

<<模块化产品智能配置理论与方法>>

图书基本信息

书名：<<模块化产品智能配置理论与方法>>

13位ISBN编号：9787564309152

10位ISBN编号：7564309156

出版时间：2011-1

出版时间：西南交通大学出版社

作者：覃燕红，魏光兴 著

页数：246

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>

<<模块化产品智能配置理论与方法>>

内容概要

《模块化产品智能配置理论与方法》主要研究大规模定制环境下的模块化产品智能配置理论与方法，主要包括多类型客户需求信息识别与映射、模块化产品族设计、模块化产品族模型构建与应用，以及大规模定制营销等问题。

《模块化产品智能配置理论与方法》共分11章，包括绪论、客户需求信息识别、模块化产品智能配置方法、客户需求映射知识本体模型、基于数据挖掘的产品族改进模型、产品模块化设计模式与关键技术、模块化产品族建模、基于模块化产品族模型的快速定价策略、大规模定制营销策略以及总结与展望。

《模块化产品智能配置理论与方法》的有关研究工作得到了重庆大学经济与工商管理学院但斌教授的大力支持，以及王江平、兰林春、刘瑜、叶世琴、姜燕等几位同志的合作与大力帮助。

《模块化产品智能配置理论与方法》的编写和出版得到了重庆市管理科学与工程重点学科、重庆市教委科技计划项目的资助，在此表示衷心的感谢。

<<模块化产品智能配置理论与方法>>

作者简介

覃燕红，女，1981年生，博士，副教授，主要从事大规模定制、物流与供应链管理研究，主持国家自然科学基金项目和重庆市科技计划项目各1项，参与国家自然科学基金项目1项，在《Journal of Computational Information Systems》《工业工程与管理》等期刊发表论文20多篇，其中EI、CSSCI等收录10多篇。

魏光兴，男，1977年生，博士，教授，主持并完成国家自然科学基金项目1项，重庆市软科学等省部级项目5项，主研国家自然科学基金项目1项，教育部人文社科等省部级项目6项，在《系统工程学报》《管理工程学报》等期刊发表论文80多篇，其中EI、CSSCI等收录40多篇。

<<模块化产品智能配置理论与方法>>

书籍目录

第1章 绪论1.1 研究背景和意义1.2 国内外研究现状1.3 本书的主要研究内容第2章 大规模定制下的多类型客户需求信息识别2.1 MC客户需求信息的表达与分类2.2 多类型客户需求信息的形式化描述2.3 MC下客户需求信息的识别第3章 面向大规模定制的产品配置3.1 产品配置概述3.2 基于CSP和CBR的产品配置3.3 基于产品判定树和CBR的产品配置第4章 基于知识本体模型的客户需求映射4.1 基于本体的客户需求映射框架4.2 基于本体的客户需求映射4.3 MC模式下的客户需求映射知识第5章 基于数据挖掘技术的产品族改进5.1 客户需求映射体系5.2 基于历史交易数据的客户需求映射5.3 基于扩展客户需求的客户需求映射5.4 面向产品族改进的产品族模块定制属性分析模型第6章 模块化产品设计方法6.1 大规模定制生产模式及其特点6.2 基于设计公理的产品模块化表达6.3 面向大规模定制的产品模块化设计流程6.4 产品族产品变量配置第7章 模块化产品族开发与设计的关键技术7.1 基于模块化的产品族构建7.2 构件模块化与接口设计7.3 模块化生产工艺设计及其通用性第8章 基于模块化产品族的产品配置8.1 模块化产品族模型构建与分析8.2 客户驱动的基于模块化产品族的产品配置8.3 客户满意度评价第9章 基于模块化产品族模型的快速定价策略9.1 大规模定制产品的定价策略9.2 MC产品成本估算9.3 基于客户价值的Mc产品定价9.4 大规模定制产品定价影响因素和定价步骤第10章 基于Internet的大规模定制营销10.1 面向大规模定制的营销策略10.2 以客户需求为导向的产品策略10.3 面向大规模定制企业的双渠道分销第11章 结论11.1 主要研究结论11.2 未来的研究方向参考文献

章节摘录

4. 可配置产品与大规模定制 在客户购买力不强、商品短缺以及客户偏好差异不大的环境下，企业的任务便是以尽可能少的成本尽可能多地生产出满足市场需求的产品或服务。为了追求低成本的生产，企业又不得不尽可能地保持生产的平稳性，把企业生产的产品尽可能地限制在极有限数量的品种，甚至是唯一品种产品的生产，从而导致了大规模生产模式的产生。在大规模生产模式下，企业视客户的需求均为标准化的需求，企业生产的产品均为标准化的产品；由于企业生产的产品品种数量相当有限，因此企业在产品开发时只需设计出每个品种的产品模型，然后这个产品模型在企业的生产过程中被不断反复地使用，产生出一个个相同的标准化产品。然而，随着卖方市场逐渐向买方市场的过渡，客户不再满足于企业所提供的同质标准产品。这种需求对传统大规模生产的企业造成了极大的影响，企业在产品开发过程中不得不设计出许多不同品种的产品模型，而这些产品模型在企业的生产过程却又由于被重复使用较少，从而造成了企业的产品开发成本和产品信息维护成本显著增加。

在单件定做生产（one-of-kind production）的生产模式下，企业在产品开发中不得不为每一个具体的产品设计一个唯一的产品模型，而这个产品模型仅仅只供生产该产品个体使用，造成了该产品模型的重复使用度极低，因而使得产品的生产成本很大。

另外存在的一个问题是如果不同客户有着相同的定制要求时，单件定做的生产方式将不得不又重复地为这些客户设计出同样的产品模型信息，从而造成了设计资源极大的浪费；而如果事先为这些已设计出的产品模型信息进行维护，但由于定制产品品种的繁多，则进行这些信息维护的工作量也将会极大；同时又由于不能事先预知这些被维护的产品模型信息是否以后能被重用，从而更进一步加剧了企业在这种不确定环境下存在的问题。

在产品品种数量和每种产品生产数量均比较多的情况下，解决大规模生产和单件定做生产面临困境的途径是开发可配置产品。

可配置产品的开发过程导致了产品配置模型的生成，产品配置模型可在企业的生产过程中被反复使用；即每当客户提出其个性化需求信息后，产品配置模型便用来生成满足客户的特定产品实例的详细描述信息（或称为一个配置结果，有时也简称为配置），然后该产品的描述信息便用来指导企业产品的后续生产活动。

因此，与单件定做生产的产品相比，可配置产品扩大了设计知识的重用能力；与大规模生产的标准产品相比，可配置产品极大地提高了客户对产品的满足程度。

换言之，可配置产品既有效地结合了大规模生产和单件定做生产产品的利益，又有效地防止了各自的不足。

因此，可配置产品适合于产品品种和生产数量都比较多的生产，并且生产的产品对客户的满足程度比较高，而且成本也较单件定做产品的成本低，而把采用可配置产品组织生产的这一新的生产类型称为“大规模定制”。

可配置产品概念的引入是在剧烈动荡的买方市场上，大规模生产和单件定做生产必然的选择，即大规模生产和单件定做生产向大规模定制的转化是未来发展的必然趋势。

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>