

# 服装企业供应链治理分析

## 1. 背景

随着全球化经济和国际化市场的形成，以及信息技术的高速进展和广泛应用，企业无边界经营的趋势越来越明显。市场竞争日益加剧，而企业间的竞争规章也开头被改写。原有的治理思想已不能完全满足的竞争形式，以顾客为中心的现代经营理念已逐步取代了以生产和产品为中心的经营理念。谁能够以敏锐的洞察力觉察顾客的需求并在最短的时间内以最低的本钱、最满足的效劳满足这种需求，谁就会在竞争中获胜。

越来越多的服装企业意识到，独立地进展生产和销售已经不能适应快速进展的市场和不断变化的顾客需求，保持长远竞争优势的关键在于战略伙伴关系的建立，把主要精力放在本企业的关键业务上，将非关键业务转由优秀的其他企业完成。这样形成一条从供给商到制造商再到分销商和零售商的贯穿全部企业的供给链(Supply Chain)，通过优势互补来获得整体竞争优势，从而到达双赢(win--Win)的目的。因此，20 世纪八十年月进展起来的供给链治理这种的治理思想和治理方法日益成为理论界和实业界关注的热点。供给链治理表达出了全局性战略治理、快速响应市场需求、高度柔性、低风险等优势。

服装供给链是基于服装行业的供给链运作模式。它是传统

的服装制造企业、面辅料供给商、服装分销商和零售商为了快速响应顾客的不确定性需求，猎取最大化利润而结成的一种动态联盟。在以顾客为中心的供给链运作过程中觉察，即使在同一个销售旺季或淡季期内，服装制造企业所获得的关于顾客对某款型服装产品的订单波动也相当大；或者当服装制造企业依据订单在最短的时间内生产出产品发往各分销商处，又会面临着大量的退货、换货。这样不行避开地增大了服装供给链的生产、供给、库存治理和市场营销风险，甚至导致了生产、供给、营销的混乱。使企业无法准确地把握市场需求信息，难以准确地制定企业的力量需求打算和生产打算，简洁造成生产力量过剩，库存过多或者缺货现象，从而使整个供给链的运作本钱居高不下，顾客的满足度低。

## 2. 服装企业供给链分析

### 2.1 我国服装业的三种竞争形态

我国服装业基本上形成了三种竞争形态。

第一种是**单纯的生产加工企业**。这一类企业以承受国内外客户的订单并完成加工为主要业务，其目标是，“按正确的质量、以正确的时间、在正确的地点交货。这一类企业尽管利润微薄，但所面临的竞争程度低、治理技术简洁，因此企业能够稳步进展。

其次种是被业界称为“**虚拟企业**”，这一类企业以建立、提升自身品牌为目标，留意对终端消费者的消费习惯、消费

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/517143066114010006>