

货运服务指南

主编 苏同江 何大陆

主审 姜立民 林金和



大连海事大学出版社

货 运 服 务 指 南

主 编	苏同江	何大陆	
主 审	姜立民	林金和	
副主编	孙翠霞	陈 平	
编 者	童桂玲	孙勇志	何大陆
	陈 平	苏同江	孙翠霞

大连海事大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

货运服务指南/苏同江,何大陆主编. -大连:大连海事大学出版社,1998

ISBN 7-5632-1067-9

I. 货… II. ①苏…②何… III. 货物运输-教材 IV. U

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 14869 号

大连海事大学出版社出版

(大连市凌水桥 邮政编码 116026 电话 4684394)

大连海事大学印刷厂印刷 大连海事大学出版社发行

1998 年 6 月第 1 版 1998 年 6 月第 1 次印刷

开本:850×1168 1/32 印张:14.625

字数:367 千 印数:1~2000 册

责任编辑:培育 洪源 封面设计:王 艳

责任校对:群力 版式设计:王瑞国

定价:24.00 元

前 言

《货运服务指南》是青岛远洋船员学院为了主动适应中远集团对货运培训的需要,组织本院教师在原版的基础上经过修改和补充编写而成的。

本书以市场、服务为主线,结合具体业务,强调在市场竞争下,提高货运服务质量的重要性,注重理论联系实际,讲究实用性、新颖性,可作为航运企业提高员工货运服务质量的培训教材,也可供从事货运服务工作人员学习的参考用书。

在本书编写之初,中远集团高伟杰副总裁对编写计划、编写内容等方面提出了宏观指导性意见,并提供了大量宝贵资料。在编写过程中,得到了中远集团各公司以及马贵川、高玉德、姚心伦、黄晓波、郭旭光、白雪源、李飙、曹鞍、吴金平、秘相林、孙虹英等同志的大力支持和协助,对编写计划、教材修订提出了宝贵的意见和建议,并提供了大量参考资料,在此一并表示感谢。

参加撰稿工作人员是:孙翠霞:第一、二章;何大陆:第三章;苏同江:第四、七、十、十一章;童桂玲:第五章;孙勇志:第六章;陈平:第八、九、十二章。

由于时间短促,书中难免会出现错误和不足之处,敬请批评指正。

编者

1998年4月

目 录

上篇 货运市场与服务

第一章 货运市场与市场经济	(2)
第一节 市场经济和市场机制	(3)
第二节 市场营销观念与营销管理	(14)
第三节 货运市场现状与趋势	(23)
第二章 货运市场分析	(46)
第一节 客户需求与心理分析	(46)
第二节 货运企业分析	(54)
第三节 确定目标市场	(68)
第四节 价格分析	(73)
第三章 货运服务质量	(82)
第一节 货运服务质量概述	(82)
第二节 货运服务质量内容	(89)
第三节 货运服务体系	(99)
第四章 货运服务质量保证	(108)
第一节 企业员工素质	(108)
第二节 货运服务质量管理	(116)
第三节 完善的服务信息与通信设施	(132)
第五章 成本与效益	(140)
第一节 成本概述	(140)
第二节 货运业务成本	(148)
第三节 远洋运输业务成本	(154)
第四节 盈亏分析	(168)

下篇 货运服务知识与技能

第六章 国际贸易相关知识	(185)
第一节 《1990年国际贸易术语解释通则》与货运	(185)
第二节 跟单信用证与运输单据	(196)
第七章 海上货物运输法规	(203)
第一节 我国海商法有关海上货物运输合同的规定	(203)
第二节 提单及有关提单实务的法律问题	(211)
第三节 国际公约对有关海上货物运输的规定	(231)
第八章 集装箱运输	(239)
第一节 集装箱运输概述	(239)
第二节 集装箱运输的交接方式	(248)
第三节 集装箱货运业务及主要单证	(249)
第四节 箱务管理	(291)
第九章 国际多式联运	(300)
第一节 国际多式联运概述	(300)
第二节 国际多式联运的种类和单证	(305)
第三节 国际多式联运经营人的主要权利和责任	(324)
第四节 物流服务	(329)
第十章 国际货运代理	(338)
第一节 国际货运代理的基本概念	(338)
第二节 国际货物运输代理的法律地位和责任	(343)
第三节 国际货运代理业的管理	(348)
第四节 国际货运代理进出口业务程序	(352)
第十一章 散杂货运输	(356)
第一节 运输方式与特点	(356)
第二节 航次租船运输	(362)
第三节 定期租船运输	(380)

第四节	租船业务纠纷裁决	(394)
第十二章	货运保险与理赔	(401)
第一节	货运保险概述	(401)
第二节	船舶保险	(405)
第三节	货物保险	(412)
第四节	集装箱保险	(417)
第五节	保赔保险	(421)
第六节	货损的索赔与理赔	(428)
主要参考书目	(438)

上篇 货运市场与服务

优胜劣汰,适者生存已成为市场经济下企业竞争的客观规律。目前国际国内货运市场竞争随着运输能力的进一步增大,外资班轮大量涌入中国市场,国际班轮公司联盟体的出现而变得比以往任何时候都更加激烈。作为从事国际货物运输服务性企业的中远集团面临着严峻的挑战。市场竞争是残酷无情的,要在货运市场站稳脚跟,在竞争中处于不败之地,必须紧紧抓住货运市场的脉搏,树立市场营销观念,对自己所处的市场环境进行认真的分析,以客户为中心,以市场为导向认真研究货运市场的特点、规律、客户的需求,了解竞争者的经营能力和状况,充分发挥自己的优势,确定经营策略,占领市场。

货运市场的竞争,在某种意义上是服务的竞争。货运服务质量的好坏,决定了企业的命运,直接关系到企业的生存和发展。在当今“服务年代”,为客户提供尽善尽美的优质服务,保证货运服务质量是航运企业适应市场竞争策略的当务之急。由于货运服务工作是一项系统工程,包括揽货、订舱、配载、仓储、中转、集装箱拆拼箱、海上货物运输、公路货物运输、铁路货物运输、内河货物运输、国际多式联运、报关、报验、保险、结算运杂费,以及包装、装卸、信息和咨询服务等等,是一种多环节、多部门联合的流水作业,要做好服务工作,必须每一个环节紧紧相扣,每一个部门密切配合,搞好优质服务,改变过去单一功能的服务做法,努力完善系统服务功能,建立多功能、全方位服务体系。整个服务体系都应以提高货运服务质量为中心。

全方位优质的货运服务来自高质量的企业员工,来自科学的管理机能,来自完善而先进的服务设施。企业员工素质是制约企业服务质量的主要因素,管理水平高低是能否提高企业服务质量

的有力保障措施,服务设施条件是为客户提供高效率、高质量的服务项目所必需的物质基础。因此,必须提高企业员工的素质,提高企业的管理水平,建立完善而又先进的各项服务设施。

在市场经济条件下,企业生产的最终目的是获取收益,否则企业就失去其存在的价值。要获取经济效益,除了要扩大经营范围和市场份额外,还应注意降低成本,把成本与效益紧密挂钩,以较少的成本支出获取较多的经济收益。

本篇共分五章,第一章货运市场与市场经济;第二章货运市场分析;第三章货运服务质量;第四章货运服务质量保证;第五章成本与效益。整个内容以市场、服务为主线,强调市场竞争条件下树立市场观念、树立服务意识的重要性。希望通过本篇的学习,强化员工的市场意识和服务意识,降低成本、提高管理水平、增强自身的素质,更好地为客户服务,提高市场占有率和企业的竞争力,牢牢占领货运市场。

第一章 货运市场与市场经济

随着我国社会主义市场经济体制的建立和逐步完善,企业包括国有大型企业作为市场经济的主体都置身于激烈的市场竞争中。企业要在竞争中站稳脚跟,必须紧紧抓住市场的脉搏,做好市场调研和分析,根据市场变动随时作出正确的决策。

目前货运市场竞争激烈,归根结底是人才的竞争、服务的竞争。中远要在竞争中立于不败之地,必须不断充实业务力量和加强对员工的培训,强化员工的市场意识、营销意识和服务意识,以优质的服务获取胜利。本章主要介绍有关市场经济和市场营销方面的知识,以及货运市场的特征与现状,为员工做好货运服务工作奠定基础。

第一节 市场经济和市场机制

党的十五大指出：“把社会主义同市场经济结合起来是一个伟大的创举”，这是对社会主义市场经济理论伟大意义的精辟概括。把社会主义和市场经济结合起来的伟大构想，就是要使市场在国民经济运行和资源配置上起基础性作用，使经济活动遵循客观的规律，给企业以压力和动力，实行优胜劣汰，通过竞争机制将资源配置到效益较好的环节上去；另一方面，就是要把市场与计划有机地结合起来，明确国有经济的主导作用主要体现在控制力上，同时运用社会主义制度强有力的宏观调控，抑制市场的弱点和消极方面，清除市场障碍，打破地区封锁，尽快建成统一开放、竞争有序的市场体系，保证市场经济稳定、安全和公正的运行。总之，这一伟大构想的总目标和根本要求就是要通过改革和探索，建立和健全比较成熟的充满活力的社会主义市场经济体制。

十五大关于社会主义市场经济理论的全面论述和精辟概括，为我们国有企业转变观念，深化改革，建立和完善面向市场、贴近市场、适应市场的经营机制指明了方向，奠定了基础，创造了条件。

一、市场

1. 市场的含义

市场是商品经济的产物，哪里有社会分工和商品生产，哪里就有市场。最初，当交换尚不发达的时代，市场仅仅是指交易的具体场所，即买者和卖者于一定时间聚集在一起进行交换的场所，是一个时间上和空间上的概念。随着社会分工和商品生产的发展，到现代社会，交换关系已渗透到社会生活的各个方面，伴随金融信用、通信和交通事业的发展，商品交换打破了时间上和空间上的限制，使交换关系日益复杂，交换范围日益扩大；交换不一定需要固定的时间和地点。因此，市场不再仅仅是指具体的交易场所，而是指所有买者和卖者实现商品让渡的交换关系的总和，是各种错综

复杂的交换关系的总体。包括“供给”和“需求”两个相互联系、相互制约的方面,是二者的矛盾统一体。

2. 市场的分类

(1)市场从总体上考察有狭义市场和广义市场之分。狭义市场是指有形市场,即商品交换的场所。在这种市场上,商品价格是公开标明的,买卖双方固定的场所进行交易,如百货商店、批发市场、集市贸易、海运交易所等。广义的市场包括有形市场和无形市场。所谓无形市场是指没有固定的交易场所,靠广告、中间商以及其他交易形式寻找货源或买主,沟通买卖双方,促进成交,如某些技术市场、信息市场、房地产市场、揽货市场等。

(2)市场从供求双方的关系上分,有买方市场和卖方市场之分。买方市场是指交易由买方左右的市场,是在商品供大于求的情况下,由于卖主之间的剧烈竞争,使买方在商品交易中居于支配地位,并对商品价格起主导作用的一种市场现象。

买方市场一般具有以下特征:①商品供过于求;②消费者持币待购,且挑选性强;③市场以消费者为中心,以销定产;④买方在市场交易中主导价格变化趋势。

卖方市场是指交易由卖方左右的市场,是在商品出现供不应求的情况下,由于买主之间的竞争、抢购,使卖方在市场交易中居于支配地位,并对商品价格起主导作用的一种市场现象。卖方市场一般具有以下特征:①商品供不应求;②消费者持币抢购;③市场以生产者为中心,以产定销;④卖方在市场交易中主导价格变化趋势。

目前在货运市场上,特别是集装箱运输市场,运力大于货量,货主处于买方市场的地位,运方处在卖方市场的地位,这种状况在近几年内是不会改变的。

(3)市场从交易的对象上分,有种类繁多的市场,诸如商品市场、金融市场、技术市场、劳动力市场、信息市场、证券市场、运输市

场等。每一类市场中又包含着许多子市场,如运输市场中包含货运市场、客运市场,货运市场中又包含海运市场、陆运市场、空运市场等等,它们之间既相互区别又相互联系,共同构成总体的运输市场体系。

二、市场经济的含义与功能

有了市场,不等于就是市场经济。市场经济是市场高度发达的产物。什么是市场经济呢?

1. 市场经济的含义

市场经济,也叫市场导向经济,它是通过市场和价值规律,以市场调节为基础,以市场价格为导向来配置社会劳动、经济资源、社会产品和生产力布局,实现社会生产和再生产,即以市场机制为枢纽来配置资源,调节经济,实现社会经济的运行。

市场经济与商品经济是分属于不同经济范畴的、两个既有联系又有区别的概念。商品经济,是指商品生产和商品流通的总和。它是相对于自然经济、产品经济而言的,属于经济形态的范畴。市场经济是相对于计划经济而言的,它是一定经济形态的运行方式,属于经济体制的范畴,因而它们是一对不能互相简单替代的概念。但市场经济与商品经济也有内在的一致性。商品经济是市场经济存在和发展的基础;市场经济则是商品经济高度发展的产物,并随着商品经济的进一步发展而发展。从本质上看,市场经济就是较发达和发达的商品经济的运行模式。

市场经济作为一种资源配置的方式和调节经济的手段,它可以同生产资料私有制相结合,也可以同生产资料公有制相结合。当然,市场经济的所有制基础不同,市场经济的类型也是不同的。

社会主义市场经济,就是要使市场在社会主义国家宏观调控下,对资源配置、经济调节起基础性作用,以实现社会主义经济的有效运行,使我国经济持续、协调、高速发展。

2. 市场经济的功能

长期的实践表明,市场经济,作为一种与社会化商品经济相适应的经济体制,对发展社会经济是有积极作用的,其功能主要表现在:

(1)市场经济具有资源配置功能

即以市场为导向来配置社会经济资源包括劳动力、原材料、能源、资金等。通过市场来配置资源比通过高度集中的计划来配置资源具有更大的优越性和有效性。因为,高度集中的计划经济体制,多环节,少渠道,市场的信息反馈过程长,带有明显滞后性,待作出决策往往已是昨日黄花,从而造成产品短缺与积压的双重困难,造成资源的浪费;而市场经济迫使企业面向市场,及时对市场供求作出灵敏的反应,并尽量减少资源利用成本,提高资源利用率。同时,市场经济还可以促使社会经济资源存量的优化组合,便于各类企业在市场经济的广泛联系中,根据市场的需要和各自的条件进行兼并或联合,通过生产要素的合理流动和重新组合,使有限的资源得到充分利用。

(2)市场经济的调节功能

在商品经济中,由于社会分工的不断发展,生产部门和生产品供应不断增多,同时生产需求和消费需求也日益扩展,而新产品源源上市又唤起了消费者新的需求。因此,在一定时期内,社会供给与社会需求在数量上不可能完全平衡,在品种上不可能完全协调。市场经济可以通过所谓“看不见的手”,即价值规律和其他市场规律的自发作用,来引导生产,指导消费,对供给和需求在一定范围内进行双向调节,使产品供给和社会需求在数量上和结构上大致求得平衡。

(3)市场经济的筛选功能

市场经济是一种竞争的经济,市场就是商品生产者和经营者进行商业竞争的战场。在市场经济条件下,各市场主体平等地、公开地参与激烈的市场竞争,迫使竞争参与者面临成功与失败的双

重考验。在这里,没有“大锅饭”、“铁饭碗”,谁都要接受市场无情的筛选,优胜劣汰。正是这种竞争的外在压力,迫使企业全力以赴改善经营管理,积极降低成本,生产适销对路的产品,在竞争中求生存、求发展,而不善于经营的那些企业,则在竞争中破产倒闭。市场经济的这种筛选功能,既有利于把资源配置到效益好的企业中去,又有利于微观经济的发展。

(4)市场经济的评估功能

市场经济是经济价值公正、公平、准确评估的测量器。市场经济是由客观经济规律支配的经济。由市场规律决定市场评估是客观评估,而非主观的评估,它可以评估一种商品的价值,评价一个企业的业绩,评价管理水平的高低,以至于评价一个产业的前途。同时市场评估也不是静态评估,而是动态评估。市场经济的这一评估功能,有利于企业和宏观管理部门及时作出反应和决策,调节各类经济活动。

(5)市场经济的动力功能

商品生产者和经营者的直接目的是为了获取最大经济利益,而市场是唯一实现这一经济目的的场所。市场不但由于竞争给企业以压力,同时也由于能实现企业的经济目的而给企业以希望和动力。企业为了能从市场上取得最大利润,就要讲求时间、效率和速度,就要采用新技术,就要开发新产品,市场经济给予企业的这种经济动力,不但推动了企业的全面发展,也推动了整个科学技术的进步和社会生产力的巨大发展。

市场经济在配置资源、调节经济活动、推动经济发展方面的作用,是不可替代的,它在社会经济生活中的积极作用方面是主要的。同时,也要看到市场经济也有它的弱点和消极方面,主要表现在:自发性——它主要是由价值规律自发作用来调节经济的,从而受其制约的经济活动也带自发性色彩;盲目性——其自发调节易使市场某些暂时短缺的商品一哄而上,造成盲目发展;事后性——市

场发出的供求信息所报告的是一定时期的市场行情,反映的是短期内的供求状况;局部性——市场信息总是局部市场的信息,市场调节不能作出全局性的合理布局;分化性——市场经济的无情竞争会造成贫富不均,所以,社会经济活动的有些方面是不能或不能完全靠市场经济的功能来完成的,还必须有宏观调控,以实现国民经济长期、稳定、协调发展。

三、市场机制

在社会主义市场经济体制下,企业要提高驾驭市场的能力,必须认识和掌握市场经济的运行机制。

1. 经济机制的含义

“机制”一词来源于希腊文,原意指机器的构造和动作原理。机器都是由一定的零部件构成的,各个零部件根据机械和电器原理形成因果关系,相互连接,并按一定的方式运转。因此,机制的本意是指机器运转过程中各个零部件之间的相互关系及运转方式。后来其他学科相继借用机制一词,如生物学和医学在研究一种生物的功能时,称为分析它的机制,即了解有关生物结构组成部分的相互关系,以及发生的各种变化过程的物理、化学性质和相互联系。经济学也引进了机制的概念,即经济机制。因经济机制是在经济系统的运行中发挥功能的,因此也称为经济运行机制。

经济运行机制是指各种要素组成的经济系统的结构及其运动原理。市场是经济运行机制的载体,经济运行机制则是市场的灵魂,它起着使各种市场因素的各个组成部分和环节彼此联系,相互制约、自行协调的作用。国民经济是个大系统,包括若干子系统,企业也是一个系统。任何一个经济系统都是有规律地按一定的方式运行,发挥其总体功能。总体功能的发挥,依赖于系统中相互联系的构成要素间的相互作用,这些要素之间的相互联系和相互作用,形成了经济系统的运行机制。

2. 市场机制的作用机制

经济运行机制主要通过四种机制来发挥作用，即决策机制、信息机制、动力机制和约束机制。

决策机制指决策控制权力如何在经济机体之间进行划分，有两种类型：一种是集中决策，即由高层次的经济主体统一决策，低层次的经济主体执行统一决策；另一种是分散决策，即由微观经济层次的经济主体进行决策，决策主体是多元的、分散的。信息机制指为决策服务的信息收集、传递、处理和评价等。信息传递有两种方式：一种是纵向传递，一种是横向传递。纵向传递的信息量小，传递信息速度慢；横向传递的信息量大，传递速度快。动力机制指经济系统如何获得运行的动力，这种动力可能来自系统外部，也可能来自系统内部。对企业来说，来自外部的动力是市场竞争的压力和部分行政方面压力，来自内部的动力是实现自身物质利益的激励。约束机制指对经济运行进行监督的有关规定和规范，可以概括为软预算约束和硬预算约束。软预算约束是不规范的约束机制，硬预算约束是规范的约束机制。

3. 市场经济运行机制的类型

决策、信息、动力、约束四种机制进行组合，按资源配置方式，形成经济运行机制的两种基本类型：计划经济运行机制和市场经济运行机制。

计划经济的运行机制是由政府按照事先制定的指令性计划，依靠行政命令的手段来配置资源。这是我们大家都熟悉的，在此不赘述。市场机制是按照价值规律的要求，通过价格、供求、竞争、风险等机制来配置资源。市场经济的运行机制从总体上可以描述为：由于价值规律的作用，某种商品供不应求时，该种商品的价格就会上涨，使该种商品的供给逐步增加，需求逐步减少；某种商品供大于求时，该种商品的价格就会下跌，使该种商品的供给逐步减少，需求逐步增加。商品供求的变动引起价格的变动，通过价格的涨落使供给和需求逐步趋向平衡。下面具体分析供需变化及均衡

的形成。

四、供求原理

1. 需求原理

需求是指消费者在一定价格水平下对某种商品和劳务所愿意而且能够购买的数量。需求成立必须具备两个条件：一是消费者愿意购买，有消费欲望；二是消费者有支付能力，有一定的购买力作后盾。

影响需求的因素很多，如：价格水平、消费者收入水平、替代商品价格、潜在消费者偏好等。在影响需求的众多因素中，最主要的因素是商品本身的价格。假定在其他条件不变的情况下，需求量会随价格的上升而减少，随价格的下降而增加。这就是需求定理。

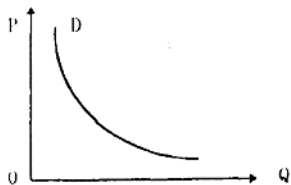


图 1 需求曲线

由图 1 可以看出，需求量的变动是由价格的变动引起的。由于价格的变动而引起需求量的相应变动率，为需求价格弹性。用公式表示：

$$E_p = \frac{\Delta Q}{Q} \div \left(-\frac{\Delta P}{P}\right) = -\frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

E_p 代表需求的价格弹性， P 代表价格， ΔP 代表价格变动量， Q 代表需求量， ΔQ 代表需求的变动量。

由于价格与需求量是呈反方向变动，所以比值为负值。

商品的性质不同，则需求的价格弹性也不同。一般而言，与消费者生活比较密切的生活必需品需求的价格弹性较小；而某些高档消费品其需求的价格弹性较大。若需求的价格弹性大于 1，表示需求量变动幅度大于价格变动幅度；需求的价格弹性等于 1，表示需求量变动幅度与价格变动幅度相等；需求的价格弹性小于 1，