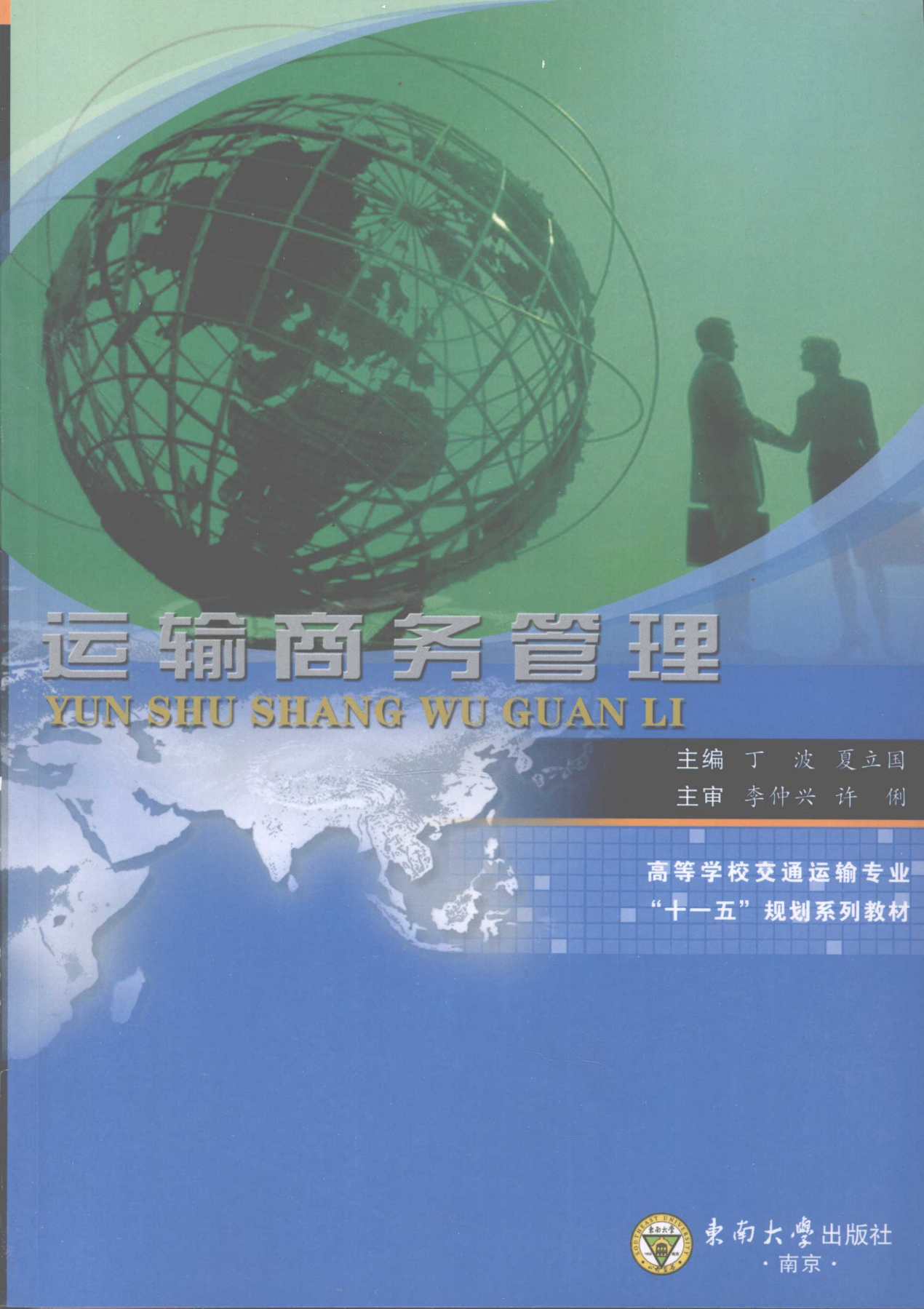




运输商务管理

YUN SHU SHANG WU GUAN LI

主编 丁 波 夏立国

主审 李仲兴 许 俐

高等学校交通运输专业
“十一五”规划系列教材



东南大学出版社
· 南京 ·

高等学校交通运输专业“十一五”规划系列教材

运输商务管理

YUN SHU SHANG WU GUAN LI

主 编 丁 波

江苏工业学院图书馆
藏书章

宋成举

李仲兴

例

ISBN 978-7-302-17112-3
32.80元
1—3000册
2009年8月第1次印刷
2009年8月第1版
787mm×1090mm 1/16
江苏交通职业技术学院图书馆
南京 江苏交通职业技术学院图书馆



东南大学出版社

· 南京 ·

内容提要

运输商务管理是一门理论与实务相结合的综合性学科。本书是围绕运输活动而展开一系列商务作业活动的交通运输类教材,具有较强的理论性、操作性和实务性,涉及到运输、物流、经营、关贸等领域。立足于运输商务的实际需要,阐明了运输商务管理实际应用中的基本知识、基础理论和基本技能,将知识与实践紧密结合。具体内容有:运输商务企业营销管理、客户关系管理、商务谈判、各种运输方式的特点、集装箱运输的基本特征、进出口通关业务、运输代理、第三方物流管理、运输合同管理、运输保险理赔、物流成本与运费管理等。

本书内容丰富、应用面广、适用性强,力求广泛、充实、新颖。大量收集了运输商务管理领域的最新动态及最新知识。立足于实际应用,强调基础理论与实际应用的联系。着力解决运输商务领域中的实际问题。编写结构由浅入深,力求做到重点突出、简明扼要、通俗易懂。本书可作为交通运输工程、汽车服务工程、物流工程等专业本科生使用教材,也可供国际经贸、市场营销、工商管理等专业学习参考,同时可供交通运输企业、商贸企业、运输代理企业、物流企业的经营管理者借鉴参考。

图书在版编目(CIP)数据

运输商务管理/丁波,夏立国主编. —南京:东南大学出版社,2009.8

(高等学校交通运输专业“十一五”规划系列教材)

ISBN 978-7-5641-1715-3

I. 运… II. ①丁…②夏… III. 物流—货物运输—管理—高等学校—教材 IV. F252

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 100100 号

运输商务管理

主 编 丁 波 夏立国
副 主 编 白 杨 宋成举

主 审 李仲兴 许 俐

选题总策划 李 玉
责任编辑 胡中正

责任印制 张文礼
封面设计 萧千皓

出版发行 东南大学出版社
地 址 南京四牌楼 2 号
出 版 人 江 汉
经 销 江苏省新华书店

邮 编 210096

印 刷 溧阳市晨明印刷有限公司
开 本 700mm×1000mm 1/16
印 张 22.75
版 次 2009 年 8 月第 1 版
印 次 2009 年 8 月第 1 次印刷
印 数 1—3000 册
书 号 ISBN 978-7-5641-1715-3
定 价 39.80 元

字 数 472 千字

(东南大学出版社图书凡印装错误可向读者服务部调换。电话:025-83792328)

编审委员会名单

主任委员 李旭宏

副主任委员 毛海军 朱金福 鲁植雄

委 员 (按姓氏笔画排序)

丁 波 毛海军 朱金福 李仲兴 李旭宏 吴建华
张孝祖 顾正洪 鲁植雄 蔡伟义

编写委员会名单

主任委员 李旭宏

副主任委员 毛海军 李玉

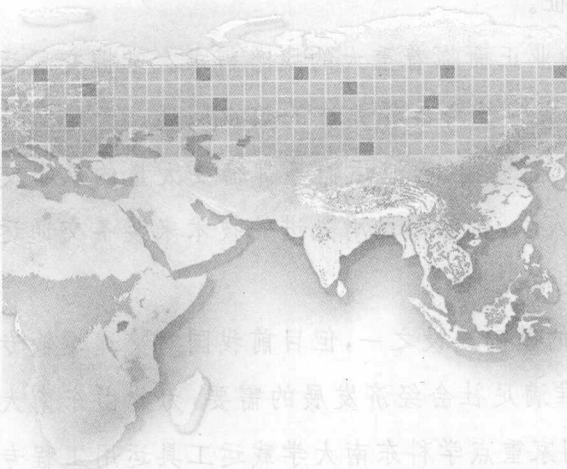
委 员 (按姓氏笔画排序)

丁 波	马金麟	王国林	王振军	毛海军	左付山
卢志滨	吕立亚	朱彦东	朱艳茹	刘兆斌	江浩斌
李 玉	李仲兴	李旭宏	何 杰	何民爱	宋 伟
张 永	张 远	张萌萌	陈大伟	陈松岩	陈昆山
杭 文	周凌云	孟祥茹	赵国柱	侯占峰	顾正洪
徐晓美	常玉林	崔书堂	梁 坤	鲁植雄	赖焕俊
鲍香台	薛金林	魏新军			

执行主编 李 玉

编审委员会委员简介

李旭宏	东南大学交通学院	教授、博导
毛海军	东南大学交通学院	教授、博导
朱金福	南京航空航天大学民航学院	教授、博导
鲁植雄	南京农业大学工学院	教授、博导
李仲兴	江苏大学汽车与交通工程学院	教授、博导
张孝祖	江苏大学汽车与交通工程学院	教授、硕导
顾正洪	中国矿业大学矿业工程学院	教授、系主任
吴建华	淮阴工学院	教授、副院长
蔡伟义	南京林业大学机械电子工程学院	教授、硕导
丁波	黑龙江工程学院	教授



出版说明

作为国民经济的重要基础设施和基础产业,交通运输是社会经济发展的重要物质基础,其基本任务是通过提高整个运输业的能力和工作质量,来改善国家各经济区之间的运输联系,进而安全迅速、经济合理地组织旅客和货物运输,保证最大限度地满足社会和国防建设对运输的需求。

改革开放以来,我国加快了交通基础设施建设,交通运输业成为重点扶持的支柱产业之一,尤其是 20 世纪 90 年代以来,我国采取了一系列重大举措,增加投资力度,促进了交通运输业的快速发展。但是,我国目前的主要运输装备及核心技术水平与世界先进水平存在较大差距,运输供给能力不足,综合交通体系建设滞后,各种交通方式缺乏综合协调,交通能源消耗与环境污染问题严峻。

展望 21 世纪,我国交通运输业将在继续大力推进交通基础设施建设的基础上,依靠科技进步,着力解决好交通运输中

存在的诸多关键技术问题,包括来自环境、能源、安全等方面的众多挑战,建立起一个可持续性的新型综合交通运输体系,以满足全面建设小康社会对交通运输提出的更高要求。客运高速化、货运物流化、运营管理智能化将成为本世纪我国交通运输发展最明显的几个特征。

作为国民经济的命脉,交通运输业正面临着重大的战略需求。掌握交通运输技术的人才及其人才的培养自然成为社会各界关注的热点问题。无论是公路运输、铁路运输,还是水路运输、航空运输、管道运输等都需要大量的从事交通运输专业的高级技术与组织管理人才,由他们运用先进的技术来装备交通运输,用科学的方法来组织管理交通运输。

教材建设是培养交通运输人才的基础建设之一,但目前我国对交通运输专业的教材建设却十分滞后,已经很难满足社会经济发展的需要,为此由东南大学出版社策划,东南大学出版社与国家重点学科东南大学载运工具运用工程专家共同组织有关高校在交通运输专业有多年教学科研经验的教师编写了这套“高等学校交通运输专业‘十一五’规划系列教材”。该套教材融入了作者多年的教学实践及相关课题研究成果,注重交通运输实践性强的特点和科学技术不断向交通运输渗透的趋势,在阐述基本理论、基本方法的同时,引入了大量的实际案例,使这套教材有其显著的特点。相信这套教材的出版,将有助于我国交通运输专业人才的培养,有助于交通运输在我国的社会经济与国防建设中发挥出更大的作用。

高等学校交通运输专业“十一五”规划系列教材编写委员会

2007年12月

前言



随着市场经济的发展,市场分工越来越细。运输商务活动已不仅仅局限于交通运输企业本身在经营客货运输业务的活动中,面向运输市场而开展的各种经济行为,而是各种类型的企业,不论是交通运输企业、物流企业、商贸企业以及各种从事中介代理业务的企业,都在开展以运输为核心的商务活动。同时,将运输商务活动的领域扩大、延伸,不论其内涵还是外延都得到了充实和完善,使运输商务企业的业务不再拘泥于单纯的运输这一环节,而是将其业务涵盖了整个物流(客流)的各个环节。

为了适应新的运输商务活动的需要,本书分析现代运输商务活动整个过程,阐述其理论基础,融合各种交通运输方式技术特征及其商务活动的各自特点,既面对运输商务企业,又对运输企业、物流企业、商贸企业的经营管理进行分析研究,结合现代电子商务发展特点和国际国内贸易发展趋

势,注重运输商务企业的经营管理,总结商务活动的经验教训,有事例分析,贯穿运输商务活动各个环节,使读者对运输商务活动有全面的认识和掌握。

本书注重理论系统性,符合经济发展特征;注重运输商务企业的经营管理,强化事例分析。本书特别增加了客户关系管理内容,这是现代运输商务企业生存的基础,强大的客户关系网能保证企业经营业务持续不断地有序进行。第三方物流则阐述了在市场经济体制下,整个供应链的各个环节的依存关系,是运输商务企业管理开拓业务的基础。本书内容广泛,讲授时可根据学时具体情况,用精讲、粗讲、自学、省略等方法对书中内容进行精选取舍。

本书由丁波、夏立国任主编,白杨、宋成举任副主编。第1、2、3、10、12章由丁波编写,第11章由夏立国编写,第7章由白杨编写,第4、8、9章由宋成举编写,第6章由吴鼎新编写,第5章由夏立国和白杨共同编写。

本书由江苏大学李仲兴及南京航空航天大学朱金福教授、许俐副教授主审。在本书编写过程中,得到朱金福教授精心指导,同时,借鉴了大量的相关参考文献,对其作者一并感谢。

衷心欢迎交通运输界的学者、专家、同行以及广大读者对本书予以批评指正。

编 者

2009年5月

目 录



1 绪论	(1)
1.1 基本概念	(1)
1.1.1 运输的概念	(1)
1.1.2 商务的概念	(2)
1.1.3 运输商务的概念	(2)
1.2 运输商务的内容	(2)
1.3 运输商务与运输商务管理	(4)
1.4 运输商务管理的基本内容和作业流程	(5)
1.4.1 运输商务管理的基本内容	(5)
1.4.2 运输商务管理的作业流程	(7)
2 运输商务企业营销管理	(8)
2.1 营销概述	(8)
2.1.1 市场及市场营销	(8)
2.1.2 市场细分与目标市场的选择	(9)
2.2 市场调查与预测	(14)
2.2.1 市场调查	(14)
2.2.2 市场预测	(17)
2.3 一般营销策略	(19)
2.3.1 产品组合策略	(19)
2.3.2 价格策略	(21)
2.3.3 广告策略	(22)
2.4 网络营销	(24)
2.4.1 网络营销的内涵及特点	(24)
2.4.2 影响网络消费者购买的主要因素	(25)

2.4.3	网络营销的成功要素	(26)
2.5	电子商务	(27)
2.5.1	电子商务概述	(27)
2.5.2	电子商务的基本流程	(29)
2.5.3	电子提单与电子商务	(31)
3	客户关系管理	(37)
3.1	客户关系管理概述	(37)
3.1.1	客户关系管理的基本概念及特点	(37)
3.1.2	CRM的起源及发展历程	(40)
3.1.3	CRM的应用系统	(42)
3.2	客户关系管理的营销理论	(45)
3.2.1	数据库营销	(45)
3.2.2	关系营销	(47)
3.2.3	一对一营销	(48)
3.3	客户关系管理系统设计与实施	(50)
3.3.1	CRM的系统结构	(50)
3.3.2	CRM软件系统的组成	(51)
3.4	客户服务中心	(54)
3.4.1	客户服务中心及其发展	(54)
3.4.2	客户服务中心的作用	(57)
3.4.3	客户服务中心的设计与建设	(58)
4	商务谈判	(66)
4.1	商务谈判概述	(66)
4.1.1	商务谈判的概念	(66)
4.1.2	商务谈判的特征	(66)
4.1.3	商务谈判的职能	(67)
4.2	商务谈判的程序	(68)
4.3	商务谈判的原则与成败标准	(70)
4.3.1	商务谈判的原则	(70)
4.3.2	商务谈判的成败标准	(71)
4.4	商务谈判过程	(72)
4.4.1	商务谈判开局阶段	(73)
4.4.2	谈判磋商阶段	(75)
4.4.3	商务谈判结束阶段	(79)

5 运输业务	(86)
5.1 铁路运输	(86)
5.1.1 铁路运输的特点	(86)
5.1.2 铁路运输分类	(87)
5.1.3 铁路运输的发展方向	(88)
5.1.4 铁路货物运输业务流程	(89)
5.1.5 铁路客运作业	(95)
5.1.6 国际铁路运输	(98)
5.2 公路运输	(103)
5.2.1 公路运输的特点	(103)
5.2.2 公路货物运输分类	(103)
5.2.3 公路货物运输管理	(104)
5.2.4 公路货物运输业务流程	(107)
5.2.5 公路客运作业	(111)
5.2.6 国际道路运输	(112)
5.3 航空运输	(114)
5.3.1 航空货物运输的特征	(114)
5.3.2 航空货运的经营方式和组织方式	(115)
5.3.3 航空货物运输的基本程序	(117)
5.3.4 航空货运单	(118)
5.3.5 对货物的要求	(121)
5.3.6 基本业务	(122)
5.3.7 运输变更	(123)
5.3.8 国际航空运输	(124)
5.4 水路运输	(126)
5.4.1 水路运输的特点	(126)
5.4.2 水路货物运输分类	(127)
5.4.3 班轮货物运输业务流程	(127)
5.4.4 不定期船运输业务流程	(132)
5.4.5 水运客运作业	(136)
5.4.6 国际海洋运输	(136)
5.5 管道运输	(139)
5.5.1 管道运输的发展	(139)
5.5.2 管道运输的特点	(140)
5.5.3 管道运输业务	(140)

6 集装箱运输	(147)
6.1 集装箱运输概述	(147)
6.1.1 集装箱运输的特点	(147)
6.1.2 集装箱运输的发展趋势	(148)
6.1.3 集装箱运输的关系人	(149)
6.2 集装箱标准及其种类	(151)
6.2.1 集装箱的定义	(151)
6.2.2 集装箱的结构	(151)
6.2.3 集装箱标准	(152)
6.2.4 集装箱类型	(153)
6.3 集装箱码头作业	(155)
6.3.1 集装箱码头	(155)
6.3.2 集装箱码头箱务管理	(156)
6.4 集装箱运输生产方式	(161)
6.4.1 集装箱货物装载方法	(161)
6.4.2 特殊货物的装载要求	(162)
6.4.3 集装箱货物的流转程序	(163)
6.4.4 集装箱货物的交接方式	(164)
6.5 集装箱国际多式联运	(166)
6.5.1 国际多式联运的基本概念和特征	(166)
6.5.2 集装箱的运输方式	(166)
6.5.3 国际多式联运的运输组织形式	(169)
6.5.4 国际多式联运业务	(170)
6.5.5 国际多式联运经营人的责任范围与责任期间	(175)
7 进出口通关业务	(179)
7.1 海关管理概述	(179)
7.1.1 海关的基本概念	(179)
7.1.2 海关监管的范围	(180)
7.1.3 我国海关的职责与权利	(182)
7.2 报关管理	(184)
7.2.1 报关的概念	(184)
7.2.2 报关行为的分类	(185)
7.2.3 报关企业的管理制度	(186)
7.3 一般贸易货物通关制度	(191)
7.3.1 进出口货物的通关程序	(191)
7.3.2 进出口货物的申报制度	(193)

7.3.3	进出口货物的查验制度	(194)
7.3.4	进出口货物的征税	(195)
7.3.5	进出口货物的放行制度	(198)
7.4	保税货物的通关制度	(200)
7.4.1	保税制度概述	(200)
7.4.2	我国保税制度的发展	(202)
7.4.3	保税货物的定义与特征	(203)
7.4.4	保税货物的通关	(204)
8	运输代理	(208)
8.1	代理	(208)
8.1.1	代理的含义	(208)
8.1.2	代理人的代理行为	(208)
8.1.3	代理人的代理权限	(209)
8.1.4	代理行为的法律效果	(209)
8.1.5	代理制度的沿革	(209)
8.1.6	代理的适用领域	(210)
8.1.7	代理的分类	(211)
8.1.8	代理权	(211)
8.2	运输代理的产生与发展	(212)
8.2.1	运输代理制的含义	(212)
8.2.2	运输代理的产生与发展	(213)
8.2.3	运输代理制存在的原因	(213)
8.2.4	运输代理的法律背景	(214)
8.3	运输代理与交通运输系统	(215)
8.3.1	运输代理在运输系统中的地位	(215)
8.3.2	运输代理在运输系统中的作用	(216)
8.4	运输代理的种类和内容	(217)
8.4.1	租船代理	(217)
8.4.2	船务代理	(218)
8.4.3	运输咨询代理	(218)
8.4.4	货运代理	(218)
8.4.5	客运代理	(224)
9	第三方物流	(228)
9.1	第三方物流的基本理论	(228)
9.1.1	第三方物流的定义	(228)
9.1.2	第三方物流服务的提供商	(229)
9.1.3	第三方物流服务的用户	(230)

9.2 第三方物流的基本要素	(230)
9.2.1 客户服务	(230)
9.2.2 运输管理	(231)
9.2.3 仓储管理	(233)
9.2.4 信息系统	(235)
9.3 第三方物流服务方案的设计	(239)
9.3.1 第三方物流的服务内容	(240)
9.3.2 客户物流需求分析	(244)
9.3.3 物流服务方案的具体设计	(245)
9.4 物流服务的持续改进	(250)
9.4.1 物流服务持续改进的意义	(250)
9.4.2 物流服务持续改进的内容	(251)
9.4.3 物流服务持续改进的保障措施	(252)
10 合同管理	(254)
10.1 概述	(254)
10.1.1 交通运输合同的特征	(254)
10.1.2 交通运输合同的种类	(255)
10.2 合同法与经济合同	(256)
10.2.1 法人	(256)
10.2.2 经济合同的订立	(256)
10.2.3 合同管理与违约责任	(260)
10.3 货物运输合同	(261)
10.3.1 货物运输合同的分类	(261)
10.3.2 货物运输合同的形式	(261)
10.3.3 货物运输合同主体及其权利和义务	(263)
10.3.4 货物运输合同的订立	(265)
10.3.5 货物运输合同的履行	(266)
10.3.6 货物运输合同的变更和解除	(267)
10.3.7 有关货物运输合同格式	(267)
10.4 合同的签订	(277)
10.4.1 合同文本撰写前的准备工作	(277)
10.4.2 合同文本的撰写和审核	(277)
10.4.3 签字仪式的安排和交际交往	(279)
11 运输保险与理赔	(282)
11.1 运输风险与保险	(282)
11.1.1 运输风险	(282)
11.1.2 保险	(283)

11.1.3	海上运输货物保险	(285)
11.1.4	陆上运输货物保险	(291)
11.1.5	航空运输货物保险	(292)
11.1.6	邮包保险	(293)
11.1.7	船舶保险	(293)
11.1.8	集装箱保险	(294)
11.2	索赔与理赔	(294)
11.2.1	索赔	(295)
11.2.2	理赔	(296)
11.3	运输商务事故处理	(297)
11.3.1	海运货损事故处理	(297)
11.3.2	水运货损事故处理	(300)
11.3.3	铁路货损事故处理	(301)
11.3.4	公路货损事故处理	(303)
11.4	运输保险单证	(304)
11.4.1	保险单证办理程序	(304)
11.4.2	保险单	(307)
12	成本与运费管理	(314)
12.1	物流成本管理概述	(314)
12.1.1	物流成本的概念、构成与分类	(314)
12.1.2	物流成本的影响因素	(315)
12.1.3	物流成本管理的目的及方法	(317)
12.2	物流成本的计算	(318)
12.2.1	物流成本计算的原则	(319)
12.2.2	物流成本计算程序	(320)
12.3	运输成本	(321)
12.3.1	运输成本概念、构成及影响因素	(321)
12.3.2	降低运输成本的措施	(323)
12.3.3	运输定价	(324)
12.3.4	班轮运费的构成及计算	(328)
12.3.5	集装箱运输的运费	(331)
12.3.6	国际航空货物运费的计算	(335)
12.4	仓储成本	(336)
12.4.1	仓储成本的构成	(336)
12.4.2	降低仓储成本的方法与手段	(337)
	参考文献	(344)

1 绪 论

1.1 基本概念

1.1.1 运输的概念

运输是社会生产必备的一个条件,是整个国民经济的主要基础。生产、分配、交换和消费必须通过运输这一纽带才能得到有机结合。生产的社会化程度越高,商品经济越发达,生产对流通的依赖性越大,运输在整个生产中的作用就越重要。运输活动及其载体所构成的运输体系是物流管理体系中最重要的组成部分。物流运输是现代物流的业务核心,是物流运作与管理不可缺少的一环。因此,加强现代物流运输活动的研究,实现运输合理化,无论对物流系统整体功能的发挥,还是对促进国民经济持续、稳定、协调发展,以及企业的自身竞争实力的增强都有着极为重要的意义。

运输是指物品或人借助于运力在空间上所发生的位置移动。对物品来讲,运输就是通过各种运输手段使货物在物流节点之间流动,以改变“物”的空间位置为目的的活动,其中包括集货、分配、搬运、中转、装入、卸下、分散等一系列操作。虽然运输过程不产生新的物质产品,但它可以实现物流的空间效用。

运输作为物流系统的一项功能,包括生产领域的运输和流通领域的运输。生产领域的运输活动一般是在生产企业内部进行,因此称之为厂内运输。它是作为生产过程的一个组成部分,是直接为物质产品的生产服务的。其内容包括原材料、在制品、半成品和成品的运输,这种厂内运输有时也称为物流搬运。流通领域的运输活动,则是作为流通领域里的一个环节。其主要内容是对物质产品的运输,是以社会服务为目的,是完成物品从生产领域向消费领域在空间位置上的物理性的转移过程。它既包括物品从生产所在地直接向消费所在地的移动,也包括物品从生产所在地向物流网点的移动和由物流网点向消费(用户)所在地的移动。为了区别于长途运输,往往把从物流网点到用户的运输活动称为“发送”或“配送”,将场地内部的移动称为“搬运”。本书所讲的运输,着重于流通领域的运输。