徐杜飞扬

48243401

管理科学作业三

1. 设库存为Q份

f(Q)=KR/Q+hQ/2=9000/Q+0.1Q>=60 (Q=300时取等号)

Q=400时 f(Q)=62.5

一年节省 2.5\*365=912.5 元

2.(1)设f(Q)=hQ/2+KR/Q

d2f/dQ2=2KRQ-3>0 故为凸函数。图见右

(2)由基本不等式 h\*Q/2=K\*R/Q 时函数取最小值

(3)当C>=sqrt(2KR/h)时 无影响，否则Q=C时为最优解

探索题：(知乎ID：的话说 <https://www.zhihu.com/people/de-hua-shuo> )

锤子科技去年亏损了5个亿，今年1-6月又亏了1个亿，现在再来重新品味罗永浩《一个理想主义者的创业故事 IV》演讲，不禁感叹世事无常。锤子科技一次又一次难以达到原本估计的目标，这让我不仅感觉问题并不是库存或是媒体本身，而是缺乏预判和预案，同时在营销模式上罗永浩还高估了他的影响力。

对于一个企业来说，风险评估是很重要的，在t1设计时就没有考虑到难以量产，良品率低的问题，并且在这些问题都没有保证能够解决的情况下，就开了发布会确定了发货日期，这在任何一个正常人看来都无异于自杀行为。在量产没有保障的情况下，付费订购就从好事变成了坏事。付费订购本来是确定订单数量的一个好方法，但是产能跟不上后这一点就失去了意义，反而变成了舆论的一个黑点。再加上罗永浩对舆论的掌控也不足，最后产品没达到目标，自己企业的品牌从“理想主义”的代名词变成了“笑话”的代名词。

在视频一开始罗永浩说在这两点上有做错，其实并没有说到点子上，我认为他真正的问题是短视，俗话说，“凡事预则立，不预则废”，没有对未来的各种情况的预计和正视可能出现的问题，下一次可能就会在别的地方跌跟头。

罗永浩在视频中说t2要屯10万部，我相信这句话只是随口一说，真正的库存还是要看市场调研，但是囤货是肯定有的。很不巧，因为Soc的问题，当这款手机发布的时候，使用了过气的配置和一个一般旗舰的价格，于是销量惨淡，接着就是关于销量的负面新闻不断爆出，而对于舆论，锤子公司似乎又一次缺位，同样的问题，锤子摔了两次跟头。

罗永浩在视频里自己也说，他能影响到的人都影响到了，所以要转去线下，这句话说得在我看来说得很有道理，但是现实却是我在卖场里还是很少能够看见锤子手机的身影，似乎他并不把线下销售放到很重要的位置上，然而纵观销量优秀的手机品牌，线下店面都多如牛毛，可以把大量的不熟悉互联网的用户吸引过来。特别是在三四线城市，低价手机占了更多的市场份额，而锤子可以算直接放弃了这一块市场。

罗永浩在互联网市场的表现也被他自己严重高估，实际上在我看来罗永浩也只能算是一个网红，网红红火的周期也是很短的，一遍又一遍的宣扬自己的理想主义，只会让本来中立的人变得厌烦，并不能增加他的拥护者。所以，锤子本身互联网市场上的口碑也不怎么好。

总结下来，在现实的社会中，罗永浩的“理想主义”，在我看来，不过战略上的懒惰而已。