

《供应链管理》作业一

一、单项选择题(本大题共 20 小题，每小题 2 分，共 40 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

- 1.供应链管理主要涉及到供应、_____、物流和需求。()
A.销售 B.采购
C.生产计划 D.财务
2. _____除了基本的物流保障和管理监控职能之外，与供应商建立供应链来优化采购渠道，进一步提高企业的核心竞争力，将会成为它的新的重要职能。()
A.物料管理 B.采购管理
C.生产管理 D.信息管理
- 3.物流系统的功能目标是 ()
A.物流一体化 B.管理流动的存货
C.满足客户需求 D.企业的盈利性
- 4.市场营销理论的发展至今已将近一个世纪，先后经过了生产观念、产品观念、_____和市场营销观念几个阶段。()
A.整合观念 B.计划观念
C.推销观念 D.业务观念
- 5.企业的基本职能分解成三块：一是物资采购，二是物资_____，三是物资销售。()
A.存储 B.生产
C.流通 D.核算
- 6.供应链管理要实现_____的统一。()
A.信息流、资金流、商流、物流 B.质量流、资金流、商流、物流
C.信息流、资金流、命令流、物流 D.信息流、资金流、命令流、资源流
- 7.在供应商选择的步骤当中，供应商评价是发生在_____阶段之后。()
A.供应商开发 B.供应商的选择
C.供应商的参与 D.供应商的调查
- 8.市场营销工作主要由营销策略、_____和售后服务三个职能组成。()
A.促销 B.销售
C.分销 D.客户管理

9.在物流的基本理念中，物流管理的核心是在供应链中（ ）

- A.流动的信息
- B.流动的成本
- C.流动的资源
- D.流动的存货

10.绩效改进度量方法(Performance Improvement Measurement Methodology, PIMM)，可以广泛用于评价企业的研发绩效和一般绩效，PIMM综合衡量了绩效改进的客观成果、成本状况和_____三项指标。（ ）

- A.业绩成果
- B.业务内容
- C.研发成果
- D.技术风险

11. _____码是美国统一代码委员会制定的一种商品条码，主要用于在美国和加拿大地区，以及在世界范围内惟一标识一种商品。在超市中最常见的就是这种条码，特别是在美国进口的商品上可以看到。（ ）

- A.EAN
- B.ISBN
- C.ISSN
- D.UPC

12.调查研究成果表明，影响供应商选择的主要原因可以归纳为4类：企业业绩、业务结构与生产能力、_____和企业环境。（ ）

- A.企业组织
- B.工程能力
- C.财务水平
- D.质量体系

13.资源集成化和_____是第三方物流管理的利润基础。（ ）

- A.综合一体化
- B.功能一体化
- C.利益一体化
- D.管理一体化

14.供应链管理框架由供应链网络结构、_____以及供应链管理组件三个紧密相连的要素构成。（ ）

- A.供应链业务流程
- B.供应链平台
- C.供应链合作机制
- D.供应链信息传递

15.按供应链涉及区域不同划分，供应链模型可以分为_____和全球模型。（ ）

- A.排队论模型
- B.对策论模型
- C.网络流模型
- D.国家模型

16.供应链网络结构主要由供应链成员、_____和供应链间工序连接的方式三方面组成。

（ ）

- A.核心企业
- B.网络结构变量

C.供应链组织 D.供应链网络

17. _____等二维条码除了具有一维条码的优点外，同时还有信息量大、可靠性高、保密和防伪性强等优点。()

A.PDF417 B.EAN13

C.EAN8 D.CODEBAR

18.在合作博弈中，供应链成员需要紧密合作，共享信息，才能消除供应链中的不确定性因素，实现供应链效益的最大化。供应商与订货商状况都得到了改善，达到了_____的目的。()

A.价格最低 B.及时交货

C.满足客户需要 D.“双赢”(Win-win)

19.基于供应链业务流程的绩效评价指标，描述了规划、设计、构建和优化供应链的途径和方法，突出了_____的增值能力。()

A.价值链核心环节 B.价值链终端

C.价值链社会化 D.价值链系统

20.供应链管理与企业内部管理最大的不同之处在于，在供应链中没有组织机构和行政隶属关系作为支撑，只能以强调_____作为管理职能实施的基础。()

A.合作和签订契约 B.谈判

C.意愿 D.激励

二、名词解释(本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分)

1.供应链管理

2.市场细分

3.供应链网络结构

4.客户关系管理系统

5.ABC 分类法

三、简答题(本大题共 4 小题，每小题 5 分，共 20 分)

1.简述供应商选择的步骤。

2.简述采购管理的形式目标。

3.简述供应链管理的集成策略。

4.简述 CPFR 供应链的体系结构。

四、论述题(本大题共 2 小题，每小题 9 分，共 18 分)

1.论述供应链网络结构。

2.论述物流一体化。

五、案例分析（本大题共 7 分）

【案例】中国电信为什么要搞业务流程重组

1.电信企业外部环境变化

当前，电信企业所处的运营环境发生了根本性的变化，“打破垄断，政企分开，放开市场，鼓励竞争”已经成为电信企业所处时代的主旋律，电信市场已经由卖方市场变为买方市场，首先是客户地位发生了变化，客户就是一切，这是当今全球经济中最重要的观念。其次是竞争的加剧，电信企业不仅面临着来自国内同行之间的竞争，而且随着市场的不断完善和中国已经加入 WTO，整个电信业还面临着外国电信公司的合作与挑战。所以电信企业必须通过业务流程再造提高企业的核心竞争力。最后，信息时代的到来大大加速了变化的节奏，日新月异的科技使得客户、市场越来越变幻莫测。谁能快速进行市场信息的收集和整合，快速进行市场响应，谁就能在市场竞争中处于主动地位，而流程再造恰恰能实现这一目标。

2.建设世界级电信企业的客观要求

新中国电信从成立之日起就确定了宏伟的发展战略：全面创新，求真务实，努力奋斗，力争用五年的时间把中国电信企业创建成世界级的电信企业集团公司。如何实现这一宏伟目标成为中国电信企业广大员工思考的问题。从世界水平的电信企业发展历程来看，在企业内部进行业务流程重组是必然的选择。

3.企业改革的客观需求

中国电信是传统的国有企业，虽然有许多优良传统值得继承和发扬，但也有一些做法不合时宜，如：(1)企业组织机构设置科层化现象严重。(2)企业经营决策权的高度集中与灵活的市场营销形成尖锐的矛盾。(3)企业组织机构内部严格的职能划分影响了企业整体功能的发挥。(4)用户和企业的利益往往被忽视。(5)传统业务流程的职能之间或是交叉或是空白，有的事情大家管、有的事情没人管的现象时有发生。以职能为中心的业务流程明显落后于时代发展的要求。

4.电信市场和服务的快速反应的要求

在电信市场竞争的环境下，企业不仅要靠规模取胜，更重要的是靠速度赢得市场，企业的业务提供速度快慢很大程度上依赖于机制和流程的科学和合理，关键是解决各环节的动机问题：想不想反应快，如何反应快。通过业务流程重组打破原有的藩篱，对业务流程进行根本性的重新设计和思考，重建企业业务价值链，一切以市场和客户为中心，这样就会加快市场和服务的反应速度，提高服务质量和客户满意度。

业务流程重组对中国电信企业的挑战是什么？

- 传统的思维方式和观念的转变
- 企业新的组织架构的再造
- 企业内部权力再分配和利益再调整
- 对企业的新要求和挑战

请回答以下问题：

- 1.业务流程重组对国内企业有什么影响？（3分）
- 2.结合案例，谈谈供应链管理业务流程重组的基本要点。（4分）

C.缺货成本

D.订货成本

9. 广义物流的概念指的是从原材料市场到消费市场之间的采购物流、_____和销售物流。()

A.仓储物流

B.运输物流

C.第三方物流

D.生产物流

10. 企业的基本职能分解成三块：一是物资采购，二是物资_____, 三是物资销售。()

A.存储

B.流通

C.生产

D.核算

11. 对企业提出了快速响应和弹性运营的变革要求，关系到企业生存与发展的3个因素是：顾客、竞争和()

A.变化

B.信息

C.流程

D.职能

12. 绩效改进度量方法(Performance Improvement Measurement Methodology, PIMM), 可以广泛用于评价企业的研发绩效和一般绩效, PIMM 综合衡量了绩效改进的客观成果、成本状况和_____三项指标。()

A.业绩成果

B.业务内容

C.研发成果

D.技术风险

13. 物流系统的功能目标是()

A.物流一体化

B.管理流动的存货

C.满足客户需求

D.企业的盈利性

14. 1990年, 波特提出了五大竞争因素——_____, 可替代产品、供应商、顾客和行业中现有的竞争者。()

A.政府

B.行业协会

C.潜在进入者

D.合作者

15. 物流企业管理的战略目标, 可以归纳为以下三个方面: 缩短物流管道、_____, 物流作业系统化。()

A.运输机械化

B.减少物流时间

C.物流信息化

D.增加管道透明度

16. 建立在“供应商-投入-加工-产出-客户-成果”模型基础上的 Sink and Tuttle(SaT)体系突出特点是将企业绩效的评价与_____过程紧密结合在一起。()

- A. 战略计划 B. 财务计划
C. 业务计划 D. 管理计划

17. 业务流程重组提供了价值链流程优化的可行手段, 它是以_____为导向。()

- A. 成本 B. 信息
C. 需求 D. 流程

18. 供应链管理成熟度可以应用管理结构、_____和管理环境三方面指标来描述, 从而形成一个具有价值增值能力的指标体系。()

- A. 管理策略 B. 管理职能
C. 管理流程 D. 管理机制

19. 21 世纪的前 10 年, 将是“_____的 10 年”。()

- A. 生产 B. 市场
C. 物流 D. 供应链管理

20. 供应链管理是对产品流动中的_____进行管理。()

- A. 业务流程 B. 资金流
C. 信息 D. 职能

二、名词解释(本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

21. ABC 分类法

22. 早期供应商参与

23. 第三方物流

24. 交叉配送(Cross Docking)

25. 物流(国标)

三、简答题(本大题共 4 小题, 每小题 7 分, 共 28 分)

26. 简述供应链管理与传统管理方法相比较的特点。

27. 简述库存管理的衡量指标。

28. 简述在“供应商的成本就是企业的成本”的理念下对采购管理的要求。

29. 简述物流的特点。

四、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

30. 论述库存控制的制约因素。

31. 第三方物流的特征。

五、案例分析(本大题共 3 小题, 共 12 分)

宝钢塑身——供应链制胜

宝钢将比原定的目标提前两年进入世界 500 强，骄人的业绩是在原材料大幅上涨、成本不断增加的基础上取得的。除了中国钢材市场需求持续旺盛之外，加强供应链管理是宝钢取得成功的一个重要原因。

（一）掌控上游资源

与武钢、鞍钢等老牌国企相比，宝钢全资拥有的“梅山矿业”每年只能提供 400 万吨原矿。而宝钢年产钢铁产品 2000 万吨，需要铁矿石 3000 万吨左右，占中国整个进口量的 1/5。这意味着，宝钢生产钢铁所需的原材料，绝大部分必须依靠进口。这一点使宝钢较早地考虑了原材料的供应问题，在采购上采取战略供应链方式以及长期稳定的合作关系。

宝钢相继与巴西淡水河谷公司（CVRD）、澳大利亚哈默斯利公司、河南永城煤矿、河南平顶山煤矿等合资办矿，确立了资源的长期稳定供给，并与多家矿山公司签订了长期供矿协议，与多家世界知名船东签订长期运输协议，确保了原料资源的稳定供应和运输能力保障。合同的成功使得宝钢在澳大利亚、巴西等多个国家拥有铁矿石基地。2003 年，尽管矿石、焦煤、废钢等原材料价格大幅上升，但宝钢还是保持了低成本，原材料涨价对其经营并未形成重大威胁。

宝钢计划到 2010 年将粗钢年产能扩大到 3000 万吨，成为世界三大粗钢生产商之一。为了实现粗钢产能的增长，宝钢希望能签订长期的铁矿石供货合同。2003 年 12 月 14 日，淡水河谷公司和宝钢签订了新的 1400 万吨铁矿石供货合同，并将从前的合同期限由 2006 年延长 10 年到 2016 年。在每年向宝钢供应 600 万吨铁矿砂的基础上，从 2006 年至 2016 年间淡水河谷对宝钢的发货量将逐年增加，到 2010 年达到每年供应 1400 万吨。2010 年以后，淡水河谷将每年向宝钢提供 2000 万吨铁矿石。宝钢将得到巴西铁矿石，而淡水河谷将得到中国平顶山煤矿提供的焦炭。通过这项长期合同，中国和巴西将实现原材料的双向供应。

通过与上游的合作，宝钢获得了宝贵的资源，并把原材料成本波动限制在了一个可控制的范围内。

（二）大游戏：锁定下游市场

从 2004 年 3 月开始，宝钢将为福特汽车在欧洲的生产厂提供钢板，这是该公司拓展海外市场后获得的一笔重要合同。福特汽车称，宝钢的试用品符合质量标准，其欧洲工厂将开始购买宝钢的产品。

在此之前，宝钢已经在中国市场向通用、大众和意大利的菲亚特提供汽车钢板。宝钢主营产品大部分是钢材品种中的高端产品，附加值较高，其中汽车用钢是宝钢的重头戏。

为了达到进入 500 强的目标，宝钢必须在汽车上做足文章，因此就有了宝钢与中国汽车三大巨头的战略结盟。2003 年 6 月，宝钢与一汽集团签订总体合作协议，双方约定在钢材供应、钢材使用技术开发、钢材加工、物流管理等方面实现进一步的全方位合作。宝钢在长春直接管理“一汽”钢板仓库，并再建一个钢材加工中心，在沈阳建立一个配送中心，对钢材进一步加工、切割后，为一汽的客户 provide 配送服务。

宝钢又与上汽集团签订总体合作协议，双方宣布共同打造有竞争力的供应链，应对经济全球化所带来的激烈竞争。在此之前，双方的合作已经有 15 年的历史。从 1989 年宝钢供应东风汽车集团第一批汽车钢板起，宝钢已累计供应东风汽车集团的汽车钢板约在 80 万吨以上。在 150 天中，宝钢闪电般地与三大汽车生产商结为战略同盟，令同行、竞争对手与合作伙伴都有些应接不暇。宝钢集团董事长兼总经理谢企华对此的评价是：这只是从原来产业链上下游的销售关系，扩展成相互支持的战略伙伴关系。结盟使得宝钢供应链的末端得到大大延伸。

随后有两条消息虽未引起广泛关注，却有十分重要的意义。2003 年 12 月 23 日，宝钢、日本新日铁株式会社和法国阿赛洛公司签署一项总额为 65 亿元人民币的合资协议。三方合资兴建 1800 毫米冷轧生产线，以此在上海建立当今世界最先进的汽车用钢板生产厂。2004 年 1 月 31 日在上海国际会议中心，签署了宝钢投资 80 亿美元在巴西建设一个钢铁厂的首期合作协议，产品主要为当地汽车工业服务。这一计划吸引了巴西淡水河谷矿业公司、法国钢铁集团阿赛洛的参与，是迄今中国最大的一笔海外投资。宝钢此举不但进一步巩固了与国际矿业巨头和钢铁巨头的战略联盟，也直接嵌入了美资巨头主导的全球汽车供应链条。

宝钢还将供应链向高端汽车零部件领域延伸。2003 年 10 月 14 日，宝钢国际公司与日本万株式会社、日本三井物产株式会社正式签约，投资 2.7 亿元合资兴建广州万宝井汽车零部件有限公司。公司合资期限为 50 年，主要从事汽车用悬架部件的冲压、组装及关联部件的制造、销售，生产能力为年产 22 万辆小轿车用悬挂系统零部件，主要为东风日产汽车提供配套，预计今年秋季下线生产。

中国经济重工业化时代对钢铁的需求日甚一日，这对宝钢无疑是好消息。除了汽车，宝钢还将石油、天然气、化工、造船和家电等行业设定为主攻市场。其中，中石化通过《钢材保供战略框架协议》，每年向宝钢采购钢材有望突破 20 万吨；宝钢还为“西气东输”工程提供 60% 以上的钢管；在石油、天然气的勘探、开发上，宝钢生产的油管、套管、钻杆、输油管等产品，成为石油管道市场的最大供应商之一。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/486141042125010212>