第一图书网, tushu007.com

<<流通概论>>

图书基本信息

书名：<<流通概论>>

13位ISBN编号：9787304040789

10位ISBN编号：7304040785

出版时间：2008-6

出版时间：中央广播电视大学出版社

作者：夏春玉

页数：347

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

众所周知，随着社会经济的发展和产业结构的逐步升级，作为第三产业主力军的流通产业在国民经济中的地位与作用日益提高，商品流通系统是否完善、有效，不仅影响国民经济的运行效率，而且也影响国民的生活品质。
在我国20多年的改革开放历史中，商品流通产业更是得到了快速发展，成为人们普遍关注的热点。
因此，学习商品流通理论，掌握商品流通产业的经营方式、技术与方法．不仅是政府与企业经营者的任务，而且也是各类人员更新知识，提高就业能力的重要途径。
鉴于此，在中央广播电视大学与东北财经大学联合举办的远程开放教育专科升本科的工商管理专业开设了流通概论课程　　流通概论与传统的商业经济学、贸易经济学、流通经济学等课程有很大区别，既有继承，又有创新，在内容上广泛吸收国内外该领域的最新研究成果，在体系上严谨、简明并有很强的逻辑性，做到理论性与操作性相结合：流通概论主要围绕五个领域向读者系统介绍商品流通知识，包括流通基础知识、零售商业、批发商业、物流与电子商务、流通政策。
应该说，读者通过本课程的学习可以全面了解商品流通领域的基本理论与基本知识，为读者从事商品流通经营与管理工作奠定坚实的基础。
　　应该说明的是，流通概论中的“流通”是业界约定俗成的用语，指商品或服务从生产领域向消费领域的转移过程，既包括商流、物流，也包括伴随商流与物流过程而发生的信息流．但不包括资金（货币）流通和劳动力流通。
因此，这里所说的“流通”实际上是指商品流通，既包括社会商业（批发商与零售商）机构的商品流通，也包括生产者、消费者及其他非营利性组织的商品流通。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书系统地叙述了现代流通基本理论与相关知识，并依照导论、零售、批发、电子商务与物流、流通政策等篇章次序展开介绍。
《流通概论(第2版)》共分五篇十一章，重点介绍商品流通的产生与发展、零售商业概述、零售业态选择、零售选址与店铺管理、零售商品与顾客管理、批发商业概述、批发市场与商品交易所、电子商务、物流管理、配送与配送中心以及商品流通政策等内容。

本书在每章前明确了学习目标、学习重点、学习难点和教学建议，便于学生自学和教师教学；章末均附有本章小结及复习思考题，帮助学生学习总结和复习之用。

《流通概论(第2版)》适用于商科院校的本科、专科相关专业的学生学习，也可供从事商品流通工作的人员参考。

作者简介

夏春玉，现任东北财经大学副校长、教授、博士生导师，国务院政府特殊津贴获得者，曾任东北亚城市合作机构（日本）咨询委员、日本北九州市立大学客座教授，现兼任中国商科高等教育学会副会长、中国物流学会常务理事、中国市场学会常务理事及学术委员会委员、清华大学中国零售研究中心学术委员会委员，《财贸经济》《营销科学学报》《商业经济与管理》《中国零售研究》IX财经问题研究》《产业组织评论》杂志编委等职。

长期从事流通理论、物流与营销管理的教学与研究工作，公开出版《现代商品流通理论与政策》（1998）《中国流通经济论》（日文、韩文版，2000）《流通结构、竞争与行为》（日文版，2002）《流通概论》（2002、2006）《现代物流概论》（2004、2007）《物流与供应链管理》（2004、2007）《当代流通理论——基于日本流通问题的研究》（2005）等专著、教材15部，公开发表学术论文100余篇，主持完成国家级及省部级科研课题10余项。
先后人选财政部跨世纪学科带头人、辽宁省“百千万人才工程”百人层次人选、辽宁省中青年社科理论人才等。

第一图书网, tushu007.com

<<流通概论>>

书籍目录

第一篇 导论
第一章 商品流通的产生与发展
第一节 交换与商业
第二节 商业的特征与贡献
第三节 商业的发展
第二篇 零售商业
第二章 零售商业概述
第一节 零售商业的定义、功能与分类
第二节 零售商业的影响因素及零售要素组合
第三节 零售业态的变迁及其理论假说
第四节 我国零售商业的发展趋势
第三章 零售业态选择
第一节 百货店
第二节 连锁店
第三节 超级市场
第四节 专业店
第五节 其他业态
第六节 零售业态的选择标准与评价
第四章 零售选址与店铺管理
第一节 零售商圈的确定
第二节 零售选址
第三节 零售店铺设计
第四节 零售商品陈列
第五章 零售商品与顾客管理
第一节 零售商品规划
第二节 零售商品采购
第三节 零售顾客管理
第三篇 批发商业
第六章 批发商业概述
第一节 批发商业的定义、功能与分类
第二节 批发商业的用户特征与经营方式
第三节 批发商业面临的挑战与发展趋势
第七章 批发市场与商品交易所
第一节 批发市场的定义、功能与分类
第二节 批发市场的交易规则与方法
第三节 商品交易所
第四篇 电子商务与物流管理
第八章 电子商务
第一节 电子商务的含义、内容与特点
第二节 网络营销
第二三节网上商店与网上贸易
第四节 商业自动化
第九章 物流管理
第一节 物流与现代物流
第二节 物流管理

第一图书网, tushu007.com

第三节 物流合理化
第十章 配送与配送中心
第一节 配送及其类别
第二节 配送中心
第五篇 商品流通政策
第一节 商品流通政策的一般理论
第二节 国外商品流通政策评介
第三节 我国商品流通政策
参考文献

章节摘录

2. 商业的产生　　在自然经济中，没有产品交换也能进行生产。
这是因为生产的目的是为了生产者本人的消费，而一般来说，生产所需要的生产资料也是由生产者本人自己生产的。
然而，商品生产却是以交换为目的的生产。
生产者不仅要通过交换来取得生产资料，而且还要通过交换来实现生产的目的。
于是，再生产过程也就表现为生产过程与交换过程的统一。
商品交换是再生产过程的一个不可缺少的条件和前提。
但是，生产过程与交换过程又是相互矛盾的。
这种矛盾主要表现为以下几个方面：　　（1）时间上的矛盾。
不论是生产还是交换都需要时间，但在同一时间内无法既从事生产又从事交换。
一般来说，用于交换的时间越多，则用于生产的时间也就越少；或者相反，为了争取更多的生产时间，生产者总是试图使交换的时间减少。
在小商品生产的时代，小商品生产者既是生产者也是交换者，他们经常在生产的间歇或节假日去采购或销售，以避免生产时间的浪费。
但是，随着商品生产的发展，商品交换越来越频繁，交换所需要的时间也就越来越多，原始的方法已经满足不了生产者扩大生产时间或缩短交换时间的需要，而必须寻求一种新的缩短生产者交换时间的办法。
（2）空间上的矛盾。
在商品生产的条件下，生产和交换在空间上也是分离的，生产场所与交换场所必然存在一个或大或小的距离。
一般来说，随着商品生产的发展，这个空间距离也逐渐增大，为克服空间距离而占用的时间、消耗的费用、承担的风险也与日俱增。
商品生产者越来越难以承受这个沉重的负担了。
（3）技能上的矛盾。
随着商品生产和商品交换的发展，不仅生产过程越来越复杂，而且交换过程也越来越复杂。
为了更好、更快地执行交换职能，必须有与生产技能完全不同的专门知识、技巧和广泛的社会联系。
商品生产者要同时成为生产方面的专家和交换方面的专家已经越来越不可能。
竞争迫使他们在这两者之间选择其一。
为了解决上述矛盾，就出现了新的社会分工，产生了一个专门从事交换，而不从事生产的“组织”。
也就是说，商品交换已由“多数人的附带工作”变成了“少数人的专门工作”。
这个“少数人的专门工作”就是商业。
据商业史学家的研究，我国在夏朝就已经零星地出现了一些专门从事商品交换的人。
在商朝，交换已经成为一种专门的行业，商人已经成为一个独立的社会阶层。
商业的产生，使商品生产者摆脱了很大一部分交换事务，“使社会的劳动力和劳动时间有更少一部分被束缚在这种非生产职能上”；“一个商人可以通过他的活动，为许多生产者缩短买卖时间。
因此，他可以被看作一种机器，它能减少力的无益消耗，或有助于腾出生产时间。
”①商业从生产中独立出来的经济合理性就在于此。

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