第一图书网, tushu007.com

<<现代物流配送管理>>

图书基本信息

书名：<<现代物流配送管理>>

13位ISBN编号：9787301156414

10位ISBN编号：7301156413

出版时间：2009-8

出版时间：北京大学出版社

作者：于宝琴，吴津津 等编著

页数：410

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

在全球经济一体化的进程中，物流的地位和作用，显得比任何时候都更为重要。
配送是一项特殊的、综合性的物流运动，其运行和发展有着深刻的社会根源和历史背景。
传统的作坊式营销方式，以及分散、低效、高耗的物流形式，必然导致流通成本居高不下。
2007年全国社会物流总费用为45406亿元，同比增长18.2%，增幅比2006年提高4.7%。
社会物流总费用与GDP的比率由2006年的18.3%提高到18.4%，上升0.1%。
当今世界没有哪家企业不关注成本控制、经营效率、改善顾客服务，而这一切都建立在高效率的物流配送系统基础之上。
在市场经济体系中，物流配送如同人体的血管，把国民经济各个部分紧密地联系在一起。
我们已经加入WTO，这意味着通过高效率物流配送打竞争战的时代已经到来，看清这一点的企业及管理者才能成为未来竞争急流中的弄潮儿。

本书以物流配送系统为对象，论述了配送的基本原理、类型；归纳了配送的主要模式、组成、基本环节、工业流程；研究了配送合理化和配送方案优化的数学方法；对配送中心的功能、作用、作业流程、设施设备和选址进行了深入探讨；对智能配送系统的技术支持与人力支持、主要技术和设计做了初步探索；特别分析了配送操作中的难点并提出了相应的对策。
以实例论述了分销与物流的关系及分销面临的物流问题。
本书触及现代物流配送中的一些深层次问题，提出系统和系统工程的观点是物流学最基本的思想，对物流配送系统的操作是一个系统工程，强调了只有系统化才能科学化；要让物流配送形成一门科学，就必须把它建立在系统基础之上。
本书注重理论与实践的结合，案例说明有机地结合到篇章中。
因此它既适合于作物流专业、电子商务专业的教材，也是初学者入门的好向导。
另外，它还向物流配送理论的研究者、教师、物流配送管理部门、管理人员和决策者，提供了某些可以参考或值得借鉴的思想和方法。

内容概要

本书以物流配送系统为对象，论述了配送的基本原理，归纳了配送的主要模式，研究了配送方案优化的数学方法，对配送中心进行了深入探讨，对智能配送系统作了初步探索，介绍了创新的分销和配送战略概念，分析了配送操作中的难点并提出了相应的对策。
第二版不仅更新了统计数据，而且增加了许多现实案例，使本书更具实际操作性。

作者简介

于宝琴,天津财经大学教授、博士。
硕士研究生导师，系副主任。
主要研究方向是现代物流信息管理、企业信息化。
发表学术论文多篇，部分论文已被EI、ISTP检出。
出版专著、教材多部。
主要参加国家自然或社会科学基金项目多项，主持多项省部级项目及其他级别项目。
获省部级二等奖一

书籍目录

第1章　配送概述　引导案例 联华生鲜食品加工配送中心　1.1　配送产生的背景及配送概念　1.2　配送的类型　1.3　零库存与配送　1.4　配送的现状与发展　本章小结第2章　物流配送系统　引导案例 日本物流配送业的经验与启示　2.1 系统和系统工程　2.2　配送对象与配送模式　2.3　配送系统举例　2.4　配送领域中各种技术方法的应用　2.5　配送管理的难点与对策　本章小结第3章　配送方案的优化　引导案例 旅行商问题　3.1　配送优化的概述　3.2　物流配送网络布局优化　3.3　货物配装优化　3.4　物资调度优化　3.5　配送路线优化　3.6　物流配送系统模拟仿真优化　3.7　北京顺鑫首联生鲜配送中心案例　本章小结第4章　配送中心　引导案例 沃尔玛配送中心　4.1　配送中心概述　4.2　配送中心的作业流程　4.3　配送中心的选址　4.4　配送中心选址的定量方法　4.5　配送中心的设施设备　4.6　配送中心的装卸搬运系统　4.7　各国配送中心案例、特点及启示　本章小结第5章　智能配送　引导案例 面包的配送案例　5.1　智能配送简述　5.2　智能配送系统的主要技术　5.3　智能配送系统设计　本章小结第6章　创新的分销和配送战略　引导案例 蒙牛公司销售与分销应用案例　6.1　现代物流与分销　6.2　创新的分销与配送战略　6.3　分销管理系统应用　本章小结

章节摘录

第1章　配送概述　　1.1　配送产生的背景及配送概念　　1.1.1　配送产生的背景　　配送的雏形最早出现于20世纪60年代初期，在这个时期，物流运动中的一般性送货方式开始向备货、送货一体化方向转化。
从形态上看，初期的物流只是一种粗放型、单一型的活动。
这时的配送活动范围很小，规模也不大。
在这个阶段，企业开始配送活动的主要目的是为了促进产品销售和提高其市场占有率。
因此，配送主要是以促销手段的职能来发挥其作用的。
20世纪60年代中期，在一些发达国家，随着经济发展速度的逐渐加快，以及由此带来的货物运输量的急剧增加和商品市场竞争的日趋激烈，配送得到最初的发展。
配送作为一种新型的物流手段，是在变革和发展仓库业的基础上开展起来的。
传统的仓库业是以储存和保管货物作为主要职能，其基本功能是保持储存货物的使用价值，为生产连续运转和生活正常进行提供物资保障。
但是在生产节奏加快、社会分工不断扩大、竞争日益激烈的情况下，迫切要求缩短流通时间和减少库存资金的占用。
因此，急需社会流通组织提供系列化、一体化、多项目的后勤服务。
许多经济发达国家的仓储业开始调整内部结构，扩大业务范围，转变经营方式，以适应市场的变化对仓储功能提出的新要求。
许多老式仓库变成了商品流通中心，其功能由货物“静态储存”转变成“动态储存”，其业务活动由原来的单纯保管、储存货物转变成向社会提供多种服务，并且把保管、储存、加工、分类、挑选和输送等连成一个整体。
这样，配送就真正形成和发展起来了。
总之，配送的产生既是社会化分工进一步细化的结果，又是社会化大生产发展的客观要求。

第一图书网, tushu007.com

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