要是通过“链”上各个企业之间的合作和分工,致力于整个“链”上物流、信息流和资金流的合理化和优化,从而提高整条“链”的竞争能力。供应链管理的目标,是通过贸易伙伴间的密切合作,以最小的成本和费用提供最大的价值和最好的服务,即将客户所需的准确的产品能够在准确的时间,按照准确的数量、质量和状态,送到准确的地点,并使总成本最小。

供应链管理的一种新的指导思想是降低成本、提高利润,让客户得到超过企业投入成本的满意度。在生产经营活动中,通过对供应链的分析,可看到各种增值转换的因素,对增值过程有贡献的活动将持续或得到发展,而仅增加成本却不增加实际价值的活动将被删减或重新开发。

图 1-1 给出了增值链模型,企业流入物流与为组织企业所使用的输入材料的可靠的供应源所涉及的所有活动有关,运作完成

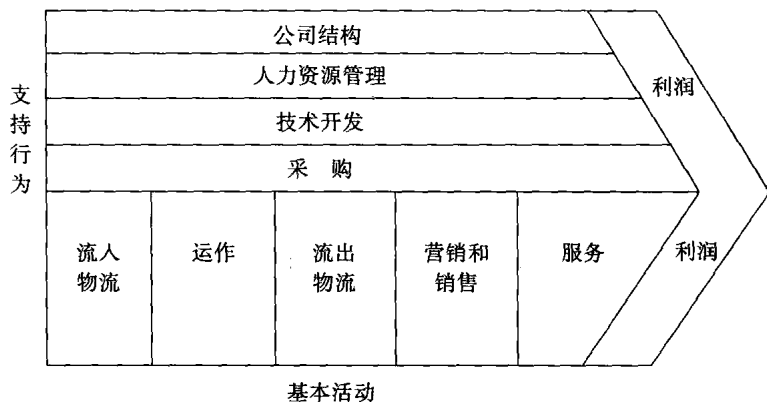


图 1-1 增值链

所需要的转换,然后是流出物流,即把产品发运给客户,之后是市场营销和销售,最后是客户服务。从内部组织来看,产品的增值过程依赖于原料采购、技术开发、人力资源管理和基础组织结构的支持服务。管理者可以通过对增值链的分析和重新规划,寻找到企业形成竞争优势的基础,以形成独特的竞争优势。

产品价值的增值过程许多是在企业外进行的,所以在考虑企业的增值链时还应该将其与上下游企业联系在一起,构成一个价值系统,或称价值网络。成功的供应链应该是使供应链企业的整体价值达到最大化。

二、供应链的运作方式

推动式的供应链运作方式以制造商为核心,产品生产出来后从分销商逐级推向用户。分销商和零售商处于被动接受的地位,各个企业之间的集成度较低,通常采取提高安全库存量的方法应付需求变动,因此整个供应链上的库存量较高,对需求变动的响应能力较差。

牵引式供应链的驱动力产生于最终用户,整个供应链的集成度较高,信息交换迅速,可以根据用户的需求实现定制化服务。采用这种运作方式的供应链系统库存量较低。这两种不同性质的供应链的运作方式见图 1-2。

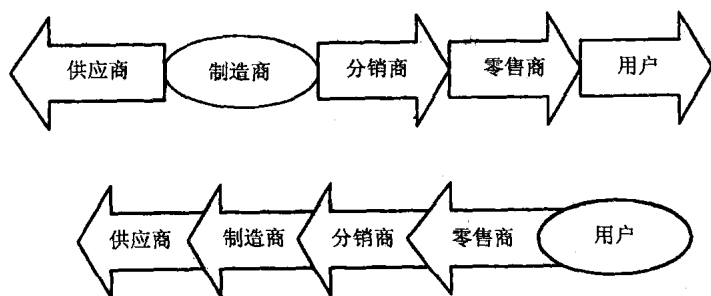


图 1-2 两种不同性质的供应链的运作方式

作为供应链管理战略的内容之一,就是要选择适合自己实际情况的运作方式。牵引式供应链虽然整体绩效表现出色,但对供应链上企业的要求较高,对供应链运作的技术基础要求也较高,而推动式供应链方式相对较为容易实施。通常供应链初级阶段以推动式方式经营较为现实,而后阶段则采用牵引式供应链方式进行管理更加有效。采取什么样的供应链方式,应根据各地各企业的内外环境、资源配置状况、企业的基础管理水平以及企业文化进行科学合理的抉择。

三、供应链的创新

在过去的 40 年里,对供应链和供应商的管理有了巨大的发展。在 20 世纪 60 年代,流行的管理方法是通过经济批量、安全库存和水平调整来使企业获得经营的稳定性;在 70 年代和 80 年代,即企业的生产需求计划(Manufacturing Requirement Planning, MRP)阶段,许多西方国家都采取了这些方法,这些方法为企业的发展提供了坚实的基础。但在日本等国出现了不同的管理方法。为了消除生产中的浪费,伴随着全面质量管理(Total Quality Management, TQM)出现了适时制生产方式(Just In Time, JIT)。于是一种混合的、提高管理水平的方法被采用了,它是在综合了适时供应和全面质量管理的基础上建立起来的。

在 20 世纪 80 年代中期,企业逐步将生产需求计划(MRP)和适时制生产方式(JIT)结合起来使用,此时生产需求计划就当做提前计划的系统,同时重视现场管理,通过改善生产环境、节省原材料和生产时间以及减少浪费,实现精干生产。精干的管理理念对先前的大规模生产思想是一个巨大的冲击。而现在企业关注的焦点正从减少单独的生产部门浪费,转移到改善整个企业乃至产业供应链的非效率性上,要求企业能够有效地满足它们的直接客户(如零售商)和最终消费者的要求。这就要求企业发展快速反应的供应链。供应链的创新如图 1-3 所示。