

<<现代物流与供应链管理案例>>

图书基本信息

书名：<<现代物流与供应链管理案例>>

13位ISBN编号：9787801621993

10位ISBN编号：7801621999

出版时间：2001-7

出版时间：经济管理出版社

作者：宋华

页数：392

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>

<<现代物流与供应链管理案例>>

前言

经过一年多的努力，这本书终于脱稿了，此时此刻，长期以来积压在心头的紧迫感和紧张感完全释放了出来，这种时时盘绕在心头的压力一方面来源于自己在这一年中过于繁忙的教学和工作，使得我很难能用完整的时间，集中精力来完成这本书稿，因此，每次提笔都感到一种未名的愧疚和时间上的紧迫；另一方面，也是更重要的一个因素，自从去年本书的姊妹书《现代物流与供应链管理》出版以来，得到了广大读者的欢迎和首肯，不到半年时间已印刷两次，这是我始料不及的，很多读者经常与出版社和我本人联系，交流书中的有关问题，并提出能否尽快见到案例一书，特别是今年3月17日《国际商报》在介绍了这两本书的同时，摘登了本书中的部分内容，更是有不少读者来信或来电，询问该书的出版情况，应该说这是广大读者对我的鼓励和鞭策，它促使我抓紧时间尽快完成书稿的同时，感到必须尽我所能高质量地将本书呈现给读者，正是这种紧迫感和压力使我常常彻夜难眠。今天，在本书完成之际，但愿这份努力没有辜负广大读者的一片殷切之情。

<<现代物流与供应链管理案例>>

内容概要

本书作为物流与供应链管理方面的案例，尽管是侧重于对先进企业实践的总结和分析，但是，我们认为选取的角度和范围应当突出几个特点，一是能深刻反映物流与供应链管理在当今蓬勃发展的深刻背景，也就是说，对物流和供应链管理实践的介绍不能仅仅局限在单纯的实践操作层次上，而应该能对企业经营战略和环境的巨大变革之于物流革新和供应链发展的影响有全面的揭示；二是应该考虑到物流和供应链管理的实践不是单个企业或某一类企业的经营行为，而是在产、销、物一体化的条件下，所有企业所面临的共同的挑战和机遇，因此，在企业的选择上，能尽量体现不同类型企业在物流与供应链管理上的成就；三是在写作方法上，实践介绍与针对性分析应尽量紧密地结合起来，虽然本书是物流与供应链管理方面的案例，不深入探索一些理论上的问题，但是，对我们所介绍的实践做出一定的分析和理论升华仍然是有必要的，因为，本书的宗旨不是单纯地介绍企业在物流与供应链管理方面的具体做法，而是通过对这些企业实践的介绍，来加深对现代物流与供应链管理本质的认识，以及对企业在现代经济全球化和网络化发展条件下战略的调整和实施有完整的理解，这是本书有别于其他案例分析的最大不同。

<<现代物流与供应链管理案例>>

书籍目录

第一章 揭开物流与供应链管理新时代的序幕 1.1 信息化网络化时代的供需对应型营销系统 1.1.1 推测型营销体制 1.1.2 供需对应型营销体制产生的背景 1.1.3 供需对应型营销体制 1.2 企业竞争优势与现代物流系统 1.2.1 即时物流战略 1.2.2 协同或一体化物流战略 1.2.3 高度化物流战略 1.3 供应链管理与网络价值的创造 1.3.1 供应链管理的实质 1.3.2 供应链中的组织间关系 1.4 本书的目的与结构第二章 松下公司的渠道战略转换——追求多样化的渠道合作和产销物结合 2.1 渠道控制的历史发展——推测型营销体制下的实践 2.1.1 系列化政策的萌芽——创业到二战以前 2.1.2 流通系列化的形成——20世纪50年代到60年代 2.1.3 多渠道发展的时期——20世纪70年代以后 2.2 寻求多样化的渠道合作和产销物结合——供需对应体制下的变革 2.2.1 批发阶段的再建与强化 2.2.2 灵活的零售对应 2.2.3 新客户创造——松下会贝制度 2.2.4 信息网络的构筑与灵活运用第三章 迈向Just-In-Time管理的道路——丰田公司的发展与管理模式 3.1 初期的国际化发展道路 3.1.1 光荣与挫折并存(1950-1962年) 3.1.2 再进美国市场与多品种生产的开始(1962-1971年) 3.2 并入高速发展的轨道 3.2.1 塑造多品种生产的核心能力(1971-1979年) 3.2.2 注重内部能力培养的国际化战略(1979-1985年) 3.3 丰田公司的全球化经营 3.4 TPS的管理方法与精髓 3.4.1 员工该如何工作 3.4.2 员工如何沟通和连接 3.4.3 生产线该如何构建 3.4.4 如何改进第四章 以商品物流中心为基轴的多品种少量化物流——资生堂的物流系统 4.1 多品种少量化流通引起的物流变革 4.1.1 早期的工厂物流变革 4.1.2 现代物流管理的导入 4.1.3 资生堂公司现代物流体系的建立 4.1.4 赤羽物流中心的建立.....第五章 日本菱食公司的物流战略第六章 伊藤洋华堂的业务革新——物流创新与发展第七章 新市场的创造与物流革新——日本大和运输公司的宅急便服务第八章 利益型物流战略的展开——日本学习研究社的物流系统第九章 供应链构筑的典范——P&C和沃尔玛的产销联盟第十章 蹒跚而行的供应链管理——美国ECR、QR的发展与问题第十一章 产销物一体化系统的构筑——日本花王公司的物流供应链管理实践第十二章 高度信息化的便利店管理——日本7-11的信息系统与物流第十三章 物流与供应链管理——企业未来变革与发展的主题 参考文献

<<现代物流与供应链管理案例>>

章节摘录

5.4.2 菱食公司的发展前景 菱食公司作为日本最先进的批发企业，应该说其物流战略是非常成功的，但是，从进一步发展的角度看，还需要强化和明确如下战略和问题：首先，对于日本目前的大型量贩连锁店来看，他们的物流管理正处于从向下管理型外包向规模追求型外包发展，但尽管如此，把所有的物流作业全部委托给一家企业是不太可能的，这是因为这类量贩店的经营品种非常丰富，而目前在日本没有一家批发商能全面承担各种商品的物流管理，虽然菱食公司在这个方面已大大向前迈出了一步，但是距大型量贩店经营的要求还有一定的差距，要真正做到全商品的物流管理尚需时日。这也就要求菱食公司需要在商品经营和物流管理上进一步拓展范围，积蓄各种商品作业的诀窍，从而能与大型零售商建立其长期的战略合作关系。

其次，对于像菱食这样的大型批发企业来讲，在处于经营转变的过程中，应当更加关注与地域量贩连锁店的合作，为他们提供全方位的物流服务。

一般这种地域量贩连锁店牢牢地控制着商品经营的信息，而将物流管理全部外包给批发企业，与此同时，他们因为受规模限制，不可能像大型量贩连锁店那样经营过多的品种，并与过多的批发企业进行协调，所以，对于菱食公司来讲，与地域量贩连锁店的合作最容易，也最能实现物流管理的规模效益。

<<现代物流与供应链管理案例>>

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>