



21世纪高职高专规划教材

物流管理系列

物流运输管理实务

WULIU YUNSHU GUANLI SHIWU



徐家骅 沈 珺 主 编
陆 影 副主编



清华大学出版社 · 北京交通大学出版社

21 世纪高职高专规划教材·物流管理系列

物流运输管理实务

徐家骅 沈 珺 主 编
陆 影 副主编

清华大学出版社
北京交通大学出版社
· 北京 ·

内 容 简 介

本书共 12 章,在编写过程中注意吸收现代管理学科的最新研究成果,并在大量收集、分析、研究国内外理论成果的基础上博采众长,运用最新的现代物流管理视角,从运输企业市场策略、运输服务的管理与创新、运输成本管理、运输业务流程管理等方面进行阐述,克服了以往理论讲解过于深奥的缺点,减少了理论分析,突出实用性和操作性,有利于提高学生分析问题和解决实际问题的能力,符合高职高专教育的培养目标和教学特点。

本书可作为高职高专院校物流管理专业的教学用书,还可用作企业物流管理人员的参考和培训用书。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

本书防伪标签采用特殊防伪技术,用户可通过在图案表面涂抹清水,图案消失,水干后图案复现;或将表面膜揭下,放在白纸上用彩笔涂抹,图案在白纸上再现的方法识别真伪。

图书在版编目(CIP)数据

物流运输管理实务/徐家骅,沈珺主编. —北京:清华大学出版社;北京交通大学出版社, 2006.9

(21 世纪高职高专规划教材·物流管理系列)

ISBN 7-81082-792-8

I. 物… II. ① 徐… ② 沈… III. 物流-货物运输-管理-高等学校:技术学校-教材
IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 080275 号

责任编辑:张利军

出版发行:清华大学出版社 邮编:100084 电话:010-62776969 <http://www.tup.com.cn>

北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414 <http://press.bjtu.edu.cn>

印刷者:北京市梦宇印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印张:18.5 字数:424 千字

版 次:2006 年 9 月第 1 版 2006 年 9 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-81082-792-8/F·175

印 数:1~5 000 册 定价:27.00 元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质检组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。

投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@center.bjtu.edu.cn。

出版说明

高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分,它的根本任务是培养生产、建设、管理和服务第一线需要的德、智、体、美全面发展的高等技术应用型专门人才,所培养的学生在掌握必要的基础理论和专业基础知识的基础上,应重点掌握从事本专业领域实际工作的基本知识和职业技能,因而与其对应的教材也必须有自己的体系和特色。

为了适应我国高职高专教育发展及其对教学改革和教材建设的需要,在教育部的指导下,我们在全中国范围内组织并成立了“21世纪高职高专教育教材研究与编审委员会”(以下简称“教材研究与编审委员会”)。“教材研究与编审委员会”的成员单位皆为教学改革成效较大、办学特色鲜明、办学实力强的高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院,其中一些学校是国家重点建设的示范性职业技术学院。

为了保证规划教材的出版质量,“教材研究与编审委员会”在全国范围内选聘“21世纪高职高专规划教材编审委员会”(以下简称“教材编审委员会”)成员和征集教材,并要求“教材编审委员会”成员和规划教材的编著者必须是从事高职高专教学第一线的优秀教师或生产第一线的专家。“教材编审委员会”组织各专业的专家、教授对所征集的教材进行评选,对列选教材进行审定。

目前,“教材研究与编审委员会”计划用2~3年的时间出版各类高职高专教材200种,范围覆盖计算机应用、电子电气、财会与管理、商务英语等专业的主要课程。此次规划教材全部按教育部制定的“高职高专教育基础课程教学基本要求”编写,其中部分教材是教育部《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》的研究成果。此次规划教材编写按照突出应用性、实践性和针对性的原则编写并重组系列课程教材结构,力求反映高职高专课程和教学内容体系改革方向;反映当前教学的新内容,突出基础理论知识的应用和实践技能的培养;适应“实践的要求和岗位的需要”,不依照“学科”体系,即贴近岗位,淡化学科;在兼顾理论和实践内容的同时,避免“全”而“深”的面面俱到,基础理论以应用为目的,以必需、够用为度;尽量体现新知识、新技术、新工艺、新方法,以利于学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力的培养。

此外,为了使规划教材更具广泛性、科学性、先进性和代表性,我们希望全国从事高职高专教育的院校能够积极加入到“教材研究与编审委员会”中来,推荐“教材编审委员会”成员和有特色、有创新的教材。同时,希望将教学实践中的意见与建议及时反馈给我们,以便对已出版的教材不断修订、完善,不断提高教材质量,完善教材体系,为社会奉献更多更新的与高职高专教育配套的高质量教材。

此次所有规划教材由全国重点大学出版社——清华大学出版社与北京交通大学出版社联合出版,适用于各类高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院使用。

21世纪高职高专教育教材研究与编审委员会

2006年9月

前言

进入 21 世纪, 变革成为永恒的主题, 变化的速度远远超过人们学习的速度。物流产业在科技进步和管理技术创新的驱动下, 经历了从量变到质变的过程, 全球物流已经进入供应链时代。物流发展的新概念、新技术对中国物流产业的发展产生了直接的影响, 成为不可忽略的问题。

物流学是一门综合学科, 它的理论与实践在中国形成了一个新的经济增长点。随着经济全球化和信息技术的发展, 被称为“第三利润源”的现代物流的理论研究和实践活动正在世界范围内蓬勃兴起, 竞争的国际化、需求的多样化、市场的一体化使现代物流的发展进入了一个高级阶段。交通运输是一个庞大而复杂的系统, 运输产业是一个新兴的聚合型产业, 是社会经济发展的基础。运输活动作为物流系统的一个组成部分, 运用现代管理理念和技术合理进行物流活动的组织是提高物流运作效率和降低物流成本的重要手段。但无论是运输企业还是物流企业的运输部门, 其技术水平和管理能力差距都很大, 如何针对不同的运输方式进行有效的运输组织管理是摆在我们面前的重要问题。本书注意吸收现代管理学科的最新研究成果, 在大量收集、分析、研究国内外理论成果的基础上, 博采众长, 运用最新的现代物流管理视角, 从运输企业市场策略、客户服务与创新管理、运输成本管理、运输业务流程管理等方面进行阐述, 克服了以往理论分析过深的缺点, 减少了理论分析, 突出实用性和操作性, 有利于提高学生分析问题和解决实际问题的能力, 符合高职高专教育的培养目标和教学特点。

本书由徐家骅、沈琚担任主编, 负责组织编写、总撰、定稿工作; 陆影任副主编, 在理论层次、实操层次及定稿等方面都提出了很多有益的编写及修改意见。本书由徐家骅编写第 1、8 章, 夏媛媛编写第 2 章, 沈琚编写第 3 章, 徐娜编写第 4 章, 唐林兵编写第 5 章, 侯海平编写第 6 章, 王斌编写第 7 章, 马云霞编写第 9 章, 陆影和徐娜共同编写第 10 章, 刘大俊编写第 11 章, 陆影编写第 12 章。

本书在编写过程中参考了大量的文献资料及网络信息, 借鉴和吸收了国内外众多学者的研究成果, 在此对他们的辛勤付出深表谢意。由于现代物流业在我国正处于成长发展阶段, 各种新的论断、见解和理论多之又多, 且本书的编写时间较短, 加之编者的水平有限, 书中难免会有一些不妥之处, 在此衷心希望广大读者批评指正。

编者

2006 年 9 月

目 录

第1章 运输管理基础知识	(1)
1.1 运输市场	(1)
1.1.1 运输市场概述	(2)
1.1.2 运输企业的市场研究	(5)
1.1.3 运输企业的市场定位	(8)
1.2 运输业	(10)
1.2.1 运输业的发展阶段	(11)
1.2.2 运输业的特点	(12)
1.2.3 我国运输业的发展现状及存在的问题	(13)
1.2.4 运输业的分类	(15)
1.3 运输与物流	(16)
1.3.1 物流基础知识	(16)
1.3.2 运输	(17)
1.3.3 运输与物流工作其他环节的关系	(18)
1.4 现代运输要素和运输合理化	(23)
1.4.1 现代运输要素	(23)
1.4.2 不合理运输	(24)
1.4.3 运输合理化的概念	(26)
1.4.4 运输合理化的有效措施	(26)
1.4.5 评价物流运输体系的要素	(30)
思考与练习	(30)
第2章 物流运输方式	(32)
2.1 公路运输	(32)
2.1.1 概述	(32)
2.1.2 公路运输的优缺点	(33)

2.1.3 公路运输的适用范围	(34)
2.1.4 公路运输的种类	(34)
2.2 铁路运输	(35)
2.2.1 概述	(35)
2.2.2 铁路运输的优缺点	(35)
2.2.3 铁路运输的适用范围	(36)
2.2.4 铁路货物运输的种类	(36)
2.3 水路运输	(37)
2.3.1 概述	(37)
2.3.2 水路运输的优缺点	(38)
2.3.3 水路运输的适用范围	(39)
2.3.4 水路运输的种类	(39)
2.4 航空运输	(39)
2.4.1 概述	(39)
2.4.2 航空运输的优缺点	(39)
2.4.3 航空运输的适用范围	(40)
2.4.4 航空货物运输的种类	(40)
2.5 管道运输	(41)
2.5.1 概述	(41)
2.5.2 管道运输的优缺点	(42)
2.5.3 管道运输的适用范围	(42)
2.5.4 管道运输管理业务	(43)
思考与练习	(45)
第3章 运输作业流程与运作	(47)
3.1 运输作业流程实务	(47)
3.1.1 物流运输业务运作	(47)
3.1.2 运输业务运作的基本程序	(48)
3.1.3 物流运输规划岗位的组织结构及岗位操作流程	(50)
3.2 物流陆运业务管理实务	(54)
3.2.1 物流陆运业务运作的基本程序	(54)
3.2.2 物流陆运部分业务岗位的操作流程	(56)
3.3 物流海运业务管理实务	(58)
3.3.1 物流海运业务运作的基本程序	(58)
3.3.2 物流海运业务岗位的操作流程	(59)

3.4 物流空运业务管理实务	(63)
3.4.1 物流空运业务运作的基本程序	(63)
3.4.2 物流空运业务典型岗位的操作流程	(64)
思考与练习	(65)
第4章 多式联运	(70)
4.1 集装箱	(70)
4.1.1 集装箱的概念	(70)
4.1.2 集装箱的种类	(71)
4.1.3 集装箱的标记	(73)
4.2 集装箱货物运输业务	(75)
4.2.1 集装箱货物运输的经济效果	(75)
4.2.2 集装箱交接方式	(76)
4.2.3 集装箱运输的运费计算	(78)
4.2.4 国际集装箱的发送和交接	(83)
4.2.5 集装箱运输的发展趋势	(84)
4.3 多式联运概述	(85)
4.3.1 多式联运的含义与特征	(85)
4.3.2 国际多式联运的优势	(87)
4.3.3 办理国际多式联运业务的条件	(88)
4.3.4 国际多式联运的形式	(89)
4.4 多式联运货运业务与运营	(91)
4.4.1 多式联运的主要业务及程序	(91)
4.4.2 多式联运的货源组织和配积载	(93)
4.4.3 国际多式联运实施的责任划分	(94)
思考与练习	(98)
第5章 物流过程中的运输决策	(101)
5.1 运输方式的选择	(101)
5.1.1 什么是决策	(101)
5.1.2 运输方式选择的标准	(103)
5.2 运输服务商的选择	(108)
5.2.1 运输服务商的分类	(108)
5.2.2 运输服务相关指标的确定	(109)
5.3 运输路线的选择	(112)

5.3.1	物流调运计划	(112)
5.3.2	货物配载	(116)
5.3.3	如何选择运输路线	(116)
5.3.4	用节约法求解最优路线问题	(125)
5.3.5	运输人员的安排	(126)
5.4	运输计划的编制	(129)
5.4.1	编制货物运输计划的依据和原则	(129)
5.4.2	货物运输计划的种类与编制步骤	(130)
5.4.3	货物运输计划的检查与实施	(131)
	思考与练习	(132)
第6章	运输成本与价格的管理	(134)
6.1	运输成本概述	(134)
6.1.1	运输成本的概念	(134)
6.1.2	运输成本的构成	(134)
6.1.3	影响运输成本的因素	(136)
6.1.4	不同运输方式的成本结构	(138)
6.2	运输的定价	(141)
6.2.1	运价	(141)
6.2.2	影响运输企业定价的因素分析	(146)
6.2.3	运输定价的原则	(150)
6.2.4	运价制定的基本方法	(150)
6.2.5	运输企业的定价策略	(152)
6.2.6	运输价格的管理	(155)
	思考与练习	(156)
第7章	运输服务管理与创新	(158)
7.1	运输服务的基本理论	(158)
7.1.1	服务产品的特征	(158)
7.1.2	客户服务的基本理论	(160)
7.2	运输服务质量管理与创新	(165)
7.2.1	服务质量管理概述	(165)
7.2.2	运输服务质量的内容	(168)
7.2.3	运输质量监督与管理	(171)
7.2.4	运输服务创新	(173)

思考与练习	(174)
第8章 物流运输企业设备管理	(176)
8.1 设备及设备管理概述	(176)
8.1.1 物流运输企业设备的分类	(177)
8.1.2 物流设备在现代物流中的地位与作用	(178)
8.1.3 物流运输企业设备管理概述	(179)
8.1.4 物流运输企业设备管理的主要任务	(181)
8.2 物流运输设备的选择与评价	(182)
8.2.1 选择设备的要求	(182)
8.2.2 设备的技术经济评价	(183)
8.3 物流运输设备的维护与检修	(186)
8.3.1 车辆的使用管理	(186)
8.3.2 车辆的维护管理	(188)
8.3.3 车辆的检修	(189)
8.3.4 设备维护管理的评价指标	(191)
8.4 物流运输设备的更新与技术改造	(192)
8.4.1 设备的磨损及其补偿	(192)
8.4.2 设备的改造与技术更新	(194)
8.4.3 车辆的更新与技术改造	(196)
思考与练习	(198)
第9章 国际物流	(200)
9.1 国际物流概述	(200)
9.1.1 国际物流的概念、总目标、实质及其发展阶段	(200)
9.1.2 国际物流的特点	(202)
9.1.3 国际物流系统	(203)
9.1.4 国际货物运输的任务及其要求	(206)
9.2 国际货运代理	(207)
9.2.1 国际货运代理业概述	(207)
9.2.2 我国国际货运代理行业的现状及发展趋势	(207)
9.2.3 国际货物运输组织	(209)
9.2.4 国际货物运输代理公司的类别与业务范围	(210)
9.2.5 国际货物运输代理市场准入资格	(211)
9.2.6 国际货物运输代理公司的基本业务	(211)

9.3 国际物流运输的业务流程	(212)
9.4 报关与报检业务	(216)
9.4.1 报关及报关对象	(217)
9.4.2 国际物流的报关对象	(217)
9.4.3 报关的分类	(217)
9.4.4 报关的基本内容	(217)
思考与练习	(221)
第 10 章 运输合同	(223)
10.1 运输合同概述	(223)
10.1.1 运输合同的概念	(223)
10.1.2 运输合同的特征	(223)
10.1.3 运输合同的种类	(225)
10.1.4 货物运输单证的种类	(227)
10.2 货物运输合同	(231)
10.2.1 货物运输合同的概念与特征	(231)
10.2.2 货物运输合同的种类	(232)
10.2.3 国际海上货物运输合同	(242)
10.2.4 货物运输合同管理人员的业务技能	(249)
思考与练习	(250)
第 11 章 国际货物运输保险	(252)
11.1 国际货物运输保险概述	(252)
11.1.1 国际货物运输保险的含义	(252)
11.1.2 国际货物运输保险的种类	(252)
11.1.3 国际货物运输保险的特点	(254)
11.1.4 国际货物运输保险的原则	(254)
11.1.5 国际货物运输保险的程序	(254)
11.2 国际海洋货物运输保险	(255)
11.2.1 国际海洋货物运输中的风险	(255)
11.2.2 国际海洋货物运输中的损失	(255)
11.2.3 国际海洋货物运输中的费用	(256)
11.2.4 我国海运货物保险的险别及相关条款	(256)
11.2.5 除外责任	(259)
11.3 国际航空货物运输保险	(259)

11.3.1 国际航空货物运输保险的分类	(259)
11.3.2 除外责任	(260)
11.3.3 责任起讫	(260)
11.3.4 被保险人的义务	(261)
11.3.5 索赔期限	(261)
11.4 国际陆路货物运输保险	(261)
11.4.1 国际陆路货物运输保险的分类	(261)
11.4.2 除外责任	(262)
11.4.3 责任起讫	(262)
11.4.4 被保险人的义务	(262)
11.4.5 索赔期限	(263)
思考与练习	(263)
第 12 章 运输法律法规	(264)
12.1 国际货物运输的法律法规	(264)
12.1.1 国际海上货物运输的法律法规	(264)
12.1.2 国际铁路货物运输的法律法规	(266)
12.1.3 国际航空货物运输的法律法规	(269)
12.1.4 国际货物多式联运的法律法规	(270)
12.1.5 国际公路货运公约	(271)
12.1.6 国际货物运输法律法规操作人员的基本技能	(272)
12.2 我国货物运输的法律法规	(273)
12.2.1 公路运输的法律法规	(273)
12.2.2 铁路运输的法律法规	(275)
12.2.3 航空运输的法律法规	(278)
12.2.4 水路运输的法律法规	(278)
12.2.5 货运代理的法律法规	(278)
12.2.6 国内货物运输法律法规操作人员的基本技能	(278)
思考与练习	(280)
参考文献	(282)

第 1 章

运输管理基础知识

学习目标

- 了解运输市场的概念及运输市场的构成。
- 熟悉运输市场研究的程序和方法。
- 了解运输业的发展阶段、特点、现状及存在的主要问题，熟悉运输业的分类。
- 了解物流的基本知识、运输与物流其他功能之间的联系。
- 了解现代运输体系的四要素，掌握物流运输的不合理现象、运输合理化的因素、运输合理化的有效措施、评价物流运输体系的因素。

1.1 运输市场

物流活动日益渗透到生产、流通、消费整个社会经济活动过程之中，与社会经济的发展存在着密切的联系，成为社会经济活动的重要组成部分，运输市场的形成是客观上存在运输需求及社会经济发展中提供各种运输服务、满足需求者空间位移要求的各类运输者。由于运输产品的提供者与不同商品的生产者、中间商、消费者有着密切的相关性，因而市场战略是运输企业总体战略的核心，是处于主导地位的分战略，企业的其他战略都是围绕实现市场战略而相互支持和配合。为此，作为运输企业必须要研究运输市场上的各种关系，对物流供需双方有深入的了解，才能提供优质的物流服务，才能真正起到联系物流供需双方的桥梁和纽带作用，才能适应市场的变化和发展。中国一直是亚洲市场增长的主要驱动力，半成品、加工制造业的发展和国内市场消费能力持续强劲，运输和物流服务已成为产业热点。在 20 世纪最后几年，我国迎来了现代物流发展的春天，这是我国物流界专家经过十几年的努力倡导

和普及取得的巨大成就。在当前全国“物流热”已经形成的大环境下,如果缺乏正确的物流市场研究,对物流企业的发展无疑将产生不利的影响。

1.1.1 运输市场概述

运输市场是运输生产者和运输需求者之间进行运输交易的场所和领域,是运输活动的客观反映。狭义的运输市场是指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,以及进行运输能力买卖的场所、较大范围的营业区域和各种直观或隐蔽的业务活动。

运输市场包括运输需求者、运输供给者、运输中介、政府。

1) 运输需求者

这是指具有现实或潜在运输需求的单位、组织和个人。运输需求者总的趋势是运输需求多样化、高质量的需求比重越来越大,要求与之相应的运输结构为其服务,以取得最佳的社会经济效益。运输市场上的需求方构成比较复杂,包括工业企业、现代连锁商业和个体消费者。

由于企业为取得竞争中的优势地位,提高自身的核心竞争力必须集中精力发展核心主业,客观上加大了市场运输需求,这必然增大了对第三方物流的需求量。在市场竞争机制的作用下,社会对现代物流服务需求表现得越来越强烈。各类生产型和零售企业随着规模经营发展及适应市场竞争,已经迫切需要用现代物流提升竞争能力,物流外包已成为现代企业物流运作的一大趋势。从现代物流的特点分析,运输需求者的需求具有涉及面广、内涵丰富和无法进行单一计量的特点,因此许多物流企业(包括希望介入物流服务领域的企业)较难把握市场需求和进行市场定位。从物流的发展规律来看,现代运输服务的需求包括量和质两个方面,即从运输规模和运输服务质量中综合反映出物流的总体需求。

运输规模是物流活动中运输作业量的总和。在当前没有系统的社会物流量统计的情况下,由于货物运输是物流过程中实现位移的中心环节,用货物运输量的变化趋势来衡量社会物流规模的变化趋势是最接近实际的。例如,企业可以采用一地区的货运总量作为物流量来进行需求分析,通过不同运输方式的货运量在货运总量中所占的比例,可以分析出该地区不同运输方式货运量的结构,从而分析出此地区各种运输方式的货运需求量。

运输服务质量是物流服务效果的集中反映,可以用运输时间、运输费用、运输效率来衡量,其变化突出表现在减少物流时间、降低物流成本、提高物流效率等方面。

2) 运输供给者

这是指提供运输服务、满足需求者空间位移的各类运输者。

(1) 物流供给者(运输服务商)的类型。

① 按资产拥有程度可以分为以下两种。

- 资产型物流企业:主要是指运用自己的物流资产,如运输车队、附属仓库等来提供

专业的物流服务。

● 非资产型物流企业：主要是指提供咨询信息服务的物流企业，一般没有固定的运输和仓储设施。

② 按物流供应商的规模和服务项目的数量可分为如图 1-1 所示的类型，即将供应商的规模作为纵坐标，服务项目的数量作为横坐标进行矩阵分析。

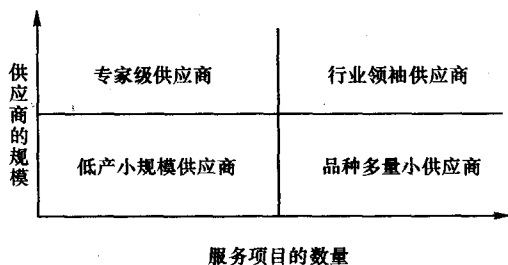


图 1-1 按物流供应商的规模和服务项目所分成的类型

专家级供应商是指生产规模大、经验丰富、技术成熟，但经营品种相对少的供应商，这类企业的目标是通过竞争占领并扩大市场；行业领袖供应商是指生产规模大、经营品种相对多的供应商，这类供应商的目标是立足本地市场，并且积极拓展国际市场，其目标是通过竞争占领并扩大市场；低产小规模供应商是指生产规模小、经营品种也少的供应商，这类企业的目标是定位本地市场；品种多量小供应商是指生产规模小、经营品种多的供应商，这类企业的目标也是定位本地市场。

(2) 企业物流供给模式可分为自营物流和物流外包。

现代企业选择物流供给模式时，还需要考虑自有运输资源和社会运输资源的合理利用，委托第三方物流运作可以使企业集中精力搞好主业，发展其核心竞争力。第三方物流是物流专业化的重要形式，特别是步入 21 世纪，第三方物流受到物流产业界、理论界的高度重视。

在自营物流系统的企业中，最典型的的就是海尔集团。对海尔来讲，把物流作为降低成本的机器，物流首先是使其实现三个“零”目标的基础，即零库存、零距离和零营运资本。其次，物流是使其能够获得在市场竞争中取胜的核心竞争力。海尔自营物流的特色可总结为：借助物流专业公司的力量，在自营基础上小外包，总体实现准时制采购、原材料和成品配送的同步流程。经过多年运作，海尔物流积累了很多运输管理和仓库管理的优势，其物流运作模式日益引起人们的关注。

企业要进行物流系统评价（包括物流市场供需分析），如果不具有自营物流的能力，则实行物流业务外包的形式。物流业务外包大致有以下几种形式。

- ① 物流业务完全外包，物流业务全部外包给第三方物流，是最彻底的物流外包形式。
- ② 物流业务部分外包，物流业务部分自营，部分外包。
- ③ 物流系统接管，企业将物流系统全部卖给或承包给第三方物流企业。

④ 物流系统剥离，企业将物流部门分离出去，成为一个独立的子公司，允许其承接第三方物流业务。日本的家电行业基本采用这种模式，以内部物流为主，外部物流为辅，比如东芝公司建立了独立的物流子公司，主要管理东芝集团的家电产品和信息产品物流业务。

⑤ 管理外协，对希望自己拥有物流设施（资产）的企业，则将物流管理职能外协。在欧盟国家大型零售商把这种形式看成是改进物流作业管理的一种方法。

企业对运输供应商评价和选择的方法有直观判断法、采购成本比较法、招标采购法、协商选择方法、评分法等方法，下面列举企业常用的评分法。

评分法是指依据供应商评价的各项指标，按供应商的优劣层次，分别对各个供应商进行评分，得分最高者为最佳供应商。

例如：单位负责人列出了对运输供应商评价的 14 个项目，每个评分标准分为 5 个档次并赋予不同的分值，即极差（0 分）、差（1 分）、较好（2 分）、良好（3 分）、优秀（4 分），然后在评分表上为供应商评分，根据最后的评分情况，比较后最终确定供应单位，并据此要求选定的供应商对存在的不足之处进行改进（见表 1-1）。

表 1-1 运输供应商评分表

序号	项目	优秀	极差	差	较好	良好
		0	1	2	3	4
1	服务能力					
2	供应商信誉					
3	运输速度					
4	快速反应能力					
5	控制与工作评价					
6	运输价格					
7	企业文化					
8	运输质量					
9	管理专业知识					
10	财务实力					
11	信息共享					
12	设备、技术水平					
13	利益风险共享					
14	退出条款					

3) 运输中介

这是指为货物运输需求与供给提供运输服务信息及运输代理业务的企业或经纪人。

随着运输市场的不断发展，运输中介已经成为市场中的一个不可或缺的要害，并且发挥着越来越明显的作用。传统的运输中介公司通常只重于物流操作性的任务，现在的趋势是越

来越多的运输中介公司转型为第三方物流公司,扩大其服务的内容,提高物流服务能力,提供供应链的物流计划能力。关于运输中介的基本类型及业务模式将在以下章节中介绍。

4) 政府

一个功能完善的运输市场由市场规律和价格机制调整决定市场的运行。然而由于市场不是万能的,在调节经济发展中存在缺陷及运输市场的特殊性,仅依靠市场来调节运输供给是远远不够的,因此政府对经济的干预是必要的,有时需要政府在运输市场中发挥必要的作用。

经济发展本身直接产生物流需求,宏观经济政策和管理体制的变化对物流需求将产生刺激或抑制作用。为此,宏观物流发展必须打破地区封锁,明确准入条件,规范许可程序,加强市场监管,促进公平竞争,建立优胜劣汰的市场机制,消除影响物流业发展的政策性束缚。制定这些规章的指导原则将为现代物流的发展扫清体制性障碍。

例如,我国加快西部地区的经济发展,加快建设重要的物流基础设施,目的就是要改变东西部地区之间物流的不平衡和不合理现象,使物流的合理化组织以功能强大的物流中心等设施为依托,而这样的市场环境变化将影响物流需求。虽然我国的物流基础设施发展较快,但仍难满足高速发展的物流需求。

同时,中国政府认真落实加入世贸组织时的承诺,不断加大对外开放的力度,我国允许世界贸易组织成员的企业、其他经济组织或个人采用独资形式在我国境内设立道路运输企业,国际上一些著名的物流企业已争相进入中国市场,我国道路运输市场开放达到了加入世界贸易组织承诺的最高水平。

1.1.2 运输企业的市场研究

1. 物流调研的类别

根据研究目的不同,物流调研可分为物流市场需求调研和物流市场供应调研。

2. 运输市场调查的步骤

- (1) 调查准备阶段:确定调查目的和范围,指定调查计划。
- (2) 调查实施阶段:选择资料收集方法,设计调查表,选择调查方式,实地调查。
- (3) 调查结果处理阶段:整理分析阶段,撰写调查报告。

3. 市场预测

1) 需求市场预测

物流需求是指一定时期内社会经济活动对生产、流通、消费领域的原材料、成品和半成品、商品及废旧物品、废旧材料等的配置作用而产生的对物流在空间、时间和费用方面的要求,涉及运输、库存、包装、装卸搬运、流通加工及与之相关的信息需求等物流活动的诸方面。物流需求分析的目的在于为社会物流活动提供物流供给能力不断满足物流需求的依据,以保证物流服务的供给与需求之间的相对平衡,使社会物流活动保持较高的效率与效益。物