



# 供应链创新发展与变革转型白皮书



# 目录

序言 .....	2
中国供应链发展迎来新纪元.....	3
当前中国企业供应链创新发展与变革转型的现状.....	4
供应链正逐渐成为企业发展的核心竞争力.....	5
供应链创新发展与变革转型是打造核心竞争力的双核引擎.....	7
洞察供应链创新发展与变革转型的 5 大重点 .....	10
企业推动供应链变革转型的关键保障因素.....	15
结束语 .....	16
附：调研情况的说明.....	17
参考资料 .....	18
报告作者及机构简介.....	19
供应链及物流创新峰会主办机构简介.....	20

## 序言

### | 以推动中国供应链与物流的创新发展及变革转型为使命

近几年中国经济发展正在经历从过去的高速度粗放增长走向集约化高质量发展的大趋势下，企业的发展与竞争方式正发生着质的变化。与此同时在新技术推动下，中国庞大的制造业面临着转型与升级的考验。在这个时代，供应链管理比以往任何时代都显得更为重要。对于企业，供应链管理正从过去普通支持性职能走向决定企业发展的核心竞争力。目前，供应链创新发展与变革转型不仅已成为企业广泛关注与投入的重点，而且供应链的发展正得到国家和政府的重点支持与大力推动。

“**供应链与物流创新峰会 2019 中国聚焦**”是国内专注于供应链与物流创新发展的高端峰会，大会致力于通过汇集企业，政府，专家及学者等行业精英，分享创新技术及最佳管理实践，探讨和发掘中国供应链与物流的发展机遇，进而推动中国供应链与物流的创新发展及变革转型。这是大会主办方 **Ace Events 与达睿供应链管理咨询**多年来一直不断摸索和孜孜以求的一项使命。

2019年3月，大会主办方向制造型企业中高层管理者发起了“供应链变革与创新调研”。此调研及其研究报告的目的是揭示当前企业对供应链作为核心竞争力的态度，理清创新与变革之间的关联关系，展现当前企业最为关注的创新与变革的细分重点和趋势，以及企业推动供应链创新与变革的关键保障因素等。在本次调研及研究过程中得到了数百家企业及供应链管理人士的积极参与，达睿供应链管理咨询做了相关访谈和研究工作。现将调研及研究的成果**《供应链创新发展与变革转型白皮书》**呈现给大会嘉宾并向广大的企业管理人士分享。希望，此报告对大家探索，规划及推动供应链创新与变革过程中有所参考和启示。

## 中国供应链发展迎来新纪元

### 供应链创新发展与变革转型正成为国家战略

2017年10月国务院办公厅印发《关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》<sup>1</sup>。意见指出，我国供应链建设到2020年，形成一批适合我国国情的供应链发展新技术和新模式，基本形成覆盖我国重点产业的智慧供应链体系。供应链在促进降本增效、供需匹配和产业升级中的作用显著增强，成为供给侧结构性改革的重要支撑。培育100家左右的全球供应链领先企业，重点产业的供应链竞争力进入世界前列，中国成为全球供应链创新与应用的重要中心。这是国务院首次就供应链创新发展出台指导性文件，将对提升中国供应链发展水平发挥重要作用，是我国供应链发展的重要里程碑<sup>2</sup>。

与此同时，该指导意见还对供应链的概念做出了明确定义：**供应链是以客户需求为导向，以提高质量和效率为目标，以整合资源为手段，实现产品设计、采购、生产、销售、服务等全过程高效协同的组织形态。随着信息技术的发展，供应链已发展到与互联网、物联网深度融合的智慧供应链新阶段。**这不仅只是一个概念定义，其意义更在于揭示了供应链管理的实质，体现了以客户为导向，端到端价值链协同，技术创新与供应链发展融合等当前最新的供应链管理理念，它为中国未来供应链发展指明了方向。

紧接着，2018年4月国家多个部委又联合印发《商务部等8部门关于开展供应链创新与应用试点的通知》<sup>3</sup>，决定在全国范围内开展供应链创新与应用城市试点和企业试点。其中试点城市的主要任务是出台支持供应链创新发展的政策措施，优化公共服务，营造良好环境，推动完善产业供应链体系，并探索跨部门、跨区域的供应链治理新模式。试点企业的主要任务是应用现代信息技术，创新供应链技术和模式，构建和优化产业协同平台，提升产业集成和协同水平，带动上下游企业形成完整高效、节能环保的产业供应链，推动企业降本增效、绿色发展和产业转型升级。从中，我们可以再次看到其核心思想的表述，关键词是“**创新**”，“**转型**”，“**协同**”...。2018年10月发布的《商务部等8部门关于公布全国供应链创新与应用试点城市和企业名单的通知》确定了北京等55个试点城市 and TCL 集团股份有限公司等266家试点企业。这些试点将为中国供应链创新发展带来宝贵经验和示范。

## 当前中国企业供应链创新发展与变革转型的现状

### 中国企业大而不强，供应链管理与世界先进水平仍有较大差距

2018 年我国社会物流总费用占 GDP14.8%，远高于欧美国家 7%~8%及日本的 5%-6%<sup>5</sup>。中国企业在供应链管理水平和方面尚处于初级阶段，与国际知名企业仍存在较大差距。参考全球领先的信息技术研究和顾问公司 Gartner 每年都会公布其年度全球供应链 25 强名单，该名单不仅遴选出供应链领导企业，还重点介绍了它们的最佳实践案例，以 2018 年榜单为例，25 强榜单中包括了联合利华 (Unilever)、Inditex (Zara)、思科 (Cisco)、高露洁棕榄 (Colgate-Palmolive) 和英特尔 (Intel) 等一众全球知名企业<sup>6</sup>。值得一提的是，鉴于其过去 10 年持续的供应链领导力，2018 年麦当劳加入苹果 (Apple)、宝洁 (P&G) 和亚马逊 (Amazon) 的行列，荣升成为“供应链管理大师” (Masters)。此次榜单，中国企业未能跻身前 25，但仍有 3 家排在前 100 (联想第 26 位，华为第 35 位，海尔第 41 位)<sup>7</sup>。如果对比一下以销售额排名的财富 500 榜单，前 25 位中有 5 家中国企业，前 100 位中有 22 家中国企业，总体上中国在 500 强中企业数量已经接近美国。相比之下，我们可以看到**中国企业已经做大，但还不够强，在供应链管理领域与世界先进水平仍有较大差距**，如果再考虑到中国更广阔的制造业企业的基础及不均衡发展现状，中国供应链发展道路任重道远。然而，令人欣喜的是，随着中国在互联网，人工智能，物联网等新兴技术上的大力发展，以及随之推动的产业转型正在带动传统商业及制造领域的供应链管理发生着深刻的变革。其中部分领先企业的创新实践已展现出强大的发展后劲，比如海尔的互联工厂创新在 2017 年度获得了 Gartner 的高科技制造业供应链创新奖<sup>8</sup>。我们乐观的估计未来中国企业的供应链管理水平和必将逐步赶上西方企业，达到自己应有的地位。

## 供应链正逐渐成为企业发展的核心竞争力

### 超半数以上企业将供应链定位成企业发展的核心竞争力

最近几年，从我们咨询和培训所接触到的部分企业来看，我们不时听到企业管理层向我们表明供应链将是他们的核心竞争力。虽然在近几年经济发展形势总体趋缓的情况下，我们仍旧看到这些企业的决心，他们坚持在对供应链创新及变革进行投入。此次的调研再一次说明了这一点，从数据上我们看到有 63% 的企业（图 1）肯定的认为供应链是他们企业发展的核心竞争力。这表明更多的企业已开始认识到供应链的重要意义，这为中国供应链未来的发展提供了支持动力。

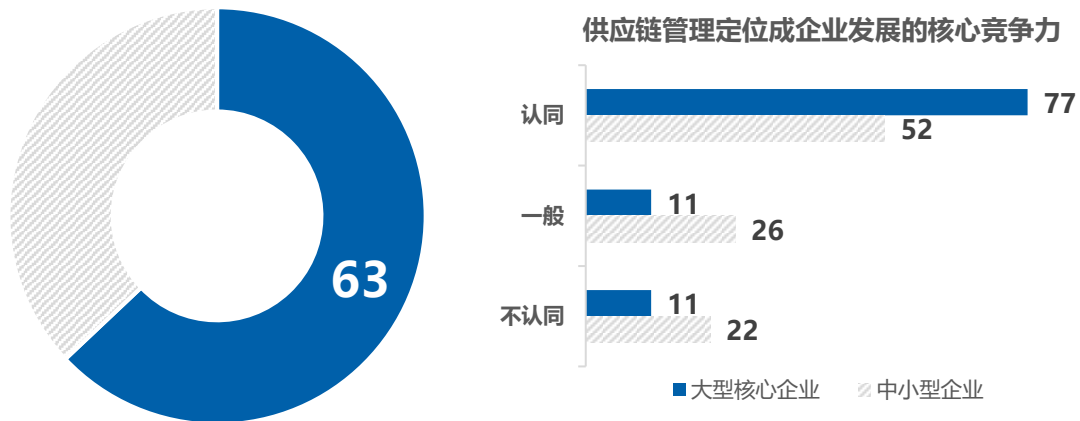


图 1，数据来源：达睿咨询，供应链变革转型调研分析

### 大型核心企业比中小企业更加明确供应链作为核心竞争力

进一步分析数据，我们看到了不同规模企业对供应链的定位有些许差异。其中比较明显的差异是大型核心企业（在调研中我们定义为年销售额大于 100 亿人民币的企业）比中小型企业（在调研中我们定义为年销售额小于 100 亿人民币的企业）表现出更强烈的决心，即 77% 比 52%。我们对此的解读是 1. 大型核心企业相对中小企业而言直接面临更大的市场竞争，供应链的管理能力将直接影响客户的体验及市场竞争的成败 2. 大型核心企业的供应链网络的广度与复杂度决定了其管理难度和挑战更大，他们更深切的感受到供应链给企业运营成本及经营绩效，甚至是企业发展及生存所带来的重大影响和意义。就如 2019 年年初，小米 9 上市所面临的严重缺货问题就充分的反映出了这一点，小米绝非在搞饥饿营销，实际是预测及供应链弹性的不足，这再次暴露出小米供应链管理能力的不足。而对于小米这样不拥有实际生产制造实体的公司，其供应链管理所面临的难度和挑战更大，需要具备更高超的管理水平。

## 各行业细分有所差异，但并非明显

再从各细分行业的数据上来看（图 2），并未体现出明显的差异性规律，传统行业与高附加值行业同样都对供应链作为核心竞争力给出较高的分值（最低的也有 48%）。其中给分较高的行业是医药卫生，服装纺织，电子电气与快速消费。

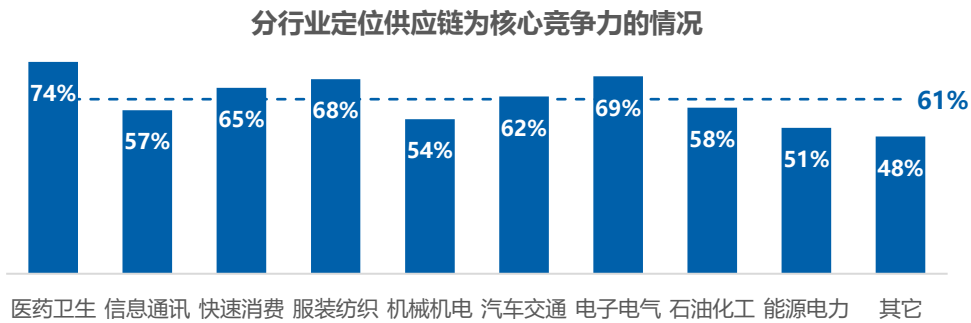


图 2，数据来源：达睿咨询，供应链变革转型调研分析

## 大多数企业认识到供应链竞争能力与期望目标的差距

调研中，我们看到仅有 30%（图 3）的企业认为当前的供应链管理水平和所期望的供应链竞争力目标是相符合的。也就是说更多的企业认可其供应链管理水平和目标是存在差距的。相应的有 44%（图 4）的企业认为他们明确的知道自己想要达到的供应链竞争力目标。但需要指出的是明确竞争力目标并非等同于明确如何提升供应链竞争能力。换句话说，有许多企业知道自己的痛点在哪里，比如常见的是企业一方面正面临缺货难以交付，同时又伴随着高库存，这两个问题并存。然而，要找到问题的根源以及符合自身的创新方案，再到形成企业的共识而展开变革行动，这并非易事，供应链创新和变革的道路仍需长期的努力。本报告后续仍将继续探讨此话题。

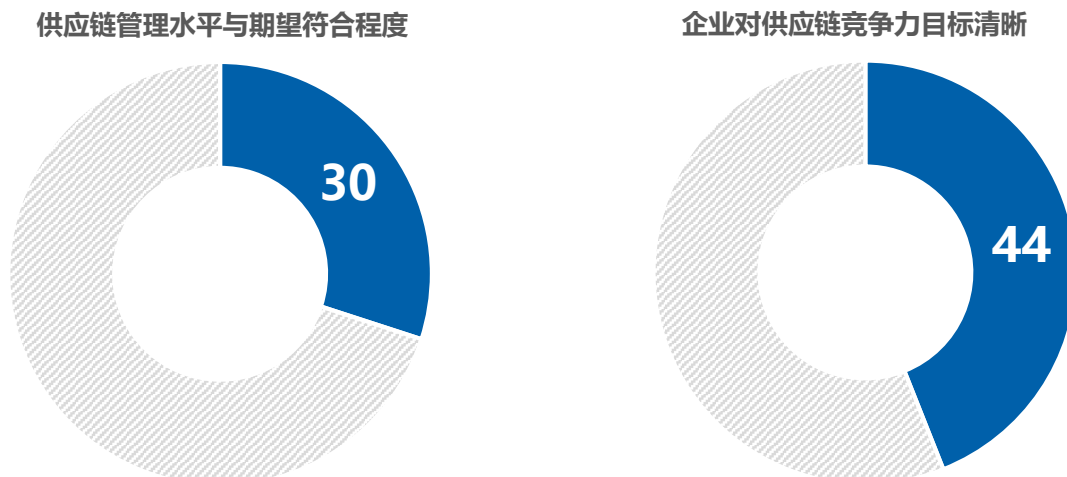


图 3，图 4 数据来源：达睿咨询，供应链变革转型调研分析

# 供应链创新发展与变革转型是打造核心竞争力的双核引擎

## 对供应链创新发展与变革转型的理解

首先我们对供应链创新是这样认识的，**供应链创新发展指的是以客户为中心、需求为驱动、通过对供应链端到端的整个过程中的各个环节和要素进行改造或创新，从而最终为客户创造新的价值。**其中又可归纳为主要两个方面的创新，**技术创新**（例如信息技术，互联网技术等）和**管理创新**（例如精益管理，六西格玛管理）。两种创新又是互为补充和支持，比如随着计算机和信息化的普及，物料资源计划 MRP 被广泛运用于供应链管理，在此基础上的供应链计划管理体系与协同得以充分发展，从而进一步为客户带来交付保障并为企业降低运营成本。

除了供应链创新发展外，供应链变革转型同样是企业打造核心竞争力必经的过程。供应链**变革转型指的是，在供应链端到端的整个过程中实施一系列有计划的改革**，包括战略规划，组织职能，流程规范，策略规则，协同机制，系统工具以及绩效考核，人才发展等多方面，从而实现供应链管理的改善提升及创新发展。此外，**变革转型不仅局限于供应链管理本身**，而将涉及企业跨部门及各个管理层面，还包括跨公司及上下游产业间的紧密协同，以及由供应链变革而进一步升华为**经营模式的变革**，从而进一步为客户创造新的价值。举例来说，美的从 2014 年开始逐步推进的 T+3 模式<sup>9</sup>就是供应链变革转型的典型案列，T+3 不能仅理解为是订单交付规则的改革，而是整个产销价值链过程中的一系列改革，除了供应链管理中各个环节策略，流程，系统，组织等变革，还包括加强与供应商的协同改革，研发端对产品标准化的改革，更有意义的是美的在家电行业中率先推动营销端的经营模式变革。美的提出以用户为中心，推动代理商向运营商转变，不再像以往那样一味向渠道压货，而是与渠道伙伴共同推进精准营销和健康库存，最终帮助美的实现了业务的快速和健康成长。



**双核引擎模型**

那么为什么说供应链创新发展与变革转型是打造核心竞争力的双核引擎呢？

我们认为**创新发展与变革转型是相互伴随，交替进行，好比双核引擎共同推动供应链的发展并打造核心竞争力**（图 5）。其中供应链创新发展可以看作是为核心竞争力提供源源不断的动力源头，而供应链变革转型则是切实将技术创新及管理创新实施落地，实现价值的过程。我们拿青岛红领西服<sup>10</sup>举例来说，它最出名的核心竞争力是大规模服装定制生产与经营管理体系。在红领的生产线上的每件衣服都是为客户定制的，但效率却又是传统制衣方式的数倍，库存极低。这一切不是一蹴而就，而是来源于红领十多年来持续创新和变革的成果。从中我们可以看到这样的一条路径：**1. 技术创新与运用**：红领将衣服定制从量体到成衣的全过程一步步都做到了基于大数据和智能模型的自动化系统，通过这个系统指导每个生产工位的作业。**2. 管理创新与运用**：与自动化系统相配合的还有管理的创新，在红领每个员工都围着用户需求转，其组织架构与流程也做出了全新的设计，红领称之为“源点理论”。**3. 供应链管理变革**：这些创新技术与管理要去实现并非易事，红领在多年的改革过程中也同样遇到许多阻力和不理解，改革涉及到了红领管理的各个层级和各个领域。**4. 经营管理模式变革**：红领通过 APP 与网站建立起与客户互动，不仅通过互联网引导消费者完成产品定制过程即形成了 C2M 经营模式，同时也为与客户建立互动增强二次消费创造更多机会。此外，从红领十多年创新与变革的实践来看，我们不难得出这样的规律：**供应链创新发展与变革转型往往不是一蹴而就的单循环，而是持续不断，循环上升，在不断提升供应链能力的过程中，为客户创造价值，并逐渐形成核心竞争力。**

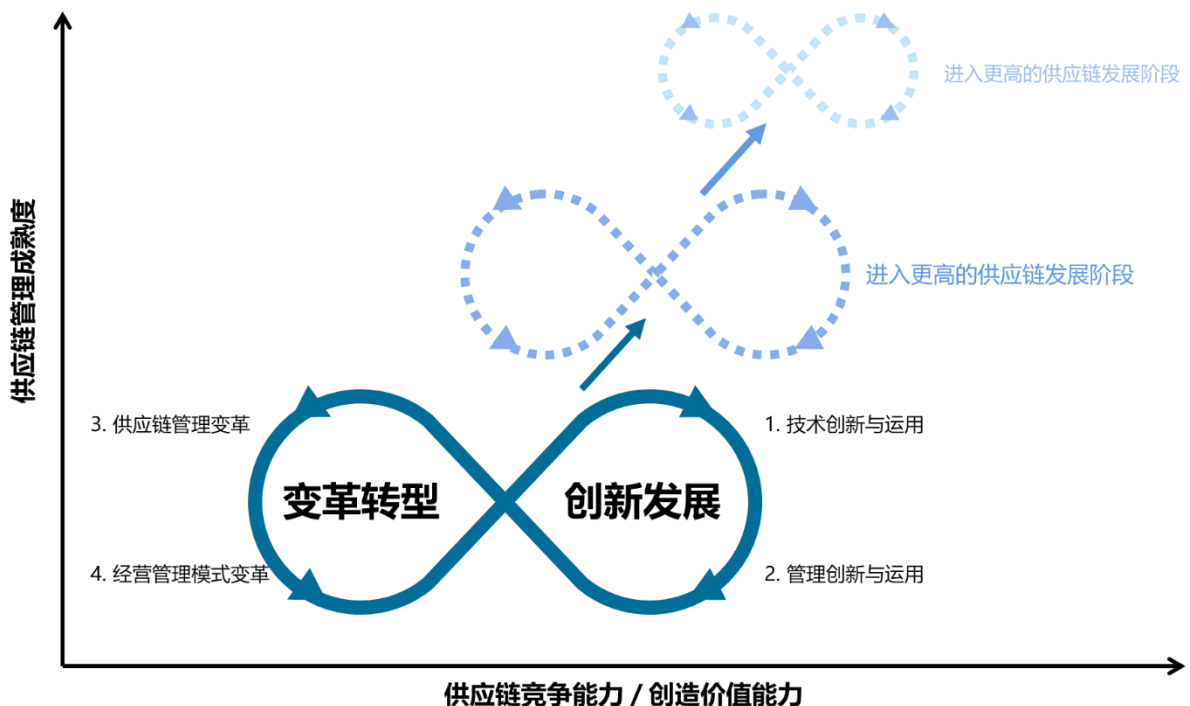
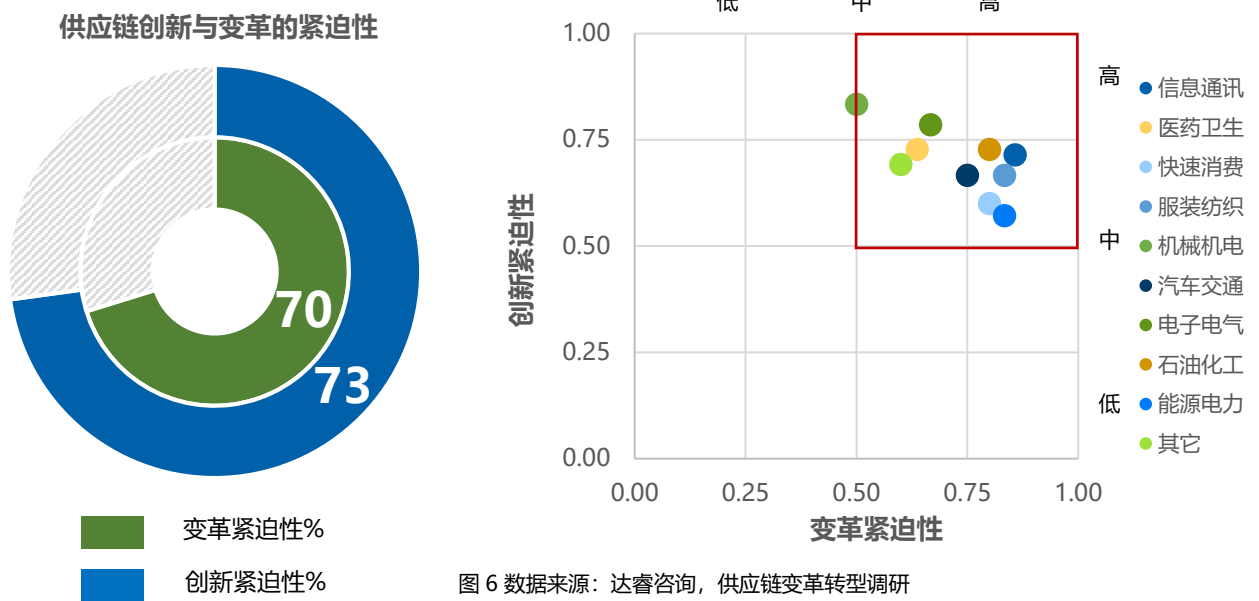


图 5：达睿咨询，打造核心竞争力的双核引擎

企业对供应链创新发展与变革转型同样迫切

调研数据再次验证了供应链创新发展与变革转型是互相补充，它们是打造核心竞争力的双核引擎。企业不仅对供应链创新发展与变革转型的紧迫性表现出高度一致（图 6），同时也与 63% 的企业将供应链定位成企业发展的核心竞争力保持吻合。从各行业的数据来看，方向也是较统一的，其中信息通讯，服装纺织，电子电气，石油化工的紧迫性更为突出。



## 洞察供应链创新发展与变革转型的 5 大重点



### No.1 需求管理

“供应链管好供应就好了，为何要管需求？”。似乎这是曾经大部分人对供应链的认识。然而，这次我们欣喜的看到在被调研企业中有 57% 的企业（图 7）选择需求管理作为主要变革方向，说明更多的企业已经开始认识到供应链管理必须紧紧围绕着客户需求。这里的“客户”也不再局限于内部销售客户或是渠道经销商客

户，关注最终消费者的需求才是正源。前面

提过，美的营销改革的核心是围绕着消费者，这是成就美的供应链变革的重要前提。当前需求管理已经成为企业供应链管理创新与变革投入产出比最高的方向之一。

与此同时，随着创新技术，创新管理及经营模式的运用，需求管理不再局限于传统的统计预测，其中部分的创新包括：

- 强化多职能及跨公司间的**协同预测**
- **产品预测与商品管理及营销的融合**，全方位洞察客户需求
- **需求感知**，通过终端或物联网技术获取最新消费者行为，从而快速优化短期预测
- **需求塑造**，运用互联网物联网等技术，加强与客户的互动，从而主动引导客户需求
- 通过大数据，云技术及人工智能机器学习等，提升需求管理能力

举例，三一重工与腾讯合作<sup>11</sup>，运用物联网及云计算技术，通过采集分布在全球的 30 万台设备的实时运行数据，感知设备运行状况并运用大数据修正预测，从而提前部署维修服务，最终不仅实现了故障快速维修，还大大减轻了备件的库存压力。

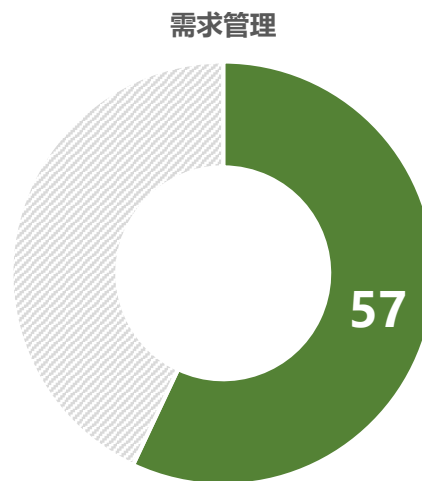


图 7 数据来源：达睿咨询，供应链变革转型调研



## No.2 产销协同

近年来，产销协同一直是供应链管理的热门话题，也是困扰企业的管理难题。

这次调研中有 53% 的企业（图 8）认可它是企业供应链变革的主要方向。为何那么难，从我们多年咨询的企业案例中可以看到产销协同绝非仅仅是企业供应链的一些流程或会议改善那么单纯，其实“产”

“（供应生产）与“销”（交付服务）之间所串接起来的是企业的整个经营过程，其担负起的是在改善客户价值的同时，通过

供应链资源的高效运营与配置改善企业经营成果。产销协同所涉及的是企业运营管理与供应链管理体系，它将是一场变革。包括产销协同的开创者 Oliver Wight 等国际专业机构近年来也不断在向企业提出未来企业产销协同的关注方向应面向集成的业务计划 IBP。

对于中国企业而言，即将面临的是创新与变革同步的压力，一方面企业运营与供应链管理的基础仍旧薄弱，需不断改革提升能力。与此同时，互联网物联网等新技术与业务模式的转变逼迫企业加快创新以适应新的竞争环境。参考，产销协同的发展阶梯（图 9）

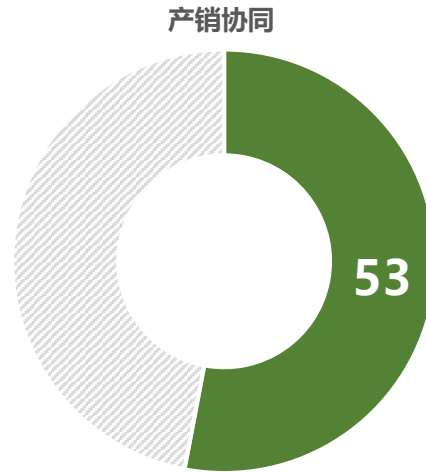


图 8 数据来源：达睿咨询，供应链变革转型调研

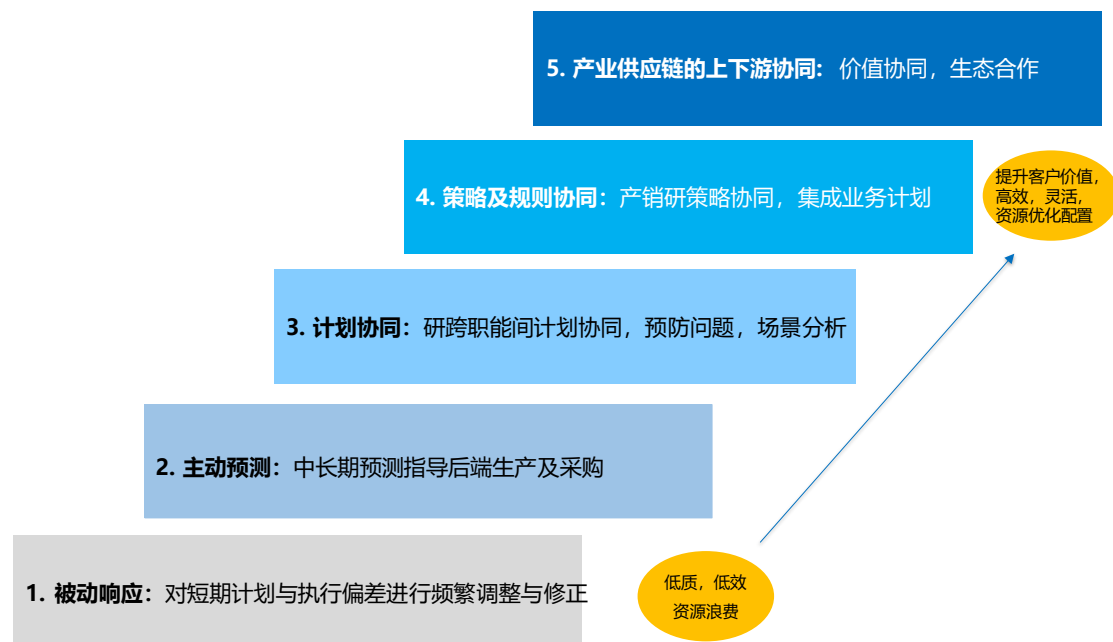


图 9：达睿咨询，解决方案



### | No.3 数字化供应链

本次调研中“数字化供应链”成为62%企业供应链创新发展的首选项（图10）足见其重要意义。

参考美国数字供应链研究院 DSCI 早在2016年的研究报告<sup>12</sup>，其中指出：数字化供应链是一个以客户为中心的平台模型。它可以获取并最大程度地利用不同来源的实时数据。它能够进行需求刺激，匹配，感知和管理，以提升业绩并最大程度地降低风险。

贯穿报告的两个核心词是“**客户**”与“**数**

**字**”。毫无疑问，技术创新（物联网，移动计算，大数据，人工智能，认知计算，区块链六大技术）将成为推动数字化供应链变革的巨大动力。但同时需要特别说明的是，**数字化供应链绝非等同仅有技术创新及应用**。实质上它更是对传统供应链的重要变革，包括组织的变革，管理变革，商业模式的变革等。

我们以宝洁的数字化供应链转型为例。宝洁在2018年的一次分享<sup>13</sup>中提到其正在把从消费者到渠道，再到生产与采购的全供应链流程进行数字化，通过遍布整个供应链的300多个数字标签，让宝洁更及时的洞察客户需求与供应状况，从而帮助宝洁实现从过去定性式的粗放策略转变为以独立单品及客户为需求场景的动态策略优化，从而更精准的实施从需求到供应，仓储，配送等一系列供应链运营，最终改善交付并降低运营成本。

目前中国数字化供应链的发展正展现出蓬勃之势，阿里，京东，华为，海尔等为代表的先进企业正积极的探索与转型。然而，同时中国更大量的企业受制于总体供应链管理水水平较低的限制，数字化供应链转型将任重道远。

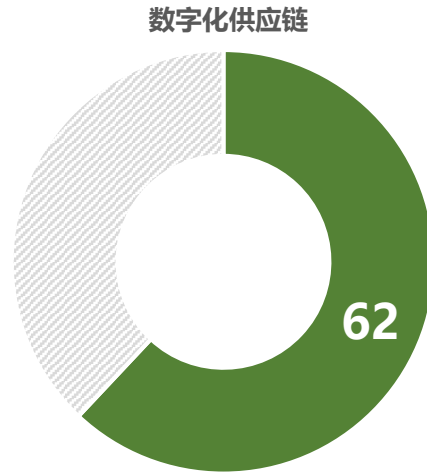
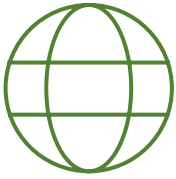


图 10 数据来源：达睿咨询，供应链变革转型调研



## No.4 全渠道供应链管理

2016 年自马云等人首次提出“新零售”概念<sup>14</sup>，随后国务院办公厅印发《关于推动实体零售创新转型的意见》。2018 年中国网络零售市场交易规模预计将占到社会消费品零售总额的 22%。新零售将在供应链数字化浪潮的推动下，加速推动线上线下的融合。

面对“新零售”，企业要具备全渠道供应链管理的能力，就意味着变革转型：

### 1. 需求管理与营销管理的融合：全渠道

下，消费者将更多的在线下体验服务，线上交互信息。需求管理需整合消费者信息并实现与精准营销管理的融合。

### 2. 供应链库存，分销及供应管理：消费者将无法再被传统渠道而分割，企业须围绕着消费者而服务，因此打破渠道库存割据，推进整合库存管理与互补协同的新模式势在必行。

### 3. 末端物流与服务：将更关注最后一公里，物流将更多体现其服务价值。

本次调研中，有 59% 的企业选择其作为供应链创新发展与变革转型的重点。（图 11）

案例分享，在 2019 全球品牌新零售峰会上，Lily 商务时装<sup>15</sup> 分享其在新零售的创新成果及打造全渠道管理的成功经验。一方面 Lily 商务时装打通原直营、联营、代理及电商等渠道各自为营的传统管理方式，通过整合客户信息及线上线下营销管理的合并，从而形成围绕消费者全方位的客户洞察能力，实现精准营销。与此同时，通过整合多平台的订单管理与库存协同，做到线上下单，系统自动寻源，就近门店发货。当某一单品出现爆款，销售量持续走高时，通过数据实时监测工具，Lily 商务时装将被及时提醒，并立即引导决策生产和补货。

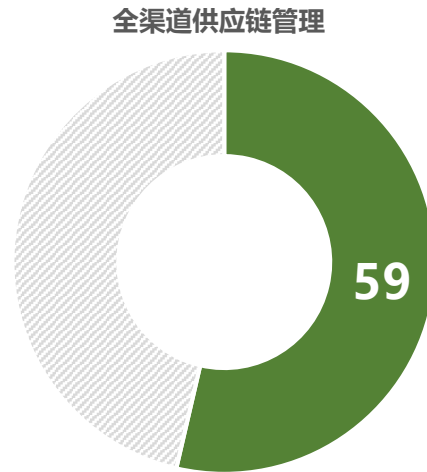
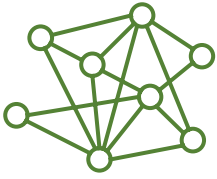


图 11 数据来源：达睿咨询，供应链变革转型调研



## No.5 供应链端到端整合

端到端供应链是比较普遍的概念了，通常这里的端到端指的是从客户的客户到供应商的供应商的整个供应链，通过高效协同将商流，实物流，资金流与信息流有机整合（四流合一），从而实现为客户的优质服务并提升整个供应链的运营绩效。著名的 SCOR 模型很早就向大家描绘了端到端供应链管理的场景。（图 13）

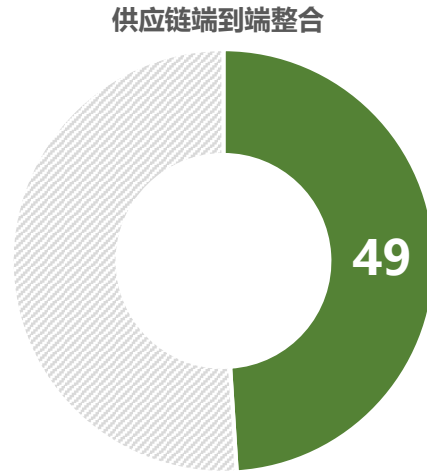


图 12 数据来源：达睿咨询，供应链变革转型调研

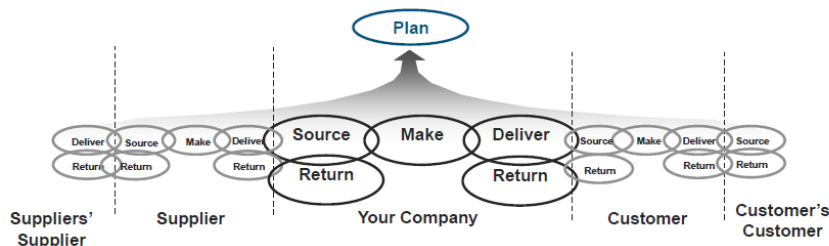


图 13 来源：SCOR

新时代下供应链端到端整合正呈现出新的发展趋势：

1. 供应链不再仅仅专注于供应端，而是围绕着以**客户需求为重心**，驱动供应的需求链。
2. 供应链早已成为联接世界的供应链网，促进供应链**端到端管理的核心是协同**。
3. 供应链与产品研发以及销售与营销管理紧密结合与集成，促成**价值链上的端到端整合**
4. 供应链端到端的载体也不仅局限于实体产品，端到端供应链**呈现服务化趋势**

就以大家都熟悉的华为为例，华为的 ISC 集成供应链改革，其集成的实质含义就是供应链的端到端整合，当前华为的 ISC+ 改革更是向着端到端数字化，智能化的方向发展。

本次调研，有 49% 的企业选择了供应链端到端整合，体现了它的重要意义。（图 12）

## 企业推动供应链变革转型的关键保障因素

### 管理层对供应链变革转型支持的决心成为首要的保障因素

在本文前面就提到供应链创新发展与变革转型是企业打造核心竞争力的双核引擎。其中供应链变革转型则是切实将技术创新及管理创新实施落地，实现价值的过程。供应链变革转型是企业实现核心竞争力的必经之路。前面提到的多个案例（美的，红领，宝洁，Lily，华为）无不都是经历了多次变革才逐步将供应链打造成为核心竞争力的。

此次调研，许多企业将“管理层对供应链变革转型支持的决心”列为首要保障因素，从中折射出在现实中企业所面临的挑战，其中主要体现出部分企业对供应链认知存在偏差：

1. 部分企业缺乏对于供应链的全面认知，仅将供应链视作生产供应与运输仓储，但事实上供应链已朝着以客户需求为导向，端到端协同的大供应链方向发展。企业对供应链的认知决定了其对供应链的重视程度。认知偏差将导致企业错过供应链发展的关键时机，竞争力更是无从谈起。
2. 部分企业未意识到供应链变革与产品研发及市场销售存在紧密关联关系，彼此间互相依赖与支持，如果供应链成为短板将制约企业整体发展。
3. 部分企业管理层可能未意识到供应链变革的长期性，核心竞争力绝非一朝一夕就能建成的。同时也不必夸大其资源投入，供应链变革更需要是长期渐进式改革，量力而行，持续改善才是正确的方向。

事实上，供应链变革将直接影响客户服务与企业经营，关乎企业的发展与生存，是企业必须认真考虑的公司战略。

此外，调研显示“信息系统与数据管理”“人才培养与培训体系”等也是不容忽视的关键因素。

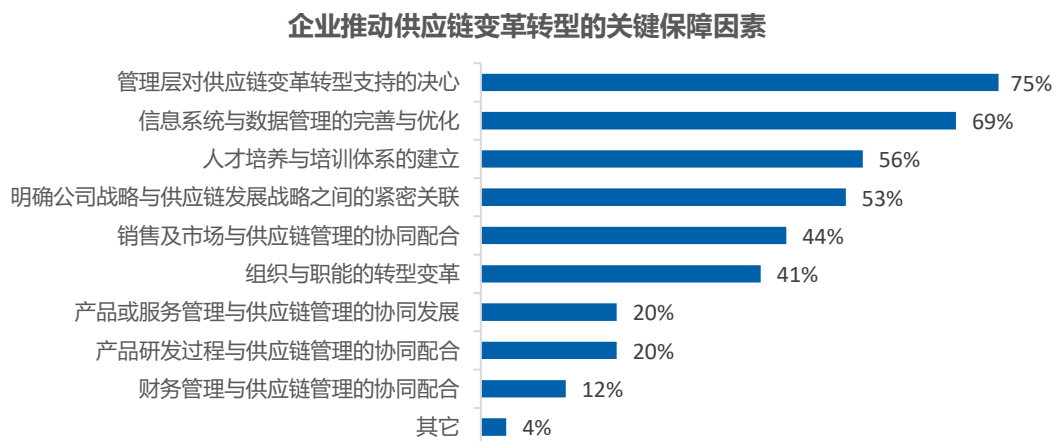


图 13 数据来源：达睿咨询，供应链变革转型调研



## 结束语

### 未来已经开启，道路就在脚下

英国经济学家马丁·克里斯托弗提出，“**21 世纪的竞争不是企业和企业之间的竞争,而是供应链与供应链之间的竞争**”，这句话正在被一步步得到证实。

马云也曾在多个场合表述：“**新零售之后 新制造是关键**”<sup>16</sup>。随着物联网，5G，云计算，人工智能，工业互联网等一系列的创新浪潮接踵而来，产业变革必然将向制造业传导。新制造很快对全中国乃至全世界的制造业带来“**席卷性的威胁和席卷性的机会**”。

威胁伴随着机会。国家正在通过积极的政策，更为供应链发展提供了**良好政策环境**。而企业端，**更多的企业开始意识到供应链的战略意义**。这一切，都标志着供应链新时代的来临，未来的大门已经向我们开启...

虽然总体上看，**中国企业的供应链管理水平仍旧参差不齐，供应链的发展任重道远**。但在技术与管理创新蓬勃发展的今天，中国在某些应用领域比国外有很好的环境，这些都将助力中国企业有机会实现更快的发展速度。

然而这一切的创新发展与变革转型，要形成企业的核心竞争力，就必须开始行动。

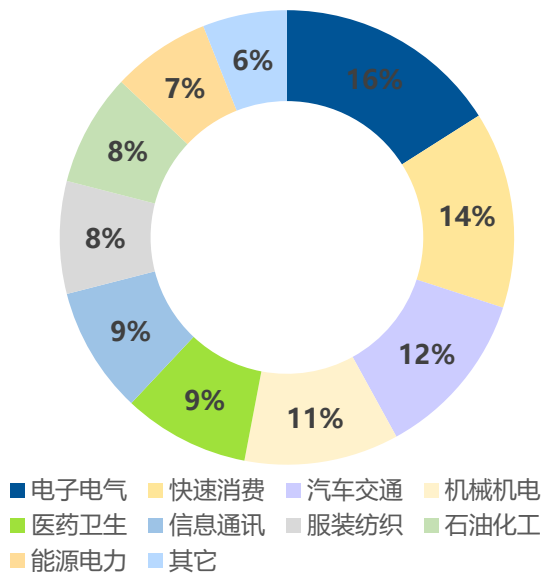
未来已经开启，道路就在脚下...



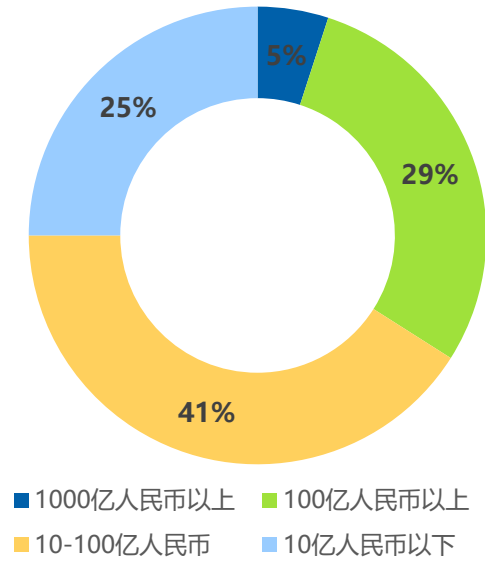
## 附：调研情况的说明

本次调研从2019年3月开始到5月初，历时一个多月，共调研了300多家制造型企业的中高层管理人员。企业来自各行业，如汽车交通、电子电气、医药卫生、快速消费等。

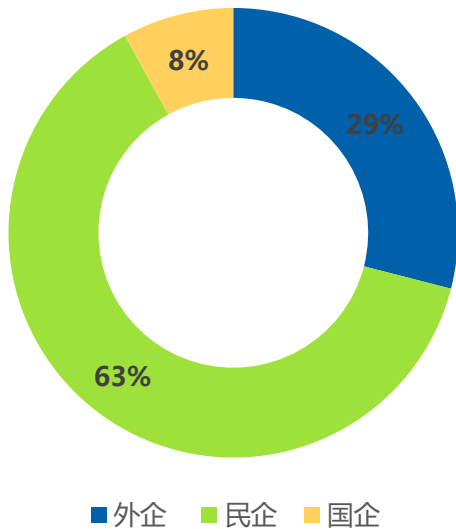
按公司所属行业分类



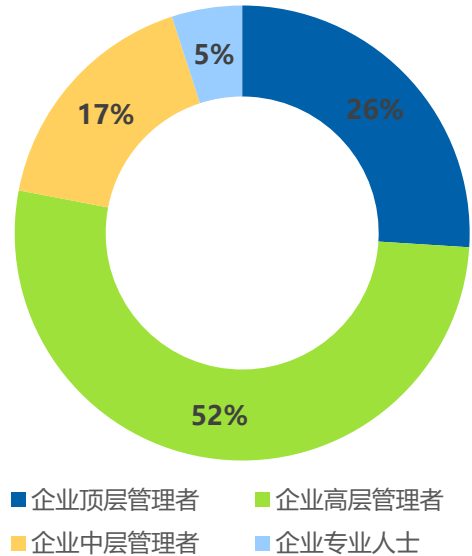
按公司年销售额规模分类



按公司性质分类



按调研参与者的职级分类



## 参考资料

- <sup>1</sup> 国务院办公厅关于积极推进供应链创新与应用的指导意见，国务院，2017年10月13日，  
[http://www.gov.cn/zhengce/content/2017-10/13/content\\_5231524.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2017-10/13/content_5231524.htm)
- <sup>2</sup> 我国首次部署推动供应链创新与应用，新华社，2017年10月14日，  
[http://www.gov.cn/zhengce/2017-10/14/content\\_5231627.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2017-10/14/content_5231627.htm)
- <sup>3</sup> 商务部等8部门关于开展供应链创新与应用试点的通知，商务部市场体系建设司，2018年4月17日，  
<http://www.mofcom.gov.cn/article/h/redht/201804/20180402733336.shtml>
- <sup>4</sup> 商务部等8部门关于公布全国供应链创新与应用试点城市和试点企业名单的通知，商务部市场体系建设司，2018年10月19日，  
<http://www.mofcom.gov.cn/article/h/redht/201810/20181002797245.shtml>
- <sup>5</sup> 2018年全国社会物流总费用13.3万亿元，与GDP比率为14.8%，搜狐  
[http://www.sohu.com/a/303781132\\_649545](http://www.sohu.com/a/303781132_649545)
- <sup>6</sup> Gartner Announces Rankings of the 2018 Supply Chain Top 25, Gartner,  
<https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2018-05-17-gartner-announces-rankings-of-the-2018-supply-chain-top-25>
- <sup>7</sup> 2018 Gartner Supply Chain Top 25: Asia/Pacific, Gartner ,  
<https://www.gartner.com/en/documents/3883866>
- <sup>8</sup> High-Tech Manufacturing Supply Chain Innovators 2017: Demand-Driven Digitalization ,  
<https://www.gartner.com/doc/3724117?ref=AnalystProfile&srclid=1-4554397745>
- <sup>9</sup> 【案例】五年成功转型两次，美的靠什么不断逆袭？， 搜狐  
[http://www.sohu.com/a/73876577\\_355430](http://www.sohu.com/a/73876577_355430)
- <sup>10</sup> 服装私人订制，红领集团实现转型变革  
<https://www.iyiou.com/p/41855.html>
- <sup>11</sup> 马化腾谈制造业互联网+，腾讯云与三一重工已树标杆  
<http://www.techweb.com.cn/news/2017-04-20/2515176.shtml>
- <sup>12</sup> Digital Supply Chains: A Frontside Flip, from CGE (The Center for Global Enterprise)  
<https://www.thecge.net/category/research/digital-supply-chain-institute/#>
- <sup>13</sup> 看懂数字化时代的宝洁供应链  
[http://www.sohu.com/a/237396236\\_159097](http://www.sohu.com/a/237396236_159097)
- <sup>14</sup> 2018年新零售行业发展趋势研究报告  
<http://www.199it.com/archives/704075.html>
- <sup>15</sup> Lily 商务时装亮相阿里 ONE 商业大会并获新零售创新成果奖  
<https://lohas.pclady.com.cn/188/1886334.html>
- <sup>16</sup> 云栖大会马云：从新零售到新制造  
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1612126085391292995&wfr=spider&for=pc>

## 报告作者及机构简介

### 报告作者：

王千	达睿供应链管理咨询	首席顾问
杨晖	达睿供应链管理咨询	资深顾问
曾超	供应链与物流创新峰会	项目策划总监

### 关于达睿 DRiSCM



上海达睿供应链管理咨询有限公司（暨上大达睿需求链研究院）始于 2009 年，是国内知名的供应链管理咨询公司，并集培训和研究为一体。上海达睿供应链管理咨询有限公司致力于为企业以需求驱动的供应链管理整体优化解决方案，在电子、通讯、快消、汽车，化工等多个行业拥有丰富的咨询经验及成功案例。

更多信息，请访问：[www.driscm.com](http://www.driscm.com) 或 [www.demand-chain.org.cn](http://www.demand-chain.org.cn)

**达睿愿景：成为享有盛誉并具创新精神的供应链管理咨询服务机构**

**达睿使命：帮助企业提升供应链管理水平和促进供应链人才的发展**

- 立足于本土商业环境并结合行业最佳实践提供定制化服务

- 专注于需求驱动的供应链整体解决方案规划及落地实施

- 促进互联网及大数据等最新应用与供应链实践的融合与创新

## 供应链及物流创新峰会主办机构简介

### 关于 Ace Events



Ace Events (上海犀象会展服务有限公司)，专业的商业会议及活动组织专家，致力于推动知识和商业信息的全球化流动，为企业决策者搭建知识和交流的平台，创造商业机遇，成为企业决策层不可或缺的一部分。Ace 取名于网球运动中直接得分的发球“ACE球”，是球员追求把速度、落点和战术完美融合后的一流好球。我们运营活动的核心价值理念正是追求卓越，造就一流，为客户创造价值，用专业的服务与有生命力的会议内容打造每一个高品质的会议活动。

公司在香港和上海两地运营，目前专注于新能源（储能、光伏、风能、电池、绿色汽车、智能汽车、能源互联网）和管理运营创新（供应链管理、物流、共享服务中心、新零售新电商、智能制造）两个行业板块。更多信息，请访问：[www.acevents.org.cn](http://www.acevents.org.cn)





## 免责声明

本研究报告及调研数据由达睿经过认真分析，访谈并撰写。其中所引用的讲话，观点与公司案例皆来自相关互联网报道或行业报告，文中都已尽力注明。虽然达睿保持谨慎的研究态度，但仍无法保证其中所有引用内容或数据的绝对准确性，文中的意见也仅代表达睿的学术观点，请勿绝对化看待，达睿无法对此报告承担任何相关责任。

## 版权说明

1. 2019年5月 上海达睿供应链管理咨询有限公司
2. 达睿咨询及其标识均为达睿公司的商标
3. 转载或者引用本文内容，需经过达睿授权并注明来源



## 欢迎联系我们

了解更多供应链创新发展与变革转型的信息

同时也欢迎您向我们分享您的供应链创新发展与变革转型实践

联系人：杨晖

邮箱：[hanson.yang@demand-chain.org.cn](mailto:hanson.yang@demand-chain.org.cn)

办公室：上海市静安区共和新路 2993 号 1405 室

电话：15618217428

网站：[www.driscm.com](http://www.driscm.com) 或 [www.demand-chain.org.cn](http://www.demand-chain.org.cn)

