

铁路货运工作问答

◎ 乌鲁木齐铁路局



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

铁路货运工作问答

乌鲁木齐铁路局

中国铁道出版社

2014年·北京

内 容 简 介

本书以铁路货运规章为基础,结合当前铁路货运组织改革实际情况进行编写,主要包括货运组织改革、市场营销、运价管理、电子商务、技术管理、计划管理、安全与投诉、营销案例等内容,比较全面地介绍了货运工作相关知识,采用问答形式,简单易懂,针对性强。

本书可作为铁路货运职工培训用书,也可供相关物流企业、货主了解铁路货运参考。

图书在版编目(CIP)数据

铁路货运工作问答/乌鲁木齐铁路局编. —北京:中国铁道出版社,2014. 11
ISBN 978-7-113-19523-6

I. ①铁… II. ①乌… III. ①铁路运输—货物运输—问题解答 IV. ①U294. 1-44

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 258218 号

书 名: 铁路货运工作问答
作 者: 乌鲁木齐铁路局

责任编辑: 聂宏伟 编辑部电话: 010-51873024
封面设计: 崔丽芳
责任校对: 龚长江
责任印制: 陆 宁 高春晓

出版发行: 中国铁道出版社(100054,北京市西城区右安门西街8号)
网 址: <http://www.tdpress.com>
印 刷: 新疆华铁彩色制作有限责任公司
版 次: 2014年11月第1版 2014年11月第1次印刷
开 本: 787 mm×1 092 mm 1/32 印张: 5 字数: 82 千
书 号: ISBN 978-7-113-19523-6
定 价: 20.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书,如有印制质量问题,请与本社读者服务部联系调换。

电 话:(010)51873174(发行部)

打击盗版举报电话:市电(010)51873659,路电(021)73659,传真(010)63549480

编 委 会

编委会主任：马叶江 潘新先

编委会副主任：康宏玲 刘书成 毕殿国

主 编：刘书成

副 主 编：宋丽宝 胡占明 马健勇

主 审：关德国 李 晓

副 主 审：倪立勇 苏海军

编委会委员：（以姓氏笔画为序）

马叶江 马健勇 王 岩 王 莉

关德国 刘书成 毕殿国 宋丽宝

张红旗 李 晓 李付萍 苏海军

罗文丽 胡占明 倪立勇 秦春玲

郭莉莉 康宏玲 解祥云 缪立光

潘新先

◆ 前言

为贯彻落实“大物流、大运输、大经营”工作思路，进一步深入推进货运组织改革，充分发挥铁路“运量大、运价低、全天候、节能环保”的优势，不断提升货运服务质量，更好地服务社会、服务人民，我们依据相关文件，参考全路货运组织改革相关文件资料，组织编写了本书。

本书结合乌鲁木齐铁路局货运组织的实践，以货运规章为基础，以问答形式简明扼要地告知读者货运组织改革后办理铁路货物运输业务的基本知识，结构简洁，内容全面，通俗易懂，针对性强。本书既可作为铁路职工进行业务培训的教材，亦可作为货主在办理货运业务时的参考。

本书主要内容包括：货运组织改革、市场营销、运价管理、电子商务、技术管理、计划管理、安全与投诉、营销案例等。

本书编委会主任由乌鲁木齐铁路局党委书记马叶江、总工程师潘新先担任；乌鲁木齐铁路局职工

教育处处长康宏玲、货运处处长刘书成、高级工程师毕殿国任副主任；乌鲁木齐铁路局货运处处长刘书成任主编；霍尔果斯站站长宋丽宝、新疆大陆桥集团有限责任公司总经理胡占明、昌吉货运中心总经理马健勇任副主编。

本书由职工教育处副处长关德国、昌吉货运中心副总经理李晓主审；职工教育处培训科科长倪立勇、职工教育科科长苏海军副主审。

李晓(第一章)、王岩(第二章)、王莉(第三章)、缪立光(第四章)、解祥云(第五章)、秦春玲(第六章)、罗文丽(第七章)、张红旗(第八章)、李付萍(附件)等同志参加了本书的编写工作,全书由毕殿国同志负责统稿。在本书出版过程中,得到了乌鲁木齐铁路局、中国铁道出版社等单位的大力支持,特此一并表示真诚的感谢。

由于铁路货运组织改革逐步深化,便民利民办法措施及新鲜经验不断涌现,本书难以及时准确反映,加之作者经验不足,书中难免存在一些不妥之处,敬请读者批评指正。

编 者

2014 年 9 月



目 录

第一章	货运组织改革	1
第二章	市场营销	9
第三章	运价管理	28
第四章	电子商务	40
第五章	技术管理	62
第六章	计划管理	84
第七章	安全与投诉	98
第八章	营销案例	104
附件 1	铁路货物运输作业流程	109
附件 2	铁路杂费收费项目和标准	119
附件 3	接取送达费及仓储费	130
附件 4	乌鲁木齐铁路局管内装卸费标准	132
附件 5	乌鲁木齐铁路局货运营销(分)中心 及主要营业站(营业网点)对外受理 服务电话	149
附件 6	乌鲁木齐铁路局适箱货物品名 (参考表)	150

第一章 货运组织改革

1. 中国铁路为什么要进行货运组织改革?

之前铁路货运服务方面,存在着办理手续繁杂、运输组织与市场需求脱节、运输收费不规范和运力分配不够透明等问题。铁路的运输发展方式要转变,铁路管理体制的改革也需要如此,同时为推动铁路的货运真正走向市场,更好地服务经济社会发展和人民群众,必须进行货运组织改革。

2. 中国铁路总公司货运组织改革的总体思路是什么?

总体思路是,以网上受理、“实货制”运输和全程物流服务为重点,对大宗稳定货物以协议运输的方式给予运力保障,对其他货物随到随办、敞开受理,规范运输服务和收费管理,推动货运全面走向市场。

3. 铁路货运组织改革的目标是什么?

(1)最大限度方便客户;

- (2)实现运输组织由内部生产型向市场导向型转变;
- (3)完善铁路货运营销体系;
- (4)推动铁路货运向现代物流转型发展。

4. 铁路货运组织改革的政策依据有哪些?

《中国铁路总公司关于进一步推进货运组织改革的意见》(铁总运〔2013〕5 号)等文件。

5. 铁路货运组织改革的重点是什么?

一是运用网络手段受理货运业务;二是按照“实货制”的原则来改革;三是将物流服务拓展至全部流程。

6. 铁路货运组织改革的主要内容是什么?

主要包括四个方面的改革内容:一是改革货运受理方式。简化手续,敞开受理,随到随办。二是改革运输组织方式。根据客户的运输需求编制运输计划,及时安排装运。三是清理规范货运收费。严格执行国家的运价政策,坚持依法合规、公开透明收费。四是构建“门到门”接取送达网络,实行“门到门”全程“一口价”收费。

7. 乌鲁木齐铁路局改进铁路货运办理方式的基本思路是什么?

围绕“简化受理、随到随办、规范收费、热情服务”,

以运输市场需求为导向,以简化办理方式、“实货”运输、全程物流服务为重点,以客户满意为目标,改革货运业务受理方式,简化办理手续,敞开受理客户需求,集中配置铁路运力,实现业务办理简单化、内部管理精细化、外部服务人性化,不断提高铁路货运服务质量,推动货运全面走向市场。

8. 在货运组织改革过程中,应该从哪些方面做好政治工作保障?

一是充分发挥党组织和党员作用。二是教育干部职工加快转变思想观念。三是加强舆论宣传工作。四是切实维护稳定。

9. 在货运组织改革过程中,应该从哪些方面加强纪律保障?

一是严格执行财经纪律,要坚持依法合规,严禁在货运组织改革中突击花钱、乱发奖金,严禁低价变卖或违规处置国有资产,严防资产流失。二是严格执行营销纪律,必须做到敞开受理、有货就收。任何部门、单位和个人不得以任何理由拒绝受理,一旦发现拒收的,要严格考核、追究责任。三是严格执行路风纪律。对总公司、铁路局公布的收费项目和收费标准不得违反,特别是不得强制收费、不服务也收费或少服务多收费,凡发

现有乱收费行为,一律按违规违纪处理。四是严格执行作风纪律,必须做到政令畅通、令行禁止。加强货运组织改革期间干部作风监督检查,确保铁路总公司、铁路局关于货运组织改革的各项决策和要求得到切实贯彻执行。

10. 实行“实货制”运输时,怎样完善运力保障机制?

强化运输组织保障、运输时效性保障和设备保障,杜绝铁路责任落空,兑现“实货”需求,避免货源流失,对落空、严重逾期未到等严格定责分析考核。

11. 实施货运组织改革,怎样才能最大限度地方便客户?

在确保国家重点物资运输的情况下,按照“前店后厂”模式,简化办理流程和网上受理程序。

12. 实施货运组织改革,应该如何有效配置运力?

按“实货”需求集中配置运力。铁路局营销机构对客户提报的需求集中处理,将订单需求分别纳入月、旬、日计划,对确定具体装车时间的需求尽快明确运力配置方案,及时反馈客服人员,由生产部门装车兑现。铁路货运运力实行阳光操作,公正公开配置,减少了权力寻租空间,有利于防止腐败。

13. 实施货运组织改革,应该如何有效吸引客源?

通过改革受理方式提高办理效率,改革计划编制方式,以客户运输需求为导向,提供“门到门”全程物流服务和“一口价”收费模式,这些举措将大大提升铁路货运对客户的吸引力。

14. 货运组织改革如何简化货运办理流程?

客户不再申报车皮计划,可随时提出需求,即刻获得反馈。对大宗稳定物资,与客户签订运输互保协议,直接根据协议安排运输方案,组织装车;对零散白货,客户可直接送货到站,车站直接收货承运,或由铁路部门主动服务,按客户要求上门接货,全程由铁路办理。

15. 为适应货运组织改革需要,应该从哪些方面加强货运基础设施建设?

要结合地方产业布局及物流发展统筹规划,完善货运场站布局,根据货源情况有序推进货运场站建设。安排实施短平快项目,补强管内困难区段通道能力,补强货运场站的仓储、装卸设施设备,加强车站装卸等能力建设,提高接货能力,适应敞开收货需求。

16. 铁路货运组织改革整合物流资源的基本原则是什么?

(1)与铁路门到门运输相关的业务、资产、人员全部整合到运输业,非运输企业不再经营与铁路门到门运输相关的业务。

(2)铁路门到门运输相关的所有收入全部纳入铁路运输收入管理。

(3)大宗稳定物资按协议提供的综合服务项目纳入铁路门到门运输管理。

(4)与铁路运输直接相关的延伸服务和货运代理服务项目纳入铁路门到门运输管理。

17. 铁路货运组织改革后划归运输业管理的业务有哪些?

(1)铁路运输代理服务(包括发送、到达代理服务)、延伸服务以及与铁路运输代理相近的业务。

(2)大宗稳定物资按协议提供的综合物流服务,包括固定车底循环运输的大宗稳定物资物流服务业务。

(3)门到站、站到门的接取送达业务。

(4)铁路货场内的仓储业务。

(5)铁路自备车租赁和相关物流服务业务。

(6)铁路装卸业务。

(7)煤炭抑尘业务。

(8)检斤计量业务。

(9)装载加固材料代购代销业务。

(10)代理铁路货物运输保险业务。

(11)铁路独资或控股的专用铁路(专用线)经营业务。

(12)非路产专用线委托经营业务。

18. 铁路货运组织改革后保留在非运输企业的业务有哪些?

(1)大宗物资商贸业务。

(2)钢材剪切加工、煤炭洗选配煤加工、粮食烘干仓储等流通加工业务。

(3)需有专项经营资质、使用专用罐车、散粮车等自备车的物资采购销售业务。

(4)仓单质押、存货质押等金融物流业务。

(5)城市配送业务。

(6)国际货代业务(铁路国际集装箱联运业务除外)。

(7)铁路门到门运输以外的其他社会物流服务。

19. 乌鲁木齐铁路局货运营销中心由哪几个部门组成?

货运营销中心由市场营销科、经营策划科、运输生产科、综合分析科、技术保障科、设备信息科、装卸管理科组成。

20. 路局货运营销中心的职责是什么？

负责货运门到门相关业务、资源统一管理；货运运输条件、运输价格管理；统一受理和处理需求订单，确定运输和物流解决方案，组织方案兑现，快速回应客户需求；承担市场调查、营销策划、产品开发销售、运力配置、内部生产协调；负责电子商务管理，大客户关系维护，运输协议签订，跨局沟通协调等相关职能。

21. 货运中心(站段)的职责是什么？

在铁路局货运营销中心的指导下，负责管内货运门到门相关业务、资源统一管理；货运营销、物流产品设计开发与实施；区域内货源组织和重点客户关系维护；负责车站货运承运交付及货场管理；负责“门到站”、“门到门”运输生产组织与服务等工作，建立覆盖货源吸引区的接取送达网络，利用自身资源并整合运用社会物流资源，组织实施全程物流服务。

第二章 市场营销

1. 什么是市场？

市场就是在一定的条件下,对某种产品具有现实的和潜在的购买欲望和购买力的消费主体的集合。

市场是消费者、购买力、购买欲望 3 个要素的有机结合。首先,市场要有具有某种需要的消费者,消费者是形成市场的基本前提。在其他条件不变时,只要有了消费者,就一定有市场。人口规模越大,市场越大。其次,市场要有为满足某种需要的购买力,购买力是形成市场的必要条件。再次,市场要求人们必须对某种产品具有购买欲望。

2. 市场的构成要素有哪些？

市场的构成要素有消费主体、购买力和购买欲望。

3. 市场营销的含义是什么？

市场营销是指个人或集体通过交易其创造的产品或价值,从而满足现实或潜在需求的综合性经营销售的

过程。它包含三层含义：一是市场营销的核心是产品或价值的交换，营销活动的中心是达成这种交换；二是市场营销的目的在于满足现实或潜在需求；三是市场营销的手段是开展综合性的经营销售活动。

4. 分销渠道的定义是什么？

分销渠道是指产品从生产者向最后消费者或产业用户移动时，直接或间接转移产品所有权所经过的途径。分销渠道的起点是生产者，中间环节包括参与交易活动的各种批发商、零售商、经纪人、代理商等中间机构，终点是消费者。

5. 分销渠道的种类有哪些？

按照是否经过中间商可以分为直接分销渠道和间接分销渠道。间接分销渠道又分为短渠道与长渠道。

6. 什么是铁路直接分销渠道？

铁路直接分销渠道是指铁路直接为运输需求者提供运输服务，供需双方按运输合同规定的条款实现产品的运输过程。

7. 什么是铁路间接分销渠道？

铁路间接分销渠道是指铁路通过运输中间商为运