

<<中国物流重点课题报告2011>>

图书基本信息

书名：<<中国物流重点课题报告2011>>

13位ISBN编号：9787504740014

10位ISBN编号：7504740012

出版时间：2011-10

出版时间：中国财富出版社

作者：中国物流与采购联合会，中国物流学会 编

页数：501

字数：778000

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>

<<中国物流重点课题报告2011>>

内容概要

该《报告》所选报告共13篇，分为四个篇章。

一是物流综合篇，内容涉及生产资料流通行业财税政策、现代物流服务体系构建、绿色采购等；二是物流管理篇，内容涉及绿色运输发展模式、物流企业服务管理、城市物流配送优化等；三是专业物流篇，内容涉及铁矿石战略储备、汽车零部件采购物流发展战略、食品供应链突发事件预警与应急协调、农产品供应链与食品安全问题等；四是区域物流篇，内容涉及区域物流网络结构、集群式物流产业体系、港口物流与区域经济等。

<<中国物流重点课题报告2011>>

书籍目录

物流综合篇

- 生产资料流通行业财税政策研究
- 我国现代物流服务体系的建立与完善研究
- 我国绿色采购研究

物流管理篇

- 基于低碳经济的绿色物流发展模式及运营策略研究
- 动态环境下物流企业服务管理研究
- 可持续发展的成都市城市配送优化研究

专业物流篇

- 我国铁矿石战略储备问题研究
- 基于SCM的湖北省汽车零部件采购物流发展战略研究
- 食品供应链突发事件预警与集成管理机制研究
- 农产品供应链与食品安全问题的研究

区域物流篇

- 区域物流网络结构演化机理及构建研究
- 支持浙江省块状经济发展的集群式物流产业体系研究
- 曹妃甸港口物流与区域经济发展研究

附录

- 表彰“年度中国物流学会课题优秀成果奖”的通告

章节摘录

(三) 我国商业企业绿色采购现状 1. 绿色采购市场现状 近十多年来, 在相关政策的引导和支持下, 各级政府通过颁布一系列法规、政策、实施办法对绿色消费市场进行规范, 加大媒体宣传力度, 并采取政府绿色采购等措施, 起到扶持绿色生产和绿色消费示范的作用。

在某些领域, 如家电、电子、汽车等领域, 绿色消费市场已经在一定范围内形成影响, 但总体绿色消费市场, 尤其是绿色日常消费品领域还处于导入期和成长初期, 亟须开拓, 需要政府加大投入进行绿色采购市场建设。

此外, 我国已经初步建立起“环境标志制度”, 但仍需加快行业内绿色标准的推广工作; 加快对绿色产品的“环境标准认证”步伐, 加大绿色产品标志宣传力度, 为绿色产品、绿色消费的发展提供一个权威的参照标准。

目前绿色市场存在的问题包括: (1) 绿色采购市场尚未形成规模。

我国市场经济已取得了举世瞩目的成就, 人民人均收入不断增长, 生活水平得到了极大改善, 并产生了绿色消费的意识, 但不论是消费者还是商业企业对于绿色生产、绿色消费的认识还不深, 相关的监督机制也不健全, 信息不对称程度高。

这就在日常消费品市场产生了有效绿色消费需求得不到释放, 同时又导致绿色产品规模化、产业化水平低、生产成本居高不下, 这使消费者和生产者陷入囚徒困境, 又导致处于流通环节的商业企业陷入是否进行绿色商品采购的两难境地, 最终三方陷入僵局。

在调研期间, 通过对实体店的观察和相关负责人的介绍表明, 在食品消费领域, 如绿色蔬菜、有机蔬菜的价格大约是普通蔬菜价格的3-4倍, 利润空间非常大, 但货源不稳定, 存在以次充好现象, 无法短期内扩大供应。

而进行绿色、有机蔬菜的消费人群主要是对产品价格弹性不大的少数高收入人群。

(2) 绿色采购市场监督不力。

由于绿色采购市场监督机制尚不健全, 信息透明化程度低及采购者对所购商品的信息的了解重视不够, 这种情况降低了绿色供应商道德风险成本, 而市场上的绿色产品价格大多高于一般产品, 一些企业打着绿色产品的旗号, 把不具备绿色产品要求的产品当做绿色产品供应市场。

这一方面损害了消费者利益, 挫伤了公众追求绿色消费的积极性; 另一方面这种放大效应, 也使真正生产绿色产品的企业蒙受经济损失, 绿色产品市场迟迟不能壮大。

这也是我国交易市场博弈出现低效率均衡, 甚至非绿色产品“驱逐”绿色产品的主要根源之一。

(3) 绿色标准尚待梳理。

发展至今, 我国已涌现了众多的绿色产品标准, 为绿色采购和绿色消费提供了很多选择, 但这些标准之间往往缺乏有机联系, 使使用者无所适从, 大大增加了产、供、销三方的选择成本, 也使绿色产品标志的权威性受到影响。

.....

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>