

<<配送中心规划与管理>>

图书基本信息

书名：<<配送中心规划与管理>>

13位ISBN编号：9787040236774

10位ISBN编号：704023677X

出版时间：2008-5

出版时间：高等教育出版社

作者：殷延海 编

页数：212

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>

<<配送中心规划与管理>>

前言

零售业是商品流通产业与现代市场经济的重要组成部分，其经营状况和就业状况是促进一国经济发展的重要因素之一，其发展趋势反映一个国家总体的经济走向。

在2006年的世界500强企业中，零售企业有42家，占总数的8.4%，超过了保险、汽车、炼油、电信等行业的企业数量。

这些零售企业基本上都采用了连锁经营的形式。

自20世纪90年代以来，连锁零售业一直是我国经济改革中变化最快、最具生机和活力的行业之一。

经济高速发展使作为全球第一人口大国的中国成为世界上发展最快且最具潜力和吸引力的市场之一。在将近20年的时间里，世界零售百强中已有一半以上的企业进驻了中国内地，这使零售业成为竞争最为激烈的行业之一。

这种竞争正在全方位地展开，在进入的区域上，外资企业正在由沿海发达地区向西部的不发达地区扩展；在业态发展上，西方发达国家成熟的和不成熟的业态几乎在一夜之间全部进入；在竞争方式上，外资企业所拥有的先进的管理经验为内资企业带来了全新的经营理念。

令人可喜的是，内资零售企业并没有被外资企业打垮，在与“狼”共舞中，他们通过不断的学习和提高，壮大了实力，获得了更多的经验。

在这样的背景下，总结西方发达国家连锁零售业发展的经验，为本土连锁企业发展提供借鉴，同时为本土企业培养更多的适应国际竞争要求的高素质人才已成为当务之急。

连锁经营管理专业作为一个新兴专业，具有交叉学科的专业特点。它既包括贸易经济学的相关知识，又包括市场营销和企业管理等学科的内容，还涉及现代信息技术的相关内容与方法，因此，这个专业所涵盖的知识体系是十分丰富的，也是其他专业所不能代替的。在当前我国连锁零售业发展突飞猛进的情况下，设置这样一个为现代流通企业培养大批人才的新兴专业是十分必要的。

这一具有特色的专业设置及相应的理论建设越来越多地得到了国内外学术界和工商界的关注和支持。上海商学院的连锁经营管理专业，是教育部的试点专业和上海市教育高地项目，自1998年在国内率先开设以来，紧跟国内外连锁企业的最新发展，为企业培养了大量的专业人才。

该专业的教师们根据多年的教学和实践经验，适应该专业教学发展、改革与提高的迫切需要，编写出了这套连锁经营管理专业核心课程系列教材。

<<配送中心规划与管理>>

内容概要

《配送中心规划与管理》论述了配送中心的设立、地址、功能设计、设施与设备、作业流程管理、存货管理、配送模式选择、配送线路优化、配送成本控制、配送运作绩效评估、配送信息系统规划等理论与实际操作，并且提供了配送中心规划的实际案例。

<<配送中心规划与管理>>

书籍目录

第1章 物流与配送中心概论 1.1 物流与配送的内涵 1.2 配送中心的内涵与功能 1.3 配送中心的类型 第2章 配送中心的规划 2.1 配送中心规划的内容 2.2 配送中心规划资料分析 2.3 配送中心规划资料的分析方法 2.4 配送中心网点布局和选址的基本规划 2.5 配送中心选址的方法 第3章 配送中心的设施规划与设备配置 3.1 物流设施与设备概述 3.2 配送中心内部设施的规划 3.3 配送中心仓储设备的配置 3.4 配送中心机械设备的配置 3.5 配送中心的主要搬运设备——叉车 3.6 分拣输送系统 3.7 自动化高层货架仓库 第4章 配送中心的内部作业流程管理 4.1 内部作业流程设计 4.2 订单管理 4.3 拣货管理 4.4 搬运管理 4.5 流通加工 第5章 配送中心的存货管理 5.1 配送中心存货管理的内容系统的组成 5.2 存货的储位管理 5.3 存货管理技术 5.4 存货补货策略 第6章 配送模式的选择 6.1 配送的基本模式 6.2 配送模式的选择 6.3 配送模式的发展趋势 第7章 配送线路合理化与车辆调度管理 7.1 合理化运输 7.2 配送线路合理化 7.3 配送车辆的装货问题 7.4 配送车辆的调度管理 第8章 配送中心的成本管理 8.1 物流成本概述 8.2 物流作业成本法 8.3 配送中心的物流成本管理 第9章 配送中心的运作绩效评估 9.1 配送中心绩效评价与指标 9.2 配送中心绩效评估的内容 9.3 配送中心绩效评估KPI方法 9.4 配送中心绩效评估结果的分析方法 第10章 配送中心的信息系统管理 10.1 配送中心信息系统概述 10.2 配送中心信息系统设计 10.3 配送中心信息技术应用

<<配送中心规划与管理>>

章节摘录

“共同配送”一词起源于日本，最早实施共同配送制度的是日本的7.11公司，他们锁定一定的商品来实施共同配送，其商品的特性如交货频率相同、温度相同的商品，7.11在日本推行的配送方式给供货商与加盟店节省了运输时间与成本，缩短订交货时间，提高服务质量，带来双赢的局面。学术界对共同配送的定义，倾向于下列两种方向：共同配送应是指在批发商会集区、批发街、商店街或同类货的中小型制造商、生产地等，透过策略联盟的方式，所进行的一种水平整合行为与活动。

共同配送亦可能由制造商主导成立，整合下游批发业或连锁店总部，所进行的垂直整合行为与活动。

结合上述两种定义方向，我们作出对共同配送的定义。

共同配送是指为提高物流效率，许多供应商把对某一地区用户供应的货物集中到同一配送中心，再由配送中心或多个配送主体联合，统一适时向用户集中配送。

它是在配送中心的统一计划、统一调度下展开的。

2.共同配送的优缺点 共同配送的目的在于企业间结合形成共同的配送体系，借着专业人才、知识及技术，以解决企业单独投资配送体系所造成的不经济或低效率等问题，提高企业的营运效率，降低总营运成本，进而提升企业在市场中的竞争力。

(1) 配送中心的优点。

共同配送具有如下优点：利用有限的资源达到最佳配送效率。

所谓有限的资源包含了配送所需的人力、设备、土地等资源。从社会的角度而言，可以不用浪费多倍的资源去做相同的事情，以最精准的资源投入企业最需要的环节。

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>