

<<电子商务与物流>>

图书基本信息

书名：<<电子商务与物流>>

13位ISBN编号：9787030241474

10位ISBN编号：7030241479

出版时间：2009-3

出版时间：科学出版社

作者：王维民 主编

页数：174

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>

前言

随着Internet在全世界的飞速发展,电子商务作为在Internet上最大的应用领域,已经广泛地引起了世界各国政府的重视和支持,引起了企业界和民众的关注并得到了快速的发展。

在电子商务发展的初期,对电子商务内涵的认识还不深入,人们十分强调电子商务中信息流和资金流的网络化和电子化,并不重视物流的电子化过程,而认为对于大多数在网上销售的商品和服务来说,物流的过程仍然可以经由传统的经销渠道来完成,可以不必对其做更多的研究。

但随着电子商务的进一步推广与应用,物流在电子商务活动中的重要性和其所产生的影响就变得日益明显。

电子商务的任何一笔网上交易,都必须涉及信息流、商流、资金流和物流等这几种基本的“流”,而物流作为整个交易的最后一个过程,其执行结果的好坏将对交易的成败起着十分重要的作用。

物流对电子商务的制约作用,已成为各国发展电子商务的瓶颈问题,在物流业不发达的我国尤为突出。

电子商务物流瓶颈问题在我国的主要表现是在网上实现商流活动之后,没有一个有效的物流系统对实物的转移提供高效率的服务,成本过高、速度过慢,服务无法控制和保证,对出现的问题响应太慢。

例如,在1999年9月,有关媒体为了测试一下当时国内的网上购物环境,组织了一次72小时的网上生存试验,但试验的结果并不理想,出现了不少的问题,而物流配送是最大的问题之一。

在试验期间,有些参试者在网上订货后两个月甚至半年才接到所订物品。

在此后进行的一次市场调查证实中,人们最关注的热点问题恰恰是网上交易的送货时间与安全,这再次使人们认识到物流在电子商务活动中的重要地位,认识到现代化的物流过程是电子商务活动不可缺少的部分。

本书以“理论知识-实务应用”为主线,全面、系统地阐述了电子商务与现代物流的关系。

本书内容共分七章,具体的编写分工如下:第1章由河北经济管理学校的赵金辉编写,第2章由深圳市宝安区职业技术学校的王军华编写,第3、6章由河北经济管理学校的王根海编写,第4、5、7章由河北经济管理学校的王维民编写。

本书在编写过程中,参考了国内外有关的论著、教材和报纸杂志,在此谨向这些作者致以真诚的谢意。

<<电子商务与物流>>

内容概要

本书以“理论知识—实务应用”为主线来编写，突出电子商务下的物流实用能力的训练，介绍了电子商务物流的基本理论和操作技能。

本书内容实用、新颖，形式清晰、多样。

书中各章配有小结、思考与练习。

本书由于引用了大量的企业资料，因此阅读起来更加直观、容易理解和掌握。

本书主要从电子商务与现代物流的关系入手，系统地介绍了电子商务环境下如何开展现代物流管理，首先介绍了电子商务与现代物流的基本概念，通过探讨电子商务与现代物流的关系，对电子商务技术基础、电子商务框架与模式、电子商务物流系统、电子商务生产物流计划控制、电子商务环境下的物流模式、电子商务与供应链管理等内容进行了详尽的论述，强调物流网络营销和电子商务环境下的物流模式的重要性。

本书可作为中职中专物流管理专业的教材，也可供物流专业人士或企事业单位物流工作人员参考。

书籍目录

第1章 电子商务与现代物流 1.1 电子商务的基本概念 1.1.1 电子商务的产生 1.1.2 什么是电子商务 1.1.3 为什么要开展电子商务 1.1.4 如何开展电子商务 1.1.5 电子商务应用技术 1.2 现代物流的基本概念 1.2.1 物流的基本概念 1.2.2 配送需求计划 1.2.3 现代物流的最新特点 1.2.4 供应链概述 1.3 电子商务与现代物流的关系 1.3.1 电子商务平台上的物流 1.3.2 电子商务应用于物流业的基本模式 1.3.3 电子商务的物流管理模式——供应链管理 本章小结 思考与练习第2章 电子商务技术基础 2.1 计算机网络技术基础 2.1.1 什么是计算机网络 2.1.2 计算机网络的分类 2.1.3 数据通信 2.2 商务网站的建设与维护 2.2.1 专业内容服务网站的发展思路 2.2.2 专业内容服务网站的服务内容 2.2.3 专业内容服务网站的技术构架 2.2.4 数据存取中间件技术 2.2.5 专业内容服务网站的实例 本章小结 思考与练习第3章 电子商务框架与模式 3.1 电子商务的应用框架 3.1.1 电子商务的基本框架 3.1.2 电子商务的应用框架 3.2 电子商务的交易模式 3.2.1 B to C电子商务 3.2.2 B to B电子商务 3.2.3 B to G电子商务 3.2.4 C to C电子商务 3.2.5 电子商务未来的发展趋势 本章小结 思考与练习第4章 电子商务物流系统 4.1 电子商务物流系统概述 4.1.1 电子商务物流系统的定义 4.1.2 电子商务物流系统的特点 4.1.3 电子商务物流系统的发展趋势 4.2 电子商务物流作业系统 4.2.1 电子商务物流作业系统的概念 4.2.2 电子商务物流作业系统的目标 4.2.3 运输作业 4.2.4 搬运作业 4.2.5 包装作业 4.2.6 流通加工作业 4.3 电子商务物流信息系统 4.3.1 物流信息 4.3.2 电子商务物流信息系统的概念 4.3.3 电子商务物流信息系统的体系结构 4.3.4 电子商务物流信息系统的设计 4.3.5 物流信息化发展现状与趋势 本章小结 思考与练习第5章 电子商务生产物流计划控制 5.1 生产物流概述 5.1.1 生产物流 5.1.2 生产物流计划 5.1.3 生产物流控制 5.1.4 生产企业物流成本控制 5.2 物料需求计划 5.2.1 从MRP到MRP 5.2.2 物料需求计划的概念 5.2.3 物料需求计划的特点 5.2.4 物料需求计划的制定 5.3 准时制生产 5.3.1 准时制生产的发展历史 5.3.2 T核心思想 5.3.3 T实现目标 5.3.4 T实施手段 5.3.5 T与看板管理 5.3.6 T的质量保证 5.3.7 T成功因素与未来发展 5.4 企业资源计划 5.4.1 ERP系统的概念及其管理思想 5.4.2 ERP系统的技术实现 5.4.3 企业应用ERP系统的目标 5.4.4 实施ERP系统的模式与方法 本章小结 思考与练习第6章 电子商务环境下的物流模式 6.1 电子商务环境下的物流模式概述 6.1.1 物流是电子商务的重要组成部分 6.1.2 电子商务环境下的基本物流模式 6.1.3 电子商务环境下的物流管理新模式 6.1.4 电子商务环境下物流模式的应用 6.2 物流一体化 6.2.1 物流一体化的概念 6.2.2 物流一体化的发展 6.2.3 物流一体化的优势 6.2.4 物流一体化管理的内涵 6.2.5 物流一体化管理的原理 6.2.6 实施物流一体化管理的前提条件 6.2.7 物流一体化管理的应用 6.3 第三方物流 6.3.1 第三方物流概述 6.3.2 第三方物流的优势 6.3.3 电子商务下的第三方物流 6.3.4 第三方物流与物流一体化 6.3.5 电子商务下的第三方物流的应用 本章小结 思考与练习第7章 电子商务与供应链管理 7.1 供应链管理概述 7.1.1 供应链管理产生的背景 7.1.2 供应链管理的含义 7.1.3 供应链管理的作用 7.1.4 供应链管理的原则 7.1.5 电子商务促进供应链管理的发展 7.1.6 基于电子商务的供应链管理的原理及模式 7.2 电子商务供应链管理的策略 7.2.1 快速响应 7.2.2 有效客户响应 7.2.3 电子订货系统 7.3 电子商务企业的业务流程再造 7.3.1 BPR产生的背景 7.3.2 BPR的定义 7.3.3 BPR的特征 7.3.4 BPR对我国企业组织的影响 7.3.5 现有企业实施BPR的误区 本章小结 思考与练习参考文献

<<电子商务与物流>>

章节摘录

第1章 电子商务与现代物流 电子商务并非新兴之物。

早在1839年，当电视刚出现的时候，人们就开始了运用电子手段进行商务活动的讨论。当贸易开始以莫尔斯码点和线的形式传输的时候，就标志着运用电子手段进行商务活动新纪元的开始。

电子商务是20世纪信息化、网络化的产物，电子商务中的任何一笔交易，都包含着几种基本的“流”，即信息流、商流、资金流和物流。

过去，人们对电子商务过程的认识往往只局限于信息流、商流和资金流的电子化、网络化，而忽视了物流的电子化过程，物流仍然可以由传统的经销渠道完成。

但随着电子商务的进一步推广与应用，物流的重要性对电子商务活动的影响将日益明显。

21世纪是一个以计算机技术和知识经济为核心的信息化时代。

随着计算机技术和网络技术的快速发展以及因特网在全球的普及，电子商务（electronic commerce，EC）已成为一种新型的企业经营方式。

电子商务是人类经济、科技、文化发展的必然产物，是信息化社会的商务模式和未来。

电子商务作为计算机技术与现代经济贸易相结合的产物，已经成为人类社会进入知识经济、网络经济以及信息化时代的重要标志。

从宏观上看，电子商务是通过计算机和网络技术建立起来的一种新的经济秩序，它不仅涉及电子技术和商业交易本身，而且涉及金融、税务、教育等社会其他领域；从微观上看，电子商务是指生产企业、商贸企业、金融机构、税务机构、政府机构、消费者等具有商业活动能力的实体，利用计算机和网络技术进行的各种商业贸易活动。

目前的我国的电子商务正处在稳步发展的阶段，它既是企业发展的外部环境，也是企业发展的有力工具和手段。

在电子商务环境下，几乎所有有实力的企业都在Internet上建立了自己的电子商务网站。

各个企业都在网站上介绍自己的企业、提供企业各种信息，展示自己的产品和服务，有的还提供电子交易手段、进行网上交易。

一般的企业网站都提供了客户服务模式为用户登录拜访、信息查询、技术支持提供服务。

这些网站可以面向广大消费者、广大的实际企业进行业务往来、交易活动以及服务活动等。

所有这些企业的电子商务网站就构成了网上的企业世界，他们都是社会上的实际企业在网上世界的虚拟，都是现实企业在网上社会的“替身”，包括其形象和运作状况模式，也包括企业之间的互相交易和业务来往、信息沟通等。

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>