

<<物流学>>

图书基本信息

书名：<<物流学>>

13位ISBN编号：9787302175001

10位ISBN编号：7302175004

出版时间：2008-6

出版时间：清华大学出版社

作者：李松庆 编

页数：547

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>

内容概要

全书共分三篇：物流基础篇、物流职能篇、物流综合篇，由十五章和附录组成。

物流基础篇共分两章，主要介绍物流、物流学基础知识；物流职能篇共分七章，分别介绍物流的七大基本职能，即包装、装卸搬运、仓储保管、运输、配送、流通加工、物流信息；物流综合篇共分六章，主要介绍物流战略管理、物流顾客服务管理、物流成本管理、第三方物流、供应链物流管理、物流发展新理念；附录部分收集整理了《物流术语》、《物流企业分类与评估指标》、《企业物流成本构成与计算》三个国家标准，供学习时参考。

本书是一部面向物流管理、物流工程、工商管理、国际经济与贸易、信息管理、电子商务等普通高等院校大学本科专业学生的物流学教科书；也可作为相关专业硕士研究生、MBA、物流从业者或相关人员学习物流知识、掌握物流技能的指导性工具书和管理培训参考教材；物流职业资格认证培训也可选用本书作为配套教辅材料。

作者简介

李松庆，博士、副教授，硕士研究生导师，注册会计师，中国物流学会理事、特约研究员，主要研究领域为现代物流与供应链管理、市场与商品流通。

近年来，在《中国流通经济》、《中国物流与采购》、《商业经济与管理》、《当代财经》、《改革与战略》、《经济问题》等刊物发表物流方面的论文多篇，荣获广东省哲学社会科学优秀成果三等奖一项、中国物流与采购联合会科技进步三等奖一项。

书籍目录

第一篇 物流基础篇第一章 物流与物流学概述第一节 物流的概念一、物流概念的产生二、物流概念的辨析三、Physical Distribution与Logistics四、我国物流概念的引入第二节 物流与流通、商流、资金流、信息流一、物流与流通二、物流与商流三、物流、商流、资金流、信息流第三节 物流的基本职能一、运输职能二、仓储职能三、包装职能四、装卸搬运职能五、流通加工职能六、配送职能七、信息服务职能第四节 物流的分类一、按照物流系统的性质分类二、按照物流活动的空间范围分类三、按照物流的作用分类第五节 物流学及其基本理论一、物流学的概念二、物流学的学科性质三、物流学的研究方法四、物流学的主要观点本章小结案例分析练习与思考第二章 物流系统第一节 系统概述一、系统的概念二、系统的类型三、系统的内涵四、系统的特性五、系统的思想第二节 物流系统概述一、物流系统的概念二、物流系统的要素三、物流系统的组成四、物流系统的特征五、物流系统的模式六、物流系统的目标第三节 物流系统分析一、物流系统分析的概念二、物流系统分析的原则三、物流系统分析的内容四、物流系统分析的步骤五、物流系统分析常用的理论及方法本章小结案例分析练习与思考第二篇 物流职能篇第三章 包装第一节 包装概述.....第四章 装卸搬运第五章 仓储保管第六章 运输第七章 配送第八章 流通加工第九章 物流信息第三篇 物流综合篇第十章 物流战略管理第一节 物流战略概述第十一章 物流顾客服务管理第十二章 物流成本管理第十三章 第三方物流第十四章 供应链物流管理第十五章 物流发展新理念附录附录1 《物流术语》国家标准 (GB/T 18354-2006) 附录2 《物流企业分类与评估指标》国家标准 (GB/T19680-2005) 附录3 《企业物流成本构成与计算》国家标准 (GB/T 20523-2006) 参考文献

章节摘录

第一篇 物流基础篇 第一章 物流与物流学概述 第二节 物流与流通、商流、资金流、信息流

一、物流与流通 关于“物流”，应首先从“流通”谈起，而流通又离不开经济活动。所谓经济活动是一个生产和消费的总的体系，基本上由生产和消费两种功能构成。而将其制造产品、创造价值的生产和使用产品的消费连接起来的的就是“流通”。流通是社会再生产中生产一方与消费一方之间的中介环节。在商品的生产和消费之间存在各种间隔，需要通过“流通”将商品的生产和商品的消费加以衔接，如图1-1所示。

原始社会是自给自足经济，这些间隔很小。

随着社会分工越来越细，这种间隔也逐渐增大。

正是流通将生产和消费之间的这些社会的、场地的和时间的间隔联系起来。

流通解决商品生产和消费之间存在的这些间隔的方法如下。

第一，社会间隔，即商品的生产者和商品的消费者有所不同，需要通过买卖等商品交易活动完成商品的社会实体由供给者向需求者的转移，表现为商品与其等价物（货币或其他等价物）的交换和商品所有权的转移运动，也就是商品价值的流通，创造商品的所有权效用，这称为商业流通，简称“商流”。

第二，场所间隔，即商品的生产场所和消费场所不在同一地方，需要通过商品运输克服生产地和消费地之间的空间距离，创造商品的场所效用（或空间效用）。

第三，时间间隔，即商品的生产日期与商品的消费日期不尽相同，需要通过商品保管加以衔接以最终满足用户需要，创造商品的时间效用。

通过“商流”消除了商品的社会间隔，通过“物流”消除了商品的场所和时间间隔，二者共同实施的结果完成了商品的所有权和商品实体的转移，即商品的流通。

商品流通的G-W（货币-商品）和w-G（商品-货币）两个流通阶段，都要通过物流才能最后实现。

<<物流学>>

编辑推荐

本书作者在多年物流教学及前人相关研究成果的基础上，对物流学基本理论体系进行了重新梳理，注重理论和实践有机地结合，由浅入深、循序渐进地展开，突出实用性和易用性，系统、全面地阐释了物流学的基本理论。

全书共分三篇：物流基础篇、物流职能篇、物流综合篇，由十五章和附录组成。

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>