

<<敏捷物流>>

图书基本信息

书名：<<敏捷物流>>

13位ISBN编号：9787504720412

10位ISBN编号：7504720410

出版时间：2004-4

出版时间：中国物资出版社

作者：徐章一

页数：450

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>

<<敏捷物流>>

内容概要

《敏捷物流：供应链一体化的价值实现》在吸收企业物流管理、价值管理、战略管理、生产管理、营销管理、顾客服务的最新成果的基础上，从顾客价值和企业的价值生成、成长以及最大化的角度，将物流作为一种价值实现的工具进行了深入的探索，辩证地分析了物流作为“利润源”的前提条件、实现途径和方法，以及可能的风险，明确指出，物流可以成为企业利润源，并且将物流利润源的源点归纳为“物流运作”，从而明确了物流价值最大化的方向和通过操作使其变为现实的途径。

《敏捷物流：供应链一体化的价值实现》具有两个特点：一是从多学科融合的层面研究物流和物流价值实现的途径与方法；二是实证研究，力求避免空谈。

<<敏捷物流>>

书籍目录

1 当字节送出时，搬盒子的人就快到门口了1.1 物流的兴起在于价值1.1.1 物流价值的发现与挖掘1.1.2 现代企业物流的根本1.2 物流的价值在于运作1.2.1 物流可以创造价值1.2.2 物流在何种层面上创造价值1.2.3 物流并不必然创造价值1.2.4 第三利润之源在于动作2 打开物流价值之门的两把钥匙2.1 日本7-11的启示2.2 顾客化2.2.1 顾客是谁2.2.2 顾客服务:物流价值的内在使命2.3 敏捷化2.3.1 敏捷是一种优秀的竞争能力2.3.2 敏捷化的五要素2.3.3 敏捷化的核心是顾客需求的快速反应2.3.4 敏捷化的目标是低成本与高效率的统一2.4 顾客化与敏捷化的基础:敏捷供应链2.4.1 敏捷供应链2.4.2 供应链管理:从分散到集成，再到敏捷化2.5 有效顾客需求的敏捷反应2.5.1 谁是“有效”顾客2.5.2 有效顾客需求的敏捷反应2.5.3 有效顾客需求敏捷反应的量化标准3 敏捷物流的基本内容3.1 敏捷物流产生的背景3.2 在时间窗口内的成本与效率最优化方案3.2.1 时间窗口之外的物流毫无价值3.2.2 敏捷物流的首要问题:如何在顾客规定的时间窗口内提供满意的服务3.2.3 敏捷物流的难点:在时间窗口内低成本高效率满足顾客个性化需求4.2.4 敏捷物流3.3 领先半步就可先受益3.3.1 为什么是敏捷物流3.3.2 领先半步意味着什么3.3.3 从供应链整体上进行时间竞争3.4 敏捷物流的四项基本原则3.4.1 顾客化原则3.4.2 快速响应原则3.4.3 同步化原则3.4.4 成本效率原则4 敏捷物流的运行基础5 敏捷物流的基本形态6 敏捷物流的5个主张7 敏捷物流的实现方法参考文献

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>