

《流通原理》

图书基本信息

书名：《流通原理》

13位ISBN编号：9787111208402

10位ISBN编号：7111208404

出版时间：2007-6

出版社：机械工业出版社

作者：田村正纪

页数：195

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《流通原理》

内容概要

流通体系与生产、消费以及流通技术的发展动向紧密相连，它处于相互作用的互动关系中，这种互动作用决定了流通的动态发展。本书立足于流通体系动态发展的观点，向初学者讲授流通的基本原理，是一本既通俗易懂又体系规范的教材，目的在于培养读者理论分析的能力，用科学的观点来分析现实社会中剧变的流通现象，掌握流通的变化方向。

本书适用于相关专业的本科生、研究生和MBA学生，以及关注流通专业发展方向的普通读者。

作者简介

田村正纪(Tamura Masanori)于1966年日本神户大学研究生院经营学研究专业博士生课程结业后，任神户大学助教。后任该校专职讲师、副教授。1980年任神户大学经营学系教授。历任神户大学经营学系主任、神户大学研究生院教授、曼彻斯特商学院客座教授、日本商业学会会长等职。2001年任日本流通科学大学教授、日本流通科学大学流通科学研究所所长、日本广播大学名誉教授、神户大学名誉教授。主要研究方向是市场营销、消费者行为、流通体系。

进入21世纪以后，日本企业和产业面临经济环境的急剧变化，作者认为这是理论工作者重新选择研究课题和解决新课题的关键时期，并以此为出发点，致力于研究企业应如何建立数据库，以迅速适应市场环境的变化；致力于研究和开发适应数据库管理的新型商业模式。作者的最新研究领域是进行实证方面的研究，为日本产业界进言献策，主要研究日本企业应如何设计以顾客为本的新型数据库，以及如何提高日本流通企业的国际竞争力等新课题。

作者不仅限于学术研究，还广泛活跃于日本经济产业部、内务部、教育科学部、大阪府、兵库县等政府部门。任政府各部门审议会委员长，并与海外学术界保持长期联系。担任中日物流会议协调人职务后，他多次举办中日学术报告会，精心指导多名中国留学生的研究课题，为在流通理论界培育中国学者呕心沥血。他的相关论文曾发表在中国社会科学院主办的学术刊物上。

主要著作：《金融零售改革》，千仓书房，2002年；《流通原理》，千仓书房，2001年；《机动营业力》，日本经济新闻社，1999年；《市场营销知识》，日本经济新闻社，1998年；《市场营销力》，千仓书房，1996年；《现代市场战略》，日本经济新闻社，1989年。

书籍目录

译者序 中文版序言 作者简介 前言 第1章 流通体系的作用 1.1 流通的任务 1.1.1 经济中的流通部门 1.1.2 生产与消费的分离 1.1.3 流通流 1.2 流通产出及流通功能 1.2.1 流通产出 1.2.2 流通功能 1.2.3 渠道结构的基本形态 1.3 流通渠道结构的形成机制 1.3.1 消费者费用 1.3.2 营利渠道费用 1.3.3 功能剥离与技术 1.3.4 标准渠道 本章要点 第2章 基于交易的市场形成 2.1 交易形成竞争市场 2.1.1 交易在企业活动中的作用 2.1.2 交易决定流通功能的构成 2.1.3 竞争市场的形成 2.2 交易形成垂直结构 2.2.1 直接交易与间接交易 2.2.2 中间商介入的必要条件 2.2.3 中间商介入的充分条件 2.3 交易费用的节约机会 2.3.1 商业者的基本战略——社会备货形成 2.3.2 交易量经济：最小适度规模 2.3.3 规模经济与范围经济 本章要点 第3章 商业的中介原理 3.1 信息提炼与整合经济 3.1.1 什么是信息提炼与整合经济 3.1.2 搜寻的效率化 3.1.3 交涉的效率化 3.1.4 履约的效率化 3.2 多方连接的经济 3.2.1 简化交易次数 3.2.2 不确定性“蓄水池” 3.2.3 流通体系的市场特点 3.3 流通任务条件 3.3.1 商品特性 3.3.2 市场范围 3.3.3 技术条件 3.3.4 经济发展与流通任务条件 本章要点 第4章 批发过程的分化与一体化 4.1 商业分化 4.1.1 流通过程的分化原理 4.1.2 向批发和零售环节的分化 4.1.3 批发商的介入条件 4.2 批发商业的内部分化 4.2.1 环节分化 4.2.2 空间分化 4.2.3 商品类别分化 4.3 批发一体化 4.3.1 商业一体化原理 4.3.2 批发一体化的形态 4.3.3 现代批发部门的特征 本章要点 第5章 消费市场的发展 5.1 消费社会的确立 5.1.1 城市化与集中市场 5.1.2 消费主体化与快乐原则 5.1.3 消费者移动性的增强 5.2 购物行为原理 5.2.1 购物效率化 5.2.2 商品的基本类别 5.2.3 多样化购物模式的源泉 5.3 多目的购物出行 5.3.1 一定期间的购物效率化 5.3.2 多目的购物出行的内部机制 5.3.3 多目的购物出行与流通结构 本章要点 第6章 零售业的发展 6.1 零售市场空间结构的发展 6.1.1 店铺商圈与商业集聚 6.1.2 中心地体系及其变化 6.1.3 商圈的锁链状连接结构 6.2 零售部门的组织结构 6.2.1 零售商的现代化过程 6.2.2 大型零售商的发展 6.2.3 大型零售商发展的影响 6.3 店铺业态的发展 6.3.1 店铺差异的多样性 6.3.2 郊外购物中心 6.3.3 业态变化的原理 本章要点 第7章 市场营销模式 7.1 作为交易战略的市场营销 7.1.1 市场营销的产生 7.1.2 市场营销的基本战略 7.2 市场营销模式的功能条件 7.2.1 什么是品牌化 7.2.2 品牌化战略的有效性 7.2.3 流通组织化 7.3 流通企业的营销模式 7.3.1 对生产者市场营销的制约 7.3.2 零售事业的品牌化 7.3.3 市场营销模式引起的流通体系变化 本章要点 第8章 复合市场的信息一体化 8.1 电子化交易 8.1.1 数字信息技术的发展 8.1.2 电子交易 8.1.3 向关系型交易的进化 8.2 网络渠道 8.2.1 新的流通任务条件 8.2.2 速度经济 8.2.3 供应链 8.3 电子零售业 8.3.1 电子零售业的发展 8.3.2 电子零售业中的搜寻 8.3.3 对流通体系的影响 本章要点

精彩短评

- 1、很有启发
- 2、在流通领域里，这本书的语言显得十分流畅简明。
- 3、是本装订错误的书！
- 4、这本书不错~正是我这学期需要的教科书！我给好评！
- 5、终于明白了所谓流通的含义！流通是如何创造价值的。
- 6、结果我是第一个投票的。。。
- 7、书不错，是我要找的书

《流通原理》

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:www.tushu111.com