



现代经济与管理类规划教材

运输管理与实务

主编 杨洋



清华大学出版社 · 北京交通大学出版社

现代经济与管理类规划教材

运输管理与实务

主 编 杨 洋
副主编 葛 林 宋 博 钟 良
唐 迪 王美昌

清华大学出版社
北京交通大学出版社
· 北京 ·

内 容 简 介

进入 21 世纪后,现代物流的迅猛发展,对生产、流通和消费产生了巨大的影响。然而,对于现代物流来说,最为重要的部分仍然是运输。只是现代物流服务下的运输结构和功能已经今非昔比。如供应链方面,现代物流概念下的运输差不多从原材料生产开始,一直延伸到消费领域的售后服务,前后环环相连,因此运输的功能大大地拓展和强化了。基于此背景,我们编撰了本教材,并且在编写过程中尽量将理论写得深入浅出,简明扼要,并突出实务操作的流程。本教材结构完整,内容充实,其中前三章为运输管理理论介绍,后六章为具体的运输管理实务操作与理论讲解相结合。理论和实务的内容贯穿铁路、公路、水路、航空、管道运输。每章均有引导案例、知识链接和相应的课后习题,从而强化学生对知识的掌握程度。

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。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

运输管理与实务 / 杨洋主编. —北京:北京交通大学出版社:清华大学出版社, 2015. 9
(现代经济与管理类规划教材)

ISBN 978-7-5121-2363-2

I. ① 运… II. ① 杨… III. ① 物流-货物运输-管理-高等学校-教材 IV. ① F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 193094 号

责任编辑:吴嫦娥 助理编辑:许啸东

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://www.bjtup.com.cn>

印刷者:北京时代华都印刷有限公司

发 行 者:全国新华书店

开 本:185×260 印张:11.75 字数:293 千字

版 次:2015 年 12 月第 1 版 2015 年 12 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 978-7-5121-2363-2/F·1538

印 数:1~2 000 册 定价:32.00 元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。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@bjtu.edu.cn。

序 言

物流是商品流通的命脉，也是国家经济建设的重要支撑。随着 21 世纪知识经济的到来，物流行业作为增长最快的行业之一，每年均以 20% 的速度增长。物流也被视为企业脚下的金矿，是创造企业利润的源泉。

交通运输既是物流系统的重要组成部分，也是物流运营的关键环节。运输业的现代化运营管理对规范经营、完善服务、降低成本、减少损失、提高经济效益、提升物流品质、获取国内外客户满意度等各方面具有积极的促进作用，对物流企业经济运行的质量和效益产生重大影响，并在国际大物流中发挥着衔接、协调、枢纽等极其重要的作用，因而越来越受到我国物流行业主管部门和物流企业的高度重视。

当前，经过 30 多年高速发展的中国运输业正在进入转型升级的发展阶段。但在新的形势下，我国运输成本居高不下的现状对运输业持续健康发展提出了严峻的挑战。面对物流市场国际化的迅速发展与激烈竞争，对从事物流运输的业务人员的素质要求也越来越高，社会物资流通和物流产业发展急需大量具有扎实理论知识与操作技能的复合型专门人才。保障我国全球经济活动和国际物流服务业的顺利运转，加强现代物流运输从业者的应用技能培训，强化专业综合业务素质培养，增强企业核心竞争力，加速推进物流产业化进程，提高我国物流运输运营管理水平，更好地为我国物流经济和物流教学实践服务，这既是物流企业可持续发展的战略选择，也是本教材出版的真正目的和意义。运输管理作为物流管理的一个重要环节，其教学已由简单描述运输成本管理理论和实务，演进为系统阐述运输管理理论体系并将之有机融入物流发展实践中。本教材的编写是为了满足培养 21 世纪物流管理人才的需要，贯彻专业基础教育与创新能力培养相结合的教学要求。

《运输管理与实务》作为普通高等教育物流管理专业的特色教材，共分为 9 章，以学习者应用能力培养为主线，坚持以科学发展观为统领，依照物流运输活动的基本过程和规律，围绕工作环节和具体业务流程，系统阐述运输管理基础、运输市场需求、运输体系与节点、运输供给与成本、运输组织方式、运输配送作业管理、运输商务管理、运输信息技术管理、运输公共政策等基础理论知识，并通过实证案例分析讲解和指导学员实训，达到学以致用目的。

本教材融入了运输管理最新的教学理念，力求严谨，注重与时俱进，具有内容丰富、案例鲜活、贴近实际、注重知识系统性和操作应用性等特点，集理论与实践于一体，因此本教材既可以作为普通高等院校本科物流管理及交通运输等专业的首选教材，同时兼顾高职高专、应用型大学的教学，也可作为物流和运输企业从业人员的培训教材。

本教材由杨洋进行总体方案策划并具体组织，具体编写人员分工如下：葛林、唐迪编写第 1、8、9 章；杨洋、钟良、宋博编写第 2、5 章；宋博、唐迪编写第 3、4 章；王美昌、葛林编写第 6、7 章。全书由杨洋统稿并主编，葛林、宋博、钟良、唐迪、王美昌为副主编。

在本教材的编写过程中，北京交通大学出版社给予了大力支持，尤其是经管分社吴嫦娥老师对于教材的出版给予了诸多建议；参与过运输管理类课程教学的高校教师也对本教材的编写提出了良好建议，在此也由衷地表示感谢。限于作者的水平和编写时间比较紧迫，教材中错误、疏漏之处在所难免，敬请广大读者不吝赐教，以便于本教材的日臻完善。如果本书的出版能对广大读者有所裨益，我们将不胜欣慰。

杨 洋

2015 年 11 月

目 录

第 1 章 运输管理基础	1
1.1 运输的基本概念	2
1.2 运输的基本理论	4
课后习题	8
第 2 章 运输市场需求	9
2.1 运输市场	10
2.2 运输需求	14
课后习题	22
第 3 章 运输体系与节点	23
3.1 综合运输体系	24
3.2 交通运输节点	28
课后习题	40
第 4 章 运输供给与成本	41
4.1 运输供给的五种承运人	41
4.2 运输承运人的作业程序	50
4.3 五种承运人的作业成本	69
课后习题	78
第 5 章 运输组织方式	80
5.1 多联式运输	80
5.2 国际货物运输	86
5.3 货物运输的经营形式	88
课后习题	93
第 6 章 运输配送作业管理	94
6.1 配送作业管理	96
6.2 配送中心业务管理	106
课后习题	116
案例分析题	116

第7章 运输商务管理	119
7.1 主要运输单证	120
7.2 运输合同管理	123
7.3 货物运输保险	126
7.4 货物运输代理	131
课后习题	136
第8章 运输信息技术管理	137
8.1 运输业的信息化	138
8.2 运输业信息技术	140
8.3 运输业信息系统	145
8.4 运输业信息管理	148
课后习题	152
第9章 运输公共政策	153
9.1 运输法规	154
9.2 运输政策	166
9.3 运输管制	174
课后习题	181
参考文献	182

第1章

运输管理基础



学习目标

1. 了解运输的内涵及其产生的原因和特点。
2. 掌握运输的主要作用和功能原理。
3. 理解运输与物流之间的关系。

案例一

A地某产品的生产成本为每吨6元，A地距离M地的运价为每吨2元，运输成本占25%，生产成本占75%；如果B地也生产该产品，B地生产该产品的生产成本为每吨4元，到M地的运价为每吨6元。A地到M地的总成本为8元，而B地为10元，因此，A地的产品因为价格优势将在M地独占市场。如果运价下降一半，则B地到M地的总成本为7元，与A持平，这就打破了A地独占市场的局面。如果运费继续下降，则A地的产品将在M地被淘汰，B地产品将独占市场。如果运费降到原来的1/3，则M地该产品的总成本为6元，其中运输成本占33.3%，生产成本占66.7%。随着运输的发展，A地该产品不仅在M地，甚至在其他产地A也可能被淘汰，生产成本低的B地将形成专业化的生产，这就是高生产成本的产品在运输发展和区域开放进程中面临的抉择：要么改造产品，要么消亡。这说明，发达的运输条件是专业化形成的基础。

案例二

三星公司从2003年到2008年实施了物流运输工作合理化革新的第一个五年计划。这期间，为了减少成本和提高配送效率进行了“节约成本200亿（韩元）”“全面提高物流劳动生产率”等活动，最终降低了成本，缩短了前置时间，减少了40%的存货量，并使三星公司获得首届韩国物流大奖。

三星公司从2008年到2013年实施物流运输工作合理化革新的第二个五年计划，重点是将销售、配送、生产和采购有机结合起来，实现公司的目标。即将客户的满意程度提高到100%，同时再将库存量减少50%。为了这一目标，三星公司将进一步扩展和强化物流网络，

同时建立了一个全球性的物流链使产品的供应路线最优化，并设立全球物流网络上的集成订货—交货系统，从原材料采购到交货给最终客户的整个路径上实现物流和信息流一体化，这样客户就能以最低的价格得到高质量的服务，从而对企业更加满意。

多年来三星坚持做好运输合理化工作，为三星公司的发展铺平了道路，2013 年三星电子销售额达到 254.63 万亿韩元，在韩国企业中销售业绩稳夺冠军。

1.1 运输的基本概念

1.1.1 运输的内涵、分类和产生

运输是指人或货物借助运输工具和运输基础设施在空间上产生的位置移动。简单地说，运输是指人和物的载运及输送。广义的运输经营活动还包括货物集散、装卸搬运、中转仓储、干线运输、配送等一系列操作。运输按领域可分为生产领域的运输和流通领域的运输；按距离可分为干线运输或长途运输、配送和搬运；按运输方式可分为公路运输、铁路运输、水路运输、航空运输和管道运输。运输的分类及其内容见表 1-1。

表 1-1 运输的分类及其内容

分类		运输的内容
运输领域	生产领域	一般是在生产企业内部进行，因此称之为厂内运输。它作为生产活动的一个环节，直接为物质产品的生产服务。其内容包括原材料、在制品、半成品和产成品的运输。厂内运输有时也称为物料搬运
	流通领域	是流通领域里的一个活动环节。其主要内容是以社会服务为目的，完成货物从生产地向消费地在空间位置上的物理性转移过程。它既包括物品从生产地点向消费地点的移动，也包括物品从供应链的上游生产地点向下游生产地点的移动，也包括由物流网点向消费（用户）地点的移动
运输距离	干线运输 或长途运输	较长距离的运输。这是利用公路、铁路的干线或大型船舶的固定航线进行的长距离、大数量的运输，是进行远距离空间位置转移的重要运输形式。干线运输一般速度较同种工具的其他运输要快，成本也较低。干线运输是运输的主体
	配送	从物流网点到用户的运输活动
	搬运	局部场地的内部移动
运输方式	公路运输	主要使用汽车承担近距离、小批量的货运，其经济半径一般在 200 km 以内
	铁路运输	主要承担长距离、大数量的货物和旅客运输
	水路运输	主要承担大数量、长距离的运输，在干线运输中起主力作用
	航空运输	主要承接货物价值高的货物和紧急物资
	管道运输	主要运输气体、液体和粉状固体

那么，为什么人类社会需要运输或者说为什么会存在运输？这也是学习和认识运输首先要提到的问题，归纳起来共有五个方面。

(1) 资源分布和需求分布不匹配生产的需求。任何一个地方都很难完全提供(或生产)满足本地需要的所有物品和服务,必须通过跨地域的交换来实现互通有无。实际上,这正是运输的最基本的作用,自有人类活动以来,或确切地说出现商品交换以来,运输一直在消除产品生产与需求之间存在的空间和时间差异而存在。与此同时,通过运输产品也实现了增值。

(2) 社会化和专业化分工的需求。表现在原材料、生产、研发、销售、服务等领域更为细致的分工,更加依赖交通工具实现区域间的优化配置资源,从而带来效益最大化或提高竞争力。当前,全球经济运行与现代化的运输活动密不可分,一些跨国公司,如波音、戴尔、家乐福等在全球布局的同时,也依靠高效的运输网络将遍布各国的业务板块紧密联系在一起。

(3) 提高人们生活、居住水平的需要。当运输发展了,人们在居住、工作、购物、休闲、度假时变得更加便捷和舒适。有时交通运输条件也是一个贫困地区改变封闭状态,加强与外界经济、文化、社会联系的关键因素。

(4) 人们沟通和文化交往的需要。在一定运输网络覆盖范围内,通过生活、工作和旅行,人们分享共同的思想和经历,久而久之,社会形成了统一的政治、文化等观点。特别在现代社会,交通运输更加快捷和便利,国家或地区间的文艺表演、体育比赛、展览展示等活动更为频繁,极大地加深了世界各国文化的融合和发展,促进了理解和友谊。

(5) 扩大政治和军事影响的需要。对内而言,完善的交通网络有助于国家的统一、安全和稳定。强大的古埃及背后是以尼罗河为主干的交通网络体系,秦国在建国后建立了“车同轨”和“驰道”的全国统一道路体系,因而发达的交通网络有力促进了国家对地方的管理。对外而言,完备、现代、高效的交通网络体系也是国家实力和军事力量的重要体现,或者一国维护海外利益的重要保障。美国建设高速公路及欧美等国对航空的持续投入,很大程度上是出于国防的需求。

1.1.2 运输的作用

运输与人类的生产和生活息息相关,是人类社会从紊乱走向有序的重要条件和体现,涉及我们生活的各个阶段和领域。没有运输,我们就没法旅行,也无法购买到国内其他地区和世界各地的商品。我们的生活越现代、越复杂,运输的作用就越加明显,主要表现在以下四个方面。

(1) 运输是产品流通的基础。在市场经济条件下,随着生产社会化和全球化的推进,流通作为生产与消费的中间环节,在实现产品产销对接过程中发挥着越来越大的作用;而运输承担了改变空间状态的主要任务,作为产品流通环节的主要载体,是实现产品流通及高效流通的基础。

(2) 运输是经济发展的助力器。一方面,交通与工业发展密不可分。从工业发展的历程来看,工业基本是按照“点—轴—带”的顺序逐渐演进的。大工业首先聚集在个别城市,然后沿着交通干线,特别是水运航道和其他重要基础设施轴线发展,继而向周围地区辐射扩散,经过相当长时期的开发建设,才形成了产业带。而交通运输则加强了原料地、加工地和消费地三者之间的地域联系;反过来,产业的发展也需要建立发达的交通基础设施。另一方面,交通运输在国民经济行业中占有相当大的比重。根据发达国家

的经验,在经济进入高速发展前后,交通运输和其他基础设施建设投资在国民生产总值中的比例占 10% 左右。

(3) 运输有助于降低或稳定物价。由于运输条件的改善,允许更多的生产产品进入市场参与竞争,导致市场价格能由更低成本的产品来决定,或者更多竞争者的出现使市场价格不至于盲目提高。另外,运输条件的改善和提高还有助于保持价格的稳定。特别是在农产品或资源性产品方面,在运输条件不足的情况下,产地市场自产自销,价格快速下跌,或由于需求市场供给不足,价格快速攀升;在运输条件改善之后,远方的产品将有利于弥补本地市场的不足,稳定了市场物价。

(4) 运输是“第三个利润源”的主要源泉。运输是靠消耗一定人力和物力来实现这一活动的,特别是大跨度、大范围运输活动,其消耗的数量较大,相应地,节约的潜力也大。例如,有些运费占全部物流费用比例较高,有的甚至达到 50% 以上,高于产品的生产费用,所以节约运输费用大有空间。另外,通过体制改革和促进交通运输合理化也可以缩短运输成本。例如,海尔集团通过加强运输管理,建立了现代化的国际自动化货运中心,一年时间内将库存占压资金和采购资金,从 15 亿元降低到 7 亿元,节省了 8 亿元开支。

1.2 运输的基本理论

1.2.1 运输的基本原理

1. 运输的功能

运输的主要职能就是以最少的时间将货物从原产地转移到目的地,完成产品的运输任务。运输提供两大功能,包括物品移动和短时储存。

物品移动,是指无论原材料、零部件、装配件、在制品、半成品,还是产成品,不管是在制造过程中被移到下一阶段,还是移动到终端顾客,运输都是必不可少的。

短时储存,就是将运输工具(车辆、船舶、飞机、管道等)作为临时的储存设施。使用该功能时,需要综合其适用条件和成本因素。

2. 运输的经济理论

指导运输管理和运营的两条基本原理是规模经济和距离经济理论。其目的是要使装运的数量和距离最大化,同时满足客户的服务期望。

1) 规模经济原理

规模经济学是指在一定的特定时期内,产品生产绝对量增加时,其单位成本下降,即扩大经营规模可以降低平均成本,从而提高利润水平。从传统成本理论观点看,随着企业规模的扩大,在大规模经济规律的作用下,企业生产成本将不断降低,直到实现适度生产规模;如再继续扩大规模,则会因管理上的不经济而导致成本增加。美国著名经济学家马歇尔在《经济学原理》一书中论述了规模经济形成的两种途径,即依赖于个别企业对资源的充分有效利用、组织和经营效率的提高而形成的“内部规模经济”,以及依赖于多个企业之间因合理的分工与联合、合理的地区布局等所形成的“外部规模经济”。他进一步研究了规模经济

报酬的变化规律,即随着生产规模的不断扩大,规模报酬将依次经过规模报酬递增、规模报酬不变和规模报酬递减三个阶段。

这个概念适用于交通运输领域,即交通运输的规模经济原理表现在随着运输工具装载规模的增长,每单位载重量运输成本下降,见图1-1。例如,整车装运(TL)(即利用整个车辆的能力进行装运)的每磅成本低于零担装运(LTL)(即利用部分车辆能力进行装运)。运输规模经济之所以存在,是因为与转移一票货物有关的固定费用可以按整票货物的重量分摊。因而,一票货物越重,就越能“摊薄”成本,由此使每单位重量的成本更低。与货物转移有关的固定费用中包括接收运输订单的行政管理费用、定位运输工具装卸的时间、开票,以及设备费用等。这些费用之所以被认为是固定的,是因为它们不随装运的数量而变化。

2) 距离经济原理

也称递减原理,是指每单位运输距离的成本随着运输距离的增加而减少或费率随距离的增加而减少,见图1-2。距离经济的合理性类似于规模经济。尤其是运输工具装卸所发生的相对固定的费用必须分摊每单位距离的变动费用。距离越长,可以使固定费用分摊给更多的公里,导致每公里支付的总费用更低。例如,800公里的一次装卸成本要低于400公里二次装卸。

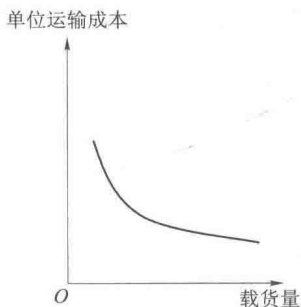


图 1-1 载货量与单位运输成本的关系

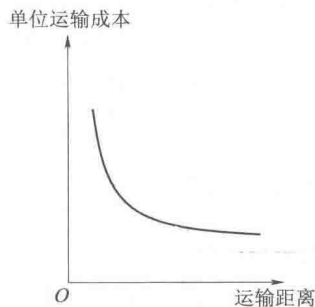


图 1-2 运输距离与单位运输成本的关系

3. 运输的特点

(1) 运输生产是在流通过程中进行的,是为满足把产品从生产地运往下一个生产地或消费地的运输需要。因而,就整个社会生产过程来说,运输生产是在流通领域内继续进行的生产过程。

(2) 运输生产过程不像工农业生产那样改变劳动对象的物理、化学性质和形态,而只是改变运输对象(客、货)的空间位置,并不创造新的实物产品。对用户来说,其产品直接为人们所消费;对运输对象来说,它把价值追加到被运输的货物身上。所以,在满足社会运输需要的条件下,多余的运输产品和运输支出,对社会资源是一种浪费。

(3) 在运输过程中,劳动工具(运输工具)和劳动对象(客、货)是同时运动的,它创造的产品是一种位移运动,不同于实体物产品及非实体物的信息类产品,在运输生产进行的同时即被消费。因此,运输产品既不能储存,也无法调拨,只有在运输能力上保有后备,才能满足运输量的波动和特殊的运输需要。

(4) 人和物的运输过程往往要由几种运输方式共同完成,旅客旅行的起讫点、货物的始发地和终到地遍及全国。因此,必须有一个干支相连、互相衔接的交通运输网与之相适应。同时,运输业的生产场所分布在有运输联系的广阔的空间里,而不像工农业生产那样可以在比较有限的地区范围内完成它们的生产过程。由此可见,如何保证运输生产的连续性,以及根据运输需要,按方向、分工形成综合运输服务体系,具有重要意义。

(5) 各种运输方式虽然使用不同的技术装备,具有不同的技术经济性能,但运输的是同一种产品,对社会具有同样的效用。运输产品具有同质性,不同于工农业生产部门提供的产品,工农业产品由于其生产工艺不同,导致其产品有很大的差异。

1.2.2 运输的发展趋势

(1) 运输的集约化:依靠提高科技水平,增加运输业的科技含量,加强科学管理和建立合理的运输体制,通过提高运输效益来达到运输发展。

(2) 运输的标准化:指以交通运输为一个大系统,制定系统的技术标准、各类作业标准和信息标准,并形成与物流其他环节及和国际接轨的标准化体系。

(3) 运输的信息化:就是充分运用先进的信息技术手段实现交通运输大系统的目标。

(4) 运输的智能化:就是将先进的信息技术、数据通信技术、电子控制技术及计算机处理技术等有效地运用于整个运输管理体系中,从而将道路使用者、交通管理者、汽车、道路及其相关的服务部门有机地联结起来,使交通运输的运行功能进入智能化阶段。

(5) 运输的绿色化:指在运输过程中抑制运输对环境造成危害的同时,实现对运输环境的净化,使运输资源得到充分利用。

1.2.3 运输与物流的关系

1. 物流的概念

运输的对象有“人”,也有“物”,以物为对象从供应者向需求者的空间移动则是“物流”。在我国国家标准《物流术语》中对物流进行了全面的定义,即“物品从供应地向接收地的实体流动过程。根据实际需要,将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合”。综合来看,物流是指有形物品从产出点到消费点的流动储存活动,包括运输、保管、包装、装卸、搬运、流通加工及信息收集和处理,见表1-2。

表 1-2 物流的基本功能

功能要素	功 能
运输	使用设施和工具,将物品从一个地点向另一个地点运送的物流活动
储存	对物资的保护、管理和储藏,可以调节产品供给与需求的不同步
搬运	将物品以人力或机械装入运输设备或卸下及同一场所内物品的水平搬运
包装	指工业包装或外包装,以及在物流过程中的换装、分装、再包装等活动
流通加工	物品从生产地到使用地过程中,根据需要施加包装、分割、计量、分拣、刷标志、栓标签、组装等简单作业

续表

功能要素	功 能
配送	根据客户要求,对物品进行拣选、加工、包装、分割组配等作业,并按时送达指定地点
信息收集和处理	对与物流有关的计划、预测、动态信息及有关生产、市场、成本等方面的信息进行收集和处 理,使物流活动功能有效、顺利进行

资料来源:井颖,季永青.运输管理实务.北京:高等教育出版社,2014.

2. 运输在物流中的作用

(1) 运输是物流的主要功能要素之一。物流是“物”的物理性运动,它包含着物的时间状态和空间状态的改变。运输是改变空间状态的主要手段,运输再配以搬运、配送等活动,就能圆满完成改变空间状态的全部任务。

(2) 运输是社会物质生产的必要任务之一。在社会上,运输是生产过程的继续,这一活动连接生产与再生产、生产与消费的环节,连接国民经济各部门、各企业,连接着城乡和各地区。在生产过程中,运输是生产的直接组成部分,没有运输,生产内部的各环节就无法连接。

(3) 合理的运输能降低物流费用。根据国外知名研究机构表明,通过加强物流供应链管理,可以将运输成本下降5%~15%,整个供应链的运作费用下降10%~25%。而在我国,交通运输费用占全社会物流总费用的比重均在50%以上,见图1-3,反映了当前我国快速发展的工业化阶段,交通运输业乃至物流业的蓬勃发展。其中,在全国运输总费用中,公路运输费用最高,每年达到60%以上,且有所增加,见图1-4;而铁路运输费用仅占10%,且比率有所下降;水路运输费用占13%。

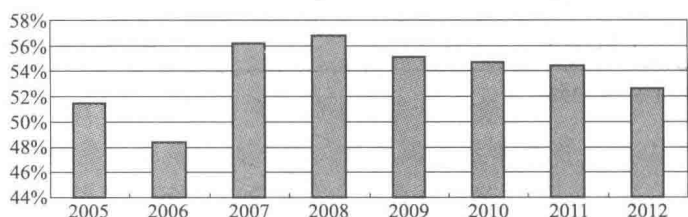


图 1-3 2005—2012 年我国交通运输费用占社会物流总费用的比重

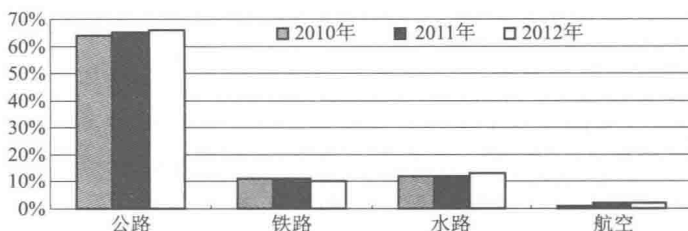


图 1-4 2010—2012 年各运输方式占总运输费用的比率

(4) 合理的运输能加快资金周转速度,降低资金占用时间,提高物流的经济效益和社会效益,提高生产率与资产运营等企业综合业绩。相关研究结果表明,合理的运输能缩短企

业订单处理周期 35%；使整个库存下降 10%~30%；能缩短资金循环周期 20% 左右；改善服务标准，提高客户满意度。

知识链接

表 1-3 运输包装收发货标志

序号	标志内容		含 义
	代号	中文	
1	FL	商品分类图示标志	表明商品类别的特征符号
2	GH	供 货 号	供应该批货物的供货清单号码
3	HH	货号	商品顺序编号
4	PG	品名规格	标明商品的规格、型号等
5	SL	数量	装入包装容器内的商品数量
6	ZL	重量（毛重、净重）	包装件的重量（kg）
7	CQ	生产日期	产品生产的年、月、日
8	CC	生产工厂	生产该产品的工厂全称
9	TJ	体积	包装件外形尺寸：长（cm）×宽（cm）×高（cm）= 体积（cm ³ ）
10	SH	收货地点和单位	货物到达站、港和某单位（人）收（可用贴签或涂写）
11	FH	发货单位	发货单位（人）
12	YH	运输号码	运输单号码
13	JS	发运件数	发运的件数

资料来源：国标《GB/T 6388—1986》

课后习题

- 1. 什么是运输？
- 2. 简述运输的分类及其主要内容。
- 3. 简述运输产生的主要原因。
- 4. 简述运输的主要作用。
- 5. 论述运输的经济理论。

第2章

运输市场需求



学习目标

1. 理解运输市场的内涵、组成和层次分类。
2. 掌握运输市场需求的内涵、特征和影响因素。

案例

我国公路运输发展概况

从1983年国内公路运输市场开放至今,国内公路货运走过了30年的市场化道路,为了满足货主日益提升的运输需求,货运市场的组织形式和运作模式不断创新,公路货运市场发生着波澜壮阔又精彩纷呈的市场开放和市场演进过程。回顾和梳理30年来公路货运市场发展变化的脉络,有助于理解公路货运市场的未来发展趋势。

1983年以前,公路货运还是计划经济,只有国有运输公司才能从事公路货物运输。由于计划经济条块分割的格局,除了大型国有企业自办车队以外,各省、市、县的国有运输公司基本垄断了各省、市、县的公路货运业务。

1992—1996年,中国公路货运业处于刚开始起步时期,国退民进,涌现了一大批民营企业,如1992年成立的宝供,1993年成立的佳吉、宅急送、顺丰、申通,1995成立的华宇,1996年成立的德邦等。

1997—2002年,中国公路货运处于野蛮生长期,民营货运企业快速发展,并且形成了以“佳木斯商帮”为代表的零担巨头,华宇、佳吉、佳宇、通成位列零担四强。

2003—2006年,大部分民营货运企业进入瓶颈期,资本、人才、管理都遇到困难。而此时,中国加入WTO 5年的缓冲期满,允许外资进入中国运输这个大市场,在这个时期产生了一些并购案,如TNT收购华宇、YRC收购佳宇、联邦快递收购大田快递等。但也有些企业靠自己的力量挺过了瓶颈期,比如佳吉快运拒绝被收购并靠一己之力发展至今,德邦也正是在此期间从空运代理转向汽运。

2007—2011年,德邦异军突起,以“建网点、自购货车、自培员工”为其特色,通过

标准化网络运营,以每年60%的速度快速增长,并在2011年赶超天地华宇成为零担行业的领头羊。

2012年,公路货运迎来整合阶段。从这年开始,平台型公司的模式探索达到一个新的高度,整合开始以产品形式落地,卡行推出“卡行直通车”,安能推出“定时达”,传化公路港推出“路港快线”。以卡行、安能、传化公路港为代表的平台整合型企业开始浮出水面,代表着中国公路运输90%以上运力的专线群体开始走上集约化之路。

【思考】

请补充阅读《大牛:漫谈公路货运市场30年》,谈谈我国货物运输市场发展趋势。

2.1 运输市场

运输市场是运输业发展到一定程度的产物。随着社会化和专业化进程的不断加快、人类生活水平的不断提高、人类政治和文化沟通的不断深入,运输的需求随即产生;同时,由于存在社会闲散资源,运输的供给也具备了条件。这样就产生了供需双方运输产品或服务的交换,运输市场应运而生。

2.1.1 运输市场的定义

运输市场的定义有广义和狭义之分,从狭义上看,是指为完成旅客和货物的空间位移而进行运输劳务交换的场所,该场所为旅客、货主、运输业者、运输代理者提供交易的空间;从广义上看,是指运输参与各方在交易中所产生的经济活动和经济关系的总和,不仅包括运输劳务交换的场所,也包括运输产品的生产者和消费者之间、运输供给和运输需求之间、运输部门和其他部门之间的经济关系,还包括运输市场制度、运输市场管理及企业在运输市场中的经营等。

总之,运输市场是运输产品交换的场所,是运输产品流通的领域,是运输产品供求关系的总和。

2.1.2 运输市场的组成

运输市场由运输需求和运输供给两方面构成。运输市场是个多层次、多要素的集合体,一般而言,主要有四个组成部分,见图2-1。

(1) 需求方:包括各种经济成分的客货运输需求单位和个人。

(2) 供给方:包括以各种运输方式提供客货运输服务的运输业者,在我国有央企运输企业、地方国有运输企业、外资运输企业、个体运输户等,有时供给方还包括运输行业协会等社会团体组织。

(3) 中介方:包括联系运输需求和供给双方,提供中介服务的各种客货代理企业、经纪公司(人)和信息服务公司等。

(4) 政府方:代表国家即一般公众利益对运输市场进行调控的各级交通运输管理部门和其他相关部门。