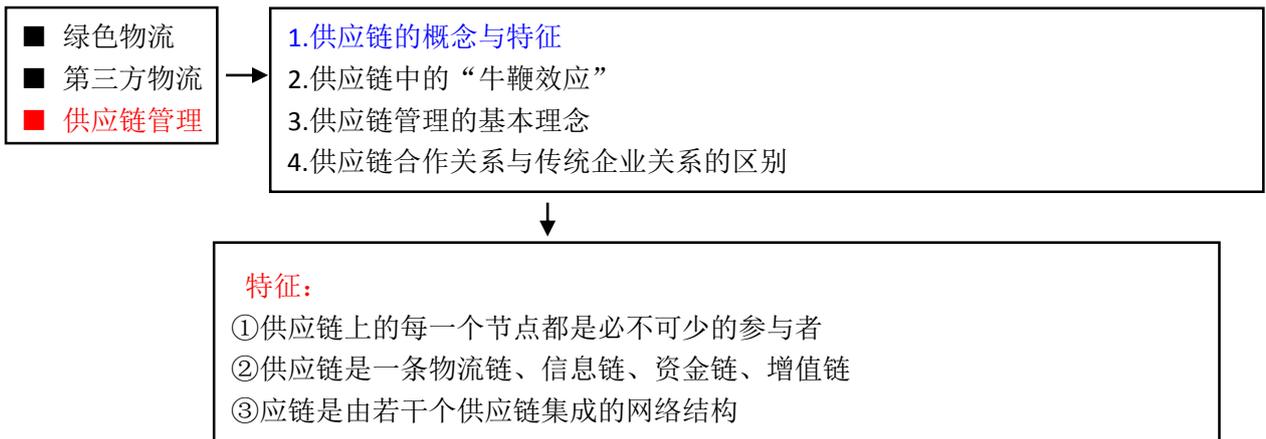
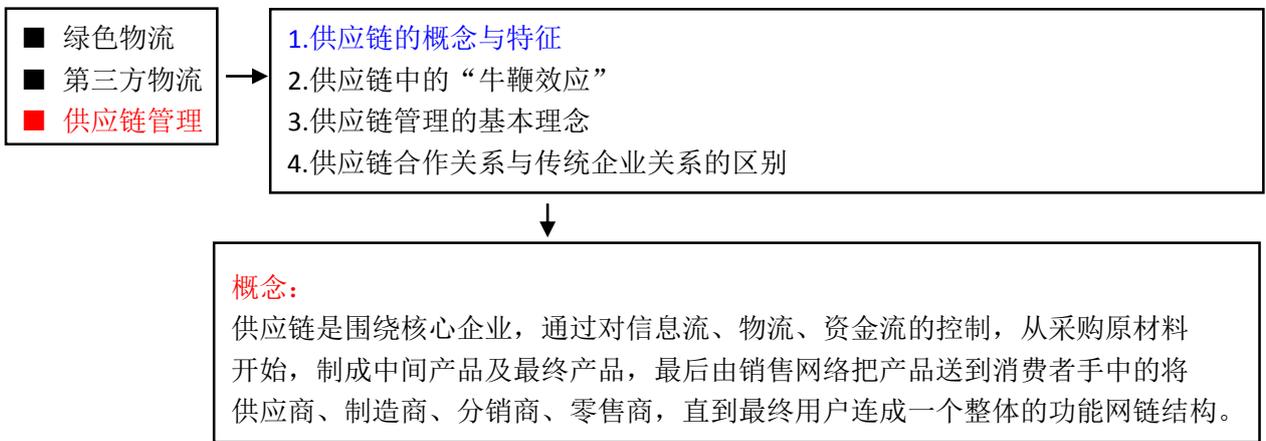
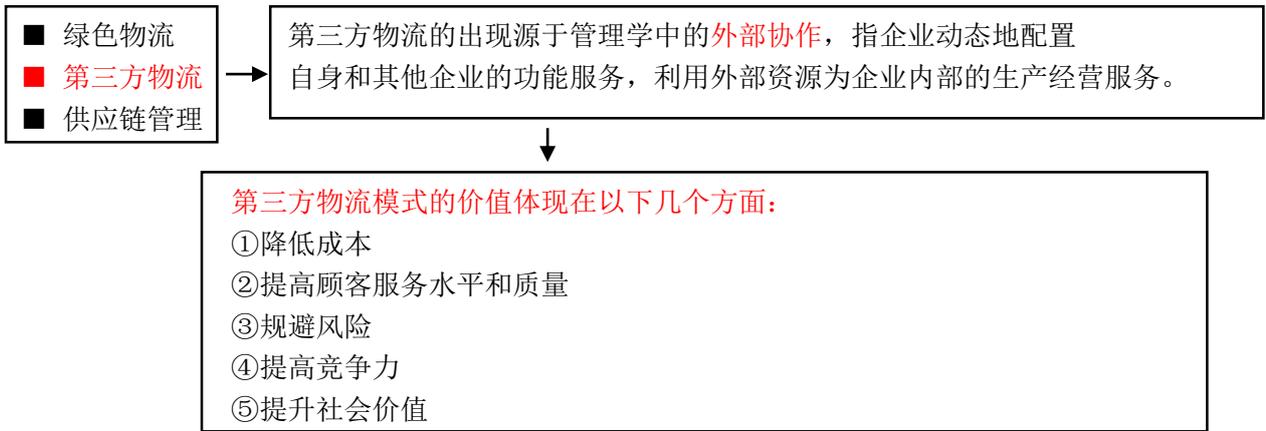
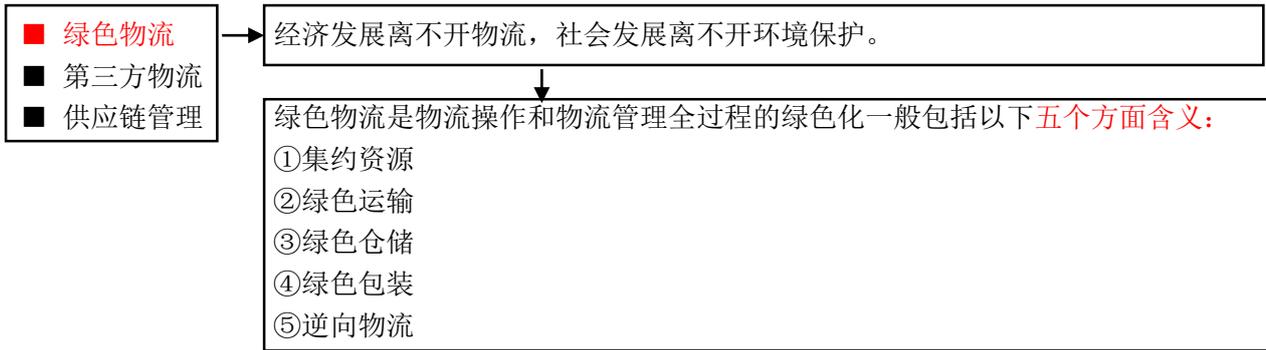


第一节 物流与物流管理概述

考点3 物流管理的发展



- 绿色物流
- 第三方物流
- 供应链管理

1. 供应链的概念与特征
2. 供应链中的“牛鞭效应”
3. 供应链管理的基本理念
4. 供应链合作关系与传统企业关系的区别



“牛鞭效应”又称需求放大效应，即当供应链的各节点企业只根据来自相邻的下游企业的需求信息进行生产或供应决策时，需求信息的不真实性会沿着供应链逆流而上，产生逐级放大的现象，达到最源头的供应商时，其获得的需求信息和实际消费市场中的客户需求信息发生了很大的偏差。

最下游的企业相当于牛鞭的根部，最上游的供应商相对于牛鞭的末梢，在根部一端只要有个轻微的抖动（需求的变化）传递到末梢端就会出现很大的波动，很像甩起的牛鞭，因此被形象地称为“牛鞭效应”。由于这种需求放大效应的影响，上游企业往往维持比下游企业更高的库存水平。

- 绿色物流
- 第三方物流
- 供应链管理

1. 供应链的概念与特征
2. 供应链中的“牛鞭效应”
3. 供应链管理的基本理念
4. 供应链合作关系与传统企业关系的区别



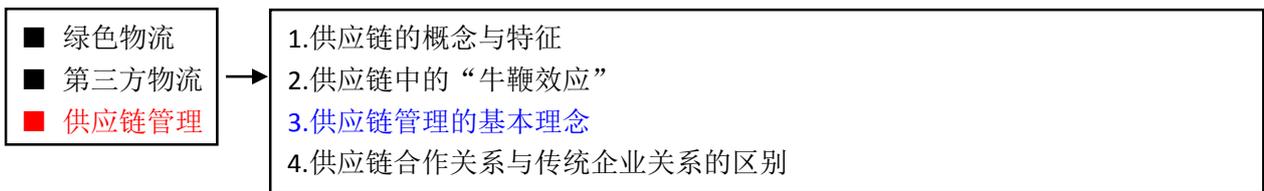
牛鞭效应破坏了有效需求和有效供给的平衡，供应链上游企业库存水平高于实际需求，增大了整个产业的波动幅度，加大生产、供应、库存和营销风险，资金占用和成本加大，造成产品积压，降低整个供应链的运行效率，影响资源的有效配置，削弱供应链的增值能力。由此产生了供应链管理的理念。

- 绿色物流
- 第三方物流
- 供应链管理

1. 供应链的概念与特征
2. 供应链中的“牛鞭效应”
3. 供应链管理的基本理念
4. 供应链合作关系与传统企业关系的区别

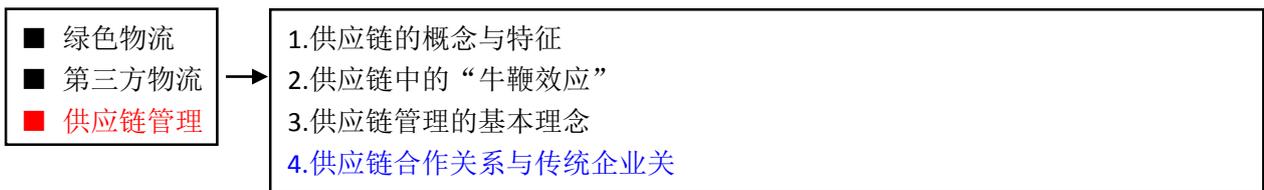


供应链管理是指从供应链整体目标出发，对供应链中采购、生产、销售各环节的商流、物流、信息流及资金流进行统一计划、组织、协调、控制的活动和过程。供应链管理的实质是深入供应链的各个增值环节，将客户所需的正确产品能够在正确的时间，按照正确的数量、正确的质量和正确的状态送到正确的地点，并使总成本最小供应链管理是一种先进的管理理念，它的先进性体现在以满足客户和最终消费者的期望来生产和供应。



供应链管理的基本理念包括以下几点：

- (1) 供应链管理强调企业间的合作
- (2) 供应链管理是一种集成化的管理模式
- (3) 供应链管理以客户和最终消费者为中心



比较内容	传统企业间	供应链合作企业间
相互交换的主体	物料、半成品与产品	信息、服务、技术等核心资源
供应商选择标准	价格、投标	交货质量、准时性、可靠性、服务等多标准评估
稳定性	变化频繁	长期、稳定、互信
合同性质	一次性、短期合同	开放的长期战略合作
供应批量	小	大
供应商数量	多	少
供应商规模	小	大
信息交流	信息专用、严格保密	信息共享
质量控制	输入检验控制	制造商的标准管理和供应商的全面质量管理
选择范围	投标评估	广泛评估可增值的供应商