

<<食品供应链管理>>

图书基本信息

书名：<<食品供应链管理>>

13位ISBN编号：9787501971367

10位ISBN编号：7501971366

出版时间：2010-2

出版时间：轻工

作者：(英)鲍拉基斯//韦特曼|译者:陈锦权

页数：174

译者：陈锦权

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>

<<食品供应链管理>>

前言

近几年来，供应链管理无疑已逐渐被提升到更高的议事日程，并且已被大家广泛认识。建立完善的供应链是许多企业减少支出和改善服务质量的秘诀所在。

对供应链管理的认识如此之迟主要有以下几方面的原因。

首先，过去的商业模式一般都是根据一种哲学体系上的纵向一体化。

通过上下游的设施和活动是由一个组织所拥有和管理。

如今，这样的模式已经改变了。

我们现在所讨论的外购是除了核心业务以外的所有外购活动。

然而外购的程度如此复杂，以致某些情况下我们不能简单地称为供应链，而应是供应“网”。

第二个供应链复杂性的驱动是行业的全球化。

不久前它是“地方对地方”的制造及分销模式，现在的全球采购和重点制造业的设施通常都越来越少但却越来越大。

同时，全球化采购和重点制造的动机显然是在寻求降低单位成本。

可以认为，这种针对成本的观点过于狭隘，整体上影响了业务的筹备时间，而且业务也容易被破坏。

第三个因素是与食品工业相关的，那就是零售商对供应商不断增长的需求，这需求比任何时候都更强大。

如今零售强度不断增长是许多市场面临的无法改变的现实。

正如我们所看到的，越来越多的全球性零售商，希望有更好的并能及时运输更高质量产品的供应商能够为他们量身定制物流解决方案。

这意味着供应商必须重温供应链战略。

在供应链急剧变化的背景下，对食品供应链的资料进行收集、分析并出版是非常及时且必要的。温饱的问题每天都必须面对，没有比这更重要的事情了。

令人惊讶的是，对于这与食品生产和分配同样重要的事情，除了在这一领域工作的小团体专家之外，很少有人关注。

当这个体系努力保持着它的可用性、便利性以及保护它成为典型的新型食品供应体系时，我相信这将促使这个忽视被改善。

<<食品供应链管理>>

内容概要

食品供应链是食品生产和流通过程中涉及将产品或服务提供给最终用户活动的上游与下游企业所形成的网链结构。

本书一书围绕供应链作出了全面阐述，为供应链管理人员提供一定的理论参考，推动了这一重要领域研究的发展。

本书内容包括食品消费者、风险感知和食品安全.采购、畜牧系统和作物生产，食品制造、零售、批发和餐饮业。

详细阐述了超市供应链网络，第三方物流，供应链的温度控制，有机食品和美国食品供应链。

最后一章对食品供应链管理的未来做了展望。

本书的作者Michael Bourlakis和Paul weightman是这一研究领域的佼佼者。

本书的内容将为食品企业和学术机构中食品供应链领域的研究者提供有力的帮助并激发他们的研究兴趣，这些研究者包括农业科学家、食品科学家和食品工艺师.以及修读这一专业的学生。

此书值得相关大学图书馆和研究所收藏。

本书特点： 本书遵循“从农场到餐桌”的主线进行阐述。

每一章均以目的和介绍作为开头，并以为学生的思考问题作为结尾。

<<食品供应链管理>>

作者简介

英国泰恩河畔纽卡斯尔大学农业、食品与农村发展学院食品营销的讲师。
他毕业于雅典经济商业大学的工商管理专业，并获得爱丁堡大学工商管理硕士及博士学位。
他是莱斯特大学管理中心和牛津大学邓普顿(Templeton)学院零售管理研究所的副研究员。
他的研究方向包括零售物流、农业物流和食品供应链管理。
他在很多关于物流、供应链管理、营销方面的刊物上发表文章。
他也是国际级刊物《供应链管理》编辑部的成员。

泰恩河畔纽卡斯尔大学的讲师。
他获得达勒姆(Durham)大学农业科学的学士学位，剑桥大学农业经济学的硕士学位以及美国康奈尔大学农场与商业管理的博士学位。
他到处发表演讲，在美国农业部讲授了20世纪70年代的欧盟扩张对英国农业发展的隐含意义，在马拉维(Malawi)的海外开发署讲授了中欧在1989—1993年期间交易中的农场商业调查和管理。
他是克利夫兰、北约克郡的兼职耕作农民。
自从1996年起，他是葡萄牙一家农业企业的主管，负责为英国多类零售商提供冬天的沙拉，并为欧洲大陆和斯堪的纳维亚市场提供花卉。
他目前的研究方向是食品的质量保证及可追溯性。

<<食品供应链管理>>

书籍目录

第一章 英国食品供应链概述第二章 消费者及食品供应链第三章 食品供应链中的产品安全和风险感知第四章 21世纪初食品和饮料工业采购第五章 英国畜牧业系统第六章 英国农作物生产第七章 食品制造第八章 食品的零售、批发和餐饮业第九章 英国超市供应网的合作与联盟第十章 食品供应链管理中新产品发展和信息化技术：“Tesco”案例第十一章 食品供应链中的第三方物流第十二章 控温供应链第十三章 有机食品供应和需求的影响因素第十四章 美国食品供应链第十五章 食品供应链管理的展望

<<食品供应链管理>>

章节摘录

美国农业部的研究表明,对较大的食品公司来说,外商直接投资(FDI)已成为一个日益重要的战略,特别是那些想向海外扩张的美国公司,如菲利浦莫里斯、康家、百事可乐、可口可乐、嘉吉、泰森、玛氏、亨氏、莎莉和凯乐士;欧洲公司,如联合利华、雀巢、达能、帕玛拉特和吉百利,利用外国直接投资,以投资海外生产,而不是从国内通过船舶运输产品。Boiling和Somwaru(2001)指出公司利用外商直接投资以避免贸易壁垒,有机会获得廉价的资源,并量身订造符合当地人口味的在其他市场销售的产品。这些是食品加工业特别重要的因素。

虽然不少媒体谈论全球化食品口味的变化,即使在相当温和的地理区域(如欧盟)差异也很大,因此国际食品公司需要建立全球性品牌。这为中小型规模的食品生产企业提供了利用当地或者区域的“英雄”品牌的机会,如果大公司削减他们的品牌组合,并专注于有泛领土潜力的品牌产品,那么这种机会将会不断增加。

在英国,许多主要食品和饮料的品牌是由多个跨国公司所拥有,这个问题在全球范围内专注的产品种类领域里占主导地位(表7.2)。

例如,玛氏的巧克力糖果和宠物食品、联合利华的冷冻食品产品和人造黄油、可口可乐公司的可口可乐和其他非酒精饮料、百事公司的休闲食品等。

近几十年来,经过在市场营销研究与发展的投资,这些公司已建立了牢不可破的市场地位(R&D)。实践证明,在英国,前100名杂货品牌只有10%是在过去10年里(基于销售额)推出的,而65%的品牌是在30年或者更早前导入英国市场的(图7.1)。

2002年7月雀巢公司的合资企业与欧莱雅化妆品公司的联合显示未来全球联盟在食品工业中发展的方向。

现在,这两个全球性公司正在合作生产具有美容作用的功能食品(如柔软、无皱皮等),并提倡“吃什么,长什么”的理念。

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>