

<<电子商务与现代物流>>

图书基本信息

书名：<<电子商务与现代物流>>

13位ISBN编号：9787505828599

10位ISBN编号：7505828592

出版时间：2002-1

出版时间：默认值

作者：何明珂 编

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

当您开始阅读本书时，人类已经迈入了21世纪。

这是一个变幻难测的世纪，这是一个催人奋进的时代。

科学技术飞速发展，知识更替日新月异。

希望、困惑、机遇、挑战，随时随地都有可能出现在每一个社会成员的生活之中。

抓住机遇、寻求发展、迎接挑战、适应变化的制胜法宝就是学习——依靠自己学习、终生学习。

作为我国高等教育组成部分的自学考试，其职责就是在高等教育这个水平上倡导自学、鼓励自学、帮助自学、推动自学，为每一个自学者铺就成才之路。

组织编写供读者学习的教材就是履行这个职责的重要环节。

毫无疑问，这种教材应当适合自学，应当有利于学习者掌握、了解新知识、新信息，有利于学习者增强创新意识、培养实践能力、形成自学能力，也有利于学习者学以致用、解决实际工作中所遇到的问题。

具有如此特点的书，我们虽然沿用了“教材”这个概念，但它与那种仅供教师讲、学生听，教师不讲、学生不懂，以“教”为中心的教科书相比，已经在内容安排、形式体例、行文风格等方面都大不相同了。

希望读者对此有所了解，以便从一开始就树立起依靠自己学习的坚定信念，不断探索适合自己的学习方法，充分利用已有的知识基础和实际工作经验，最大限度地发挥自己的潜能，以达到学习的目标。

欢迎读者提出意见和建议。

祝每一位读者自学成功。

## <<电子商务与现代物流>>

### 内容概要

《电子商务与现代物流》作为我国高等教育组成部分的自学考试，其职责就是在高等教育这个水平上倡导自学、鼓励自学、帮助自学、推动自学，为每一个自学者铺就成才之路。

组织编写供读者学习的教材就是履行这个职责的重要环节。

毫无疑问，这种教材应当适合自学，应当有利于学习者掌握、了解新知识、新信息，有利于学习者增强创新意识、培养实践能力、形成自学能力，也有利于学习者学以致用、解决实际工作中所遇到的问题。

## <<电子商务与现代物流>>

### 书籍目录

第1章 电子商务与现代物流1.1 物流和电子商务的关系1.2 中国电子商务配送需求与供给之间的差距1.3 电子商务物流与配送系统规划与设计1.4 改进电子商务中的物流的措施第2章 现代物流的概念、要素与结构2.1 物流的概念2.2 物流系统的要素2.3 物流系统的结构第3章 现代物流的基本原理3.1 物流目标系统化原理3.2 物流要素集成化原理3.3 物流组织网络化原理第4章 仓储管理与库存控制4.1 仓库概述4.2 仓库作业管理4.3 库存控制与管理4.4 传统的库存控制与管理技术4.5 现代库存控制与管理技术第5章 运输管理5.1 运输的基础结构5.2.商品合理运输5.3 运输运作管理5.4 商品运输费用的计算与核收第6章 配送与配送中心：6.1 配送的概念、特点及意义6.2 配送模式与方式6.3 配送中心的作用、功能及类型6.4 配送中心运作组织6.5 提高配送经济效益的途径及技术手段第7章 配送中心的规划与设计7.1 配送中心的规划7.2 配送中心的总体设计7.3 库房设计7.4 库内交通运输设施的设计第8章 物流服务与成本管理8.1 物流服务与成本的关系8.2 物流服务管理8.3 物流成本管理第9章 现代物流质量管理9.1 概述9.2 现代物流商品质量管理9.3 现代物流服务质量管理附件：标准正态分布表后记电子商务与现代物流自学考试大纲出版前言第一部分 课程性质第二部分 课程考核目标与内容一、课程特征二、课程目标三、课程目录四、考核目标五、课程内容第1章 电子商务与现代物流第2章 现代物流的概念、要素与结构第3章 现代物流的基本原理第4章 仓储管理与库存控制第5章 运输管理第6章 配送与配送中心第7章 配送中心的规划与设计第8章 物流服务与成本管理第9章 现代物流质量管理第三部分 有关说明与实施要求一、自学用书二、自学方法指导三、对社会助学的建议四、关于命题考试的要求五、题型举例后记

## 章节摘录

1.观念借鉴我国连锁经营的经验,可以比较肯定地说,要在较大的范围内基本解决电子商务中的配送问题,还需要少则5年,多则10年以上的时间。

1993年我国刚开始发展连锁经营时,连锁对配送的需求也是十分殷切的,但至今这一需求依然没有完全满足。

其中最大的问题就是,连锁经营者对配送服务虽有需求,但却对配送本身并不了解,因为配送是一种崭新的物流运作模式,国内还没有出现真正的第三方配送服务提供商;同时,与配送行业离得最近的储运行业,本应是配送服务的提供方,但也知道什么是配送,如何进行配送。

其间配送的需求方对配送进行过各种各样的描述,配送服务的提供方也尝试过各种各样的服务,最终双方都在“收货、存货、拣货、送货”上达成了共识,这也就成为早期我国连锁配送的主要业务,但连锁经营真正需要的配送应该是,按照订单所需要的商品品种、数量、规格、质量,通过进行分拣、储存、加工、包装、拣选、组配等作业,及时、准确地将商品送到指定地点。

配送的目标是以最低的物流成本满足订单,因此配送系统的构建、配送作业的集成最关键,但遗憾的是,起初的配送不是这样做的,因为连锁经营中的配送服务需求者和供给者对此都不太了解,严重地制约着我国连锁经营的发展,目前,供需双方的认识已经基本没有问题,但传统的配送运作体系和模式一时还难以改变。

电子商务的情况与此十分相似。

在电子商务配送供给和需求之间存在的观念和认识差距上表现出两种情况,一是网站提出的需求不能被配送服务提供方正确理解,网站也不能真正地理解配送服务提供方如何提供配送服务,二是网站和配送服务提供方都不能正确理解配送。

网站最初的想法是委托第三方送货,但这么简单的事情,那些有大量闲置汽车和仓库的中国公司居然不做,以至于要用自行车来送货!

那些闲置大量汽车和仓库的第三方物流公司认为,要送货,网站得出送货费,只要网站愿意支付运费,一天送100次,每次从北京送一本书到唐古拉储运公司都愿意!

他们把电子商务的配送完全理解为一个具体的作业——配送过程中的最后作业——送货,是不正确的认识和观念,需求不应该这样提出,也不应该这样得到满足!

我国连锁经营发展初期对配送的理解也是这样,虽然观念的差距依然存在,但已经比以前有较大的进步,电子商务要从连锁经营中吸取教训。

2.规模电子商务的发展是从小到大的,目前,在中国无论是B2B,还是B2C,真正实现的在线交易量即实际产生的配送需要有多大,说起来恐怕连网站们的底气都不太足。

有L种情况可以令需求方和供给方皆大欢喜,那就是网上订货量均匀、连续、批量大,大到使一定规模的专业化配送公司都感到自身的配送资源不足。

但这一天对大多数中国网站来说还比较遥远。

目前普遍存在的现象是,网站的在线订货量很小,小也是需求,但配送公司的配送规模起码要用吨或立方米来计算,这些很小的订单对配送公司没有吸引力,因此出现有需求而没有供给的怪现象。

由于没有一定规模的配送量,配送公司觉得是在“陪着网站”“赔本赚吆喝”,因此不愿提供配送服务,网站指责配送公司对电子商务的配送需求“漠然处之”,或者,配送公司为了赶上电子商务这一波“行情”,愿意提供配送服务,但配送费用由最终消费者根据订购的商品数量来分担,导致消费者不满或放弃采用电子商务,这无疑要进入一个恶性循环。

## 后记

2000年6月全国高等教育自学考试指导委员会电子商务专业专家组召开了关于编写高等教育自学考试《电子商务与现代物流》课程考试大纲的会议，会上讨论和确定了本大纲的编写方案和意见。

2001年11月电子商务专业专家组邀请有关专家对大纲初稿进行了审定。

本大纲由北京工商大学商学院何明珂教授担任主编，北京工商大学商学院张海燕副教授担任副主编。

本大纲各部分的编写人员有：何明珂（第1章、第2章及第3章）；张京敏（北京工商大学商学院讲师，第4章及第5章）；张海燕（北京工商大学商学院副教授，第6章及第8章）；李文华（北京工商大学商学院副教授，第7章）；杜新建（北京工商大学商学院讲师，第9章）。

整个大纲最后由何明珂教授统一修改定稿。

并请全国高等教育自学考试指导委员会电子商务专业专家组组长、中国人民大学博士生导师李金轩教授、中国人民大学商学院成栋副教授、中国社会科学院数量与技术经济研究所吴润涛研究员对本大纲进行审定。

他们为此付出了辛勤劳动，在此一并深表感谢。

## <<电子商务与现代物流>>

### 编辑推荐

《电子商务与现代物流》是何明珂编写的，由经济科学出版社出版。

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>