

全国经济专业技术资格考试用书



YUNSHU JINGJI (SHUILU)
ZHUANYE ZHISHI YU SHIWU (CHUJI)

QUANGUO JINGJI ZHUANYE JISHU
ZIGE KAOSHI YONGSHU

运输经济（水路） 专业知识与实务

人力资源社会保障部人事考试中心 组织编写

●●● 登陆<http://rsk.class.com.cn>获取增值服务

2014（初级）

查询网址：rsk.class.com.cn

11444649

刮开可见防伪码

 中国人事出版社

全国经济专业技术资格考试用书

运输经济(水路)专业
知识与实务(初级)

(2014年版)

人力资源社会保障部人事考试中心 组织编写

主 编

余思勤

编写人员

付新平 孙春阳 张丽娟

余思勤 吕 靖 黄顺泉

中国人事出版社

图书在版编目(CIP)数据


运输经济(水路)专业知识与实务:初级:2014年版/人力资源社会保障部人事考试中心组
组织编写. —北京:中国人事出版社,2014

全国经济专业技术资格考试用书

ISBN 978-7-5129-0710-2

I. ①运… II. ①人… III. ①水路运输-运输经济-资格考试-自学参考资料 IV. ①F55
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 074867 号

2014 年版全国经济专业技术资格考试用书防伪轧纹鉴别方法:

封面及封底可以看到形社标及社名英文缩写“CLSSPH”的暗纹,有明显的凹凸感。
由于制作工艺的原因,封二、封三可见与封面及封底对应的反向轧纹。

2014 年版全国经济专业技术资格考试用书防伪标识鉴别方法:

1. 防伪印制:防伪标识纸张中有一条开天窗式的金属安全线,底纹中有“RSKS”组成的防
伪浮雕文字。

2. 网站防伪查询及增值服务获取:刮开防伪标识中的涂层,获取防伪码。登录中国人事考
试图书网(<http://rsk.class.com.cn>),即可按照提示查询真伪,同时还可获得网站提供的增
值服务。

3. 粘贴位置:封面左下方。

中国人事出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码:100029)

*

河北省零五印刷厂印刷装订 新华书店经销
787 毫米×1092 毫米 16 开本 11 印张 277 千字

2014 年 5 月第 1 版 2014 年 5 月第 1 次印刷

定价:50.00 元

售书网站:中国人事考试图书网

网址:<http://rsk.class.com.cn>

咨询电话:400-606-6496/010-64962347

版权专有 侵权必究

如有印装差错,请与本社联系调换:010-80497374

我社将与版权执法机关配合,大力打击盗印、销售和使用盗版
图书活动,敬请广大读者协助举报,经查实将给予举报者奖励。

举报电话:010-64954652



前 言

为做好全国经济专业技术资格考试工作,促进经济专业技术人员不断提高业务知识和能力,更好地为经济建设服务,根据最新修订的《经济专业技术资格考试大纲》,结合我国的社会经济发展和方针、政策及法律法规的变化,特别是“十二五”规划和党的十八届三中全会有关精神和内容,我们在认真听取专家和应试人员意见的基础上,组织专家对《全国经济专业技术资格考试用书》进行了重新编写,供广大应试人员和有关人员学习参考。

书中疏漏及不足之处,恳请指正。

人力资源社会保障部人事考试中心

2014年5月16日

目 录

第一章 运输业与运输市场	(1)
第一节 运输业	(1)
第二节 运输市场	(5)
第三节 运输需求与运输供给	(9)
第二章 综合运输体系及可持续交通发展	(13)
第一节 综合运输体系	(13)
第二节 各种运输方式的技术经济特征	(23)
第三节 可持续交通发展	(27)
第三章 运输企业组织与市场营销	(30)
第一节 运输企业建制与运输企业集团	(30)
第二节 运输企业市场营销	(35)
第四章 航运成本	(43)
第一节 航运成本概述	(43)
第二节 航运成本影响因素	(44)
第三节 航运成本分析	(48)
第五章 港口生产组织	(53)
第一节 港口的分类与特点	(53)
第二节 港口企业生产过程	(55)
第三节 单船作业计划	(58)
第四节 船舶装卸作业组织	(60)
第六章 港口装卸工作指标和港口企业生产管理	(64)
第一节 吞吐量及装卸工作量指标	(64)
第二节 装卸效率指标	(67)
第三节 车、船舶在港停留时间指标	(70)
第四节 港口生产设备运用指标	(73)
第七章 船舶运输组织与管理	(78)
第一节 运输船舶和货物概述	(78)
第二节 航运生产过程	(82)
第三节 船舶营运组织	(84)
第四节 船舶航次生产组织与管理	(88)
第五节 航运企业生产作业计划与经营管理	(89)

第八章 集装箱运输	(93)
第一节 集装箱运输概述	(93)
第二节 集装箱货流	(97)
第三节 集装箱货物的交接方式	(98)
第四节 集装箱出口货运程序和主要货运单证	(99)
第五节 集装箱进口货运程序和主要货运单证	(100)
第九章 水路货物运输业务与管理规则	(103)
第一节 水路货物运输的基本业务	(103)
第二节 国内水路货物运输规则	(108)
第三节 港口货物作业规则	(118)
第四节 国内水路运输管理条例	(123)
第十章 现代科技在港航中的应用	(126)
第一节 船舶运输控制系统	(126)
第二节 船舶交通管理系统	(126)
第三节 全球卫星定位系统及船舶自动识别系统	(127)
第四节 电子商务	(129)
第五节 计算机管理信息系统	(131)
第六节 物联网	(132)
第七节 水路交通运输信息化	(132)
第十一章 水路运输质量管理	(137)
第一节 水路运输质量管理概述	(137)
第二节 水路运输质量管理标准	(141)
第三节 水路运输质量管理的常用方法	(145)
运输经济(水路)专业知识与实务(初级)模拟试卷	(161)

第一章 运输业与运输市场

第一节 运输业

一、运输业的产生

运输活动是将人或货物从一地送往另一地的劳动过程,是人类社会的基本活动之一,是现代社会经济活动中不可缺少的重要内容。人类的生产和生活,社会的文明与进步,交通运输发挥了不可估量的重要作用。交通运输是国民经济的基础产业和先导产业,作为一个行业和领域,它已经渗透到人类社会生活的各个方面,成为最受关注的社会经济活动。

(1) 运输业是商品经济发展的必然产物。在商品经济条件下生产出来的产品只有通过流通领域,依靠运输才能到达消费者的手中。随着商品经济的发展,商品交换的范围和规模越来越大,商品流通的时间越来越短,在客观上要求运输劳动从生产中分离出来,实现运输的专门化和专业化。运输成为独立的生产部门,经历了一个漫长过程。因此,运输业是商品经济发展的必然产物。

(2) 运输业发展的一般历史。运输业的发展历史一般经历了手工业生产阶段、工场手工业阶段和机器生产阶段。特别是机械运输业的出现,对经济发展和社会进步产生了重大的影响。机械运输业时期,一般又可以区分为以不同运输方式为主的四个不同发展阶段。一是以水运为主阶段(18世纪中叶—19世纪初);二是以铁路为主阶段(19世纪30年代—20世纪30年代);三是以管道、公路、航空运输大发展阶段(20世纪30—50年代);四是建立综合运输体系阶段(20世纪50年代以来)。

运输业以不同运输方式为主的四个发展阶段只是世界运输发展的一般过程,并不是世界上每一个国家的运输业都经历了这样一个过程,不同的国家有各自的不同国情,但是每个国家可以借鉴别国运输发展的经验和教训,建立起符合自己国情的综合运输体系,并且向现代物流体系发展。

二、运输业的性质

运输业是从事旅客和货物运输的物质生产部门,是公共服务业,属于第三产业,是国民经济的基础产业和先导产业。运输业对其劳动对象,在价值创造和使用价值实现方面具有一定的作用。由于运输生产活动是运输生产者使用劳动工具作用于劳动对象,改变劳动对象空间位置的过程,因此,实现劳动对象的空间位移成为运输的基本效用和功能,通过改变劳动对象的空间位置,使其价值和使用价值发生变化。运输业的“公共服务”性是指运输活动中的服务性质,即运输业必须以服务作为前提向全社会提供运输产品。马克思曾特别强调旅客运输业的服务性,他说:“旅客运输,这种位置变化不过是企业之间向乘客提供的服务。”而实际上,在货物运输方面,运输业同样存在如何向货主服务的问题,在市场经济不断发展的今天,服务性是决定运输业生存的重要因素。而运输业是国民经济的基础产业和先导产业又进一步证明了运输的基础和先行作用。

三、运输业的特征

运输业相对于其他行业和部门有其明显的特征:

(1)运输业是一个不产生新的实物形态产品的物质生产部门。运输生产是一种特殊的物质生产,这是因为运输的过程不会改变劳动对象物理的、化学的或生物的属性,而是保留其原有的各种属性。运输业的劳动对象既可以是物,也可以是人,且劳动对象不必为运输业所有。运输业参与社会总产品的生产和国民收入的创造,但却不增加社会产品实物总量。所以,运输业是一个不产生新的实物形态产品的物质生产部门。

(2)运输业提供的是一种运输服务,它对劳动对象只有生产权(运输权),而不具有所有权。由于运输业的劳动对象是旅客和货物(旅客人公里和货物吨公里计量),运输产品是运输对象的空间位移。运输业不改变劳动对象的属性或形态,只改变它的空间位置,所以,运输业提供的只是一种运输服务,它对劳动对象只有生产权(运输权),而不具有所有权。

(3)运输业的生产过程是社会生产过程在流通领域内的继续。工厂的产品在完成了生产过程后,必然要从生产领域进入到消费领域,这就需要运输。产品只有完成了这个运输过程,才能变成消费品,所以,运输与流通紧密相连,运输的生产过程就是社会生产过程在流通领域内的继续。

(4)运输过程的生产过程和消费过程是同时进行的。一般的工农业生产过程中,生产过程和消费过程是分开进行的,即生产过程完成后,就要创造出一个有形产品(物质产品),即使用价值,而这个使用价值要经过分配、交换等一系列过程,才最终进入消费者手里进行消费。由于运输业的生产并不创造有形产品,只是改变劳动对象的空间位置,所以运输的生产过程,同时也是消费过程,对于运输供给者来说,它是生产过程,对于需求者来说,它又是消费过程,两个过程是同时进行的。

(5)运输业具有“网络型产业”特征。运输业的生产具有“网状”特征,运输活动的本身同时具有过程性、连续性等特点。运输业的活动场所遍及广阔空间,运输业的网络性生产特征决定了运输业内部的各个环节以及各种运输方式相互间有密切的协调性。

(6)运输业的资本有机构成具有其特殊性。运输业的资本有机构成比一般的产业要高,其固定资本所占的比重巨大,资本的周转速度相对较慢。如修建运输线路、开凿运河、疏浚航道、建设机场、修建港口、建造码头无不需巨额的投资,而投资后的资本回收期较长。

四、运输的分类

运输活动是一项广泛存在的经济活动,其本身可以进行更详细的分类,概括起来,运输可进行如下分类,见表1-1。

表1-1

运输的分类

划分标准	运输类型
按营业性质划分	国有运输、私营运输
按运输对象划分	旅客运输、货物运输
按运输主体划分	自有运输、公共运输(受雇运输)
按运输方式划分	铁路、公路、水路、航空、管道
按运输范围划分	城市运输、城际间运输、乡村运输、国内运输、国际运输
按生产过程划分	厂内运输(内部运输)、社会运输(外部运输)

运输业的产品是旅客和货物的空间位移,运输产品的计算单位是旅客“人公里”或货物“吨公里”。运输产品具有三维属性,即空间性、时间性和数量性。

运输产品的空间特性反映了运输产品的完成要跨越空间障碍,克服距离因素;运输产品的时间特性反映了完成位移所需支付的时间代价;运输产品的数量特性则反映了产品数量、规模的大小,它是一种复合计量单位,用周转量(旅客周转量和货物周转量)反映。

从运输产品的三维特性可以看出,运输产品的效用是它的空间性和时间性,运输产品克服空间障碍的能力以及为克服空间障碍是要付出的时间代价。在一定意义上,运输产品性能、质量越好,它克服空间障碍的能力就越强,同时所需付出时间代价就越小。

五、运输业在国民经济中的地位和功能

运输是国民经济中最重要的基础之一。所谓基础,具体是指运输业是促进国民经济发展的动力,是社会和国民经济发展的前提条件。运输是社会生产力的组成部分,是进行物质资料生产的必要条件,它对社会生产配置和提高社会劳动生产率的水平有着巨大的影响。国民经济各部门内部的空间与时间联系,必须依赖运输的功能才能实现。国民经济越发达,社会生产对运输的依赖性就越大,运输业在国民经济中的基础作用也就越重要。运输业在国民经济中的功能表现在以下两个方面:

(一) 运输业的经济功能

(1) 运输是经济发展的基本物质保证。在影响经济发展的诸多因素中,运输的作用十分明显。一个完善的交通运输体系是维系和支持经济运行和发展所不可缺少的,运输业为经济的发展提供了物质保证。世界各国的经济发展史证实了运输业在经济发展中的作用。正如美国运输经济学家罗依·桑普森在其《运输经济——实践、理论与政策》中所述:“经过多少年艰苦努力,美国今天有幸拥有一个世界上最为发达的运输系统。这个系统……帮助我们为经济增长打下了基础。”而在另外一些国家,由于运输发展的滞后从而影响和阻碍社会经济事实非常鲜明。

(2) 运输是社会生产过程的重要组成部分。运输最基本的效用就是改变物体的地点或位置。古典经济学家将运输能够通过改变物体位置而创造价值的特性称为运输的空间效用。由于运输存在,才使社会生产和消费得以正常进行。由于运输使不同商品的使用价值以充分体现,所以,运输劳动像一般生产领域的劳动一样,能够增加商品的价值,使商品生产过程在生产领域外(即在流通领域)延长。因此,运输是生产过程在流通领域内的继续。

运输在参与社会生产活动中,还以其本身具有的“时间效用”创造价值。由于运输,生产要素才能够顺利送达生产地,保证生产不间断进行;由于运输,各种商品才可以在不同地区自由交换,实现其价值。因此,运输对生产和消费在时间方面所起的作用是能够创造价值,是社会生产过程的重要组成部分。

从社会生产过程来看,运输另外一个重要作用就是促进劳动分工和地区专业化。由于不同地区在自然资源、环境、资本、劳动力、气候、文化等方面具有不同特点,所以每个地区的生产力、生产特点都会有别于其他地区。如果有运输作保证,各地区就会生产自己有优势、对自己有利的产品,从而形成不同地区的劳动分工和生产专业化。运输在大规模生产和地区分工方面的作用,也决定了它在社会生产力布局方面具有不可替代的影响。

(3) 运输是产品销售的必要条件。生产是为了消费,大规模的社会化生产,必须配备行之有效的销售体系。在市场经济条件下,产品如果卖不出去,生产就不再有意义。实现产品顺利销售的必备条件之一是利用充足完善的运输系统,才能够把不同商品运到需要的地方,实现其本身的价值。因此,运输是产品销售的必要条件。

(4) 运输能够平衡和降低社会物价水平,有利于降低商品价格。运输使得货物从一地运

往另一地变得简单,能够平衡不同地区的物价。如前所述,不同地区有其各自的生产特点和产品特征。如果没有运输,每个市场就只能依靠本地产品供应。多数产品的生产在一年中不平衡,特别是农产品。在地区封闭或运力不足的情况下,这些产品在收获时价格会很低,而收获期一过价格就变得高起来,而运输可以使其他地区的产品参加该市场竞争。在当地货源不足的情况下,外地货源可以通过运输满足该市场需要;而本地产品相对过剩时,也可以运往其他市场销售。由此,在运输行为的作用下,不同地区的商品价格会保持相对平衡。

除此之外,运输系统的存在能够允许更多的产品生产者参与市场竞争。通常,产品生产成本最低的地区以其产品成本加上相关运输费用作为商品的售价,市场上其他同类产品的出售者也要参照进行定价,否则可能会失去应有的市场份额。所以,地区专业化的结果,使得产品的市场价格可能是由远方的供应者所决定。没有运输,市场上就没有那么多竞争者,商品价格就会升高。因此,运输有利于降低商品价格。

(5)运输会明显地影响土地价值。运输在平衡和降低商品价格的同时,能够使土地价值发生变化。完善的运输可以使土地获得多种用途,从而使它和它周围的资源变得有用甚至是必需。运输条件的改善能使附近地区和得到运输服务的地区的地价增值,并促进该地区的社会经济发展。交通便利了,土地的使用价值和价值自然就高了。例如,一条高速公路建成前后的土地价值会有非常明显的差别。

(二) 运输业的社会功能

运输缩短了人和货物在时间和空间上的距离,使不同地区之间的接触和交往不断增加,并通过接触、沟通,增进相互间的了解,强化相互间的各种社会联系,并逐渐结为一体。运输对民族的形成、国家的统一、社会的进步、政治制度的完善、文化传统的形成和文化水准的提高,以及国防力量的增强都发挥着重要的作用,具体表现在以下四个方面。

(1)运输是国家统一、政治进步的首要条件。从历史和现实情况看,有效的运输使广阔地理区域上的政治统一成为可能。各个国家通过运输,加强地区间的贸易往来和经济上的交流,打破彼此的孤立和封闭,增进相互的依赖和了解,促进社会发展。国家在运输建设上,包括线路(铁路、公路)设计、港口建设等,都需要政府参与。如美国政府批准并支持修筑的第一条横贯全国的大铁路,在很大程度上促成了国内战争时期加利福尼亚留在联邦内部;澳大利亚在澳洲大陆上修建穿越沙漠地区的铁路,保证了国家在政治上的统一。

(2)运输是文化进步、国民素质提高的重要保证。文化是人类生活的重要内容。从古代的文化起源到现代文化的发展无不和交通运输紧密相连,便利发达的交通会增进文化和科技事业的发展,促进不同地域、不同民族、不同国家之间的科技、教育和文化的交流。因此,运输对一个国家的文化进步和国民素质的提高发挥着重要的作用。

(3)运输是国防事业、现代战争的有效保障。运输的状况对国家的国防事业有着深刻的影响。历史上很多交通运输设施和道路的建设都是出于军事目的,在当今,很多国家的部分运输设施仍是出于政治和军事需要,现代战争更是依赖于快捷和迅速的运输工具。

(4)运输是国际交往、经济交流的重要“桥梁”。现代世界是一个开放的世界。世界经济全球化的趋势和区域经济集团化在同时向前发展,在国家与国家之间、地区与地区之间的国际交往中,国际运输发挥着越来越大的作用。现代化的运输工具,缩短了国家之间在时空上的距离,促进了世界的人员交往和经济交流。国际运输的发展必将进一步推动世界经济全球化和经济生活国际化的进程。

第二节 运输市场

市场是随着生产力的发展而产生的,它是社会分工和商品交换的产物,是一种以商品交换为内容的经济联系形式,它属于商品经济范畴。市场是连接生产者与消费者的桥梁和纽带,哪里有商品生产和商品交换,哪里就有市场。市场将随着社会分工的发展而不断扩大和细化。市场上的基本关系是商品供求关系,其基本活动是商品交换活动。

一、运输市场的概念

运输市场是市场的一种特定存在形式。运输市场本身是一个具有多重含义的概念,可以从以下三个角度去理解。

(1) 运输市场是运输产品交换的场所。运输的需求方和供给方因需要而发生联系的地点,形成了一个交易场所。在这个交易场所里,运输需求方(旅客和货主)、运输供给方(运输企业及运输代理人)相互见面,在条件具备的情况下,发生交换(买卖)行为。

(2) 运输市场是运输产品供求关系的总和。这里所称的运输市场,是由不同的运输产品、劳务、资金、技术、信息等供给和需求所构成的,这一市场概念强调的是买方、卖方力量的结合,“买方市场”“卖方市场”反映了这一概念下供求力量的对比结果。从这一认识角度出发,运输企业就应当以市场供求规律指导其市场营销活动,根据供求状况调节运输生产经营活动,调节市场各方的利益对比。判断市场供求的强弱对比和变化走势,对运输企业的营销决策是十分重要的。

(3) 运输市场是在一定时空条件下对运输产品需求(现实需求和潜在需求)的总和。运输市场是由具有现实需求和潜在需求的消费者所组成的。当人们说“中国的运输市场很大”的时候,并不是指运输的交易场所很大,而是说中国存在大量现实的和潜在的运输需求。这种市场就是需求的概念,是从生产者角度提出的。

二、运输市场的构成

运输市场是一个多层次、多因素的集合体,它由多种因素所构成。这些因素主要包括:

(1) 运输需求方。运输需求方是构成运输市场的重要因素。运输的需求方由具有现实或潜在需求的单位、组织和个人组成。运输需求方是运输市场上的买方。运输需求方的总体数量以及单个运输需求者的需求状况决定运输市场的总体需求规模。

运输市场上的需求方构成比较复杂,包括各类部门、企事业单位和个人。这些需求方在运输需求的质量、数量等方面存在较大差异,客观上形成了不同层次、不同类型的运输需求。

(2) 运输供给方。运输供给方是指提供各种客、货运输服务,满足需求者空间位移要求的各类运输者。运输供给方是运输市场上的卖方,向市场上提供各类运输产品。每个运输供给者所提供的运输产品数量和质量,决定于他们所拥有的相关运输资源的数量和质量。运输供给方的构成同样比较复杂,它由具有不同经济性质的企业和不同经营者组成。

运输供给有三层含义:一是由于资源的稀缺性,运输供给在一定条件下是有限的;二是运输供给在不同的时空条件下是可以变化的,它具有一定弹性;三是随着生产能力的提高和科技进步的加快,运输供给也表现出不断扩大的趋势。

从运输市场上的供需情况来看,随着市场的不断变化,运输供给方在不断调整 and 变化自己,以使提供的产品更符合运输市场的需求,提供更多的有效供给。这是因为,不同的运输供给方所提供的运输产品并不一定都能够满足市场需求,这就出现了有效运输供给问题。有效

运输供给是符合运输市场需求的供给,由于市场上总存在一部分不符合市场需求的供给,所以有效运输供给小于总的运输供给。

(3)运输中介方。运输中介方是指为客、货运输需求与供给牵线搭桥,提供各种客货运输服务信息及运输代理业务的企业或经纪人。随着经济的不断发展,市场上各种信息也越来越多,对于消费者来说,获取有关信息是进行购买的前提和基础。一般来说,运输需求方总是想获得有关方面信息,达成(购买)服务质量好、价格又合理的运输产品的协议,这是进行运输购买的前提条件。然而,获取信息是要有代价的,完成交易要付出时间、精力和体力,这种代价对于单个运输需求者来说又可能是比较高昂的,因此,市场客观上需要一种专门从事这项服务的“人”,能够开展这方面的业务,以减少市场交易成本。当运输的中介者出现后,越来越多的运输需求者开始把服务要求转向运输中介者。由于运输中介者是专门负责从事专业化的中介服务,因此,其工作效率相对更高,运输供给者也乐于通过这个专业化的中介机构来扩大其市场。

随着运输市场的不断发展,运输中介已经成为运输市场中一个不可缺少的阶层或集团。由于专门从事中介活动,运输中介服务成本相对较低,运输中介在扩大市场范围、促进运输交易发展方面也发挥着越来越明显的作用。

(4)政府方。在现代市场经济条件下,政府在经济活动中具有一定的地位和作用,这种作用在其他经济主体不可替代的。在运输市场上,政府对经济的干预是必要的。在运输业方面,运输市场的特点决定了它在某个时期或某些地方有时是极端垄断,而在另一个时期或在另一些地方又极富竞争性。过度的垄断和竞争对运输市场的健康发展都不利,有时甚至是灾难性的。如果仅仅依靠市场本身来调节运输供求,决定运输业的发展是不够的,运输市场不能解决所有问题,政府需要在运输市场中发挥必要的作用。

政府在多数情况下并不直接参与企业的具体经营活动,而是通过制定有关法律法规、政策来规范和影响这一市场。在运输市场上,政府代表的是国家和一般公众的利益。

三、运输市场的特征

同其他市场一样,运输市场是以商品交换为主要内容的经济联系形式,它是运输生产者与消费者之间相互连接的桥梁和纽带,因此,它具有一般商品市场所具有的特征和属性。除此以外,由于运输业本身的特点,决定了运输市场还具有一些与其他市场不同的特征。

(一)运输市场具有较强的空间性和时间性

运输业本身的特点决定了它所遍及的空间十分广泛。人类发展到今天,除个别地区外,现代运输方式几乎遍及所有人类存在的地方。运输线路纵横交错,运输网络遍及全球,运输把城市与乡村、企业与市场紧紧联系在一起,运输产品的交换遍及了经济发展的所有地区和范围。

(1)运输市场需求(运输需求)的空间性与时间性。一是运输市场的空间特征。有人类生存的地方就有运输需求,运输需求的大小依赖于当地的社会、经济、文化、科技等方面的发展水平。在不同的国家或同一个国家的不同地方,运输需求具有很强的区域不平衡性(空间上的不平衡性),甚至在同一条运输线路(航线)的不同方向上,运输需求也具有明显的差异性,运输需求空间分布的特性决定了运输市场的空间分布特征。二是运输市场的时间特征。无论是运输旅客还是运输货物,往往都与季节变化有着特定的关系。在不同的时间和季节当中,运输需求在数量、内容、结构等方面存在明显的差异。在一段时间内,运输需求可能表现出非常的旺盛,而在另外一段时间内,运输需求又可能表现出极度的低迷。运输需求的季节性变动,使运输市场的时间特征十分明显。

由于各种因素的影响,运输市场在空间和时间上都有一定的不均衡性。平衡运输需求,实

现均衡运输是运输供给者努力追求的目标,这就产生了运输需求的派生性。

(2) 运输需求的派生性。运输需求是人与货物在空间位移方面表现出的有支付能力的需要(注意,需求与需要不同)。较之其他类型商品需求而言,运输需求具有一种特性,那就是它基本上是一种派生需求。一般情况下,当一种商品或劳务的需求是由另一种或几种商品或劳务的需求衍生出来时,这种需求就称为派生需求,衍生派生需求的那种需求则称为本源需求。

派生性是运输需求的一个重要特征。在多数情况下人与货物在空间上的位移不是目的而是手段,是为实现生产或生活中的某种其他目的而必须完成的一种中间过程。旅客出行可能是由于工作需要,如参加会议、商务谈判,或其他事宜;也可能是生活需要,如外出旅游、探亲访友等。货物运输基本上是生产或销售的需要,如生产所用原材料的运输、产品抵达销售地的运输。运输需求的派生性决定了运输需求的大小,而运输需求的大小决定于社会经济的发展、居民生活水平的改善、企业生产经营状况以及不同地区间的经济联系等因素。

社会生产状况以及人们的生活方式,衍生了运输需求在时间上和空间上所具有的特性。某些产品,如瓜果、蔬菜等在生产和销售上具有很强的季节性,由此导致了在运输需求上也具有很强的时间性。旅客运输在时间上的波动更为明显,上下班时间、节假日期间往往是旅客运输的高峰期。运输需求在时间上的波动性是由人们的生产和生活方式所决定的。

从空间角度看,任何一项运输需求都有空间上的特定性。某一个人或者某批货物要从一地运到另一地,其空间特性十分明确,这显然是生活或生产中的某种需要所引发出来的。

运输需求的派生性决定了它必然受到衍生这种运输需求因素的影响,如社会经济的发展水平、自然资源的分布情况、生产力布局、人口分布及消费水平的分布差异等。国民经济及各部门发展的景气情况能够通过运输需求的变动很快反映出来。

(二) 运输市场上出售的商品(位移)是一种运输劳务,具有一定的特征

运输业不像工农业那样改变劳动对象的性质和形态,它只是改变它的空间位置,因此,运输业的产品是运输对象的空间位移。

运输市场上出售的商品(位移)实际上也是一种运输劳务,它具有以下特性:

(1) 不可感知性。运输产品本身是无形无质的,无法用触摸或肉眼感知其存在。消费者在消费这种产品之前,无法用预先的“观察”和其他手段了解它的性能或质量。消费者在消费这种产品之后,同样没有留下任何具有实物形态的东西(除了车、船票、纪念品等),对于消费这种商品所能得到的利益(独特的、与其他商品不同的),消费者往往要经过一段时间后才能有所感觉。

(2) 不可分离性。实物产品从生产、流通到最终消费要经过一系列的中间环节,生产与消费相互分离,并存在一定的时间间隔。相比之下,运输的生产具有一定的特殊性,那就是运输的生产与消费过程在时间上完全融合在一起,无法分离。运输生产开始之时,也是运输消费开始之时,而运输生产过程结束,运输的消费过程也告结束。运输的生产者和消费者同样不可分离,它们必须相互作用和联系才能使生产和消费顺利完成。

(3) 不可存储性。运输产品的无形性以及生产与消费同时进行的特点,决定了运输产品具有不可存储性。生产者无法将产品预先生产好,存储起来,以备将来出售;消费者也无法将产品购回,慢慢使用。然而,运输供给者总是要将各种设备(能力)提前准备好,以备市场需要时使用。对于运输供给者来说,生产出来的运输产品必须尽量使需求方及时、完全消费,否则就会造成浪费(如车、船、飞机的空位等)。运输产品如不能及时出售和消费,它的损失不像有

形产品那样出现库存积压等,它仅仅是表现为机会的损失和折旧的发生。然而,这种损失一旦出现就无法弥补,因为生产出来的运输产品如果不同时消费,这种产品随即就会消失,而库存中的有形产品在一段时间之后仍可能会全部售出。对于运输供给者来说,如何解决运输产品供求不平衡是十分重要的问题。

(4)缺乏所有权。运输产品在生产和消费过程中不涉及任何东西的所有权转移。由于运输产品不具有实物形态,又不可存储,所以,运输过程结束后,一切都消失了,消费者并没有实质性地拥有运输产品或服务。例如,旅客乘坐汽车从一地到另外一地,下车后,除了手中的车票(有时有些小纪念品),没有得到任何其他东西,公路运输部门也没有将任何所有权转移给旅客。

(三)运输市场上存在较多的联合产品(共同产品)

运输企业是为不同运输对象提供多种不同运输产品的企业,在多数情况下,它的设备是由多个个体(不同的运输消费者)联合使用的。从理论上讲,当生产某一种的产品同时,导致以某一比例生产出另一些产品,而且这种连带产品会引起它的主产品保持着固定比例,就产生了联合成本。准确地计算联合成本具有一定困难,它给企业从供给角度分析市场竞争带来了一定的难度。

四、运输市场结构

运输市场结构是指运输市场经济活动中各组成部分之间的构成及其关系。运输市场反映的是运输市场的性质和组织特征,运输市场结构有运输市场的空间结构、时间结构和状态结构。

(一)运输市场的空间结构

运输市场的空间是指主体及其所支配的交换对象的活动范围。运输市场的空间结构是指各等级、各层次的市场空间在整个市场体系中所占有的地位及其相互关系。运输市场的空间结构可以分为以下三个层次:

(1)区域性的地方运输市场。区域性的地方运输市场,包括城市运输市场、城间运输市场、农村运输市场、城乡运输市场以及南方运输市场、北方运输市场等。

(2)全国统一运输市场。全国统一运输市场,是以整个国家领土、领空、领海为活动空间的运输市场。

(3)国际运输市场。国际运输市场,是以国际间的商品交换及世界贸易为基础而建立起来的运输市场。

(二)运输市场的时间结构

运输市场的时间结构是市场主体支配交换客体这一时间的长短。一般有两种情况:一是现货交易市场,它是指运输市场上出售的运输劳务与货币转移是同时进行的;二是期货交易市场,它是指运输期货进行交易时,通过签订标准化的运输期货交易合同而成交的运输交易市场。运输期货交易有三个特点,即运输市场的义务性、远期性和一定的投机性。

(三)运输市场的状态结构

运输市场的状态结构是指运输市场在运行时出现的不同状况而形成的市场结构。这是因为在运输市场的交易过程中运输的供求双方由于经济力量的不同而使运输市场运行会出现不同的状况。一般表现为以下三种状况:一是买方占主导地位的市场;二是卖方占主导地位的市场;三是均势市场。买方市场、卖方市场和均势市场,这三种不同状态的运输市场结构,是供求双方力量对比的不同结果,并随着影响供给与需求各种经济力量的变化,出现相应的转变。

第三节 运输需求与运输供给

一、运输需求

(一) 运输需求的概念

需求是有支付能力的需要。运输需要是指货主或旅客对运输供给者提出的为实现空间位移的要求,而运输需求,则是指这种要求当中的有支付能力、可以实现的那部分。实现运输需求应具备两个条件:一是购买运输服务的欲望或要求;二是有这种购买能力,能够实现这种欲望或要求。

运输需求一般包括四个方面的内容:一是流量,即运输需求的规模大小和数量的多少,常以货运量(吨)和客运量(人、人次)来表示;二是流向,即货物或旅客空间位移的地理走向表示;三是流程,即运输需求的距离,是货物或旅客进行空间位移的起讫点之间的空间长度;四是流时,是运输需求的时间,即起运的时间与到达的时间以及两者的时间长度。

(二) 运输需求的分类

运输需求可以从以下几个方面进行分类,见表1—2。

表1—2 运输需求的分类

划分标准	运输市场类型
从运输需求的范围划分	个别需求、局部需求、总需求
从运输需求的地域划分	区域内的客货运输需求、区域间的客货运输需求、通过(过境)运输的需求
从运输需求的性质划分	生产性运输需求、消费性运输需求

(三) 运输需求的特点

运输需求与一般的商品需求相比有以下几个特点:

(1) 运输需求的广泛性。运输需求的广泛性,是指运输需求广泛地存在于人类的各种活动之中,并随着人类经济社会活动的发展而发展。

(2) 运输需求的派生性。运输需求的派生性,是指货主或旅客所提出位移要求的目的往往不是位移的本身,而是为了实现生产或生活中的其他需求。

(3) 运输需求的多样性。运输需求的多样性,是指人类活动的目的、形式是多种多样的,所产生的作用、关系也是丰富多彩的,由此产生的运输需求在方向、范围、强度和质量上也各有不同。

(4) 运输需求的时空特定性。运输需求的空间特性,是指对货物或旅客进行空间位移的要求,而这种位移是运输消费者指定的两点之间带有一定方向性的需求。运输需求的时间特性是指运输需求在时间上也有一定的特定性,它包括两方面的内容:一方面是运输需求在时间上的不平衡性,另一方面是运输需求对时间和速度上的要求。

(5) 运输需求的部分可替代性。一般来说,不同的运输需求之间是不能相互替代的,如人和货物的位移需求不能互相替代,不同目的的运输需求也不能相互替代,不同商品的运输需求也不能相互替代,但是有两种情况是可以替代的:一是“外部替代”,即指某种运输需求有时可以由运输以外的空间位移方式来替代;二是“内部替代”,即指同一运输需求有时可以通过不同的运输方式来满足。

(四) 运输市场的需求结构

运输市场的需求结构有货物运输需求结构和旅客运输需求结构两大类。

1. 货物运输需求结构

货物运输需求本质上是一种派生需求,即运输本身不是货主所要追求的目标,而是在一定时间内将其货物运到目的地的一种手段。货物运输需求派生于货主从事的生产、消费或买卖等活动。所以,从总体上分析,货物运输需求与国家(或地区)经济活动的总体水平密切相关。一般情况下,货物运输需求与社会经济发展是同步的。

货物运输需求结构具体体现为各地区之间在各种运输线路上的货流分布。货流分布主要有:

(1)由自然资源和生产力布局上的分布和要求不同而所形成的货流。如我国的煤炭资源,大部分都集中在山西和内蒙古,而煤炭的需求又集中在东南沿海一带,这就在客观上形成了我国煤炭运输的流向是自北向南、由西向东。

(2)由社会分工和经济发展的不平衡而形成的货流。由于社会经济的发展和分工必然会导致商品交换量的增加,形成地域之间双向货流,这就会出现不同类型货物的流动,即使是同一类货物,也会因品种、规格和适用范围不同形成货流。

(3)为了实现商品的社会效用而形成的货流。商品的社会效用是指商品的社会效果。同一种商品在不同地区,因稀缺程度不同或因社会生产力水平不同会产生不同的社会效用。在市场经济条件下,商品就会从社会效用较低的地区流向社会效用高的地区。

2. 旅客运输需求结构

旅客运输需求主要来源于旅行的目的。旅客旅行的目的有两个方面:一是生产性运输需求;二是消费性运输需求。

旅客运输需求结构具体表现为各地域之间在各种运输线路上的客流分布,主要有:

(1)公务性客流。主要是政府机关、企事业单位职工因公出差、考察等形成的客流。

(2)旅游性客流。主要是与文化、旅客身体有关的或是为满足个人爱好的旅行而形成的客流。

(3)节假日和季节性客流。主要是职工、学生和“打工族”等形成的客流。

二、运输供给

(一) 运输供给的概念

运输供给是指运输的生产者在特定的时间、空间内,在各种可能的运输水平上,愿意并能够提供提供的运输产品或服务。

运输供给实现必不可少的条件:一是运输生产者有出售运输产品或运输服务的愿望;二是运输生产者有提供某种运输产品或运输服务的能力。

(二) 运输供给的分类

运输供给可以从以下几个方面进行分类,见表1—3。

表1—3

运输供给的分类

划分标准	运输市场类型
从运输供给的范围划分	个别供给、局部供给、总供给
从运输供给的地域划分	区域内的运输供给、区域间的运输供给、为客货通过(过境)提供的运输供给

(三) 运输供给的特点

运输供给有如下几个特点:

(1) 运输供给的整体性。运输供给的整体性的特点比较明显,这是因为运输中的运输的基础设施和运输的设备是相互依存、不可分割的整体。

(2) 运输供给的公共性。运输供给的公共性表现在两个方面:一方面是各种运输的基础投资上存在着大量的公共“资本”,如在运输线路、航道、车站、机场、码头等,这些公益性的建设大部分都是由政府部门来投资,所以,通常在计算运输成本时都可以忽略不计,这也成为政府可以对运输业进行管制和宏观调控的重要物质基础;另一方面是运输供给也为社会提供“搭便车”的机会,如一条公路的修建,可以带动周边经济、社会、文化的发展。

(3) 运输供给的外部成本。运输供给的外部成本有两种含义:一种情况是,运输供给者可以在需求量大增,很少增加自身成本或者根本不增加自身成本的情况下增加供给量。如在客货供给量严重不足,需求量严重大于供给的情况下,客运生产者就可以在不增加成本的情况下,使船超载、超员。这样,运输的供给者就可以得到数量可观的“外部成本”,而消费者则承受着“拥挤成本”。另一种情况是由于运输供给者在提供运输服务时所产生的空气污染、水污染、噪声污染,从而造成的人类生产环境的破坏等,与前者不同的是这些外部成本不是由运输消费者来承担,而是由社会与公众来承担,因此,也称其为社会成本。

(4) 运输供给的时空特定性及其差异性。运输供给的时空特定性及其差异性特点是相互关联的同一问题的两个方面。

(5) 运输供给的部分可替代性。运输供给的部分可替代性是指在现代运输业中,多种运输供给方式是同时存在的,运输需求者完全可以根据自己的意愿来选择任何一种运输方式中的任何一个运输供给者,这就是运输供给者的可替代性,但这种可替代性是一定的条件的。

(四) 运输市场的供给结构

运输市场的供给结构的构成,是指向社会提供若干运输设施及服务的能力,具体有两大组成部分:一是各运输方式的运输、服务设施;二是各运输对象的运输、服务设施。

1. 各种运输方式的运输设施

随着社会经济的发展和人民生活水平的提高,货主或旅客对运输的安全性、时间性、方便性、舒适性等提出了更高的要求。近年来,我国的交通运输各种运输方式的运输设施出现了历史性的突破。

2. 各种运输对象的运输设施

各种运输对象的运输设施可分为货物运输设施、旅客运输设施和客货混合运输设施。

(1) 货物运输设施。目前我国铁路、水路和公路将货物分为14类,具体为煤炭、焦炭、石油、钢铁、金属矿石、非金属矿石、矿建材料、水泥、木材、化肥及农药、粮食、棉花、盐和其他货物。运输设施具体体现为各种运输方式为各种货物提供的运输通道。

(2) 旅客运输设施。旅客运输设施是指各种运输方式为不同旅客提供的运输通道,一般分为:普通旅客运输通道、旅游旅客运输通道、节假日旅客运输通道、季节性旅客运输通道等。

(3) 客、货混合运输设施。客、货混合运输设施是指某一运输通道同时承担货物和旅客运输服务。

(五) 运输市场的竞争结构

运输市场的竞争结构一般可以分为四种结构:完全竞争的运输市场、完全垄断的运输市场、垄断竞争运输市场和寡头垄断运输市场。