

<<物流策划>>

图书基本信息

书名：<<物流策划>>

13位ISBN编号：9787504732644

10位ISBN编号：7504732648

出版时间：2010-2

出版时间：中国物资

作者：李芷巍

页数：434

字数：503000

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>

<<物流策划>>

前言

1978年“物流”概念正式引进到中国，已有30多年了。

30多年来，中国现代物流业伴随着改革开放的伟大进程而蓬勃兴起。

最近10多年来，物流业开始进入快速发展时期。

从20世纪80年代初我开始对现代物流业进行研究，深刻体验、触摸到了中国现代物流业30年发展的非凡步履。

最近几年，中国现代物流的产业地位得以确立，物流企业群体快速壮大，物流集聚区逐步形成，物流运作的设施设备、信息化水平、行业基础工作和政策环境有了较大改善，出现了持续平稳快速发展的良好势头。

2009年2月25日国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议，审议并原则通过《有色金属产业和物流业调整振兴规划》；2009年3月13日国务院印发《物流业调整和振兴规划》，它的出台，是我国物流业的一件大事和喜事。

国务院圈定了十大产业调整振兴规划，这十大产业振兴规划是一个完整的整体，前九个产业集中在生产领域，属于第二产业，而物流业是服务于前九大产业的生产性服务产业，从供给和需求的经济关系角度而言，物流业向国民经济其他各个产业提供物流服务的供给，最大限度满足国民经济其他各个产业对于物流的需求，能够降低各个产业的生产成本并且提高效益。

这种良好的供给与需求关系，对于推动整个国民经济的发展，建立和谐社会是非常重要的。

物流业是一个跨越性非常强的、由多种业种所集合的具有复杂结构的产业，它在国民经济中的主体定位是重要的服务产业。

同时，它也是国民经济的基础产业，是助推其他产业发展的支撑性产业。

《物流业调整和振兴规划》的出台，不仅会推动物流业自身的提升和发展，也会大大推进其他九大产业振兴规划的实施。

对一个长期致力于物流业研究的学者而言，这一切足以令我欣慰与感怀。

<<物流策划>>

内容概要

本书是一本系统阐述物流策划的专业书籍，内容丰富，其所论及的一系列实践模型及其价值研析，对物流园区、物流企业、物流从业者具有较大的借鉴作用，全书在大量经典案例及广泛实证研究的基础上，从系统论角度及多个维度对“物流策划”进行了专业化的梳理和理论建构作者所提出的物流策划创新性理论框架，将为学术界和企业界在相关领域开展工作提供良好的指导。

<<物流策划>>

作者简介

李芷巍（建设），中共党员、经济学研究生、研究员、客座教授、著名物流专家、中国物流研究应用领域实战派领军人物、中国物流策划创始人、享誉业内的物流策划大师。
中国物流策划研究院副院长兼物流策划专家委员会主席、中物策（北京）工程技术研究院副院长、广东省物流行

<<物流策划>>

书籍目录

1 物流策划导论 1.1 物流概述 1.2 物流策划概述 1.3 物流策划学概论2 物流策划的商业化及其基本原则 2.1 物流策划的商业化运作 2.2 物流策划的基本原则3 物流策划方法论 3.1 方法与物流策划方法 3.2 立体式物流策划方法 3.3 物流策划创意的思维方法4 物流策划的运作过程 4.1 策划过程的几种阶段划分 4.2 物流策划的基本程序5 物流发展战略策划 5.1 物流发展战略策划概述 5.2 企业物流的发展战略策划 5.3 物流产业发展环境策划6 物流园区策划 6.1 物流园区的定义、特点、作用、功能 6.2 物流园区策划的定义与原则 6.3 物流园区策划的方法与步骤 6.4 物流园区的区位选择 6.5 物流园区的建设与运作模式7 物流品牌策划 7.1 品牌策划与中国现代物流业的发展 7.2 物流品牌策划的定义与特征 7.3 物流品牌策划的基本内容 7.4 物流品牌定位策划8 物流形象策划 8.1 物流形象策划概述 8.2 物流企业形象的表现形式 8.3 物流广告策划 8.4 物流公关策划 8.5 物流标识命名策划 8.6 物流商标的设计 8.7 物流商标的维护9 物流营销策划 9.1 物流与市场营销的关系 9.2 市场营销物流战略 9.3 物流营销策划的作用与原则 9.4 物流营销策划的策略 9.5 物流企业的促销策略10 物流招商与招标策划 10.1 物流招商策划概述 10.2 物流招商策划的程序 10.3 物流招商的途径与方法 10.4 物流招商谈判策略 10.5 物流园区招商策划 10.6 物流招标策划11 物流活动与会展策划 11.1 物流活动概述 11.2 物流活动策划的特点、内容和步骤 11.3 物流活动策划的模式 11.4 物流活动策划的方法与技巧参考文献后记

<<物流策划>>

章节摘录

物流研究方向很多，因此各自的理解和概念也有所不同。

物流的概念可以从不同的角度去定义：从管理学角度出发，物流是企业管理的一部分；从营销学角度出发，物流是商品流通的一部分；从系统论角度出发，物流是供应链的一部分；从宏观经济学角度出发，物流是一种经济运行模式。

我们了解物流及其理论的形成历史，结合理论和案例去研究物流从而增长我们的物流知识。

物流似乎已众人皆知，但物流究竟是什么呢？

人们面对越来越多物流概念有些迷惑。

究竟该怎样认识物流呢？

有人误解物流是在近代才有的，其实像任何一门理论学科的产生一样，在产生该理论学科之前其研究对象早已产生，这才符合认识论的规律。

物流也是这样，当人们开始认识物流，研究物流以前，物流活动就早在人类社会中充当起非常重要的角色了。

追溯物流活动和物流意识，自从有了人类，就有了不同形式物流活动，人类早已具有一定的物流意识。

早期人们为改善生存的条件，在物质的搬运、存放、保管方面进行了很大的努力和创新。

我们周围普遍存在着诸如运送、搬运、保存、生产等各种与物流有关的现象，但长期以来忽视了对这些现象的研究，随着社会分工的深化，人们通过对运输、搬运、储存、装卸、包装和加工等各种活动的改进以及技术的进步，不断突破速度、时间和空间的局限。

因此，随着物质联系的范围得到更大的改善，经济联系的加强同时也更加复杂化，到了20世纪初才引起人们的重视，人们开始对这些活动和功能整合归纳起来进行研究。

1.物流的概念 物流的概念最初来自美国，然后经日本到中国。

第二次世界大战以前，人类虽然早已从事了数千年的物流活动，具有一定的物流意识，但是，没有形成明确的物流概念和理论。

第二次世界大战期间，美国及其盟军的军事、物资、装备的制造、供应、战前配置与调运，战中补给与养护等军事后勤活动，需要运用系统的思想和分析方法进行管理，于是产生了物流的概念，并形成了军事后勤学。

战后，这些概念、理论和方法被用于民用领域，极大地促进了经济的发展。

<<物流策划>>

媒体关注与评论

改革开放30年，伴随物流行业的快速发展，物流策划对推动我国物流业发展，尤其是对推动企业流程再造、区域及城市物流发展、物流园区建设等方面，具有重要作用。李芒巍经过近10年的研究与探索，将其实战经验与研究成果付诸文字，总结成书，是一本在物流策划方面有特色的专著。作为物流业的同仁，我对该书的出版感到高兴，愿意向物流工作者推荐此书，希望能对我国物流策划工作的提升有所帮助。

——中国物流与采购联合会常务副会长、中国物流学会会长 目前业内物流与供应链类书籍虽多，但大多以理论著述为主，实战方面与经验类的稍微欠缺。物流策划一书是作者李芒巍多年在物流研究应用领域实战策划工作与实践经验的系统总结，同时又具有一定的理论深度与高度，具有很高的理论参考价值和实战指导意义，在此乐于向各位读者推荐。

——中国物流与采购联合会副会长、广东省物流行业协会会长 宝供物流企业集团有限公司董事长 李芒巍先生历经三载完成的《物流策划》一书，在大量经典案例及广泛实证研究的基础上，从系统论角度及多个维度对“物流策划”进行了专业化的梳理和理论建构。作者所提出的物流策划创新性理论框架，将为学术界和企业界在相关领域开展工作提供良好的指导。在此乐于向各位读者推荐。

——西安交通大学电子商务与现代物流研究中心主任、教授 中国科学院研究生院管理学院兼职教授 中国物流学会副会长 《物流策划》一书是业内第一本在物流策划方面有特色的专著，系统阐述物流策划的专业技能，内容丰富，其所论及具有较高实战价值，在此乐于向各位读者推荐。

——中国物流与采购联合会副会长、上海普陀区工商联商会副会长 四川省政协常委、香港物流协会永远荣誉会长 远成集团有限公司董事长兼总裁 《物流策划》一书是业内第一本系统阐述物流策划的专业书籍，内容丰富，其所论及的一系列实践模型及其价值研析，对物流园区、物流企业、物流从业者具有较大的借鉴作用，具有很高的理论参考价值和实战指导与启发意义。在此乐于向各位读者推荐。

——中国物流示范基地深圳市宝鼎威物流有限公司宝鼎威物流中心董事长、广东省物流行业协会副会长、深圳市物流与采购联合会副会长

<<物流策划>>

编辑推荐

中国物流学界的泰斗，国际物流与运输学会院士，原北京物资学院副院长，中国物流学会副会长，全国政协常委王之泰教授作序推荐。

中国第一部物流策划理论与实战指南 中国第一部物流研究应用领域的力作 中国第一部物流理论学术创新应用作品 历经十年专注研究与实践应用的成果 中国物流和策划两个领域的理论研究与实战的结晶

<<物流策划>>

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>