

货运营销

SHIJIANHUYUNYINGXIAOLILUNYUSHIJIANHUYOYUNYING



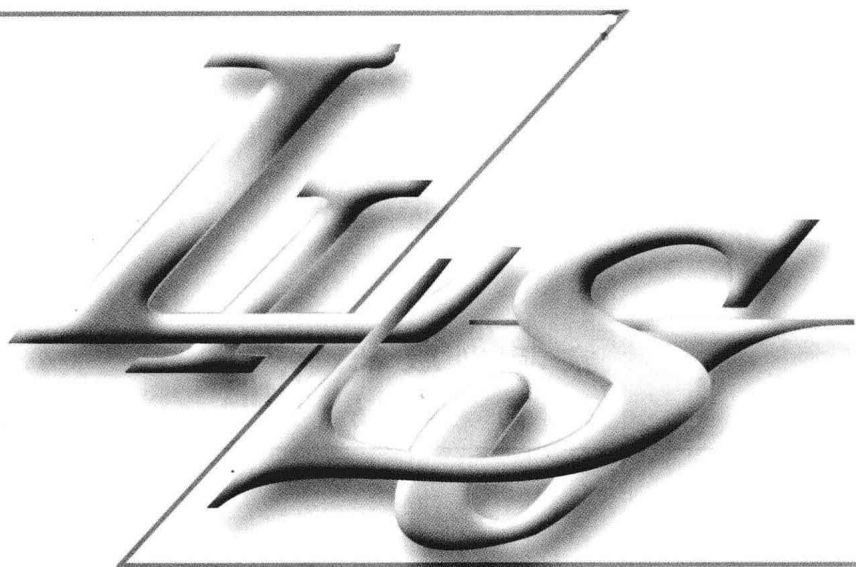
理论与实践

主编 钱步文
李振华

华出版社
图书

出版

货运营销



理论与实践

主编 线步文
李振华

京华出版社
中国书店

出版

编 辑：许绍兴 许燕莉 王智勇 王联合
杜德军 曲炳军 杨宇栋 闫晓民
郭岭学

责任校核：远 凝

电脑制作：战 军

京 华 出 版 社
中 国 书 局 出 版

2001年4月第一版

2001年4月第一次印刷

开本：850×1168毫米 32开本

字数：210000字

印张：10

印数：1-3500册

书号：ISBN7-80568-011-6/F·2

定价：25.00元



这两年，北京局货物运输潮涨潮落，几经风雨。

货运过去的卖方市场晴转多云，转为买方市场；近日来又阴转晴，市场好的不得了。

通过这两年市场的变化，教育了北京局的货运职工：市场不会永远是艳阳天，要有迎接市场风云变幻的精神和物质准备。

近两年来，北京局职工使用频率最高的词中就是“营销”两个字。职工们不但口头上品味“营销”的滋味，更身体力行地开展了营销实践。

这两年是北京局货运职工思想大解放的两年，是从理论到实践都喜获丰收的两年。为了与同仁们分享理论与实践的硕果，我局不少从事运输工作的各级领导、运输组织工作者拿起笔来将自己的实践上

序言

升到理论的高度，写出了一批理论性和指导性很强并有生动实例的论文，或会议交流，或发表在相关报刊上。

为了推动我局货运营销工作向更深层次发展，为了便于全局运输系统干部职工的相互学习交流，我们将近两年北京局关于货运营销的理论成果汇集成册，同时为了增加指导性和前瞻性，我们也收录了铁路院校专家的观点和意见。希望此书能对全局货运营销工作起到积极的促进作用。

事物是在不断发展变化的。希望北京局干部职工在不断探索和工作实践中，勤于总结。我们不但要做一个辛勤行路人，更要做一个仔细看路并且头脑清醒的行路者。

愿不久后能有水平更高的同类新书面市。

北京铁路局运输管理处
北京京铁创世文化传播有限公司
2001. 4. 1.

HUOYUNYINGXIAOLILUNYUSHIJIAN

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

专

家

视点

目 录

■ 专家视点

铁路现代化货场发展方向及主要特征

李振华 刘凯

铁路货场是铁路面向市场、组织货物运输生产和经营管理的基本单位，是铁路货运系统乃至铁路运输系统的重要组成部分。铁路货场的现代化，对于铁路运输整体现代化的实现有至关重要的作用。..... 1

发展铁路快速货物运输

张琦 刘作义

对铁路运输方式而言，机遇与挑战同在，而发展铁路快速货物运输是挽回铁路市场份额的重要举措。..... 9

铁路货运营销应高度重视发展联合运输和运输代理

国建华

铁路运输企业发展联合运输具有极大优势。首先铁路运输作为长距离、大运量、高速度的运输工具，在运输市场上

目 录

具有不可动摇的主干运输地位；同时，铁路自身拥有站、场、库等雄厚的基础设施，在此基础上发展联合运输，涉足汽车运输乃至水运部分领域，投入不大，成本较低，有着发展联运的先天优势。..... 15

我国货运代理业存在的问题及发展对策

袁兴 张鹏程 吴育俭

代理市场的运行逐步从无序到有序，法规建设、行业协会机构等也从无到有，企业的经营和业务活动逐渐趋于规范化。虽然代理市场的发展还远不能达到令人满意的程度，但它在运输中所起的作用已经越来越大。..... 23

关于铁路货运营销若干问题的探讨

赵雁飞 王杰

大型铁路货运站建成物流中心后，可充分利用铁路的信息网、发送到达货物量大、遍布全国的货运网络系统等优势，同时办理铁路运输和公路运输，集铁路货物到发、仓储、公路车辆配载取送业务于一体，组织门到门运输，充分发挥各种运输方式的优越性，形成综合运输体系。..... 33

目 录

以铁路货运站为核心 建立物资流通中心

秦四平 颜运鹏

将铁路货运服务向两端延伸,形成以铁路货运站为核心的所在地区的物资流通中心,集铁路运输、公路运输、仓储为一体,走运、储、贸一体化道路。这将加强铁路对资源的吸引力,使铁路货运在运输市场竞争中的不利局面得到扭转,同时提高货运站的经济效益。· · · · 46

法国国营铁路的货物运输组织方式

张欣元

在法国,铁路货物的运送期限并非由铁路部门独家决定,而是根据货主的要求,经双方协商以合同的方式确定。保证运送期限是铁路对货主的基本承诺,如果铁路部门不能按期把货物运到就要受到处罚。· · · · · 54

俄罗斯铁路货物运输及货场管理现代化

李绍荣

俄罗斯铁路提出了当前的首要任务是重新审查技术工艺工作,分析车流动态,采用最适宜的技术工艺方法;积极地采用计算机技术,使管理现代化;减少定员,最大限度地减少货运工作支出。· · · · · 59

目 录

■ 理论焦点

运输系统落实资产经营责任制的几点思考

徐海锋

铁路局资产经营责任制，是以政企分开为前提，以市场为导向，以铁路资产保值增值为目的，以资本营运为主要手段，按照与铁道部约定的投入产出比例，承担经营责任的一种企业经营管理方式。 64

解决装卸经营亏损的对策

梁映光

提高货场的竞争力，不断增加路工作业量，增加路内装卸收入，把“蛋糕”做大，是实现装卸扭亏增盈的关键。

. 71

深化分配制度改革 确保经营目标实现

杨 军

社会财富分配直接影响着劳动者的积极性和生产力的发展，随着路局对分局资产经营责任制的实施，分配机制对于企业的经营效益、安全生产和改革发展愈显重要。

. 79

目 录

关于发展运输代理业务的探索

梁勇羚

物流活动是社会经济活动的基础，一定的经济水平要求相应的物流系统为其服务，运输代理业正是在这种经济高速发展的环境下得以产生和不断发展的，而且正朝着专业化的物流企业方向迈进。 91

调整铁路市场定位 拓展铁路营销空间

杨宇栋

行业优势绝不等于市场优势。这就给我们重新认识自身提供了一个崭新的视角——从市场的角度认识铁路优势，将单纯的行业优势转变为市场优势。 98

关于继续深化铁路货运市场营销工作的探讨

吕治政

铁路货运市场营销有了良好的起步，也有了一定的基础，但在向实质性阶段发展的过程中，却面临营销如何与运输生产具体结合等深层次问题。 108

目 录

北京局北京枢纽货场布局的初步构想

许绍兴

结合北京市的整体发展规划, 居民小区的构建、高科技工业园区的建设、争办奥运的城市建设、轻型铁路的铺设等因素必将对北京枢纽货场的布局产生巨大的影响。• • • 128

构筑具有自身特色的铁路运输市场

闫晓民

新的营销活动将服务点前移到了顾客的选择阶段, 由坐商变为行商, 活动范围涉及到客货运输前的调查分析、目标确定、宣传组织、产品设计开发, 运输中的优质、安全、快捷、准时、践诺, 运输后的交付、理赔、门对门服务等。

• • • • • 136

浅析装卸机械配置及装卸体制改革

周志飞

铁路货场的装卸机械是铁路装卸作业的专用生产设备。因为它们是根据货场装卸作业的特点(如固定性、间歇性和循环性)而专门设计制造的, 所以比铁路货场中的其它通用起重设备在作业效率和经济性方面占有明显的优势。• • • 152

以改革为动力 搞好装卸经营管理

米继增

目 录

分局成立装卸公司，站段成立子公司或分公司，使装卸成为自主经营、自负盈亏、自我积累、自我发展的经济实体。·····162

试论铁路装卸经营管理体制改革

陈聚忠

分局装卸管理中心是分局装卸的主管部门，站段装卸经营中心才是装卸的经营实体，装卸的收入与支出都发生在站段。因此，铁路局、分局两级装卸管理部门及运输站段都要解放思想，放权让利于装卸经营中心，以此来充分调动其工作积极性，使装卸部门具有发展后劲。···168

铁路运输企业融入现代物流的几点思考

李小合 王联合

随着人类进入信息时代，“国界”、“距离”的概念越来越模糊，物流畅通与否直接影响着世界经济、贸易的发展，物流活动不仅成为连接不同国家、地区生产者和消费者的桥梁，而且成为经济发展链上不可或缺的重要环节。物流业已成为和信息产业并驾齐驱的高增值产业，占据了和信息业同等重要的地位。·····177

目 录

浅谈实现货运市场占有最大化

吉瑞来 李树栩

只要在主动应变、增运提效的道路上求变、求新，充分发挥人的主观能动性，货运营销的路子就会越拓越宽。

..... 189

■ 营销热点

树立大局观念，抓好卸车排空，为全局增运增收多做贡献

王联合

对一些企业卸车量大而卸车场地相对狭小的问题，本着互惠互利的原则，通过采取开辟第二调卸场地、扩大区域调卸领域等办法，取得了路企双赢的结果。..... 195

找准市场、扩大营销、立足长远

蒋瑞明 石年瑞

知己知彼，方能百战不殆。只有深入市场调研，抓住市场的脉搏，我们的工作才会有有的放矢。..... 204

目 录

畅通大秦运煤主通道 当好增运增收主攻手

吴振邦

坚持“先远后近，先高后低，先沿线后枢纽，先特价后普价”效益原则，充分利用和发挥大秦线“高运价，远运距，长编组”的运能优势，通过政策导向，重点从优化区域结构、品类结构和运力结构上挖掘潜力。·····208

发展铁路装卸公司的难点及研究

温丹

装卸推行公司制是建立现代企业制度的有益探索。它不仅可以按照市场需求组织生产经营、提高全员劳动生产率和经济效益，而且可以从根本上理顺各种关系，克服现有管理体制带来的种种矛盾和弊端，逐步建立科学的企业领导机制和组织管理制度。·····219

铁路货运营销网络系统的研究设想

李晓冬 陈保华

我国铁路主要干线实现的联网售票系统，这为建立铁路货运营销网络系统提供了宝贵的实践经验。因此，有必要以车站为基本信息点，设计一套综合的货运营销网络系统，面向市场，围绕铁路的市场营销进

目 录

行宣传, 加快铁路的信息化进程。 228

论“专用线共用”对铁路货运营销的影响

任广鑫

开办“专用线共用”的目的必须是缓解货场能力的不足, 保证货场畅通。要本着有利于增加货源、有利于增加铁路运输所占的市场份额、有利于提高铁路运输企业的经济效益的原则开展“专用线共用”。 235

货运安全与保价相关性浅析

刘家钰 王是浩

铁路发生事故后进行赔款是属于善后工作, 保价费除了支付货运事故赔款外, 还包括对货运设施的投资以及安全防范等诸多方面。 242

浅谈铁路运输企业走向市场的思考与对策

韩慧卿 王建国

铁路运输企业能不能走向市场, 站稳脚跟, 关键是转换经营机制, 从产权制度方面实现新的改革。

. 251

目 录

最大限度地满足货主需求是铁路货运的制胜之本

马晋欣

铁路货运只有最大限度地满足货主对货物运输安全、便利、经济、快捷的需求，才能在激烈的运输市场竞争中立于不败之地。 260

开发货源 以“白”补“黑” 增加运量 弥补亏欠

康遵起

“白”货装车是天津分局的重轴戏，“白”货任务完成的好与坏，对分局完成全年任务起着决定性的作用。 271

瞄准目标市场 实施营销组合

——浅谈我局实施“百家重点企业”货物运输管理策略

王世东

“百家重点企业”包含了国家和各省市、地区的骨干企业和重点企业，在各地区的经济之中具有举足轻重的地位。确保重点企业运输就是确保重点物