

<<日本现代流通论>>

图书基本信息

书名：<<日本现代流通论>>

13位ISBN编号：9787811184938

10位ISBN编号：7811184931

出版时间：2009-9

出版时间：上海大学出版社

作者：（日）保田芳昭，加藤x忠 编，江虹 译

页数：298

译者：江虹

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>

<<日本现代流通论>>

前言

90年代中期，日本经济进一步走向国际化，另一方面却又陷入了日元不断升值、泡沫经济破裂的境地，日本经济进入了战后最漫长的调整期。

其问，虽然日本政府多次放宽了政策限制，但仍存在着诸多严重矛盾。

在日本经济中处于重要地位的流通领域中也存在着许多有待于解决的各种矛盾和问题。

在包含新修订的《大店法》在内的放宽流通限制的形势中，现代日本流通领域，特别是传统的流通大型企业遭遇到了前所未有的持续不景气的困境，中小零星商业，特别是零星商店也出现了持续衰退的趋势，迄今为止持续快速发展的消费合作社也遇到了危机，流通领域中承担着流通重任的流通业劳动者的劳动状况丝毫未能得到改善。

虽然重视消费者呼声高涨，但处于流通终端的消费者的生活现状离富裕程度和目标还相差甚远。

在这样的背景下，需要正确理解复杂的现代流通构造。

于是，一个几乎涵盖了众多方面的综合性跨学科的学会——日本流通学会成立了（1987年11月成立于关西大学）。

本书是以现代流通，即有关现代商业、市场营销、合作社流通等综合性认识为目的而编写的教科书，于1988年4月初版发行。

由于荣幸地得到了广大读者的支持，不断地再版发行，迄今已重印了12次。

在第6次印刷发行时，对有关内容作了若干增删和修改。

为了顺应海内外流通形势的巨大变化，本次决定再版发行。

新版基本上继承了旧版的内容，并在旧版的基础上对一些章节作了若干调整和增删。

由于新的编写人员的加入，尽可能在原有的章节中加入了新的内容。

例如，第1部分为零售业的主要模式，第2部分和第3部分为历史研究（流通历史的变迁），第4部分为反垄断，第5部分为商业经营，在第5部分中新增了“有关社会主义市场经济问题等”章节，取代了原有的“社会主义商业”的内容。

本书（新版）由序章和5个部分的23章节组成，这是因为考虑到大学一年的课时安排。

本书内容的叙述尽量做到通俗易懂，还插入了知识性专栏，各章节的封面中都配有照片。

另外，考虑到学习上的方便，在各章的结尾处都设计了思考题，并标注了参考文献。

<<日本现代流通论>>

内容概要

本书首先在序章中介绍了现代流通的学习方法及综合观点，正文部分不是从抽象的理论出发，而是从日常生活中的具体事例出发对有关理论进行论述分析。

第1部分叙述了“现代日本流通概况”，第2部分解答了“资本主义流通的理论和历史”，第3部分勾画了由现代大型企业形成的“现代流通支配结构”，第4部分论述了日本国家的“现代流通政策”，第5部分提出了“现代流通面临的课题”。

<<日本现代流通论>>

作者简介

保田芳昭，1935年出生于日本三重县。
1962年，关西大学研究生院经济学研究科硕士课程毕业，经营学博士（立命馆大学），曾任关西大学商学部教授。

<<日本现代流通论>>

书籍目录

前言序章 怎样认识现代流通 1 连接生产和消费的纽带——流通 2 流通研究方法和相关学科 3 现代流通的特征 4 现代流通展望第一部分 现代日本流通概况 第1章 支撑消费生活的零售业 1 零售业的作用 2 零售业结构变化及特征 3 地区商业集团的构造和变化 4 零售业最新动向 第2章 按经营模式划分的主要零售业 1 主要零售业经营模式 2 连锁经营 第3章 合作社流通的发展 1 合作社现状 2 消费合作社的商品活动 3 消费合作社的发展 4 消费合作社的社会作用 第4章 流通领域中批发业的作用 1 批发业的概念 2 批发业的作用 3 日本批发业的结构特征 4 环境变化与批发业的未来 第5章 大型企业的市场营销 1 大型企业的经营战略和市场营销 2 大型企业的市场营销和消费者 3 大型企业与现代生活方式 第6章 现代流通技术革新 1 “高度信息化社会”与流通 2 POS与商品信息系统 3 流通信息互联网的形成和VAN 4 流通高新技术化、竞争、消费者第二部分 资本主义 第7章 商品流通和商业资本 第8章 商业的分化和流通机构 第9章 日本流通机构发展史第三部分 现代流通支配构造 第10章 现代流通构造 第11章 大型零售业的流通支配 第12章 综合商社的流通支配 第13章 大型制造商的经营战略和市场营销 第14章 流通政策理论和现状 第15章 《大型零售店铺法》 第16章 反垄断政策 第17章 流通政策和中小零星商业第五部分 现代流通面临的课题 第18章 大型零售业经营 第19章 中小商业经营的现状和课题 第20章 流通业劳动者的现状和课题 第21章 消费者问题和消费者运动 第22章 流通国际化问题 第23章 社会主义市场经济化和商业流通翻译后记知识小窗口

章节摘录

第1章 支撑消费生活的零售业 1 零售业的作用 在社会分工极其发达的今天，人们不可能再过着自给自足的生活。

绝大多数人通过零售业取得了消费生活所需的商品和服务。

商品，通常由制造商销售给批发商，然后由批发商批发给零售商，再由零售商出售给消费者，经过这些阶段的买卖交易，商品完成了从制造商到达消费者手中的流通。

因此，可以说零售业执行了向消费者提供商品的代理职能。

这样，向最终消费者销售商品，提供服务的零售业，是维持消费生活的重要的流通机构。

另外，由于零售业是向最终消费者提供销售服务，所以它具有分散在全国各地、花色品种多样、购买金额少的特点，并且在销售商品及提供服务上形成了一个总额达141兆日元（1991年）的零售市场。

2 零售业结构变化及特征 随着社会生产力的发展，为满足日益变化的消费生活需求，零售业不断地运用了多种销售模式。

这些销售模式随着生产和消费的结构变化而变化。

有关这一论点在M.马克奈尔（M.P.McNair）的《零售之轮》中有着精辟的分析。

因此必须从各方面、各层次对现代零售业结构进行研究。

区分零售业有多种标准，主要可从资本和职工人数规模、企业结构、经营模式、销售模式、经营商品种类上进行分类。

<<日本现代流通论>>

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>