

论证与研究

供应链整合对金属制品企业投资效益的提升分析

陆洪斌

浙江晋椿精密工业股份有限公司 浙江嘉兴 314000

【摘要】在全球经济一体化进程不断加速的当下，金属制品企业所处的市场环境愈发复杂，竞争态势也日趋激烈。在此背景下，如何提高投资效益，强化企业竞争力，成为金属制品企业谋求发展的核心问题。因此，本文探究供应链整合与金属制品企业投资效益的内在联系，系统剖析供应链整合对金属制品企业投资效益的具体影响，精准洞察当下金属制品企业供应链整合的实际状况，并针对性地提出切实可行的提升策略，旨在为金属制品企业借助供应链整合提升投资效益提供坚实的理论依据与实操性强的实践指导。

【关键词】供应链整合；金属制品企业；投资效益；提升策略

Analysis on the improvement of investment benefit of metal products enterprises by supply chain integration

Lu Hongbin

Zhejiang Jinchun Precision Industry Co., LTD. Jiaxing, Zhejiang 314000

【Abstract】In the current era of accelerating global economic integration, the market environment for metal product enterprises is becoming increasingly complex, and competition is intensifying. Against this backdrop, how to improve investment efficiency and enhance corporate competitiveness has become the core issue for metal product enterprises seeking development. Therefore, this paper explores the intrinsic connection between supply chain integration and investment efficiency in metal product enterprises, systematically analyzes the specific impact of supply chain integration on investment efficiency, accurately examines the actual status of supply chain integration in metal product enterprises today, and proposes practical strategies to effectively enhance these efficiencies. The aim is to provide solid theoretical foundations and highly operational practical guidance for metal product enterprises to leverage supply chain integration to boost their investment efficiency.

【Key words】supply chain integration; metal products enterprises; investment benefit; improvement strategy

引言

在经济全球化浪潮的强力推动下，市场竞争愈发呈现出白热化态势，金属制品企业面临着前所未有的严峻挑战。一方面，原材料价格的频繁剧烈波动，使得企业在成本控制上举步维艰；另一方面，客户需求日益呈现出多样化、个性化的特征，对产品交付的时效性和质量提出了更高标准。在这样的复杂背景下，如何有效提升投资效益、增强企业核心竞争力，已然成为金属制品企业亟待破解的关键难题。供应链整合作为一种前沿的管理理念与方法，能够对企业内部以及企业之间的资源进行高效配置，对于金属制品企业投资效益的提升意义重大。

1 供应链整合与金属制品企业投资效益关联的相关概述

1.1 供应链结构与环节

供应链是以核心企业为依托，通过对链上信息流、物流、资金流的控制，从原材料采购出发、通过中间产品的制造，直到最终产品通过销售和售后处理，将各供应、制造、分销、销售企业连成一个整体的功能网链结构模式，是金属制品行业包含从原材料采购、制造和加工、销售和售后等构成的环节。原材料采购是第一环节，是整个供应链工作的重点，金属矿石采购和金属材料制造而成的金属板材、金属管材等原材料是金属制品行业的基础原材料，金属原材料来源的不同、质量的好坏都会直接决定金属制品的质量好坏。产品制造是第二个环节，产品制造是整个企业的核心，这个过程产品成形、深加工、表面处理等生产环节都要严格控制，以确保制造出的产品符合企业的产品标准和客户要求。在金属制品企业中，第三个环节是销售环节，销售环节是产品最终到达客户的关键环节，是将产品销往各个分销、零售的过程，金属制品销售的渠道畅通与否直接影响着产品的市场覆盖

率和企业的销售额。销售中的最后环节是售后服务环节,售后服务也是不可缺少的重要环节,金属企业产品售后的服务做好了,不仅能提高客户满意度,客户也会对企业产生信任,还会带来很好的口碑及更多业务。上述各个环节相互联系、相互影响,缺少任何一个环节均会对企业供应链运行和企业投资效益产生负面的影响作用,一起成为金属制品企业供应链有机整体。

1.2 金属制品企业投资效益的影响因素

影响金属加工企业投资效益的因素有很多。一方面,市场产品的市场需求相对较大波动。金属加工产品在市场上存在着相对大的市场需求波动,会直接影响市场的销售,由此进一步影响产品的投资效益。例如当房地产行业出现萧条时,相应的房产市场建造会出现相对大的下降,因此与房地产关联性较强的金属建造产品也会出现产品销售低迷的现象,可能出现产品积压严重、生产经营资金循环出现困难的现象。另一方面,产品的原材料价格变化也会影响到产品的生产成本控制,进而影响着产品的投资效益。其中较为常见的如铜、铝等价格出现上涨时,会显著导致企业产品原材料价格出现上升,而与此对应的若是企业产品价格未能及时调升,将会导致企业投资效益缩减或消失;第三方面是企业自身的生产经营管理能力,对于金属加工企业而言,其经营管理工作做得好,无论是产品的生产效率或是产品的仓储管理,又或者是其相应的市场营销策略,都有利于提高投资的效益,提高产品的投资效益;而一旦企业的经营管理能力低下,势必会对企业的投资效益产生显著的影响;第四个方面是对技术能力的占有和运用,金属加工企业在技术创新上的能力越高,所带来的高技术含量和附加值产品越多,所产品竞争力也就越高,企业投资效益自然也就越高。

2 金属制品企业供应链整合现状剖析

2.1 信息共享不足

目前很多金属加工企业对于供应链的信息共享不完善,在企业内部各部门之间信息互通不畅、生产计划和销售计划不衔接。如在销售旺季因为信息互通不通畅,生产部门不了解产品销售情况,导致不能增加生产计划,造成供应紧张,错失销售商机;而在销售淡季,又因为生产部门不了解市场需求,持续生产,导致库存积压。在与企业外部上下游合作单位间信息不通,如供应商不能及时了解企业的生产任务和原材料的需求量,企业不能及时了解客户的需要,影响供应链之间的衔接效率。供应商不能了解到企业生产的紧急订单,不能及时交货,影响企业交货周期。

2.2 合作关系不稳定

与供应商、客户的关系还缺乏稳定性。生产企业在选取

供应商的时候,往往重视供应商提供的产品价格因素,缺乏对所选供应商提供的产品质量、交货期、服务水平的重视。一旦发生供应商质量问题,如因原材料质量不合格带来的生产问题、因交货期延迟导致的客户退货问题,容易给企业生产带来极大影响。某金属生产企业从价格的角度选取了价格低于同行的供应商,该供应商提供的产品原材料多次出现质量问题,使得生产企业产品次品率增加,直接给生产企业增加了生产成本,同时也直接影响了企业信誉。同样的问题发生在与客户的关系上,生产企业与合作伙伴仅停留在简单的买卖关系,没有建立起相互的信任关系和长期的产品合作战略,客户粘性不足,客户的流失可能性极大,少数企业不听取客户的建议和意见,对客户提出的任何合理产品问题要求置若罔闻,导致客户转向竞争对手^[2]。

2.3 物流配送效率低

物流配送阶段是金属制品企业供应链中环节较为薄弱的阶段之一。首先,物流配送线路规划不合理,增加运输时间长、运输成本高,物流配送路线规划不合理,运输时缺乏科学性的物流规划,部分地区和部分企业的货物运输路线杂乱无章、长途跋涉,导致了货物运输路程长、运输成本高等问题。其次,物流信息不开放,导致企业无法做到实时掌握货物运输状态,降低了客户服务质量。在客户询问物流进度时,企业无法及时、准确回复客户,导致客户满意度提升。再次,物流配送设施设备与运输技术比较落后,难以满足金属制品特殊的运输需求,比如对大型金属构件进行运输时,容易出现产品损伤。老旧的运输车辆和装卸设备,在运输和装卸大型金属制品过程中,运输车辆与装卸设备容易发生碰撞、挤压,从而导致产品出现变形、损坏的问题^[3]。

2.4 供应链风险管理薄弱

有色金属企业对于供应链风险的认识不够,没有有效管控供应链风险的措施,在遇到原材料价格剧烈波动、供应商出现倒闭、遭遇自然灾害等风险时,应对能力较弱。如果出现原材料价格突然上涨的情况,企业则无法及时制定采购策略,造成产品生产成本急剧上升。在钢材价格的短期内急剧上涨时,企业没有提前签订长周期的钢材采购合同,只好以高价购买企业所需的原材料,利润下降。在对供应链风险的预估上存在缺失,没有提前发现供应链中可能带来的风险,发现不了供应链风险,以至于出现供应商破产无法供货,致使企业的生产经营受到了损失。

3 供应链整合对金属制品企业投资效益的提升策略

3.1 建立信息共享平台

金属类制造业企业需要建立一个统一的信息共享库,将企业内部部门之间以及外部企业之间相关的信息实现共享。

首先,在公司内部运用企业资源计划系统对生产、销售、采购、库存等相关部门进行信息整合,各部门互相之间及时了解企业整体生产情况,实现统一进行工作,生产部门能随时了解企业仓库库存情况,避免企业产品积压太多,采购部门依据销售订单及时采购原材料进货。其次,对外部供应商、顾客也要建立信息共享的接口,外部供应商可以随时掌握企业原材料需求量,企业也能随时获得客户订单以及市场反馈,供应商根据企业实际生产任务提前组织发货,企业根据客户的反馈改善产品。最后,还可以运用大数据、云技术等最新的技术,对共享信息进行分析挖掘,进而为企业提供有力的决策信息依据。如通过分析客户购买的个人信息,可以制定相应产品生产方案,准确定位于市场需求^[4]。

3.2 加强合作伙伴关系管理

重视与供应商以及客户的合作。一方面选择供应商方面,构建一个科学全面的供应商选择体系,从供应商的产品品质、价格、交货期、供应商服务水平等多个方面对供应商进行全面评价,在评价的基础上选择优质供应商,与供应商构建长久良好合作关系。定期对供应商进行考核,在对供应商考核的基础上进行动态调整。另一方面,与客户构建一种亲密合作的关系,在深入了解客户个性化的需要的基础上为客户提供个性化的产品与服务,增强客户满意度与忠诚度。比如,为重要客户设置专人参与其产品设计与产品售后服务工作。

3.3 优化物流配送体系

金属制品企业要全面地优化物流配送管理。其一,使用专业物流规划软件规划物流配送路线,降低配送费用,提升配送运输效率;同时将不同的物流运输路线与不同的物流配送方案进行模拟,优选出最佳路线,从而减少运输时间与运输费用。其二,加强对物流配送信息化管理,引进物流管理信息管理平台,实现货物运输状态实时追踪与监控管理,提升客户服务质量,客户可登入企业的网站或者打开APP便能随时查询货物运输状态。其三,加大对物流配送设备和物流配送技术的资金投入,购买先进运输车辆与物流装卸设

备,引进先进物流包装技术,提高金属制品在运输过程中的保护性。使用新型的减震、抗压力包装材料,避免货物运输过程中损毁^[5]。

3.4 完善供应链风险管理机制

企业要建立健全供应链风险管理机制。一是加强风险识别,对供应链中的各类风险进行全面细致的梳理,包括市场风险、供应商风险、物流风险等。通过头脑风暴、专家咨询等方式,精准找出潜在风险点。二是进行风险评估,运用科学的风险评估模型,对识别出的风险进行量化评估,确定风险等级。如采用层次分析法等方法,对风险发生的可能性和影响程度进行评估。三是制定风险应对策略,针对不同等级的风险,制定相应的应对措施,如风险规避、风险降低、风险转移和风险接受等。对于高风险的供应商,寻找替代供应商,降低供应风险。四是建立风险预警机制,通过设置科学合理的风险预警指标,实时监测供应链风险状况,一旦风险指标超过预警阈值,及时发出预警信号,以便企业迅速采取应对措施。设置原材料价格预警线,当价格接近预警线时,及时调整采购策略。

4 结论

综上所述,供应链整合对于金属制品企业投资效益的提升具有至关重要的作用。通过优化企业内部生产流程、强化与外部合作伙伴的合作,能够切实降低企业成本,提高产品质量和市场竞争能力,进而有效提升投资效益。然而,当前金属制品企业在供应链整合方面仍存在信息共享不足、合作关系不稳定、物流配送效率低和供应链风险管理薄弱等问题。针对这些问题,企业应积极采取建立信息共享平台、加强合作伙伴关系管理、优化物流配送体系和完善供应链风险管理机制等策略,持续推进供应链整合,实现投资效益的最大化,在激烈的市场竞争中站稳脚跟。

参考文献

- [1]李玥,吴丹,姚锋敏,胡艳玲.数智化视角下服务供应链整合决策分析[J].运筹与管理,1-8.
 - [2]霍艳芳,唐海莹,韩鹏,胡慧君.碳税政策下基于不同合作模式的供应链减排技术创新策略研究[J].工业工程与管理,1-20.
 - [3]程虹,聂泉镒,叶眉.空间产业供应链生态模型的构建——基于安溪茶叶区域公用品牌供应链的案例研究[J].宏观质量研究,1-13.
 - [4]常颖.跨境电商与对外贸易融合发展新趋势研究[J].商场现代化,2025,(06):99-101.
 - [5]费秀娟.电子商务中绿色供应链金融模式的创新发展与实践路径探究[J].中国经贸导刊,2025,(04):4-6.
- 作者简介:陆洪斌,出生年:1973.12,男,民族:汉,籍贯:浙江嘉兴,职务:副总经理,学历:大专,研究方向:企业经营管理。