

<<数字物流与电子物流>>

图书基本信息

书名：<<数字物流与电子物流>>

13位ISBN编号：9787504737625

10位ISBN编号：7504737623

出版时间：2011-10

出版时间：中国物资出版社

作者：李向文

页数：192

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>

## <<数字物流与电子物流>>

### 内容概要

《数字物流与电子物流》主要从数字物流的概念出发，进而对其类似的概念如电子物流、虚拟物流等进行概念区分，阐述其内涵、特点、分类及发展前景等；重点讨论数字物流独有的系统结构及模式，数字物流信息平台的开发与应用模式及构建理论方法，数字物流与供应链信息化之间的关系，而数字物流与电子物流开发应用案例集中在最后一章中详细介绍。

本书可以作为物流工程、物流管理、交通运输专业和物流信息管理以及相关专业本科生、研究生、MBA的教材，也可以作为物流软件开发和物流信息管理人员的参考书和培训教材，还可供从事物流信息化的研究、开发、应用与教学人员参考。

## <<数字物流与电子物流>>

### 书籍目录

#### 第一章 绪论

##### 第一节 现代物流的发展趋势

##### 第二节 国内外数字物流研究与发展

##### 第三节 数字物流的研究对象与价值

#### 第二章 数字物流与电子物流概述

##### 第一节 数字物流的内涵与功能

##### 第二节 电子物流的内涵与功能

##### 第三节 数字与电子物流有关概念及其关系辨析

##### 第四节 数字物流与电子物流的优势及其对物流的影响

##### 第五节 虚拟物流现状及未来发展趋势

#### 第三章 数字物流系统结构与模式

##### 第一节 数字物流的基础设施建设

##### 第二节 数字物流的系统结构

##### 第三节 数字物流的业务流程

##### 第四节 数字物流运作模式

#### 第四章 电子物流系统结构与模式

##### 第一节 电子物流服务结构

##### 第二节 电子物流市场的组织者与参与者

##### 第三节 电子物流产业链

#### 第五章 数字物流与电子物流的相关技术

##### 第一节 数字物流的相关技术

##### 第二节 电子物流的相关技术

#### 第六章 数字物流信息平台的运作与应用模式

##### 第一节 数字物流信息平台概述

##### 第二节 数字物流信息平台的运作模式

##### 第三节 数字物流信息平台的应用

##### 第四节 数字产品的虚拟库存与配送

#### 第七章 数字物流信息平台构建的理论方法

##### 第一节 数字物流信息平台体系结构

##### 第二节 数字物流信息平台技术架构与网络通信平台

##### 第三节 数字物流信息资源规划与基础数据平台

##### 第四节 数字物流企业建模与业务逻辑平台

##### 第五节 数字物流电子商务与信息门户平台

#### 第八章 数字物流与供应链信息化

##### 第一节 数字物流与供应链信息化

##### 第二节 数字物流园区概述

#### 第九章 数字物流与电子物流开发应用案例分析

##### 第一节 国外数字物流典型案例——联邦快递的物流电子商务

##### 第二节 国内数字物流典型案例——大连数字物流港

##### 第三节 电子物流产业链案例——新加坡力图成为全球电子物流网络中心

##### 第四节 电子采购应用案例分析——精明医药厂商的选择

##### 第五节 国际物流中心综合信息平台案例——华南国际物流中心综合管理平台

#### 参考文献

## <<数字物流与电子物流>>

### 章节摘录

2.生产过程虚拟化 即使是跟数字产品较接近的出版印刷品，其生产过程也表现为产品如何从原材料形态，经过若干生产步骤最后形成产成品的过程。

生产的每个步骤，都是具体明确的。

但数字化产品的生产过程是虚拟化的。

一般的计算机软件进入市场前要经过两个阶段：一是研究开发阶段；二是制作、附件配备、包装直到入库待售的生产阶段。

而对数字产品来说，如果研究开发阶段不作为其正常的生产阶段，那么数字产品本身就没有生产阶段。

数字化产品生产的概念需要重新定义。

3.收益模式自由化 物质产品的交易一般以失去商品的所有权或控制权，获得收入权作为企业的收入。

因此，物质产品交易采取确定价格的直接收益模式。

但数字产品交易除个别产品，如在线音乐、影视等可采取直接收款的方式外，大都采取先提供产品的使用，由顾客自由决定是否付款以获取进一步的使用权的自由收益模式；或为了扩大市场份额，根本不用付款，而是采取其他手段实现收益的间接收益模式。

4.销售过程网络化 即使通过网络进行销售也属于不完全电子商务，即商品始终要运输、装卸。

而数字化产品则是完全电子商务，不需要发生物流作业，也不需有实体厂商，因此更适合中小企业的经营。

5.可复制性 数字化产品的优点集中在它们能轻易地复制、储存或传输，从而达到共享的目的。

然而，可复制性是一把双刃剑。

在一开始的固定资本投入之后，生产的边际成本几乎为零。

若制造商无法从市场中收回固定成本，那么或者产品的质量势必降低，或者产品会在市场上消失的无影无踪。

制造商绝对不会免费为消费者提供产品或服务的。

可复制性导致了世界范围尤其是发展中国家和地区盗版猖獗。

通过技术来防止复制仍不能保证安全。

“道高一尺，魔高一丈”，目前还不存在不能破解的防止复制的方法或技术。

6.无磨损性 由于缺乏通常的损耗和磨损，数字化产品一旦制造出来就永久地维持它的形式与品质、汽车或建筑物这样的耐久产品可能有较长的寿命，它们仍然因使用而磨损、损坏以至于报废。

然而，数字化产品不管使用多长时间或是否经常使用，质量都不会因此而降低。

.....

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>