

回收模式相异的零售商主导型闭环供应链竞争模型研究

汇报人：

2024-01-14





目录

- 引言
- 零售商主导型闭环供应链概述
- 不同回收模式下闭环供应链竞争模型构建
- 数值仿真与案例分析
- 零售商主导型闭环供应链竞争策略探讨
- 政策建议与未来展望



01

引言



01

环境保护压力日益增大

随着全球环境问题的日益严重，各国政府加强了对企业的环保监管，要求企业采取更环保的生产方式和回收处理废旧产品，以减少对环境的污染。

02

零售商在闭环供应链中的主导地位

在闭环供应链中，零售商作为连接消费者和生产商的重要环节，对于废旧产品的回收和再利用具有至关重要的作用。因此，研究零售商主导型闭环供应链竞争模型具有重要的现实意义。

03

促进可持续发展

通过深入研究零售商主导型闭环供应链竞争模型，可以为企业制定更加科学合理的生产和回收策略提供理论支持，推动经济、社会和环境可持续发展。

货币
紧缩政策

降价潮

张



国内外研究现状及发展趋势



国内外研究现状

目前，国内外学者对于闭环供应链的研究主要集中在生产商主导型、第三方回收商主导型等方面，而对于零售商主导型闭环供应链的研究相对较少。已有的研究主要集中在零售商的回收渠道选择、回收价格制定、闭环供应链协调等方面。

发展趋势

随着环保意识的不断提高和技术的不断进步，未来对于零售商主导型闭环供应链的研究将更加注重实践应用和政策制定。同时，随着大数据、人工智能等技术的不断发展，将为零售商主导型闭环供应链的研究提供更加丰富的数据支持和更加精准的分析工具。



研究内容、方法与创新点



研究内容

本研究将综合运用博弈论、最优化理论等方法，构建零售商主导型闭环供应链竞争模型，分析不同回收模式下的竞争均衡和效率比较，探讨零售商的回收渠道选择、回收价格制定等问题。

研究方法

本研究将采用文献综述、数学建模、数值仿真等方法进行研究。首先通过文献综述梳理国内外相关研究成果和理论基础；其次运用博弈论和最优化理论构建零售商主导型闭环供应链竞争模型，并通过数值仿真验证模型的有效性和可行性。



02

零售商主导型闭环供应链概述



零售主导型闭环供应链定义及特点

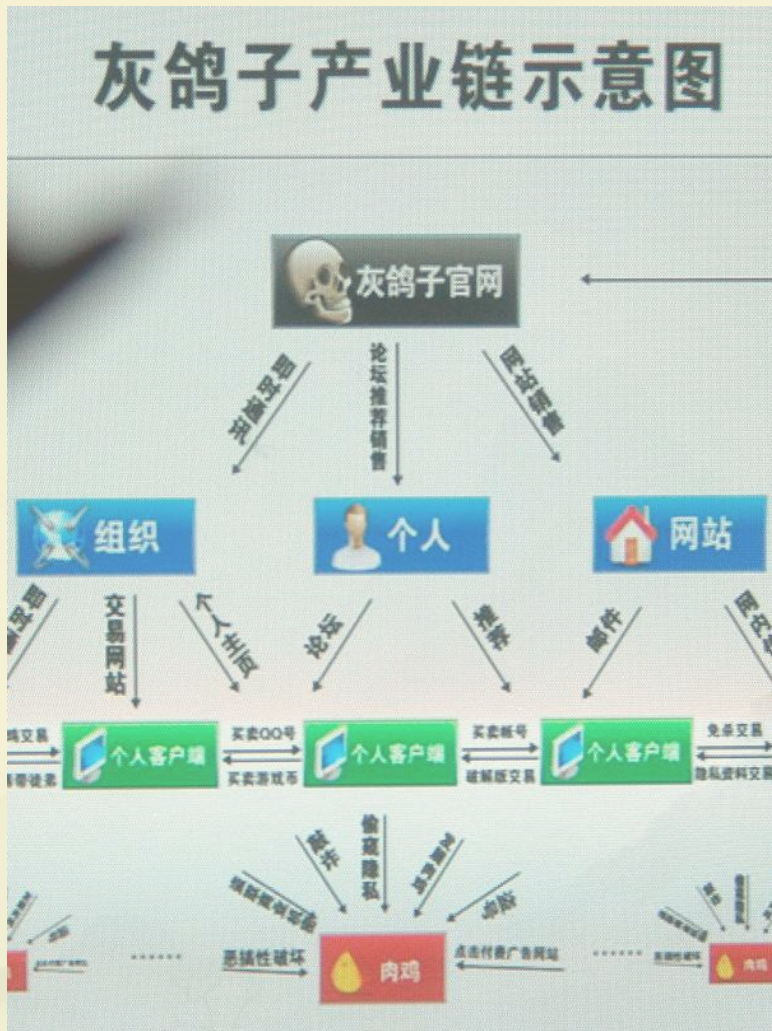


定义

零售主导型闭环供应链是指由零售商在供应链中扮演核心角色，负责产品的回收、再制造和销售等环节，形成从生产到消费再到回收的完整循环。

特点

零售商在供应链中具有主导地位，对产品的设计、生产、销售、回收等环节具有决策权；注重产品的回收和再制造，以降低资源消耗和环境污染；通过回收和再制造实现价值创造，提高供应链整体效益。



回收模式相异性分析



回收渠道差异

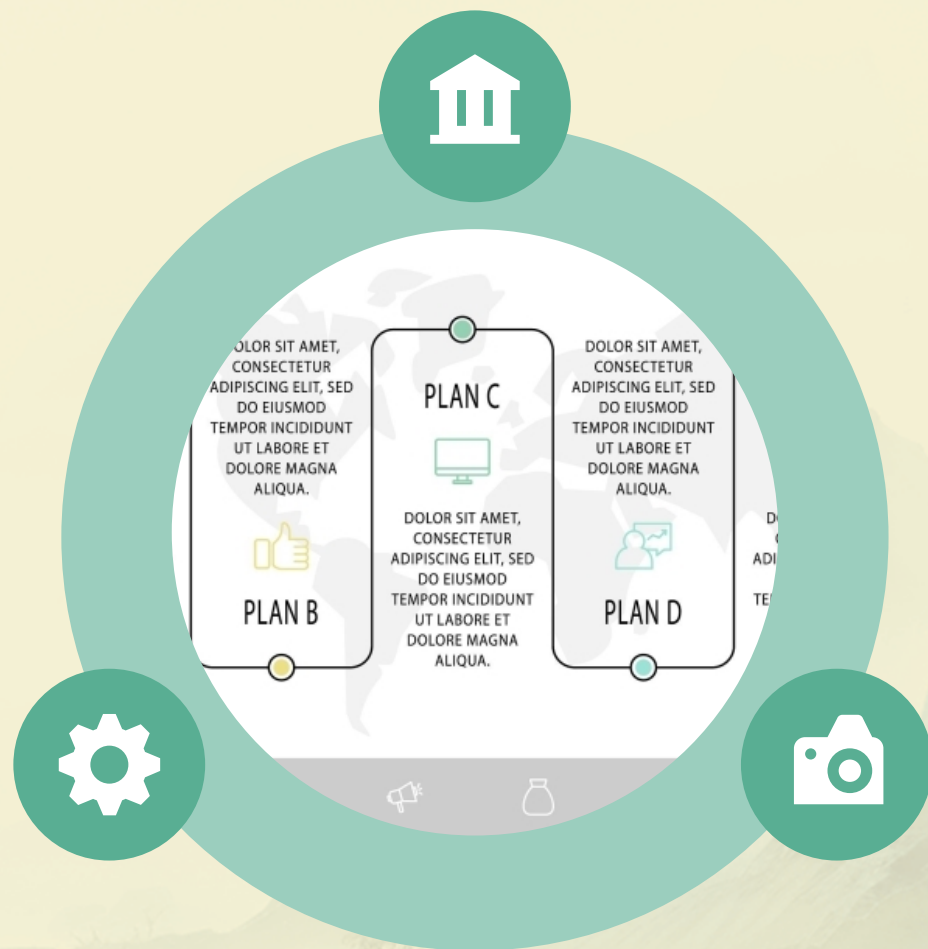
不同零售商可能采用不同的回收渠道，如线上回收、线下门店回收、第三方回收等，导致回收效率和成本存在差异。

回收价格策略

零售商在制定回收价格时，可能考虑产品剩余价值、再制造成本、市场需求等因素，因此不同零售商的回收价格策略可能不同。

回收产品质量控制

不同零售商对回收产品的质量要求和控制标准可能存在差异，影响再制造产品的质量 and 成本。



竞争模型构建思路



确定竞争主体

明确参与竞争的零售商及其供应链结构，包括上游供应商和下游消费者等。

案例分析与验证

选择典型案例进行实证分析，验证模型的有效性和实用性，为零售商制定竞争策略提供决策支持。

求解均衡策略

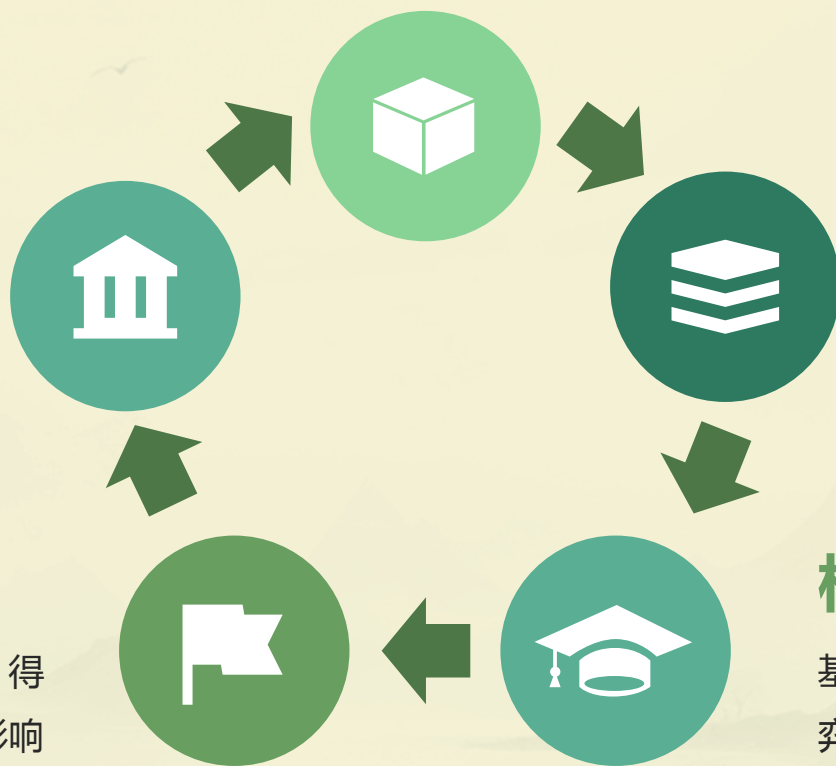
运用博弈论等方法求解模型的均衡解，得到各零售商在竞争中的最优策略及其影响因素。

分析竞争要素

识别影响竞争的关键因素，如产品质量、价格、服务、品牌等，并构建相应的评价指标体系。

构建博弈模型

基于竞争要素分析，构建零售商之间的博弈模型，包括合作博弈和非合作博弈等，以描述各主体之间的竞争关系。





03

不同回收模式下闭环供应链竞争模型 构建



模型假设与参数设置



假设条件

假设市场中存在两个竞争性的零售商，分别采用不同的回收模式（如零售商负责回收、第三方负责回收等）。同时，假设产品的需求和回收率受到价格、质量等因素的影响。

VS

参数设置

设定产品的批发价格、零售价格、回收价格、回收率、生产成本、再制造成本、消费者偏好等参数，以便构建模型并分析不同回收模式对闭环供应链竞争的影响。

不同回收模式下竞争模型构建



零售商负责回收模式下的竞争模型

在该模式下，零售商负责从消费者手中回收废旧产品，并进行再制造或处理。构建模型时，需要考虑零售商的回收成本、再制造成本、销售价格等因素，并分析其对零售商利润和市场份额的影响。



第三方负责回收模式下的竞争模型

在该模式下，第三方机构负责从消费者手中回收废旧产品，并将其销售给制造商或处理商。构建模型时，需要考虑第三方的回收价格、销售给制造商的价格、回收率等因素，并分析其对制造商利润和市场份额的影响。

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/695322124121011222>