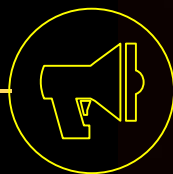


橙色行动（原名：橙汁游戏）

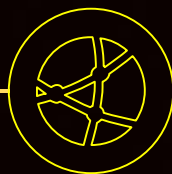
（一款著名的供应链模拟工具）



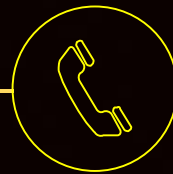
背景



橙色行动
（又称：橙汁游戏）



应用



案例



背景



➤ 背景一：国家对供应链管理和教育的重视

- 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》（国办发〔2017〕84号）。我国第一次将供应链上升到国家战略层面。
- 2018年4月，商务部等8部门发布《关于开展供应链创新与应用试点》的通知。
这年被认为是中国供应链元年
- 2019年3月，教育部的《教高函【2019】7号》首次同意在高校设置“供应链管理”专业。中国长期把“供应链管理”放在“物流专业”奇特现象发生转变

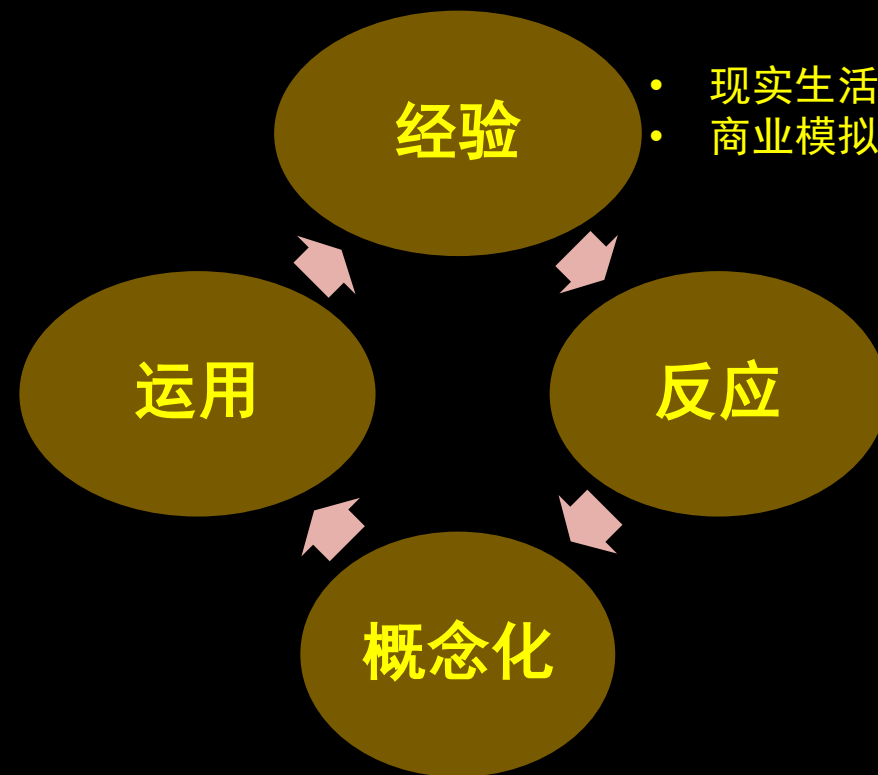
➤ 背景二：供应链知识的教学需要实训

• 教学痛点：

- 供应链管理知识体系庞大，学习耗时耗费
- 供应链管理需要实践体验，实训不可或缺

• 解决途径：

- 国外很多大学很早开始探索“严肃游戏”应用在供应链教学。
- 越来越多企业开始使用模拟沙盘对员工进行供应链管理技能的培训
- 包括APICS在内的国际著名供应链培训机构也在采用“严肃游戏”作为培训课道具，或者直接赞助供应链运营竞赛。



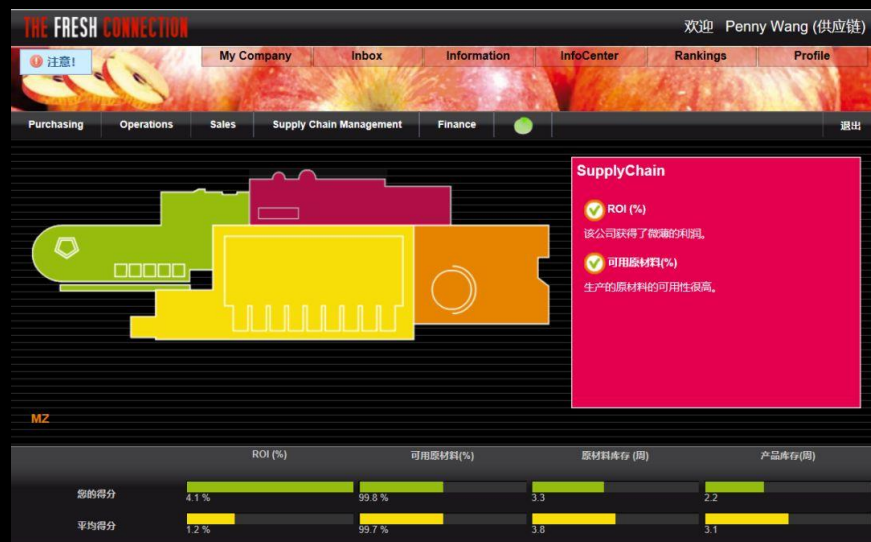
来源：Klabbers, *The Magic Circle, Principles of Gaming & Simulation*, 3rd Ed, 2009

➤ 背景三：供应链领域两款著名的“严肃游戏”

早在1960年，美国麻省理工大学（MIT）荣誉教授 Jay Forrester 设计并推出了一款供应链严肃游戏——“啤酒游戏”，生动呈现了供应链“牛鞭效应”，成为供应链领域经典教学工具。



2008年又一款供应链严肃游戏——橙色行动（又称“橙汁游戏”，The Fresh Connection）开始风靡全球。TFC 生动模拟了企业内部的供应链运营，成为又一款经典供应链教学工具



橙色行动

(原名：橙汁游戏)

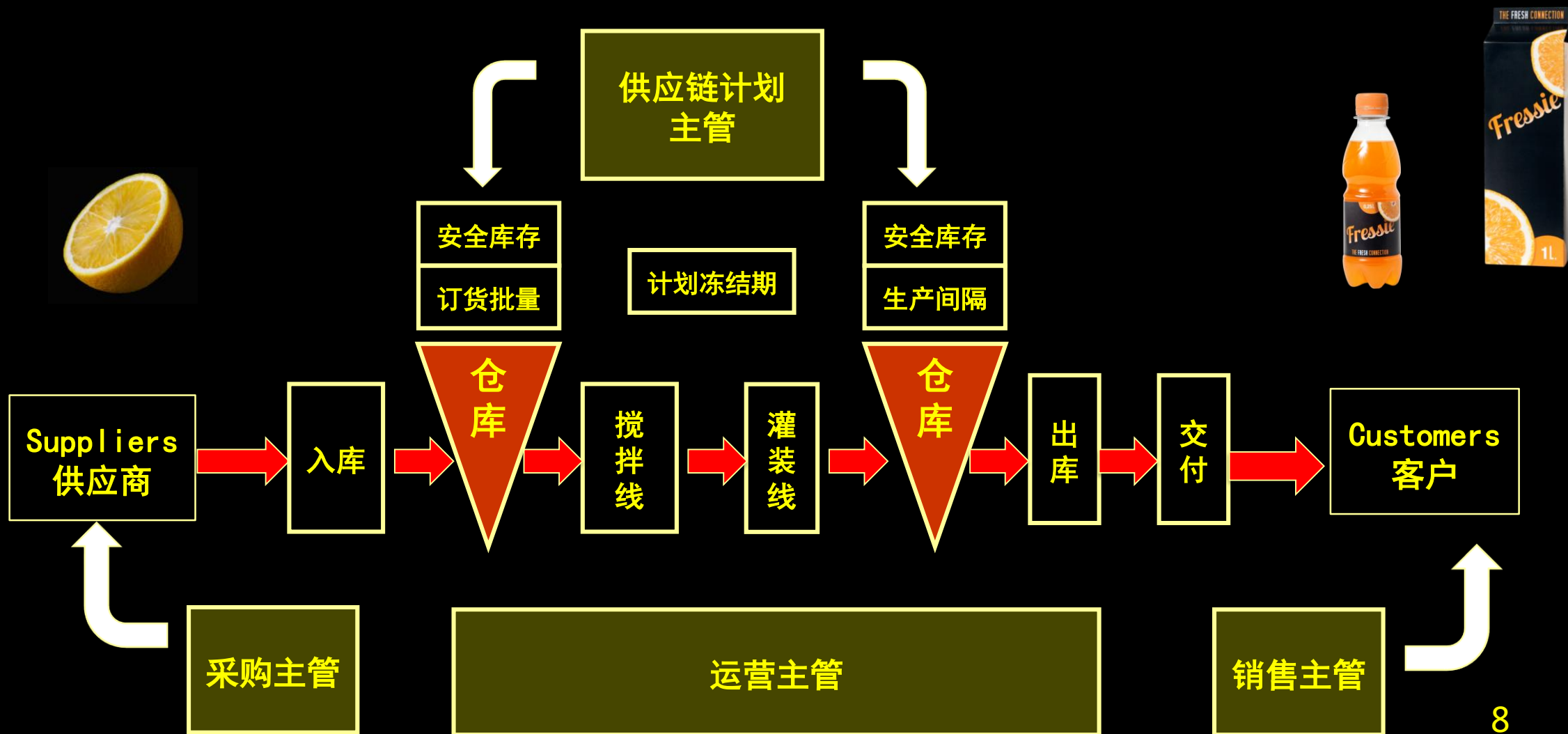


➤ 橙色行动：一款供应链教学的模拟工具

- 橙色行动（或称“橙汁游戏”）是荷兰 Inchainge 所有的一款供应链教学培训用教学模拟环境和道具。英文名字是“**THE FRESH CONNECTION**”，简称TFC。
- 游戏引人入胜在于：
 - 非常逼真地模拟了现实世界供应链运作。
 - 每轮场景各不相同，难度逐渐递增，竞技性非常强
 - 可以线上比赛，也可以作为线下教学的道具



➤ 橙色行动：模拟一家橙汁企业全供应链运营



➤ 橙色行动：需要四种角色的协同

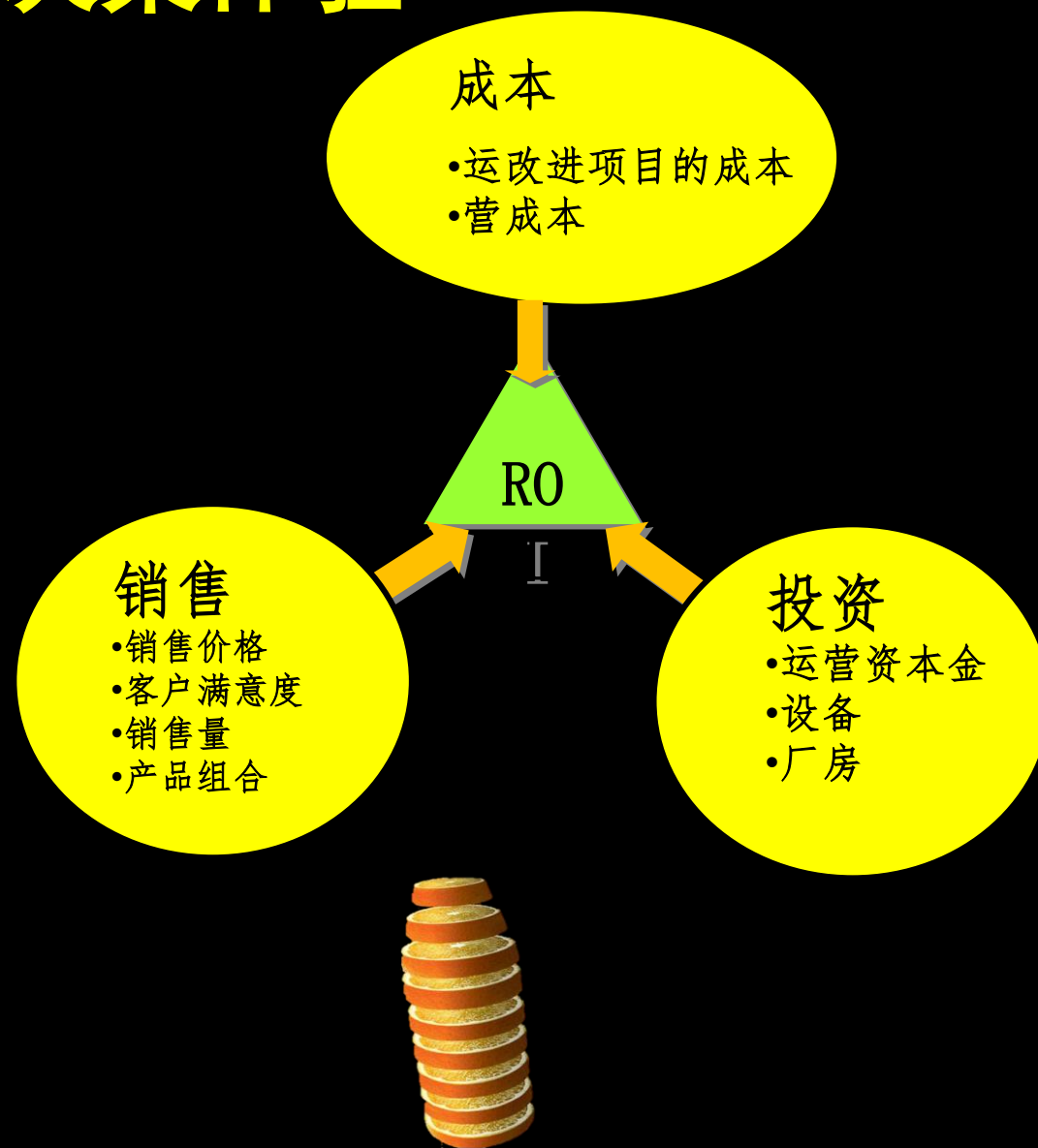


- 以投资回报(ROI)作为唯一胜负标准。可以多轮次模拟。每轮是半年的供应链运营。可以线上远程决策，也可以线下面对面决策。
- 每组需要四个人参与，分别扮演采购/销售/运营/供应链计划的部门主管：
 - **采购主管**：需要对采购和供应商相关的运作进行决策。例如：选择供应商，选择采购品质，谈判价格，采购单位量，支付条款和账期，供应商交付要求。还需要协同防止仓库爆仓，防止供应缺货等。
 - **运营主管**：需要对生产能力进行决策。例如：分配资源，决策生产能力【包括班次计划，产线维护计划】，计划出库能力，计划入库能力。
 - **计划主管**：需要对供应链计划进行决策。例如：确定计划冻结期，安全库存，仓库临时外包策略，采购批次量，补货策略
 - **销售主管**：需要对交付进行决策。例如：确定交付水平，订单交期，交付单位（按件，按托盘层，按托盘，按车），细分客户需求，促销决策，支付条款和账期。

➤ 橙色行动：全局和平衡的决策体验

可以帮助参与者建立对供应链运营的职业素养：

- 供应链战略的实际意义
- 如何定义供应链战略
- 供应链战略如何落实到各个供应链职能部门？
- 供应链职能部门之间的协同和平衡
- 供应链管理需要超越单个职能部门，从公司整体的角度来考虑问题
- 单个职能部门的成功并不意味着整体企业的成功



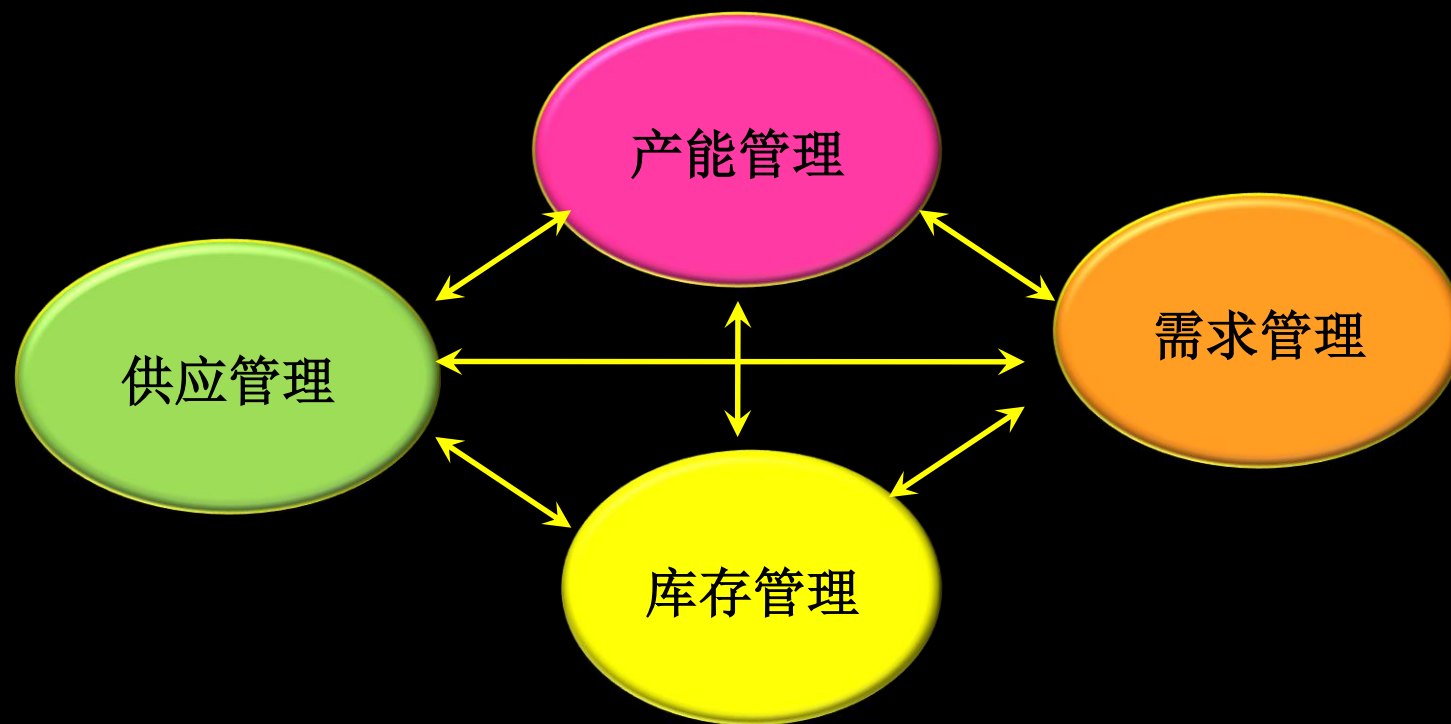
➤ 橙色行动：模拟多个管理职能领域的协同

- 涉及到的知识领域

- 采购和供应商管理逻辑
- 库存管理逻辑
- 需求管理逻辑
- 产能管理逻辑
- 供应链财务报表

- 可以体验到

- 供应链战略和SCOR框架
- 销售和运营的协同流程（S&OP）
- 库存调节供应链柔性
- 供应链全局思维和平衡思维
- 企业财务运营与供应链的关联
- 供应链运营精算



应用场景 & 合作



➤ 橙色行动的应用场景

供应链竞赛

- 每年有**供应链年度全球大赛**。分为学生商业赛和专业挑战赛。
- 企业或集团内的**供应链内赛**。
- 院校参与**学生商业模拟赛**。

院校教学

- 已被全球超过100家大学选择作为**供应链实训基础工具**。这包括中国的清华大学、上海大学、复旦大学、人民大学等。
- 被类似天津职业技能公共实训中心采纳作为**职业培训**的工具

职业培训

- 作为**团队建设的工具**。
- 企业内部**供应链培训课程**的实训道具。

橙色行动：获得方式和途径

1. “橙色行动”是运行在“云”端的供应链模拟（虚拟）环境。她不是可以安装在自己电脑上的软件。
2. 购买“橙色行动”其实就是购买“橙色行动”模拟环境的使用权。使用权以账号形式按照模拟的轮次和参与人数从以下渠道获得：

中国独家授权机构

www.phynz.com

TFC橙色行动运营平台

www.thefreshconnection.com.cn

荷兰TFC官网

www.thefreshconnection.biz

➤ 橙色行动运营平台其他服务内容

服务内容	服务介绍
公开课程	与合作伙伴合作，为客户提供专业的供应链培训课程，主要聚焦在供应链运营基础、供应链网络规划、库存管理、需求管理、精益生产、流程优化等领域。
定制课程	可以结合客户需求和客户实际情况，提供定制化的人才培养方案或供应链培训课程
讲师训练营	以全球教练认证机制为依托，为企业/院校培养内部讲师
课程设计	结合客户需求，提供课程策划、内容开发、课件设计、课程落地等相关服务
模拟账号	用低于全权50%以上的价格为中国大陆地区客户提供账号（以组为单位）
全球竞赛	组织中国地区的专业/大学的供应链竞赛，大赛对接全球
模拟辅导	为客户提供复盘辅导，包含研究数据报表、知识讲解、决策分析等

橙色行动：价格策略

- 所有中国大陆地区采用统一价格，只适合中国大陆地区使用；
- 最小销售单元是**组**[每组四个角色账号]；所有价格都是税前价。
- 企业标准版：
 - 单组三轮：2000元。一次性采购20组（含）以上，每组价格1600元。
 - 单组五轮：3000元。一次性采购20组（含）以上，每组价格2400元
- 院校标准版：
 - 单组6轮：1300元。一次性采购10组（含）以上，每组1000元
- 定制版：不在标准版的特殊配置需求。
 - 每组每轮：2000元



橙色行动：配置

层阶	主题	销售	供应链管理	运作	采购
一级	供应链理解	服务水平/订单交期	安全库存	班次/提高速度/托盘位置/FTE	配送时间窗口/配送可靠性
二级	供应链可靠性	保质期 交易单位	采购和生产的批次大小	设备管理	交易单位 供应商选择
三级	供应链相应度	支付条款	计划冻结期	Intake time/预防性保养/培训间断/原材料检验	支付条款/质量/运输方式
四级	供应链需求管理	促销压力/产品组合管理/预测/KPI选择	生产间隔/工具/KPI选择	资源选择/KPI 选择	双路采购/KPI 选择
五级	供应链协同	促销范围/VMI		仓储外包， 改变供应链模式	VMI 供应商开发培养
六级	供应链竞争	客户拍卖/R&D 保质期		拍卖资源	拍卖商/联合合同供应商

推荐的培训课程结构

TFC橙色行动课可以分为“半天”，“一天”，“二天”，“多天”的课程。以下是参考的课程设置，共课程设计者和讲师参考：

半天课程	一天课程	二天课程	多天课程
• 适合：团建活动。 • 参加人数：20-40人。根据人数可分为2-4个大组，每个组5-10人各自模拟一家公司运营。 • 决策方式：执行1-2轮集体投票决策，投票选项由现场教练给出。 • 橙色行动的模拟环境操作者：现场教练。	• 适合：普及型的供应链初级培训。 • 参加人数：20-32人。按照每四人一组分组，每组有独立一套账号，完全模拟一家公司。 • 决策方式：小组四人共同决策。以2轮为宜。 • 每轮可以由讲师进行复盘讲评，在复盘嵌入基础的供应链运营的逻辑知识点。	• 适合：企业供应链内训和公开课。 • 参加人数：20-32人。按照每四人一组分组，每组有独立一套账号，完全模拟一家公司。 • 决策方式：小组四人共同决策。以3轮为宜 • 每轮可以结合供应链培训课件内容由讲师进行复盘讲评。	• 适合：大学院校供应链的实训教学。 • 参加人数：学校课程设置的班级人数。每四人一组分组，每组有独立一套账号。 • 决策方式：结合老师的课堂理论教学，由学员在课堂上或课后集体讨论决策。以6轮为宜。每次课程一轮。

➤ 橙色行动的认证体系

- 橙色行动的教练分为黑带和橙带二级。
- 教练可以协助参与者更好地使用模拟环境
- 官方定期会开展橙带教练的认证培训



案例



➤ 橙色行动：在中国的足迹

“橙汁行动”正式推出

2008. 5

首次举办中国挑战赛

2013. 4-2013. 9

有20多家中国（含外资）企业参赛。包括 Johnson & Johnson，联想集团。
参与“橙汁行动”竞赛和体验的供应链中高级同仁人数突破100人。

首次在全球大赛获奖

2014. 9

可口可乐，美的，DHL，联想，中粮，富士康等著名公司参赛。中国冠军可口可乐代表中国参加在阿联酋迪拜的全球决赛，获得企业组亚军。
中山大学队获得全球学生组冠军。

中资企业崭露头角

2015. 3-2015. 9

中粮集团，海尔集团，巴斯夫，爱立信，无限极，强生，联想，中兴等超过20支队伍进入中国赛区决赛。中粮获得全球第四。

电商加入，直获全球亚军

2016. 9

京东派遣2只参赛队并获中国区冠亚军，在美国迈阿密决赛中又获得全球亚军。
首次出现物流企业与货主企业联手参赛。

全面开放给个人和社会团体

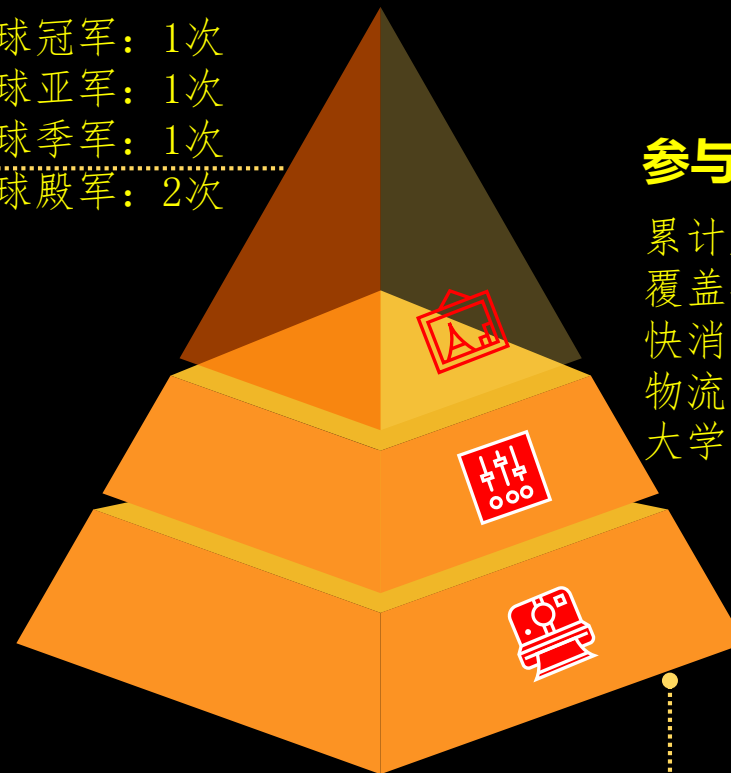
2018

获奖次数

全球冠军：1次
全球亚军：1次
全球季军：1次
全球殿军：2次

参与企业和学校

累计超过 300家
覆盖行业：制造业，
快消，信息技术，
物流，咨询服务，
大学院校等。

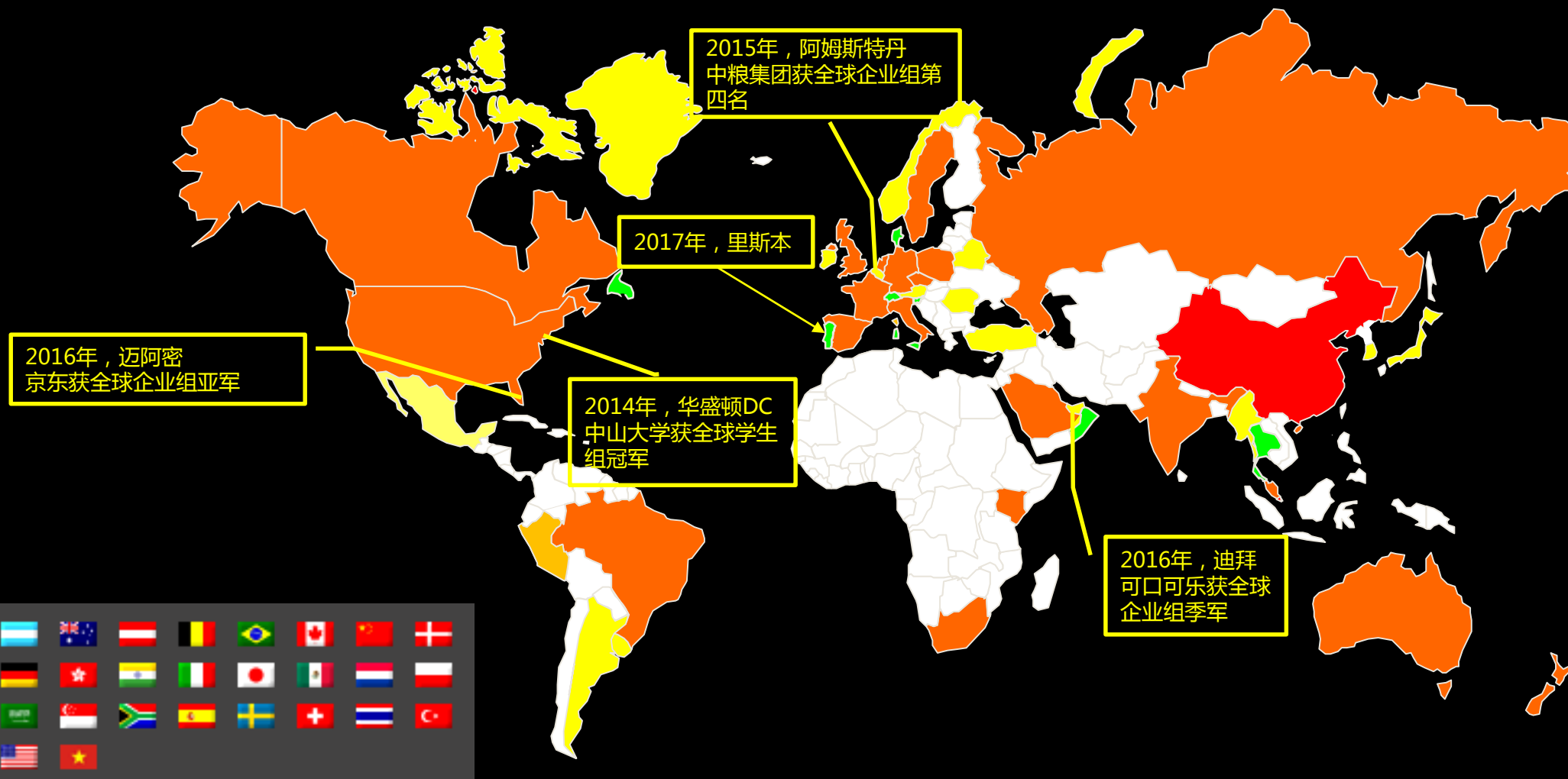


参与人数

累计超过8000人
年递增100%以上

🔗 橙色行动：全球分布

2008年至今们分布在50多个国家和地区，尤其以欧美地区和其他供应链管理和大学教育发达的国家为多。但是近三年，包括中国，印度，巴西，南非和俄罗斯在内的新兴发展中国家正在成为“橙子”迅速生长的区域。



➤ 橙色行动在中国分布



01

逐步从外企向民企和国企衍生

- 外资：30%
- 民企：45%
- 国企：11%
- 其他：14%

02

迅速从江浙沪向珠三角和北京发展

- 江浙沪：39%
- 珠三角：31%
- 京津冀：20%
- 其他：10%

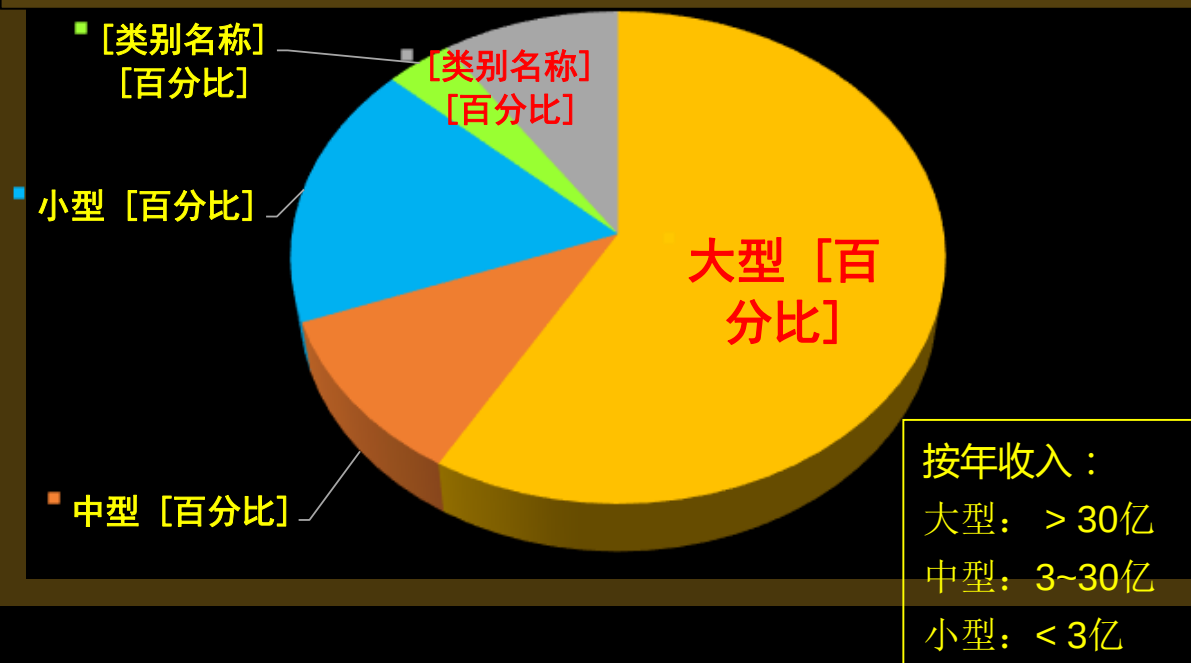
03

从制造向其他行业延伸

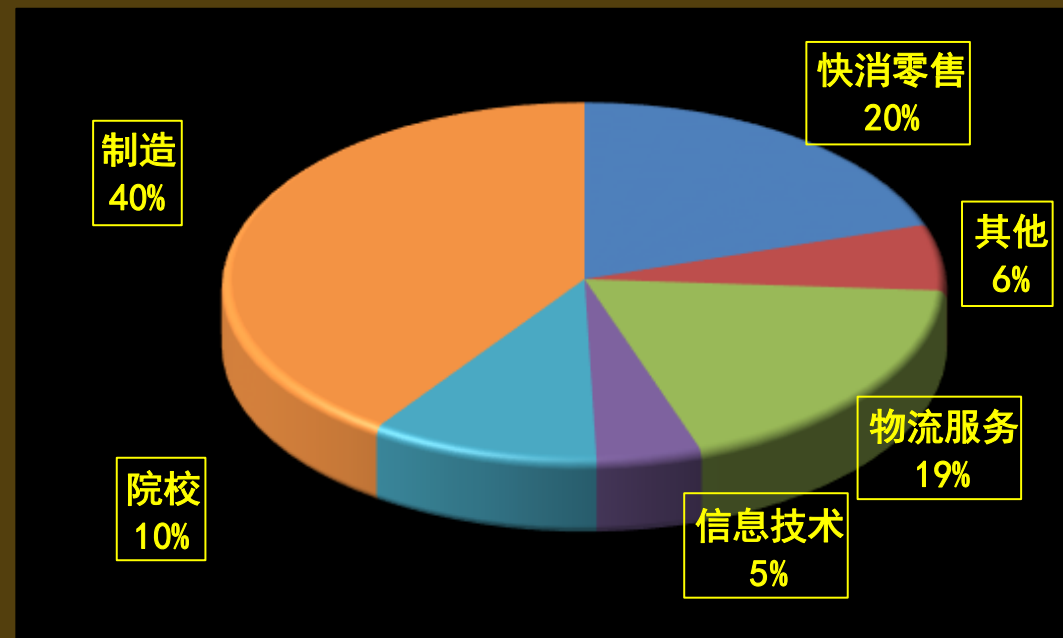
- 制造业：40%
- 快消品：20%
- 物流业：19%
- 院校：10%
- 其他：11%

➤ 橙色行动：参与人群

参与企业的规模分布



参与人员的行业分布



谁在体验“橙色行动”



部分企业



部分高校

部分案例

上海大学

- 采用橙色行动在供应链教学5年以上。
- 课程从最早的悉尼工商管理学院延伸到MBA和经济管理的专业中。
- 每年派遣学生参与全球的学生大赛，曾多次过的亚太和全球大赛的好成绩。



清华大学

工业工程系采用橙色行动在其本科生的实训课程中。

复旦大学， 人民大学

采用橙色行动（金融版）在其MBA课程中。

可口可乐（中国）

- 作为中层供应链管理人员内训工具。
- 委托讲师和教练进行内训辅导

京东集团

- 由京东大学组织，把橙色行动插入到所有供应链培训基础课中。
- 开展企业内赛，由各个子集团参加
- 在企业总决赛中邀请大学讲师评审
- 邀请大专院校的学生加入到每个赛队。

汉高

- 长期把橙汁游戏作为供应链培训的基础工具。
- 派对参加全球比赛。
- 把供应链e-learning与游戏结合在一起

联系我们

网站 : www.thefreshconnection.com.cn

微信号: 游理界

电话 : 021-60554322

: 13818803521

邮箱 : info@phynz.com

