供应链管理向沃尔玛学什么？ PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/36/2021_2022__E4_BE_9B_E5_BA_94_E9_93_BE_E7_c31_36723.htm 沃尔玛一举成为全球最大的企业，从而终结了通用公司独霸世界企业排行宝座多年的格局。沃尔玛从一家普通零售企业发展成为今天连锁店遍布全球的成功模式，也引发了经济学者和企业界的极大关注，并谓之为“ 沃尔玛现象 ”。 介入和超越 通过对沃尔玛的研究可以发现，沃尔玛给人们留下印象最深刻的，是它的一整套先进、高效的物流和供应链管理系统。沃尔玛在全球各地的配送中心、连锁店、仓储库房和货物运输车辆，以及合作伙伴(如供应商等)，都被这一系统集中、有效地管理和优化，形成了一个灵活、高效的产品生产、配送和销售网络。为此，沃尔玛甚至不惜重金，专门购置了几颗卫星来保证这一网络的信息传递。 沃尔玛给人们留下的另一个深刻印象是：它的CEO李?斯科特先生并非出身于传统的商业企业管理层或者生产、销售部门，而是从运输部门干起，再到物流副总裁，直至2000年被任命为沃尔玛的总裁和首席执行官。对于李?斯科特的任命，在过去人们几乎是无法想像的。通常人们会认为，物流管理人才能够干到企业的物流副总裁已经到头了，而总裁和CEO，即使不是产生于最重要的生产部门，也应该是身份显赫的销售或财务部门。 供应链变得日益重要，尽管沃尔玛的经验有其特殊性，比如：它是一家连锁商业零售企业，生产部门本来就不是它的强项。但是，透过表面现象可以发现，沃尔玛的成功与其说是优秀的商业模式或者先进的信息技术应用，不如说是沃尔玛对自身的“ 商业零售企业

”身份的超越。这种超越来自两个方面：首先，沃尔玛不仅仅是一家等待上游厂商供货、组织配送的纯粹商业企业，而且也直接参与到上游厂商的生产计划中去，与上游厂商共同商讨和制定产品计划、供货周期，甚至帮助上游厂商进行新产品研发和质量控制方面的工作。这就意味着沃尔玛总能够最早得到市场上最希望看到的商品，当别的零售商正在等待供货商的产品目录或者商谈合同时，沃尔玛的货架上已经开始热销这款产品了。其次，沃尔玛奉行高水准的客户服务。沃尔玛能做到及时将消费者的意见反馈给厂商，并帮助厂商对产品进行改进和完善。过去，商业零售企业只是做为中间人，将商品从生产厂商传递到消费者手里，反过来再将消费者的意见通过电话或书面形式反馈到厂商那里。看起来沃尔玛并没有独到之处，但结果却差异很大。原因在于，沃尔玛能够参与到上游厂商的生产计划和控制中去，因此能够将消费者的意见迅速反映到生产中，而不是简单地充当二传手或者电话话筒。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com