

<<供应链为王>>

图书基本信息

书名：<<供应链为王>>

13位ISBN编号：9787802348547

10位ISBN编号：7802348544

出版时间：2013-2

出版时间：中国发展出版社

作者：杨达卿

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;供应链为王&gt;&gt;

## 前言

文化力的较量 杨达卿同志经过多年的刻苦精心研究，写了一本书，书名叫《供应链为王》，从欧美注重狮图腾商标，日韩注重狼图腾商标，中国注重羊图腾商标入手，从一个非常有新意的视角，揭示了欧美民族与企业家，日韩民族与企业家，中国民族与企业家之间由于历史文化与地理环境的不同而形成的不同的民族文化、企业价值和商业运作模式。

特别有意思的是，他又把这些延伸到经济全球化下的产业链、供应链模式，让人看后耳目一新，有哲理，有情节，有回味，是一盘好菜，可以让大家去反思一些问题，让以后的路走得更好。

“狮文化”反映的是个人英雄主义，企业的强势，他们先声夺人，在研发、技术、模式、管理、资源、金融、市场开拓上表现出极强的控制欲望。

“狼文化”反映的是集群式协调作战能力，当狼达到一定数量时，一定发起进攻，且四面包围，哪怕是狮子也不放过。

“羊文化”反映的是一种坚韧不拔的生存能力，是一种和谐。

其实，在自然界，狮、狼、羊都在一个生态链中，谁也离不开谁，谁也消灭不了谁，狮永远是狮，狼永远是狼，羊永远是羊。

但在人类社会，情况不完全是这样，“狮文化”、“狼文化”、“羊文化”都是相对的，对一个企业来讲，在不同的阶段可以成为狮，可以成为狼，也可以成为羊。

中国一定要有自己的沃尔玛，有自己的奔驰，有自己的IBM，有自己的UPS，中国一定要从中国制造变成中国创造，从经济大国成为经济强国。

要做到这一点，必须改革开放，海纳百川，吸纳不同的文化精华。

狮的勇猛、狼的凶残、狐狸的狡猾、羊的温顺，都没有什么不好的；“与狼共舞”、“与狮共枕”、“做一个披着羊皮的狼”、“老鼠爱上猫”，都是可以理解的。

但在经济全球化的大趋势下，供应链管理日益深入人心，世界上不存在一个企业与另一个企业的竞争，存在的是一条供应链与另一条供应链的竞争。

全球采购、全球生产、全球流通、全球消费需要在全世界范围内进行资源优化配置，需要供应商、生产商、物流商、金融商、批发商、零售商协调一致，更多的体现为合作共赢。

这种趋势与市场经济条件下等价交换、优胜劣汰、平均利润率等经济规律并不矛盾。

对于不同国家、不同民族、不同跨国企业的透彻研究需要很深的学术功底，也需要占有大量的资料，我希望将来有更多的人加入到这一研究行列。

丁俊发 2012年12月6日

## <<供应链为王>>

### 内容概要

《供应链为王:中企羊阵如何突围欧美狮阵和日韩狼阵》中国是羊图腾之乡，中国农耕文化始祖炎帝神农出生在陕西常羊山，并以羊图腾为最高图腾。

昔日中国商业繁盛的商朝出土了四羊方尊等众多羊图腾神器，2010年中国A股第一高价股洋河酒是白羊商标，陕西最大服饰企业之一有七只羊，中国著名评书大师单田芳的首部商业评书是《羊神》。

但许多中国企业正如全球供应链最下游的群羊，被欧美和日韩企业所逐猎。

羊式企业如何探索融合传统文化的羊式供应链？

## <<供应链为王>>

### 作者简介

杨达卿，《现代物流报》副主编，电视及纸媒特约评论员、撰稿人，另有专著《羊圈困境》（中国财富出版社），参与撰写财经类畅销书《中国反围堵》（负责物流章节，机械工业出版社），审校译著《丰田供应链管理》（机械工业出版社）。

## &lt;&lt;供应链为王&gt;&gt;

## 书籍目录

第1篇 中国汽车业供应链上的“三兽”演义第1章 狮图腾？

狼图腾？

羊图腾 一、商标见证狮、狼、羊三图腾 二、要学会狮狼企业的长处第2章 舞狮者？

狮子王？

保龄球 一、舞狮者——二羊守门 二、狮子王——滚绣球第3章 舞龙者？

狼企业？

踢足球 一、在羊城——狼的“菜单” 二、舞龙者——三羊开“泰”？

三、踢足球——七匹“狼” 四、对中国车企产业链的反思 五、总结 第2篇 狮狼四伏的农业食品供应链第4章 被偷猎的粮与食供应链 一、狼王时代与狮王时代 二、供应链上自杀的“羊” 第5章 RDA公司供应链演变 一、东印度公司与茶叶供应链 二、瓦伦堡家族哺育的狮王立顿 三、今日RDA公司——

第一劝银财团第6章 狮式财团撒豆成兵 一、五大粮商打如来神掌 二、洛克菲勒雄狮手腕 三、狮盆大口下的烤全羊第7章 狼式财团巧计捆绑 一、围猎伎俩之“奔狼阵” 二、围猎伎俩之“美羊计” 三、

人参土豆价背后的韩流 第3篇 狼奔狮突钢铁和稀土供应链第8章 狮吼狼嚎钢铁业 一、狮式财团的狮吼功 二、印度三狮王捅黑刀 三、从钢铁侠到金刚葫芦娃 四、狼式财团的狼嚎功 五、被嚎的羊式钢铁企业第9章 稀土供应链上的狼与羊 一、谁在贱卖中国稀土 二、谁在贱买中国稀土 三、贱价稀土的供应链 四、“稀土第二”——中国钨的命运 五、“稀土第三”——高岭土的命运 四、怎样保卫稀有矿产安全 第4篇 中国企业该如何进行供应链突围第10章 人人都是“半兽人” 一、东郭先生和狮狼 二、野蛮掠夺之财团文化第11章 狮式商德，狼式商德 一、狮图腾与狮语者 二、狼图腾与狼语者 三、双图腾与双语者 四、危难是面现形镜第12章 狮式兵法，狼式兵法 一、狮群式供应链 二、狼群式供应链 三、狼群战胜狮群第13章 狼是奶妈？

羊是奶妈？

一、中国供应链陷“羊圈困境” 二、羊之图腾，模式患病 三、全生态链才是最高境界第14章 解码狮狼式财团文化基因 一、中国企业需要文化磁场 二、日本狼题材作品全球最多参考文献

一、中国供应链陷“羊圈困境” 二、羊之图腾，模式患病 三、全生态链才是最高境界第14章 解码狮狼式财团文化基因 一、中国企业需要文化磁场 二、日本狼题材作品全球最多参考文献

一、中国供应链陷“羊圈困境” 二、羊之图腾，模式患病 三、全生态链才是最高境界第14章 解码狮狼式财团文化基因 一、中国企业需要文化磁场 二、日本狼题材作品全球最多参考文献

一、中国供应链陷“羊圈困境” 二、羊之图腾，模式患病 三、全生态链才是最高境界第14章 解码狮狼式财团文化基因 一、中国企业需要文化磁场 二、日本狼题材作品全球最多参考文献

一、中国供应链陷“羊圈困境” 二、羊之图腾，模式患病 三、全生态链才是最高境界第14章 解码狮狼式财团文化基因 一、中国企业需要文化磁场 二、日本狼题材作品全球最多参考文献

## &lt;&lt;供应链为王&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：问题何在？

还是因为全球供应链的竞争！

荷兰曾经被称为“海上马车夫”，在殖民地时代，靠荷兰东印度公司的远洋船队，打通了全球贸易和物流链，成为全球供应链上的狮子王——荷兰国徽就是三头金狮，而荷兰最大的花卉交易市场所在地阿尔斯梅尔斯市的市徽是一头红狮，荷兰最大的花卉国际物流枢纽城市阿姆斯特丹市的市徽是两只金狮。

荷兰的农产业主要是花卉种植业，其“花卉王国”称号也依赖以专利技术和物流通道为基础建立的全全球供应链体系。

全球最大的花卉交易市场就是荷兰花荷集团（nom Holland）旗下的阿尔斯梅尔联合花卉拍卖市场，这也是全球最大的花卉交易中心、全球最大的花卉物流中心和花卉信息中心，汇集经销商3600多家，遥控全球花卉定价权。

该市场在全球有5000个会员，除了荷兰本土外，还包括德国、法国、英国、意大利、西班牙等欧盟国家会员，并在欧洲比利时、亚洲以色列、非洲肯尼亚（这三国都是狮图腾国）等国设立了16个区域性委员会。

控制了技术和渠道，就等于控制了整个供应链。

据报道，在中国最大的花卉交易市场昆明斗南花卉拍卖市场，每卖一枝国外玫瑰要交1毛钱专利费，该交易市场每天的交易量最高可达600万枝，国外花商坐收渔利。

而一个广东花农从荷兰引进的百合花种，要交苗费3元，花农在栽培和施肥种成后，不过才卖7元钱，最大利润全被荷兰花商赚得。

由于这种供应链的控制，在中国花卉市场占据价格高端的不是中国的牡丹花。

也不是中国的百合花或菊花，而是荷兰的蝴蝶兰、郁金香等。

郁金香源自土耳其，1593年被荷兰商人引入，荷兰出口郁金香花种占全球80%以上；蝴蝶兰源自中国台湾，十几年前，被荷兰花卉巨头Flori—cuhum公司等引进后，进行种子技术改良，并申请专利。

中国台湾号称“蝴蝶兰王国”，兰花产量长期位居全球第一。

但如今，仅Flori—cuhura一家公司的蝴蝶兰创汇就抵上全台湾地区的出口，成为全球最大蝴蝶兰出口商。

荷兰之所以能占据全球70%的花卉出口量，主要依赖于荷兰先进的冷链物流和运输体系。

荷兰目前拥有全球最大的集装箱贸易港阿姆斯特丹港口，而阿姆斯特丹国际机场更是欧洲第三大货运机场，也是荷兰皇家航空公司（今属法荷航空）的总部。

阿尔斯梅尔花卉市场就靠近阿姆斯特丹市，能够借助阿姆斯特丹海运和空运及陆运综合物流网。

阿尔斯梅尔花卉市场与阿姆斯特丹国际机场及荷兰皇家航空公司结成战略同盟，在鲜花冷链物流上高度协同。

## &lt;&lt;供应链为王&gt;&gt;

## 媒体关注与评论

《供应链为王》从一个非常有新意的视角，揭示了欧美民族与企业家，日韩民族与企业家，中国民族与企业家之间由于历史文化与地理环境的不同而形成的不同的民族文化、企业价值和商业运作模式。

——中国物流与采购联合会首席顾问 丁俊发 达卿从汽车产业的国际化竞争生态，看到产业发展背后人类社会的“狮文化、狼文化、羊文化”内涵，看到供应链系统之间的竞争，大量的数据研究深入浅出，给人以深思。

——浙江传化集团董事长 徐冠巨 没有永远的企业和品牌，只有永远的商道和文化，《供应链为王》讲的是狮狼羊三类企业的商道和文化，趣味中不乏哲理。

——著名产业经济学家、《三井帝国在行动》作者 白益民 比较欧美由基金等营造的狮式财团供应链生态，日韩由商社等营造的狼式财团供应链生态，能发现中国企业的供应链有弱点，也有优点。能融汇百家长者，才能成为链主。

——中国新闻网副总编 杨光润 供应链竞争是当今全球企业竞争的核心。

正在蜕变的中国制造企业，可借鉴欧美的供应链生态模式，也可借鉴日韩的供应链生态模式，但更要探索出中国的供应链竞合之道。

——《现代物流报》常务副社长 张炜 从“生产为纲”到“营销为王”，再到“渠道为王”以及今日的“供应链为王”，《供应链为王》揭示了中国企业与欧美和日韩商战中的弱点，也为中国供应链的突围提供了借鉴。

——中国移动设计院《供应链管理世界》副总编 王亚玲 这是一幅中国产业经济在全球化时代的新版“时局图”，读后令人警醒。

是甘居食物链下游做温顺的绵羊，还是力争上游做强者，是摆在中国企业家和产业政策制定者面前的严峻课题。

——万联亿通科技公司副总经理、万联网主编 蔡宇江 《供应链为王》深度解构了中国供应链应如何在“狮狼”合围下成功突围，如何走上后发先至、先弱后强的发展之路，该书立意新颖、数据新准、发人深省、可读性强。

——中国物流网络电视台副总编 蔡晓钢

<<供应链为王>>

编辑推荐

《供应链为王:中企羊阵如何突围欧美狮阵和日韩狼阵》由中国发展出版社出版。



#### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>