

论文

基于微分对策的供应链合作广告决策研究

[张庶萍](#) [张世英](#)

(天津大学管理学院 天津 300072)

Abstract 针对供应链系统中制造商和零售商的合作广告计划问题,利用微分对策构建动态模型,分别研究制造商和零售商在合作和非合作条件下的广告策略.运用动态规划原理,分别得出静态反馈Nash均衡和反馈Stackelberg均衡.将两种均衡策略加以比较,结果显示合作广告计划是供应链系统中的一种协调和激励机制,可以提高两个渠道成员以及整个供应链系统的利润.

Keywords [供应链管理](#) [合作广告计划](#) [微分对策](#) [反馈Nash均衡](#) [反馈Stackelberg均衡](#)

收稿日期 2004-12-17 修回日期 2005-9-16

通讯作者 张庶萍

DOI

分类号