

易木啤酒游戏

易木科技玩转指尖系列产品



意义和目的

通过生产与销售系统的角色模拟，了解供应链系统存在的牛鞭效应，分析牛鞭效应产生的原因，掌握消减牛鞭效应的途径。



第一步：

扫码关注“易木科技”微信公众号

第二步：

点击“指尖课堂” → “啤酒游戏”

两步操作即可玩转易木啤酒游戏

游戏注册及规则说明



如您是新用户，您想作为游戏创建者，请通过下图注册，本注册免费，请放心使用！

免费注册



系统规则：

（一）货物归属：

当前角色发货后，货权即刻归属于下游方，存货成本也相应归属下游方。

上游方发货后，货权即刻归属于当前角色，存货成本也相应归属当前角色，但是未到货的货量不允许发货，

（二）计费规则：

销售收入：即当前角色向下游发货后，即完成销售费用的收取

采购成本：即每个角色向上游采购后，上游一旦发货，即完成采购费用支付

存货成本：即当前角色的库存存储费用（包含上游已经向当前角色发货且未抵达的货物），1元 / 周 * 箱

缺货成本：即下游向当前角色的订货总量且扣减已经发货的货物量（包括本周发货量），4元 / 周 * 箱

注：销售收入与采购成本的差值为 20 元 / 箱

新建游戏设置



游戏人数设置:

设置分组数：即设置本次游戏共有几组同时进行；

设置环节数：即设置本次游戏的链条长度，链条长度有三个选项： [3级] 包括：零售、批发、制造；

[4级] 包括：零售、批发、分销、制造；

[5级] 包括：零售、批发、分销、代理、制造；

设置每组游戏人数：即设置本次游戏每组中每个角色的参与人数，点击左左图中 [>] 按钮即可进入 [设置每个角色人数] 界面，系统根据环节数选择的设置，展示可设置的角色内容，通过 [+] [-] 进行各角色参与人数的设置；

注意：制造商有且必须有一个；下游角色人数必须大于等于上游角色人数。

客户需求曲线设置:

[平稳型]：即客户需求变化起伏不大，在一定范围内波动；

[爆发型]：即客户需求会在某个阶段集中爆发；

[周期型]：即客户需求会按周期波动的规律体现；

[以上随机]：即由电脑上述三种曲线类型中随机选择一种。

供应链信息共享设置:

该选项设置上后，游戏过程中所有角色的库存、订货、到货信息均共享给所有角色。

到货周期设置:

到货周期是牛鞭效应产生的重要因素。

游戏时间设置:

即根据参与者的熟练程度，可选择 [30 秒]、[60 秒] 为一周的执行时间。目前可设置范围为 10 周~30 周。

游戏分享设置:

[公开附近的人]：即游戏发布后，附近三百米内的用户均可搜索到该游戏，并直接加入游戏中。

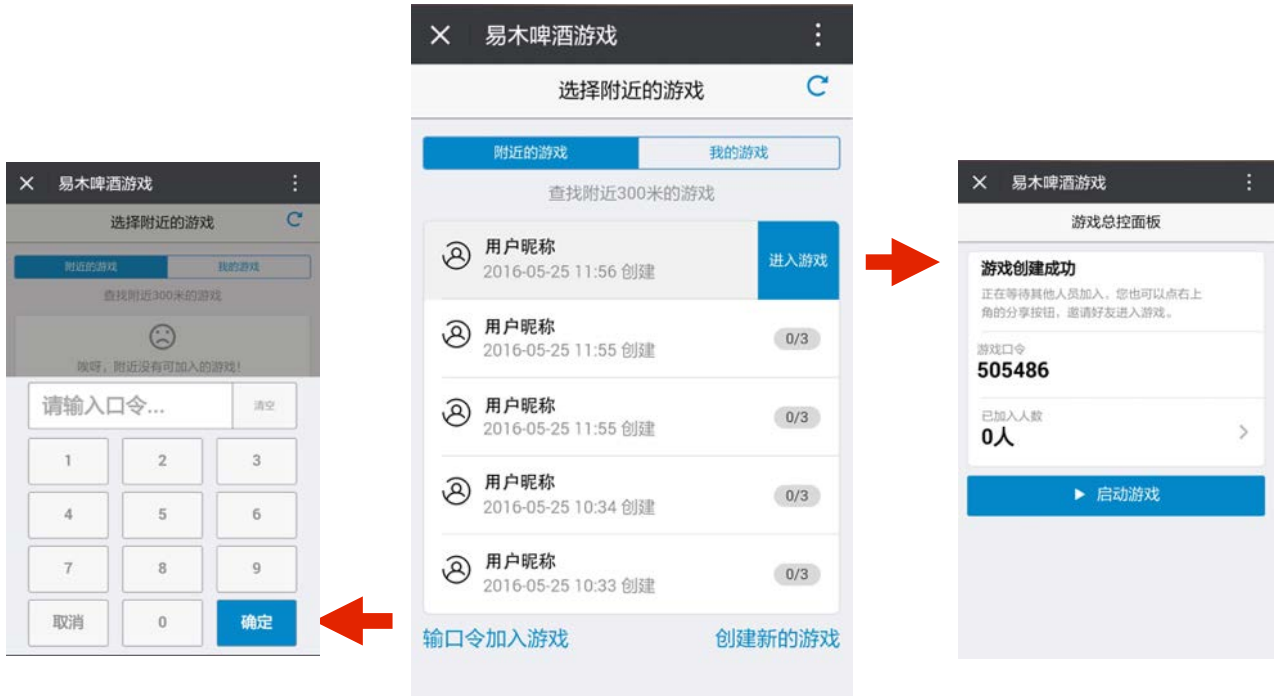
[需口令加入]：即游戏发布后，会在启动界面给出 [发布编号 (6 位编码)]，参与游戏的人需要根据输入系统给出的 [发布编号] 才能参与游戏。

[我要加入游戏] 选项设置上后，则发布的时候将自动把发布者加入游戏，并设置为制造商的角色。

完成以上内容设置后（您也可以按默认的参数发布游戏），点击 [创建游戏] 按钮，即可完成游戏创建。同时可微信的分享功能，将游戏链接直接分享给好友，好友可通过链接直接进入游戏。

游戏加入及操作

您在易木啤酒游戏首页的 [查找游戏] 功能，即可进入游戏加入界面，如下图所示：



加入方式一：您可选择 [附近的的游戏]，点击并选中要加入的游戏，该记录会显示 [进入游戏] 按钮，点击 [进入游戏] 按钮即可进入游戏等待页面；

加入方式二：如果您是通过口令加入游戏的，可点击上中图中游戏列表下方的 [输入口令加入游戏] 按钮，显示如上左图所示，输入口令号，点击上左图中 [确定] 按钮即可加入游戏。

加入游戏后，进入游戏等待界面，您可以在该界面 [上右图] 中看到当前游戏加入的有哪些人，等待游戏创建者启动游戏；

如游戏人员已满则会提示不能加入该游戏。

供应链信息不共享模式:



在上图中，通过 [发货]、[订货] 按钮，即可控制当前角色的销售、采购量；上图中首行包含的内容包括：当前角色的昵称、所属角色、库存、利润、目前执行到第几周。

供应链信息共享模式:

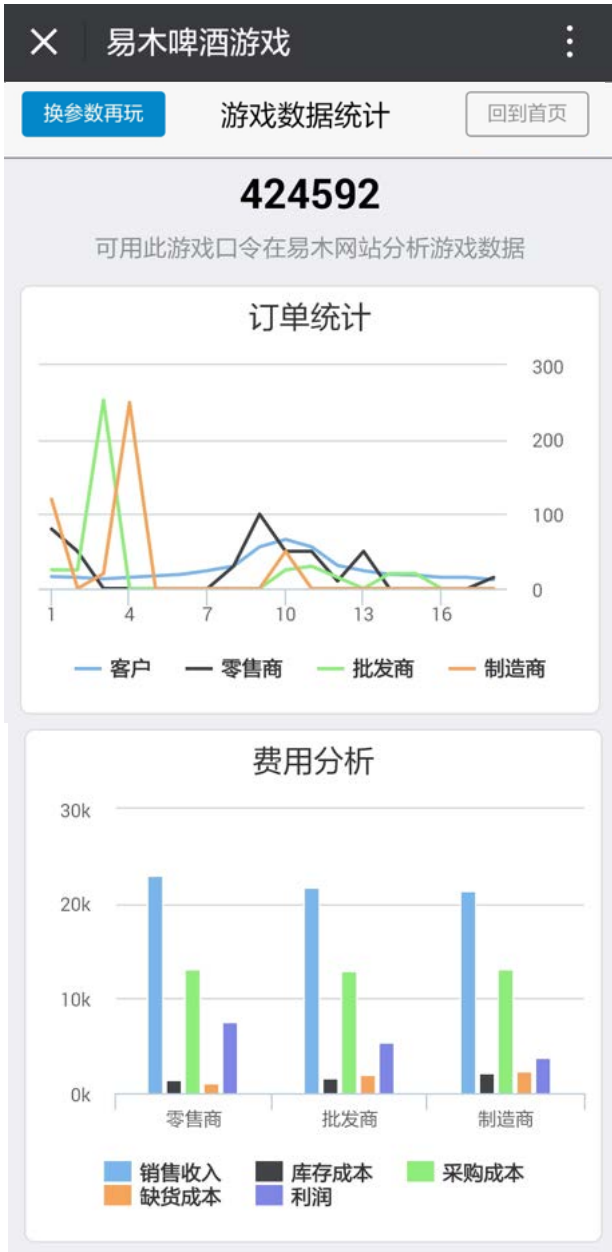


从上图中可看到在供应链信息共享的下，当前角色能够掌握到各角色的订单量、库存量、在途货量，为下次订货和发货提供了更多的参考依据，有利于抑制牛鞭效应的产生。

游戏数据分析

自主分析功能:

在当前游戏结束后，会自动跳转到 [游戏数据统计] 页面，该页面展示的内容共分为两部分内容，如下图所示：



[订单统计]

该看板主要的目的分析本次游戏各角色的订单的变化趋势，看是否会出现牛鞭效应。

该看板中的角色是允许自主选择显示，默认显示所有角色的数据，可通过点击图表下方的角色说明图标，使图标变成灰色，即不显示该角色的相关数据。

点评时可先将除客户外的角色全部设置为不显示，先看客户需求的变化趋势，然后再逐步显示各角色的订单数据曲线，看是否订单会随着下游需求变化出现逐级放大的趋势波动。

[费用分析]

该看板主要的目的是让团队成员比较各个角色的收入、成本、利润，看各个角色在本次游戏中是否赚取了较大的利润。同时分析成本支出的原因，成本支出主要包括三项 [采购成本]、[存货成本]、[缺货成本]，分析哪些指标过高，导致了利润的下滑。

注：一般情况下，库存积压和缺货是造成利润下滑的重要原因。

作为**游戏创建者**，可点击上图中 [换参数再玩] 按钮，将进入创建游戏界面，允许修改的参数包括：客户需求曲线，供应链信息透明模式、到货周期三个参数，同时系统会将所有参与本次游戏的用户自动带入下次游戏中，通过改变参数进行模拟的方式可达到对比并找出供应链牛鞭效应产生的重要因素，为教学提供数据依据。

教师点评功能:

教师作为游戏创建者可登录易木科技网站 www.easymoo.com，点击下图中的登录链接，选中微信登录的方式，直接扫描二维码登录，如下图所示：



登录后，在下图界面中点击 [易产品] 即可出线易木科技相关产品链接：



点击上图中的 [游戏结果分析] 链接，即可进入啤酒游戏数据分析界面，该界面默认显示当前登录用户最近五次创建的任务结果，该查询界面显示的数据为已经完成的遊戲数据。

啤酒游戏数据分析界面说明：



啤酒游戏数据分析

我的游戏

- 2016-06-01 18:39
2人/1组：用户1, 用户2
- 2016-05-31 17:03
15人/5组：用户1, 用户2, 用户3...
- 2016-05-31 16:45
18人/6组：用户1, 用户2, 用户3...
- 2016-05-31 11:52
1人/1组：用户1...
1人/1组：sleest



当前用户创建的游戏，最多显示 5 条游戏纪录。如果是通过 [换参数再玩] 功能创建的游戏将归并到同一发布时间中。

右侧图中显示的是通过 [换参数再玩] 功能进行的三次游戏数据，数据对比分为三个层面，分别是：



1、游戏总体分析
重点分析在不同参数下牛鞭效应对需求的放大效果。

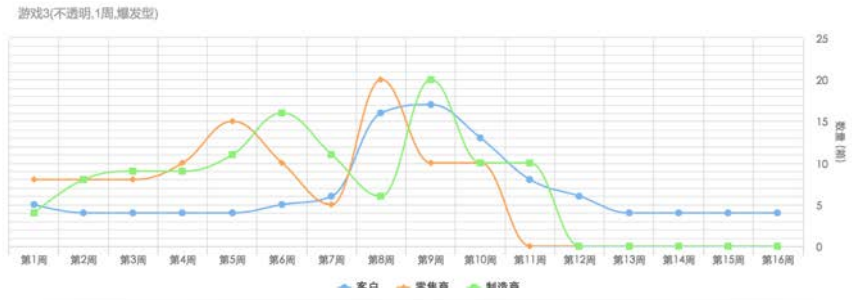
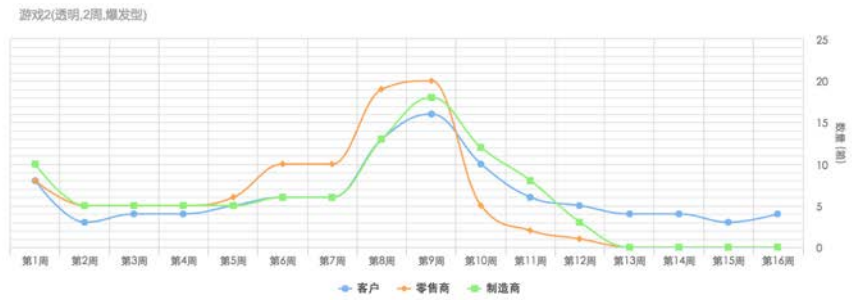
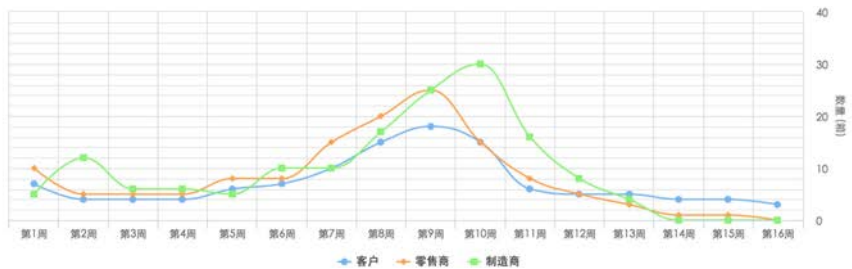
2、订货量对比分析
重点对比三次游戏的牛鞭效应反馈的差异，看 [信息共享] 和 [到货周期] 对牛鞭效应的影响程度

3、每箱流通成本对比
重点对比单箱商品的流通成本，通过这些可以有效的比较出 [信息共享] 和 [到货周期] 对整个供应链的影响程度。

1. 游戏总体分析

需求放大指数：指供应链中每级的需求放大百分比的平均值，需求放大百分比= (向上级订销量-接到的订单量) / 接到的订单量 * 100%
供应链总成本：欠货成本、堆存成本之和
每箱流通成本：供应链总成本/实际销售量。

#	参数描述	订货量分析						成本分析		
		客户	零售商	批发商	分销商	代理商	制造商	需求放大指数 %	供应链总成本	每箱流通成本
游戏1	不透明, 2周, 爆发型	117箱	146箱	-	-	-	166箱	16%	¥ 2,859.00	¥ 24.44
游戏2	透明, 2周, 爆发型	101箱	108箱	-	-	-	108箱	4%	¥ 2,196.00	¥ 21.74
游戏3	不透明, 1周, 爆发型	108箱	116箱	-	-	-	126箱	8%	¥ 2,147.00	¥ 19.88



3. 每箱流通成本对比

