

# 《电子商务的物流管理》

## 图书基本信息

书名：《电子商务的物流管理》

13位ISBN编号：9787309060720

10位ISBN编号：7309060725

出版时间：2008-8

出版社：郑称德、何瑛瑛、王羽 复旦大学出版社 (2008-08出版)

页数：189

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《电子商务的物流管理》

## 前言

物流既是完成电子商务的重要组成部分，更是电子商务企业取得成功的重要基础。近年来，越来越多的企业实践表明，无论是B2B、B2C，还是C2C的电子商务，其生存和发展均要求具备良好的物流管理能力。在此背景下，本书对从事电子商务的企业如何进行物流管理作了详细的阐述。本书共分七章，每章具体内容为：第一章主要介绍了物流与物流管理概念、电子商务物流的概念、物流管理对于电子商务的作用；第二章主要讲述电子商务企业的物流战略，以帮助电子商务企业根据物流目标和企业内外部环境制定合适的物流战略；第三章介绍了电子商务企业如何根据其物流战略选择合适的物流运作模式；第四章主要讲述电子商务企业如何管理具体的物流活动，包括运输、仓储、配送、包装、装卸搬运等；第五章介绍了电子商务物流管理技术，包括信息技术和自动化技术；第六章讲述了电子商务企业如何选择和评估第三方物流服务；第七章是七个综合性电子商务企业物流管理实际案例。由于电子商务环境下物流管理与传统意义物流管理相比有其独特性，本书本着理论与实践相结合原则，在针对电子商务特点阐述其物流管理基本理论的同时，给出了大量电子商务环境下物流管理实际案例。这些案例中既有成功的电子商务企业，也有失败的企业，给出这些案例的目的是使读者在理解物流管理理论的同时，对如何运用物流管理理论帮助电子商务企业取得成功能够有更为深入的认识。本书力求做到内容丰富的同时，增强教材的可读性、实用性和可操作性。它可作为各类大中专院校工商管理 and 电子商务专业的教材用书，也可用于职业培训教材以及对电子商务和物流管理有兴趣的读者自学。本书由南京大学商学院的郑称德、何瑛瑛和王羽三位老师负责撰写，郑称德负责本书总体策划，并撰写了第一章、第七章，何瑛瑛撰写了第二章、第三章和第四章，王羽负责第五章和第六章的撰写，全书最终由郑称德统稿完成。

# 《电子商务的物流管理》

## 内容概要

# 《电子商务的物流管理》

## 作者简介

郑称德，1994年获南京理工大学工学学士，1997年获南京理工大学工学硕士，2000年获南京理工大学管理学博士，2002年获南京大学商学院工商管理博士后，2000年至2003年南京大学商学院讲师，2003年至今南京大学商学院副教授，兼任英国皇家物流与运输学会认证讲师、澳门科技大学研究生院副教授。

# 《电子商务的物流管理》

## 书籍目录

第一章 绪论第一节 现代物流管理概论第二节 电子商务物流概述第三节 电子商务物流管理概述  
案例1-1案例1-2第二章 电子商务企业的物流战略第一节 企业战略概述第二节 电子商务企业物流  
战略概述第三节 电子商务企业的物流战略类型第四节 电子商务企业的物流战略制定过程和方法案  
例2-1第三章 电子商务企业物流运作模式第一节 电子商务物流运作模式概述第二节 电子商务企业物  
流运作模式类型第三节 电子商务企业物流运作模式决策案例3-1第四章 电子商务物流活动管理第一  
节 电子商务物流活动管理概述第二节 运输管理第三节 仓储管理第四节 配送管理第五节 包装  
、装卸搬运案例4-1第五章 电子商务物流管理技术第一节 电子商务物流技术概述第二节 电子商务  
物流管理信息技术第三节 电子商务物流管理自动化技术案例5-1第六章 电子商务的第三方物流管理  
第一节 第三方物流概述第二节 第三方物流选择第三节 第三方物流服务绩效评价案例6-1第七章  
综合案例案例7-1案例7-2案例7-3案例7-4案例7-5案例7-6案例7-7参考文献

## 章节摘录

物流业务社会化是指电子商务企业充分利用第三方物流服务，整合社会物流资源，形成合理化布局的社会物流网络，将电子商务物流活动委托给第三方物流企业完成。这样电子商务企业可以主要精力集中在核心业务上，而与物流相关的业务环节，则交给专业化的物流企业操作，以求节约和高效。同样，如果电子商务企业均采用物流活动社会化，则第三方物流企业容易形成规模效益，并降低电子商务企业的物流成本。

2. 制定适合电子商务发展的物流配送方案要制定一套适合电子商务发展的完整的、高效的物流配送方案，电子商务企业必须做好一系列工作：

- (1) 合理定位销售区域。电子商务经营者应根据消费者的收入、需求偏好、地理分布等条件的不同，合理地定位销售区域，对不同的销售区域可采取差别性的物流服务政策。
- (2) 认真筛选销售品种。销售商所经营的商品品种越多，进货渠道及销售渠道越复杂，商品批次越多，批量越小，组织物流的难度就越大，成本也就越高。为了将某一商品的销售批量累积得足够大，从而减少物流环节的成本和费用，销售商就必须认真筛选商品品种，确定最适合自己销售的商品。
- (3) 精心策划配送方案。在制定配送方案时须考虑的因素有：订货状况信息、库存的可供性、反应速度、送货的可靠性、送货频率、配送文档的质量、首次报修修复率、投诉程序和可提供的技术支持等。配送方案是一项专业性极强的工作，须由专业人员精心策划。

(二) 物流服务供应企业的运作要求

1. 物流管理信息化信息技术与物流技术的发展为电子商务物流管理提供了基础。在电子商务时代，要提供最佳的服务，物流系统必须要有良好的信息处理和传输系统。物流信息化表现为物流信息的商品化、物流信息收集的数据库化和代码化、物流信息处理的电子化和计算机化、物流信息传递的标准化和实时化，以及物流信息存储的数字化和无纸化等。因此，条码技术、数据库技术、电子订货系统（EOS）、电子数据交换（EDI）、快速反应（QR）及有效客户反应（ECR）、因特网技术及企业资源计划（ERP）等在物流中将得到普遍应用。

# 《电子商务的物流管理》

编辑推荐

# 《电子商务的物流管理》

## 精彩短评

1、上课所用教材，较为基础和全面。



# 《电子商务的物流管理》

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)