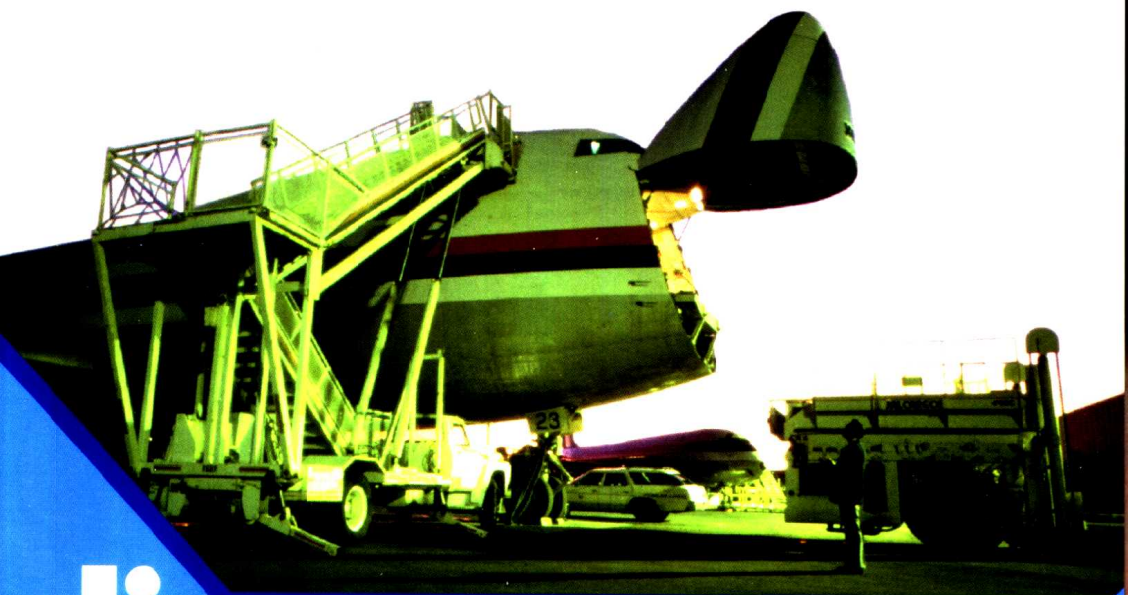


▶ 缪六莹 编著

WULIU YUNSHU GUANLI SHIWU

物流运输管理实务



XIANDAI WULIU XILIE CONGSHU
现代物流系列丛书

四川人民出版社

WULIU YUNSHU GUANLI SHIWU

物流运输管理实务

缪六莹 编著



四川人民出版社

E1/C19/23

图书在版编目 (CIP) 数据

物流运输管理实务/缪六莹编著. —成都: 四川人民出版社,
2002.8

(现代物流系列丛书/潘国和主编)

ISBN 7-220-06065-3

I. 物... II. 缪... III. 物流—交通运输管理
IV. U

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 064670 号

WULIU YUNSHU GUANLI SHIWU

物流运输管理实务

缪六莹 编著

责任编辑
封面设计
技术设计

余其敏
周靖明
杨 潮

出版发行
网 址

四川人民出版社 (成都盐道街 3 号)
[http: //www. booksss. com](http://www.booksss.com)
E-mail: [scrmcbsf@mail. sc. cninfo. net](mailto:scrmcbsf@mail.sc.cninfo.net)

防盗版举报电话

(028) 86679239

印 刷
开 本
印 张
插 页
字 数
版 次
印 次
印 数
书 号
定 价

四川福润印务公司 (028-87856259)
850mm × 1168mm 1/32
7.5
4
141 千
2002 年 9 月第 1 版
2002 年 9 月第 1 次印刷
1—5000 册
ISBN 7—220—06065—3/F·656
20.00 元

■ 著作权所有·违者必究

本书若出现印装质量问题, 请与工厂联系调换

总 序

人类经过 70 年的努力探索，物流从初期的实践，经过若干次发掘和科技推动，终于出现了今天全球范围内蓬勃发展的局面。以信息技术为核心的现代物流将以全新的学科视角和全新的产业形态立足于当代经济之林。现代物流产业将是知识经济时代新经济的重要组成部分。

现代物流起源于美国，发展于日本，成熟于欧洲，拓展于中国。这是现代物流历史发展的一条公认的轨迹。随着我国经济和科技的发展，随着上海国际航运中心的建设和上海洋山国际深水港的开发，我国的现代物流产业一定会以跨越式发展的强劲速度，赶超西方现代物流发达国家的水平。

为此，人们正在寻找现代物流发展的跳板，一块能跨越世纪之壑、融入世贸之环、腾飞强国之林的跳板。现代物流人才紧缺，只有加速培养千千万万跨世纪、与国际接轨并具有全球意识的复合型现代物流人才，努力构筑现代物流人才资源的基地，我国的现代

物流产业才能兴旺，赶超现代物流发达国家的目标才能成为现实。

为此，人们也正在寻找窗口，一扇能折射当代科技文明成果，昭示新世纪现代物流变幻的窗口。本套丛书正是这样的窗口，一扇不出国门就能领略当今世界现代物流发展趋势，共享国际一流现代物流教育资源的窗口。

丛书由十本书组成，包括《现代物流基础》、《物流信息系统》、《企业物流管理》、《第三方物流》、《供应链管理》、《物流配送中心管理》、《物流运输管理实务》、《物流相关法规与国际公约》、《物流信息化解决方案》和《物流运筹》。其中有关内容还配有相对应的光盘，便于读者阅读和模拟。

在编写本套丛书过程中，我们力求以世界现代物流学科发展的前沿信息与发展趋势为经，以现代物流信息系统、第三方物流、企业物流、供应链管理、物流运筹等的内涵与实践为纬，以精选为本，去泛求精，着重体现它知识面广且知识点多的特点，又充分折射出它知识密集和知识新颖的特征。为每位读者在宝贵的时间内能集约化地汲取知识营养创造尽可能方便的条件。

本套丛书最大的特点是通俗易懂、深入浅出。丛书既突出了现代物流知识和实践的时代性、系统性和精益性，又充分体现了现代物流的知识性、普及性和探索性。它着眼于广大干部、专业人员、物流从业人

员、学生和群众的现代物流综合、有效素质的提高，着力于使读者扩大现代物流的知识面，从而做到触类旁通，举一反三，增加思维触角，进而增强创新意识和宏观决策能力。

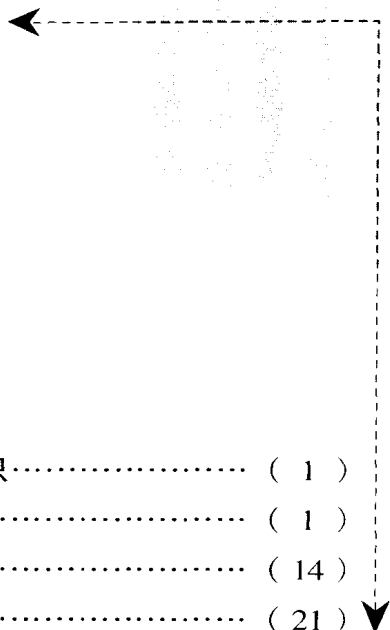
本套丛书既可作为普通高校选修课的辅导教材和教师的参考书，又可作为各类成人教育培训机构培训教材。各类现代物流培训机构也可根据不同培训对象的不同需求，对本套丛书中的有关内容进行重组，形成具有特色的教学模块，实施因材施教。

本套丛书在编撰、形成和出版过程中，得到了上海市紧缺人才培训工程联席会议办公室的热情指导；得到了上海洋山国际深水港和上海国际空港所在地——上海市南汇区的全力支持；得到了四川人民出版社的大力帮助。上海市现代物流紧缺人才首期高级培训班的全体学员对丛书的完善，也提出了诸多宝贵的修改意见。应该说，本套丛书是集体智慧的结晶。在此，丛书编委会向他们一并表示由衷的谢意。

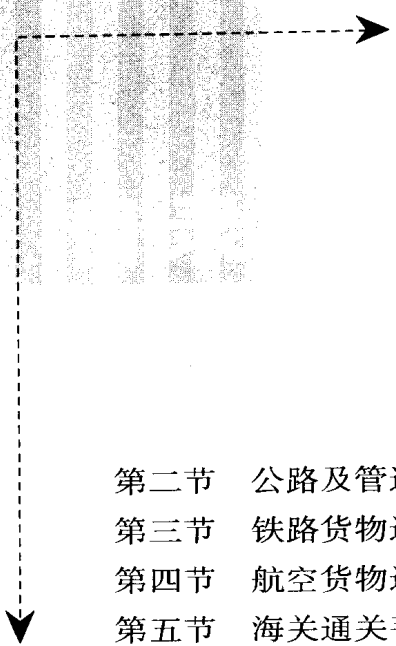
最后，祝各位读者学有长进，事业成功。

《现代物流系列丛书》编委会主任
上海东方国际继续教育学院董事长 院长
潘国和

2002.8 于上海



第一章 运输管理基础知识	(1)
第一节 运输市场.....	(1)
第二节 运输方式.....	(14)
第三节 运输价格.....	(21)
第四节 运输在物流中的作用.....	(35)
第二章 运载工具	(42)
第一节 水上运载工具——船舶.....	(42)
第二节 道路运载工具——汽车.....	(53)
第三节 轨道运载工具——机车和车辆	(56)
第四节 空中运载工具——飞机.....	(59)
第五节 管道运输运载工具——管道	(62)
第三章 货物运输实务	(66)
第一节 海运货物运输业务.....	(66)



第二节	公路及管道货物运输业务·····	(85)
第三节	铁路货物运输业务·····	(90)
第四节	航空货物运输业务·····	(98)
第五节	海关通关手续·····	(103)

第四章 集装箱运输····· (111)

第一节	集装箱运输概述·····	(111)
第二节	集装箱海运运输管理·····	(120)
第三节	集装箱管理·····	(128)
第四节	大陆桥运输·····	(134)
第五节	国际多式联运·····	(140)

第五章 物流过程中的运输决策····· (144)

第一节	运输方式选择·····	(144)
第二节	运输服务商选择·····	(152)
第三节	运输路线选择·····	(155)
第四节	运输计划编制·····	(161)

第五节	运输能力配备·····	(170)
第六章	运输纠纷及其解决·····	(176)
第一节	运输纠纷的类型·····	(176)
第二节	承运人的责任期间·····	(178)
第三节	承运人的免责事项·····	(182)
第四节	托运人的责任·····	(187)
第五节	索赔与争议的解决·····	(192)
第七章	运输组织·····	(198)
第一节	国际航运组织·····	(198)
第二节	国际航空组织·····	(203)
第三节	国际运输代理人·····	(208)
第四节	国际货运代理人·····	(217)
参考文献	·····	(229)



第一章



运输管理基础知识

运输是国民经济的命脉，任何跨越空间的物质实体的流动，都可称为运输。运输是一种物质生产活动，一种特殊的物质生产活动，它不直接生产任何有形的制成品或半制成品等物质产品，而是提供运输劳务，使物质产品产生位置移动，增加物质产品的价值。运输业产品的生产、销售和消费是在同一时间内进行的，而且，所有物质产品只有通过运输，才能实现消费。在现代物流的概念诞生之前，自从人类有了生产和产品交换，作为流通环节的运输业便产生了。

第一节 运输市场

运输市场是运输生产者和运输需求者之间进行运输产品交易的场所和领域，是运输活动的客观反映。



狭义的运输市场指的是运输承运人提供运输工具和运输服务，来满足旅客或货主对运输需要的交易活动场所，即进行运输能力买卖的场所。广义的运输市场，是指一定地区对运输需求和供给的协调与组织，包括一定的交易场所、较大范围的营业区域和各种直观或隐蔽的业务活动。

运输市场的形成是客观上存在对运输的需要，有了合适的运输工具及有可供运输工具运行的铁路、公路、航道和港站等，即存在着为满足运输需求可提供的设施和劳务。因此运输市场表现为在相当广阔的空间里，在一定时间的推移中实现运力的需求和供给，从而完成客货位移。运输市场随运输需求和供给而产生。它的作用通过市场机制的调节得以发挥，它的运行在价值规律作用下进行。

一、运输需求与运输供给分析

1. 运输需求的特征

(1) 运输需求的派生性。市场需求有本源需求与派生需求。本源需求就是消费者对最终产品的需求，而派生需求则是由于对某一最终产品的需求而引起的对生产它的某一生产要素的需求。运输活动是产品生产过程的继续，它与产品的调配和交易活动紧密相联，因此运输业是工农业生产活动中派生出来的需求。

(2) 个别需求的异质性。就整个市场而言，对运



输总体的需求是由性质不同、要求各异的个别需求构成的。这些个别需求，在运输过程中必须采取相应的措施，才能适应这些个别需求的各种要求。它们在经济方面的要求也各不相同，有的要求运价低廉，有的要求送达速度快。因此，掌握和研究这些需求的异质性，是搞好运输市场经营的重要条件。

(3) 总体需求的规律性。对运输企业来说，不但要掌握和研究个别需求的异质性，而且也要研究总体需求的规律性。不同货物的运输要求虽然千差万别，但就总体来说还是有一定规律性的，如货流的规律性、市场需求变化的规律性等。

2. 影响运输需求的主要因素

(1) 工农业生产的发展。一个国家的主要任务是发展国民经济，而国民经济的主要内容则是工农业生产。工农业生产发展了，那么对运输的需求也就增加了，运输业也随之得到了发展。

(2) 国际国内贸易的增加。随着国家进一步对外开放，国家的对外贸易量也迅速增加，相应增加了对运输的需求。

(3) 国家的经济政策。国家经济政策对运输需求的影响主要表现在政府对经济的扶持与干预上。例如，国家为了发展某一产业，对该产业采取扶持的政策，降低贷款利率或减免税收。又例如，国家为了促进经济的发展，扩大住房建设和加大对交通设施的投入等等。这些都会影响运输的需求。



(4) 自然因素。主要是农产品及其他季节性产品对运输的需求，在不同的季节里有着不同的需求。

(5) 地理因素。主要指资源的地理分布不平衡，资源主要分布在我国的北部与西部。为了适应生产和消费的需要，必然产生在地理位置上的运输需求。

(6) 社会交流和文化旅游活动。随着经济收入的提高和社会交流的发展，因经济活动、访友和旅游的需要，必然引起运输的需求。

3. 运输供给的特征

运输供给是指在运输市场上，运力的供给者，在不同的运输条件下所需提供的运力数量，运输供给具有如下特征：

(1) 必须储存运输能力。由于运输产品不能储存，运输企业一般以储存运输能力来适应市场变化。但运输能力的贮存相当复杂，贮存不当会造成巨大的经济损失。而运输在时间和空间上的不平衡性使这一问题更加复杂。运输有旺季、淡季之分，按淡季准备运力，就不能适应旺季的运输需求，反之，按旺季准备运力，在淡季又会造成运力的浪费。同时，运输活动还有在往返方向上存在着不平衡性，按重载方向准备运力，则有较多回程浪费。

(2) 要有合理的运力规模。在需求旺季时，运价呈上升趋势，运输企业大量购买和建造运输工具，使运力不断增加，市场可能达到饱和甚至超饱和。相反，运力过剩和运价长期处于低落状况，必然使运输



业处于不景气状态。因此，保持合理的运力规模是提高运输工具利用率和满足运输市场需求的必要条件。

4. 影响运输能力供给的主要因素有

(1) 国家经济发展状况。一个国家的经济发展状况必然会影响到对运输工具的建设要求。国家工农业发展迅速，经济建设的高速发展，运输的需求就会增加，相应的运输供给量也会增加。

(2) 政策的倾斜方向。国家以能源、交通为重点，则对运输业的发展有利。如我国目前铁路、公路和航空运输建设的投资很大，运输能力迅速增加，已经适应了国民经济发展的要求。

(3) 运输工具造价与科技发展。由于机车车辆制造业、造船业与汽车工业以及航空工业的技术进步，使运输工具成本降低，技术更精，质量更好，必然会吸引大量订单，促进运输业的发展。如果成本高，则从经济利益考虑势必减少订购量。这是影响运输供给的主要因素。

(4) 军事需要。包括铁路车辆、商船和民航飞机在内的各种运输工具都是一国战时军事力量的补充。

二、运输需求与运输供给弹性

1. 运输需求弹性

货物运输市场需求是以拥有一定货运量的全体需求者为对象，并表示在不同的运价与全体需求者间对运输工具需求量的关系，只要在每一运价条件下，求



出各需求者需求量的总和即得市场总需求量。现列出需求表 1-1, 并给出需求函数。

已知 $q_d = f(p)$ 。

用反函数表示:

$$P = \psi(q_d)$$

式中: P ——运价;

q_d ——需求量。

表 1-1 市场需求表

运价 (P)	甲需求量 (q_a)	乙需求量 (q_b)	丙需求量 (q_c)	市场需求量 (q_d)
50	2	1	3	6
40	4	2	5	11
30	8	3	7	18
20	14	6	11	31
10	21	11	14	36

在一般情况下, 若运输市场运价下跌, 则需求者对运输工具的需求量将会增加, 反之则减少。需求的变动是指运价以外其他条件发生变动而导致整条需求曲线的变动, 见图 1-1。

需求量的变动是指需求者对于某种运输工具的需要量, 因运价涨落而发生的变化, 其变动是沿一条既定的需求曲线从某一点移至另一点, 见图 1-2。

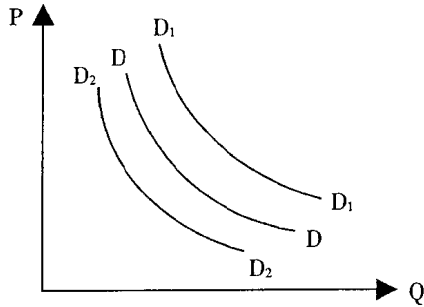


图 1-1 需求的变动

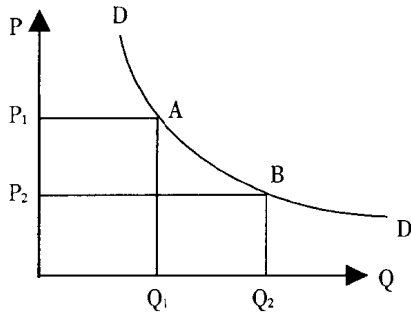


图 1-2 需求量的变动

用弹性系数可以较好地反映因运价变动而引起需求量变化的程度：

$$\text{运输需求弹性系数} = \frac{\text{需求量变化的百分比}}{\text{运价变化的百分比}}$$

$$\text{即 } E = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

如果运价变化同需求量变化处于相反方向，则弹性系数符号为负号，为了正确选择提高企业经济效益



的价格策略，应根据 E 的绝对值是大于 1、小于 1 或等于 1 来采取不同的价格策略。若 $|E| > 1$ ，则采取降价来提高企业经济效益；若 $|E| < 1$ ，则采取提价来提高企业经济效益；若 $|E| = 1$ ，则采取提价与降价的方法都不影响企业经济效益。

货运需求的价格弹性往往取决于货物的价值，价值小的货物，价格弹性较大。价值大的货物，因运价所占比重很小，故价格弹性较小。价格弹性的大小还同货物的季节性以及市场状况有关。当某种货物急于上市推销，或某种货物不能久存时，货主情愿选择运价高但速度快的运输方式，尽快地把货物运往市场，而不去选择运价低，速度慢的运输方式，以免错失市场机会。

2. 运输供给弹性

运输供给的表示方法与运输需求相同，也可用供给表与供给曲线及供给函数来表示。

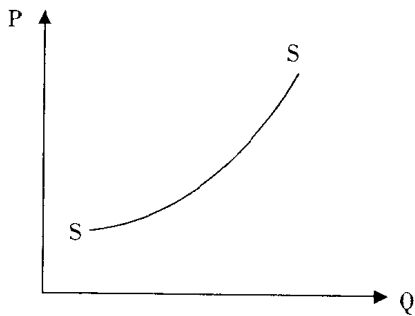


图 1-3 运输供给曲线