

<<电子商务物流与实务>>

图书基本信息

书名：<<电子商务物流与实务>>

13位ISBN编号：9787122042989

10位ISBN编号：7122042987

出版时间：2009-3

出版时间：化学工业出版社

作者：周训武 编

页数：277

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<电子商务物流与实务>>

前言

电子商务作为一种新兴的商务活动，毋庸置疑已得到了世界各国的高度重视。

“物流”作为电子商务各种基本“流”中的一种，已成为制约电子商务发展的“瓶颈”。

如何突破这个“瓶颈”？

人们越来越认识到，电子商务必须以高效和可靠的物流运作作为保证，才具有实际可行性。

因此，“物流”近几年来在世界各国也得到迅猛发展，如何将二者有机的结合起来呢？

本书就是在这样的一个时代背景下，面向未来，应运而生。

本书以突出能力为本位，除去繁琐的理论，做到理论够用，注重实用性和应用性。

具体来说，具有以下特点。

1.教材结构新颖，体现了能力本位。

每一章的前面都有一个引导案例来激发读者学习本章的兴趣，每一章后面都附有实务训练和习题，通过这些训练来提高学生运用知识的能力，从而提高学生的职业核心能力。

2.教材所涉及的物流概念尽量采用国家标准和行业习惯。

3.教材尽量使电子商务与物流这两个不同领域的内容紧密结合，避免分开论述。

4.物流与电子商务的紧密结合，离不开现代的物流设施和设备，而许多读者对现代物流设施和设备概念并不强，同时由于专业的限制，并不是任何读者都会去专门学习“物流装备和技术”，为了解决这个矛盾，本书专门利用第8章介绍了常用的物流设施与设备。

这样有利于读者对其他各章节的学习和理解。

<<电子商务物流与实务>>

内容概要

全书共分为10章，主要介绍了电子商务与现代物流、电子商务物流模式、物流的基本活动、物流辅助作业、物流信息技术、企业物流、国际物流、物流设施与设备、物流综合管理、电子商务和供应链管理。

本书结合了国内外先进的理论与实践应用，注重电子商务与物流的结合，每章前面设有引导案例，来指导读者对本章知识点的学习，对于一些比较抽象的知识点，书中又结合一些小型的案例来使之具体化和通俗化。

结合具体的知识点，每一章后面都附有实务训练和习题，通过这些训练来提高学生运用知识的能力，从而提高学生的职业核心能力。

本书内容充实新颖，有创新精神，可操作性强。

本书主要作为应用型本科层次物流管理、电子商务和市场营销等专业的教材，同时也可作为高职高专物流管理、电子商务和市场营销等专业的教材，对于中职或中技学生来说，书中打*号章节可以不讲，本书还可作为企事业单位物流与管理从业人员的培训和参考用书。

书籍目录

第1章 电子商务与现代物流 引例1 海尔先进的物流信息系统助飞其电子商务业务 1.1 现代物流概述
1.1.1 物流的概念和分类 1.1.2 物流系统和要素 1.1.3 物流与商流、信息流的关系 1.2 现代物流与我国物流业的现状 1.2.1 现代物流发展过程 1.2.2 现代物流发展趋势 1.2.3 我国物流产业的发展现状 1.3 电子商务与物流的关系 1.3.1 电子商务对物流活动的影响 1.3.2 物流对电子商务的影响 1.3.3 电子商务发展的物流瓶颈 1.3.4 电子商务物流的特点和发展趋势 实务训练1 习题1第2章 电子商务物流模式 引例2 中国第三方物流的典型代表——招商局物流 2.1 电子商务环境下的自营物流 2.1.1 自营物流的含义 2.1.2 自营物流的优势 2.1.3 自营物流的弊端 2.2 电子商务下的第三方物流 2.2.1 第三方物流的含义 2.2.2 第三方物流的基本特征 2.2.3 我国第三方物流的发展状况 2.2.4 我国企业选择第三方物流的主要标准 2.3 新型物流 2.3.1 第四方物流 2.3.2 电子物流 2.3.3 绿色物流 实务训练2 习题2第3章 物流的基本活动 引例3 奔骏物流运输有限公司的物流基本活动 3.1 运输 3.1.1 运输的含义 3.1.2 运输的作用 3.1.3 运输的方式 3.1.4 运输合理化 3.1.5 集装箱运输 3.2 仓储管理与库存控制 3.2.1 仓储管理 3.2.2 库存概述 3.2.3 库存控制方式 3.2.4 “牛鞭效应”的产生及其解决方法 3.3 电子商务环境下的配送 3.3.1 配送的含义及分类 3.3.2 配送中心 3.3.3 配送的方法 实务训练3 习题3第4章 物流辅助作业 引例4 云南双鹤药业仓储系统的合理化改造 4.1 装卸搬运 4.1.1 装卸搬运的含义 4.1.2 装卸搬运的作用及分类 4.1.3 装卸搬运的基本原则 4.1.4 货物的装卸搬运活性指数 4.1.5 装卸搬运合理化 4.2 包装 4.2.1 包装的概念 4.2.2 包装的作用 4.2.3 包装的类型 4.2.4 包装材料 4.2.5 包装标志 4.2.6 包装合理化 4.3 流通加工 4.3.1 流通加工的含义 4.3.2 流通加工的作用第5章 物流信息技术第6章 企业物流第7章 国际物流第8章 物流设施与设备第9章 物流综合管理第10章 电子商务和供应链管理参考文献

章节摘录

第2章 电子商务物流模式 2.1 电子商务环境下的自营物流 2.1.2 自营物流的优势 同第三方物流相比较, 自营物流的优点正好弥补了第三方物流的缺点, 而第三方物流的优势也恰好是自营物流所不具备的。

自营物流的优势包括以下几方面 掌握控制权, 可以将物流服务的主动权牢牢掌握在自己手中, 提高企业的竞争力。

对于企业内部的采购、制造和销售环节, 原材料和产成品的性能、规格, 供应商以及销售商的经营能力, 企业自身掌握最详尽的资料。

企业自营物流, 可以运用自身掌握的资料有效协调物流活动的各个环节, 能以较快的速度解决物流活动管理过程中出现的问题, 获得供应商、销售商以及最终顾客的第一手信息, 以便随时调整自己的经营战略。

例如亚马逊网站出巨资建立遍布美国重要城市的配送中心。

盘活企业原有资产。

据统计, 目前生产企业中73%的企业拥有汽车车队, 73%的企业拥有仓库, 33%的企业拥有机械化装卸设备, 3%的企业拥有铁路专用线。

企业选择自营物流, 可以在改造企业经营管理结构和机制的基础上盘活原有物流资源, 带动资金流转, 为企业创造利润空间。

降低交易成本。

选择物流第三方, 由于信息的不对称性, 企业无法完全掌握物流服务商完整、真实的资料。

而企业通过内部行政权力控制原材料的采购和产成品的销售, 不必为运输、仓储、配送和售后服务的佣金问题进行谈判, 避免多次交易花费以及交易结果的不确定性, 降低交易风险, 减少交易费用。

提高企业品牌价值。

企业自建物流系统, 就能够自主控制营销活动, 一方面可以亲自为顾客服务到家, 使顾客近距离了解企业、熟悉产品; 另一方面, 企业可以掌握最新的顾客信息和市场信息, 并根据顾客需求和市场发展动向对战略方案作出调整。

企业自己掌握了交易的最后环节, 有利于控制交易的时间。

对企业来说能够产生规模经济, 在物流行业占据一席之地, 增加企业利润。

<<电子商务物流与实务>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>