

工商管理经典译丛·运营管理系列

SUPPLY MANAGEMENT

供应链管理

(第8版)

戴维·伯特 (David Burt) 著
希拉·帕特卡维奇 (Sheila Petcavage) 理查德·平克顿 (Richard Pinkerton) 著
何明珂 卢丽雪 张屹然 等 译 何明珂 审校

BUSINESS ADMINISTRATION CLASSICS

Education

中国人民大学出版社

Mc
Graw
Hill

BUSINESS ADMINISTRATION CLASSICS 工商管理经典译丛 · 运营管理系列



工商管理经典译丛
运营管理系列

SUPPLY MANAGEMENT

供应链管理

(第8版)

戴维·伯特 (David Burt)

希拉·帕特卡维奇 (Sheila Petcavage)

理查德·平克顿 (Richard Pinkerton)

何明珂 卢丽雪 张屹然 等

何明珂

著

译

审校

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

供应管理: 第8版/伯特·帕特卡维奇, 平克顿著; 何明珂, 卢丽雪, 张屹然等译. —北京: 中国人民大学出版社, 2012.6
(工商管理经典译丛·运营管理系统)
ISBN 978-7-300-15794-8

I. ①供… II. ①伯… ②帕… ③平… ④何… ⑤卢… ⑥张… III. ①采购管理 IV. ①F253.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 116886 号

工商管理经典译丛·运营管理系统

供应管理 (第8版)

戴维·伯特 希拉·帕特卡维奇 理查德·平克顿 著
何明珂 卢丽雪 张屹然 等 译
何明珂 审校
Gongying Guanli

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	涿州市星河印刷有限公司		
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次	2012 年 7 月第 1 版
印 张	34.5 插页 1	印 次	2012 年 7 月第 1 次印刷
字 数	806 000	定 价	68.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

出版说明

运营是企业的基本职能之一。如何降低成本、控制质量、保证时间和提供个性化服务，是运营所关注的核心问题。在绝大多数组织中——无论是营利性企业还是非营利性公共组织——运营职能都占用了组织的绝大部分财力、物力和人力。因此，运营业绩的好坏对一个组织的成功与否起着至关重要的作用。

在现代激烈竞争的商业环境中，企业的组织结构、战略、营销、资本运作都有可能成为企业成功的关键要素之一，但是，这些成功要素必须建立在坚实的运营模式的基础上。这是因为，在任何一个企业内部的各项活动中，运营过程都是其创造价值、服务社会和获取利润的主要环节，沟通着各项其他职能，决定着产品和服务在市场上的竞争力。离开了运营的支撑，上述成功要素将是孤立和暂时的，要么被竞争对手轻而易举地模仿，要么因异质于企业而不能成为核心竞争力的一部分。

21 世纪初，运营更是直接决定着企业的生死成败。一方面，以往涌现出的各种企业管理新理念，如制造资源计划、物料需求计划、企业资源计划、精益生产、企业流程再造、大规模定制、供应链管理、计算机集成制造、敏捷制造等，纷纷以先进的运营技术为依托，进行整合。另一方面，借助于信息技术，尤其是因特网，运营技术也实现了质的改变。企业如今能够在全球范围内协调采购、生产、物流、分销等活动，进而形成整体性竞争优势。对这两方面的进步企业都不能忽视，否则企业所拥有的竞争优势就会转瞬即逝。

21 世纪是中国的世纪。但“中国制造”、“世界工厂”这些概念的背后，如果没有独特的运营优势作支撑，将无异于海市蜃楼。从历史上看，一个国家在崛起时，往往伴随着运营模式上的创新。例如，美国作为世界头号经济强国的兴起，就出现了福特发明的流水线生产方式。又如，日本在成为世界经济强国的过程中，也涌现了丰田 JIT 生产模式。为了实现强国梦，中国企业应该潜心锤炼自己的运营模式。

中国人民大学出版社长期致力于管理类经典图书的出版。随着运营管理重要性的凸显，越来越多的读者希望系统学习运营管理的知识、方法和技术，为此，我们在反复调研的基础上，推出了这套《工商管理经典译丛·运营管理系列》。本丛书所选教材，多来自国际权威的教育出版机构（如培生教育出版集团、麦格劳-希尔教育出版公司、圣智学习出版公司、约翰威立出版公司等），版本经典，适用性强。我们希望通过这套丛书，将国外运营管理的最新理念和方法介绍给广大读者，为丰富我国的运营管理理论，提升企业的运营管理实践做出贡献。

本丛书的出版，得到了许多专家学者的帮助，他们提出了很多宝贵的建议，帮助我们遴选图书，甚至参与了一些书的翻译工作，在此致以深深的谢意。

最后，感谢广大读者，谢谢你们的信赖。我们真诚期待你们的意见反馈，以不断改进我们的工作。

译者序

戴维·N·伯特（David N. Burt）是供应链管理领域的实战派大家，经验十分丰富，同时又不断总结，因此在供应管理的理论和实践领域都有建树。

《供应链管理》就是这样一本不断总结实践经验并不断进行理论创新、不断修改完善的著作，本次出版的是第8版。该著作作为我们提供了关于供应链管理的全新视角，作者根据自己多年的实际采购和供应链管理经验，总结提出了供应链管理应将战术性采购提升到战略性采购的观点，最为重要的是，作者在本版中提出战略采购管理的实质是进行价值网络管理，并详尽地分析了价值网络管理对战略采购管理的影响。显然，本书是从供应链管理的高度来理解供应链管理的，不仅强调供应商与采购商的协同与信任、早期供应链管理参与等重要观点，还从供应链管理的实战出发，对供应链全过程的价值管理进行了详尽分析。全书经典案例贯穿始终，实战气氛浓厚，读来颇具“手把手”的亲切感和实用感。相信本书的出版对我国供应链管理、采购管理、供应链管理领域的理论与实践的发展都将起到指导作用。

本书由北京工商大学商学院何明珂教授领导团队完成翻译。团队首先理解中国人民大学出版社的翻译要求，并进行初稿翻译分工，分发原文。译者阅读和理解原文，提出各章翻译的疑难点，何明珂教授对此一一进行解答，并统一各章出现的相同术语的译法。当各章初译完成后，另外的译者对初稿进行校对和重新翻译，然后由5位译者对全书译稿进行统一性、准确性审校，提交出版社审定。最后，由两位译者根据出版社意见进行修改，由何明珂教授进行全书审校定稿。具体分工如下：

初稿翻译阶段，蔡博方负责组织落实，并负责第10、11章，杨焕军负责第1、2、19章，徐佳负责第3、14、15章，张云负责第4、16、18章，贾思倩负责第5、17、21章，周茜雯负责第6、7章，邓绍坤负责第8、9、12章，张屹然负责第13、22章，李丽负责第20章。

初稿校对和重新翻译阶段，王聪负责组织落实，并负责第13、22章，经立负责第1、2、19章，赵钊负责第3、14、15章，孙玉旭负责第4、16、18章，烟竹负责第5、17、21章，张愿负责第6、7章，卢丽雪负责第8、9、12章，尚彩英负责第10、11章，王磊负责第20章。

全书审校阶段，何明珂负责第1~11章，张屹然负责第12、13、20章，张媛媛负责第14、15章，于超群负责第16、17、21章，段婧婧负责第18、19、22章。

按编辑意见修改阶段，卢丽雪负责序言、前言和第1~11章，张屹然负责第12~22章。

感谢作者给我们提供了这样优秀的著作；感谢北京工商大学参与翻译的所有人员，他们十分辛苦，相信通过参与翻译他们也增长了不少供应链管理专业知识和翻译知识；感谢中国人民大学出版社各位编辑的倾情帮助。

虽然本书译者人数众多，大规模修改、校对达4次之多，经历的时间周期也很漫长，但由于译者水平和能力有限，难免还有疏漏和不准确之处，敬请读者谅解。

北京工商大学商学院教授 何明珂

序 言

一本好书总会提出好的观点激发读者理解、运用并将其延伸至新的领域。此书中，作者提出的价值网络管理使动态供应链管理过程进入了一个新的高度。我认为，无论是现在还是将来，价值网络管理这个名称，对于如今供应管理的复杂性来讲，都是再合适不过的。

价值网络管理包含了协同供应商关系的复杂新思想，在这种关系中，供应商将会对所有的竞争要素作出努力，除成本之外，还包括整个价值网络的设计、精益生产技术、最小化库存水平等。我们采用的标准是百分百的质量和百分百的及时配送。同样，我们的大部分客户依靠运用我们在特殊领域的知识创造出新型号和新产品。在大多数情况下，价值网络管理代表一个新的协同模式，在该协同模式下，网络的核心成员同其他价值网络相竞争，以取得更多的市场份额，同时，其他价值网络也在创造新的产品。

我的采购经验开始于 20 世纪 50 年代，那时的采购完全是战术性的，而不是战略性的。采购职能甚至分散于一个公司的不同工厂之间。如果真的有的话，也只有极少的采购经理拥有大学学位，将采购职能作为运营的幕后支持。采购负责人并没有很高的管理职位。与收入相比，价值和花销分析的重要性由于高度的垂直整合以及智能设备（复印机、电子打字机、电脑）的缺乏而被大大忽略了。采购行业常年远离网络、手机，每周 7 天，每天 24 小时与世界相隔离。

我现在做的最多的工作恰恰与此相反，我们的供应管理团队有 2 324 人，分布在 42 个国家的 185 家工厂，为 6 个不同的事业部购买 180 亿美元的产品和服务，其中的花费占了收入的 70%。所有人都具有本科学历，大部分人拥有硕士学位，部分人拥有博士学位。许多人是其特定领域的专家或领袖。他们都能够从他们的个人电脑访问公司的世界范围的先进系统。如今，首席采购官（CPO）是与公司其他部门总监和分公司总裁相平等的职位。在公司的成功和生存方面，CPO 有与其他公司高管同样甚至更重要的影响。

价值网络管理的观点将供应管理网络带入了新的高度，按照该观点，所有层级的所有过程都要及时沟通，除了明细表、质量、配送和成本，还包括与说明书、柔性、风险管理等困难领域相关的多方位关系的协调。同样，关于新设计、新型号投产以及其他领域的复杂问题将在数分钟之内得到识别、评估并解决，而过去可能需要数日、数周，甚至数月。本书作者提出的价值网络管理的概念，是将供应管理向未来推进的一个伟大而及时的观点。《供应管理》这本书值得采购、原材料以及物流等领域的学生和管理者阅读与回味。

R·戴维·纳尔逊

前 言

欢迎来到供应管理的绝妙世界！进入 21 世纪以来，供应管理、供应链管理、价值网络管理、买卖双方联盟以及虚拟公司等各个领域都发生了人类历史上前所未有的改变。

动态协同、信任联盟关系以及网络是 21 世纪生存和成功的关键。对供方来讲，这些关系能够通过供应管理专家来建立和培养。信息技术、工程管理、市场、运营、质量以及财务在寻求增值关系中具有至关重要的作用。

从通过主动式采购和供应管理而进行书面和机械采购的方式向价值网络管理方式的转变，犹如人类从认识洞穴到探索月球的进化。在某些方面，这种转变是某一先进供应管理专业组织的真实写照，曾经的国家采购代理协会，后来转变为国家采购管理协会，今天又变为供应管理协会。

由战术采购向战略供应管理进而向价值网络管理转变的主要原因是什么呢？供应管理对于企业的盈亏平衡线具有重要影响。它能够抵消或破坏市场方面增加销售额的努力。供应管理是财务报表首行中成本的一部分，如今供应管理和价值网络管理在企业资产回报中具有与其他企业职能相当甚至更大的作用。

“供应链管理”一词在 20 世纪 90 年代开始流行。许多信息技术专家、物流专家、管理科学专家以及工业管理工程师曾经争论，因他们所在领域的独特作用，这些领域应该成为供应链的驱动。但是了解情况的从业者和学者认为，先进的交叉职能的供应管理形式才是供应链和供应网络成功的关键。各个职能方面必须与相关的供应商共同协作才能使成功的机会变得最大。

许多主管被爱夸大其词的软件供应商所迷惑，认为电子商务将会取代供应行业。错，大错特错！

我们必须正视电子商务及其作用：电子商务和网络的确很棒，功能很强大，但它们始终是奴隶，而不是主人！

该版本中隐含的观点早在 20 世纪 50 年代我被任命为首席采购官的时候就开始萌发了。许多精彩的人和事成就了我的知识，并在随后的几年，一直到 1955 年才真正形成了这些观点。我的观点首次公开发表在 1984 年的期刊中，题为《主动式采购：提高利润、生产率和质量的关键》。在 1984 年，我秘密加入了 Lamar Lee, Jr. 以及他的合著者 Donald W. Dobler 的写作工作，共同出版了第 4 版《采购和原材料管理：教材与案例》，Lamar Lee, Jr. 是我以前在斯坦福时的采购学教授，Donald W. Dobler 是该书的第二作者。

我们的新版本的出版得益于诸多同事的巨大贡献。Rommy Los（我之前的学生，现在是汉高集团的一名管理者）开发了重要的材料，强调供应管理在地球保护方面的作用；Tom Olesen 之前在国家保险公司，在服务章节提供了帮助；Robert Porter Lynch 在买卖双方联盟方面贡献了观点；Ray Hummell 帮我做了所有权总成本方面的前期工作，并将其作为最近两个版本中成本部分的基础；Ray 在升级和更新原材料价格和成本方面提供了无价的帮助；Bill Richardson 在迪尔公司供应商开发方法上提供了帮助；Craig Barkacs 教授将我们

工作的法律和道德问题带入了 21 世纪；供应链管理协会主席 R. David (Dave) Nelson，曾任迪尔公司全球供应管理副总裁以及德尔福汽车系统全球采购副总裁，对本书的再版提供了非常宝贵的观点和见解；Bob Kemp (NAPM 前主席)、Emiko Banfield (南加州爱迪生共享服务公司副总裁)、Teresa Metty (摩托罗拉公司副总裁)、Dave Lehmann 博士 (Solar (ret.) 公司运营副总裁)、Merle Roberts (永久尖端的创始人及总裁) 以及圣迭戈大学的 Scott Kunkel 教授都提供了重要的帮助。Stephen Starling 博士为第 7 版提供了有价值的帮助和建议。我们还要感谢 Joseph V. Shannon (俄亥俄州克利夫兰 PoSe 公司总裁) 对运输附录的审核，感谢俄亥俄州斯特朗斯维尔 Minuteman Press 的 Tricia Sharp 在文字处理方面提供的帮助，感谢 Ken Killen 博士 (美国希普曼奖得主、俄亥俄州克利夫兰凯霍加社区学院的退休教授) 为本书提出的宝贵建议。此外，特别感谢 Jim Reeds，他在圣迭戈大学供应管理毕业课程的开发中发挥了关键作用；特别感谢以前的合著者 Warren Norquist, Jimmy Anklesaria, Michael Doyle 和 Stephen Starling 在本版中作出的贡献。

向以前的合著者 Donald W. Dobler 说再见真的是悲喜交加。Donald 为该书前 6 版的成功发挥了关键作用，他为采购、原材料管理领域作出的贡献使得他成为国家采购管理协会希普曼奖的提名候选人。

戴维·N·伯特

David N. Burt; Sheila D. Petcavage; Richard L. Pinkerton

Supply Management, 8th edition

0-07-338145-4

Copyright © 2010, 2003, 1996, 1990, 1984, 1977, 1971, 1965 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any data-base, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) and China Renmin University Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2012 by McGraw-Hill Education (Asia), a division of the Singapore Branch of The McGraw-Hill Companies, Inc. and China Renmin University Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可，对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播，包括但不限于复印、录制、录音，或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体翻译版由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司和中国人民大学出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内（不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾）销售。

版权© 2012 由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司与中国人民大学出版社所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签，无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记号：01-2009-4264

教师反馈表

McGraw-Hill Education, 麦格劳-希尔教育出版公司, 美国著名教育图书出版与教育服务机构, 以出版经典、高质量的理工科、经济管理、计算机、生命科学以及人文社科类高校教材享誉全球, 更以丰富的网络化、数字化教学辅助资源深受高校教师的欢迎。

为了更好地服务于中国教育发展, 提升教学质量, 2003年麦格劳-希尔教师服务中心在京成立。在您确认将本书作为指定教材后, 请您填好以下表格并经系主任签字盖章后寄回, 麦格劳-希尔教师服务中心将免费向您提供相应的教学课件或网络化课程管理资源。如果您需要订购或参阅本书的英文原版, 我们也会竭诚为您服务。

书号/书名:			
所需要的教学资料:			
您的姓名:			
系:			
院/校:			
您所讲授的课程名称:			
每学期学生人数:	_____人 _____年级	学时:	
您目前采用的教材:	作者: _____ 出版社: _____ 书名: _____		
您准备何时用此书授课:			
您的联系地址:			
邮政编码:		联系电话:	
E-mail: (必填)			
您对本书的建议:			系主任签字 盖章



中国人民大学出版社

工商管理出版分社

北京市海淀区中关村大街甲59号文化大厦15层

Tel: 8610-6251 5735, 8250 1704

Fax: 8610-6251 4775

E-mail: rdcbsjg@crup.com.cn



Education

麦格劳-希尔教育出版公司教师服务中心

北京市海淀区清华科技园创业大厦 A 座 906 室

北京 100084

电话: 010-6279 0299-108

传真: 010-6279 0292

教师服务热线: 800-810-1936

教师服务信箱: instructorchina@mcgraw-hill.com

网址: <http://www.mcgraw-hill.com.cn>

教师教学服务说明

中国人民大学出版社工商管理分社以出版经典、高品质的工商管理、财务会计、统计、市场营销、人力资源管理、运营管理、物流管理、旅游管理等领域的各层次教材为宗旨。为了更好地服务于一线教师教学，近年来工商管理分社着力建设了一批数字化、立体化的网络教学资源。教师可以通过以下方式获得免费下载教学资源的权限：

(1) 在“人大经管图书在线”(www.rdjg.com.cn)注册并下载“教师服务登记表”，或直接填写下面的“教师服务登记表”，加盖院系公章，然后邮寄或传真给我们。我们收到表格后将在一个工作日内为您开通相关资源的下载权限。

(2) 如果您有“人大出版社教研服务网络”(http://www.ttrnet.com)会员卡，可以将卡号发到我们的电子邮箱，无须重复注册，我们将直接为您开通相关专业领域教学资源的下载权限。

如您需要帮助，请随时与我们联系：

中国人民大学出版社工商管理分社

联系人：刘玉仙 (010-62515735)

李文重 (010-82501704)

传真：010-62515732, 62514775

电子邮箱：rdcsbjg@crup.com.cn

通讯地址：北京市海淀区中关村大街甲 59 号文化大厦 1501 室 (100872)

教师服务登记表

姓 名	☐ 先生 ☐ 女士		职 称		
座机/手机			电子邮箱		
通讯地址			邮 编		
任教学校			所在院系		
所授课程	课程名称	现用教材名称	出版社	对象 (本科生/研究生/MBA/其他)	学生人数
需要哪本教材的配套资源					
人大经管图书在线用户名					
院/系领导 (签字): 院/系办公室盖章					

目 录

第I篇 绪 论

第 1 章	专业供应管理进程	3
1.1	5M 组合	4
1.2	供应管理和利润的关系	6
1.3	供应管理和投资回报率.....	10
1.4	战略供应链管理的发展过程.....	10
1.5	实施战略供应链管理.....	13
1.6	供应管理专员的作用.....	15
	附录：供应管理方法概述	17
第 2 章	组织问题	27
2.1	供应管理在组织中的位置.....	28
2.2	影响组织结构的其他因素.....	29
2.3	组织结构.....	32
	附录：跨职能团队带来的优点	35
第 3 章	供应管理：一个跨组织的活动	45
3.1	供应管理部门和其他部门的关系.....	46
3.2	非制造企业的供应管理.....	53
3.3	政府的供应管理.....	54
3.4	供应管理和外部环境.....	54
3.5	完善的供应链联动：供应商和客户的集成.....	55
第 4 章	投资组合关系	58
4.1	关系的转变.....	59
4.2	三种类型的买方—卖方关系.....	60
4.3	供应商的视角.....	66
4.4	在进行下一个程序之前需要讨论的问题.....	66
4.5	发展并管理合作型和联盟型关系.....	67
4.6	权力的作用.....	69
4.7	组合方法.....	69
4.8	必要的新技术和态度.....	70
4.9	电子商务及其“正确的”关系形式.....	70
4.10	未来的关系	72

附录 A：组织间信任	74
附录 B：供应链管理行为	76

第Ⅱ篇 需求的过程

第 5 章 新产品开发	85
5.1 设计阶段	88
5.2 工程变更管理	100
5.3 如何扩展供应管理的服务范围	101
5.4 与设计师成功交流的供应管理专业人员	102
第 6 章 采购说明和规格	108
6.1 规格和标准化	109
6.2 规格的作用	109
6.3 规格的种类	110
6.4 规格的开发	116
6.5 标准化	120
6.6 简化	122
6.7 研发一个标准化项目	123
第 7 章 质量管理	128
7.1 质量管理革命	130
7.2 专家的观点	130
7.3 管理方法	132
7.4 工具和方法	138
7.5 质量运动的支持	145
7.6 供应管理问题	148
第 8 章 设备采购	160
8.1 资本设备采购中的微妙之处	160
8.2 建立基础	161
8.3 确定目标和估算成本	163
8.4 制定说明书及着手采购、定价和所有权总成本分析	166
8.5 租赁设备	169
8.6 发起租约或合同	172
8.7 事后奖惩行为	172
第 9 章 服务采购	175
9.1 隐藏的机会	176
9.2 工作说明书	177
9.3 选择服务承包商	181
9.4 服务合同的定价	183
9.5 合同管理	185
9.6 服务采购和互联网	186
9.7 建筑服务	186

第Ⅲ篇 采购：采购理念与企业外包

第 10 章 外包	195
10.1 外包：一个成长的行业	196
10.2 战略问题	196
10.3 横向一体化	198
10.4 战术决策	199
10.5 影响自制或外包决策的因素	200
10.6 互联网采购	208
10.7 自制或外包决策中不稳定的属性	208
10.8 自制或外包活动的管理	211
第 11 章 采购	217
11.1 供应管理和策略	217
11.2 战略采购计划	217
11.3 挖掘潜在供应商	218
11.4 评估潜在供应商	220
11.5 选择供应商	223
11.6 发展供应商	227
11.7 供应商管理	227
11.8 其他战略问题	228
附录 A：例证性工厂调查	237
附录 B：财务报表分析	242
附录 C：计划一项现场调查	244
第 12 章 全球供应管理	249
12.1 全球管理视角	250
12.2 供应渠道	254
12.3 直接供应商	256
12.4 货币和支付问题	260
12.5 对销贸易	261
12.6 政治经济联盟	263
附录：货币风险	269

第Ⅳ篇 成本管理

第 13 章 所有权总成本	277
13.1 总成本的三个组成部分	278
13.2 所有权总成本、净现值分析和评估成本	283
13.3 所有权总成本在供应管理中的重要性	286
附录：供应管理实践	291
第 14 章 价格和成本分析	295
14.1 一般的经济学思考	296

14.2	价格分析	303
14.3	成本分析	304
14.4	成本数据的来源	306
14.5	直接成本	308
14.6	工具成本	309
14.7	学习曲线	310
14.8	间接成本	313
14.9	作业成本分析法	314
14.10	目标成本	314
14.11	利润	315
附录 A：学习曲线的应用		318
附录 B：折扣		321
第 15 章	定价方法	324
15.1	定价方法介绍	325
15.2	订立成本风险评估协议	328
15.3	协议定价方法的常见类型	328
15.4	定价协议的具体类型	329
15.5	对选择定价方法的思考	338
第 16 章	谈判	341
16.1	谈判的目标	342
16.2	什么时候谈判	344
16.3	谈判中供应链管理的作用	345
16.4	谈判过程	346
16.5	五种强有效的筹备活动	350
16.6	面对面讨论	351
16.7	技巧	353
16.8	任务总结：令人难以置信的学习机会	358
16.9	文档	359
16.10	网上谈判	359
16.11	价格谈判	361
16.12	成功谈判者的特征	363

第 V 篇 管理合同及关系

第 17 章	合同的订立及法律问题	369
17.1	诉讼规避	370
17.2	解决纠纷	370
17.3	商法的发展	372
17.4	基本法律因素	373
17.5	特别的法律因素	377
17.6	国际因素	382

第 18 章 合同与关系管理 388

18.1 改善合同管理 388

18.2 布置授标前会议 389

18.3 监测和控制项目进展情况 390

18.4 监测和控制总的供应商绩效 393

18.5 激励 395

18.6 帮助 396

18.7 协作 397

附录 A: 重大项目的供应商报告要求 399

附录 B: 关键路径调度是如何工作的 400

附录 C: 供应商问卷调查 402

第 19 章 道德规范与社会责任 404

19.1 供应管理环境下的道德问题 405

19.2 专业供应管理的道德规范 406

19.3 供应管理行为的道德准则 406

19.4 需要拓展的方面 412

19.5 管理责任 417

19.6 处理灰色地带 418

19.7 社会责任 418

第Ⅵ篇 物料管理

第 20 章 生产与库存控制 425

20.1 现代生产计划系统 427

20.2 从 MRP 系统到 MRP II 系统 435

20.3 准时制生产计划 437

20.4 库存的定义 442

20.5 库存分析 442

20.6 库存相关成本 445

20.7 库存管理系统的类型 450

附录: 入厂运输的基本原则 459

第 21 章 需求管理和物流 482

21.1 供应链管理的关键 483

21.2 战略性需求管理 485

21.3 战略性物流管理 490

第Ⅶ篇 实施价值网络管理

第 22 章 实施价值网络管理 497

22.1 概述 497

22.2 Megatronics: 背景 497

22.3 领导力 499

22.4	转型培训	507
22.5	转型计划	508
22.6	使队伍守规矩	520
22.7	更多举措	523
22.8	2012 年 1 月	527
附录 A:	供应链管理协会颁发 R·吉恩·里希特奖, 奖励供应链管理领域里的 杰出领导力和创新力	529
附录 B:	劳斯莱斯北美分公司的组织变革是开展供应链创新之旅的驱动力 ...	532