




高等学校交通运输专业“十三五”规划系列教材

交通运输商务管理

Jiaotong Yunshu Shangwu Guanli

夏立国 朱艳茹 / 主编

 东南大学出版社
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

内容提要

《交通运输商务管理》根据交通运输商务管理的基本活动内容、业务流程及相关法律法规规范,密切结合交通运输行业最新科技成果的应用,阐述了交通运输企业的商务管理理念与实务,内容主要包括交通运输商务管理概述、货运商务作业程序、仓储商务管理、商务谈判、理货业务、联运业务、运输代理、集装箱运输业务、危险货物运输、货物运输风险与保险、进出口通关业务共 11 章。

《交通运输商务管理》可作为高等院校交通运输类专业本科生教材,也可作为相关专业机构的培训教材,亦可供交通运输企、事业单位管理干部及业务人员等作为参考。

图书在版编目(CIP)数据

交通运输商务管理 / 夏立国, 朱艳茹主编. — 南京: 东南大学出版社, 2018. 12

(高等学校交通运输专业系列教材)

ISBN 978-7-5641-8217-5

I. ①交… II. ①夏… ②朱… III. ①交通运输经济—经济管理—高等学校—教材 IV. ①F506

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 292826 号

交通运输商务管理

主 编 夏立国 朱艳茹

选题总策划 李 玉
责任编辑

责任印制 周荣虎
封面设计 顾晓阳

出版发行 东南大学出版社
地 址 南京四牌楼 2 号
出 版 人 江建中
邮 编 210096
经 销 江苏省新华书店

印 刷 南京京新印刷有限公司
开 本 700mm×1000mm 1/16
印 张 15.75 字 数 356 千字
版 次 2018 年 12 月第 1 版
印 次 2018 年 12 月第 1 次印刷
印 数 1—2800 册
书 号 ISBN 978-7-5641-8217-5
定 价 49.00 元

* 本社图书若有印装质量问题,请直接与营销部联系,电话:025-83791830。

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

《交通运输商务管理》(第五版) 主编委员会成员

《交通运输商务管理》根据交通运输部《道路运输条例》等法规内容,结合行业最新科技成果的应用,阐述了交通运输企业的商务管理理念与实务,内容主要包括交通运输商务管理概述、货运商务作业程序、公路商务管理、商务谈判、物流服务、现代商务、运输代理、集装箱运输业务、危险品物运输、货物运输风险与保险、进出口通关业务等11章。

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	副教授、博士
吴建华	淮阴工学院	副院长、教授
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、系副主任

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



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。

2007年12月

目

前 言



1 绪论

1.1 商务管理概论以及交通运输商务管理概述

1.1.1 商务的概念

1.1.2 商务活动的产生和发展

1.2 交通运输商务管理概述

1.2.1 交通运输

1.2.2 交通

2 货运商务作业程序

2.1 托运与受理

2.1.1 货物

2.1.2 受理

2.1.3 制票

2.2 装卸运输

2.2.1 装卸

2.2.2 装卸

2.2.3 装卸

2.2.4 装卸

2.3 货物的

2.4 货运单据及

2.5 货物的分运与

随着市场经济的发展,计算机、通信、网络技术的普遍应用,交通运输企业商务活动日益繁荣,逐步专业化,也愈发便捷且与企业的生存、发展越来越密不可分。安全、可靠、高效、经济的商务活动成为交通运输企业生产经营活动正常开展的基本保障,也是提升交通运输企业核心竞争力的重要途径。交通运输商务管理成为交通运输企业管理体系的重要内容,受到企业管理实践的普遍重视,在交通运输企业得以广泛应用并发挥着重要作用。本书的目的是使读者学习交通运输商务管理的基本概念和原理,初步掌握交通运输商务活动的基本流程,熟悉交通运输商务管理的基本理论、具体内容和范围以及商务管理在交通运输企业发展中的重要作用。

本书可作为高等院校交通运输及相关专业的教材,亦可以供交通运输企、事业单位管理干部及业务人员等作

为参考。许多关键技术问题,包括来自环境、能源、安全等方面的众多挑战,建立
第一本书共分为 11 章,其中第 1、9、10 章由夏立国编写;第 11 章由夏立国、
2、3 章由朱艳茹编写;第 4 章由胡思涛、宋成举编写;第 5 章由陈大山编写;
由陈大山编写;第 6 章由刘贵萍编写;第 7 章由胡开桥编写;
第 8 章由吴鼎新编写;第 11 章由白杨编写。本书由夏立国、
朱艳茹任主编。

本书在编写过程中,广泛参考了国内外大量文献资料,借鉴了国内外一些专家学者的学术观点和最新研究成果,同时也参阅了媒体报道资料,在此谨向这些文献资料的作者以及出版单位表示我们衷心的感谢和敬意。

由于编者水平所限,书中不妥之处在所难免,衷心欢迎交通运输界的专家、学者、同行以及广大读者批评指正。

编者

2018 年 12 月

2007 年 12 月

目 录



1 绪论	(1)
1.1 商务管理概述	(1)
1.1.1 商务的概念	(1)
1.1.2 商务活动的产生和发展	(2)
1.2 交通运输商务管理概述	(7)
1.2.1 交通运输商务管理的概念	(7)
1.2.2 交通运输商务管理的基本内容和作业流程	(8)
2 货运商务作业程序	(10)
2.1 托运与承运	(10)
2.1.1 货物的托运	(10)
2.1.2 受理	(12)
2.1.3 制票和承运	(14)
2.2 装卸运输过程中的商务作业	(15)
2.2.1 装卸搬运的概念	(15)
2.2.2 装卸搬运的特点和分类	(16)
2.2.3 装卸作业的装备与方法	(16)
2.2.4 装卸搬运合理化	(18)
2.3 货物的到达与交付	(20)
2.4 货运单据及其流转程序	(24)
2.5 货物的分运与补送	(26)

3 仓储商务管理	(29)
3.1 库场的定义与功能	(29)
3.2 库场堆存计划及堆码标准化	(33)
3.3 库场堆存面积的计算	(41)
3.4 库场技术经济指标	(44)
4 商务谈判	(48)
4.1 商务谈判概述	(48)
4.2 谈判程序及商务谈判礼仪、礼节.....	(51)
4.2.1 商务谈判的程序	(51)
4.2.2 商务谈判礼仪.....	(53)
4.2.3 商务谈判礼节.....	(56)
4.3 商务谈判过程	(58)
4.3.1 商务谈判开局阶段	(58)
4.3.2 谈判磋商阶段.....	(61)
4.3.3 商务谈判结束阶段	(65)
5 理货业务	(70)
5.1 概述	(70)
5.2 理货业务	(73)
6 联运业务	(91)
6.1 联合运输的概念及作用	(91)
6.2 水陆联运	(96)
6.3 海、江、河联运	(99)
6.4 国际多式联运	(101)
7 运输代理	(112)
7.1 代理概述	(112)
7.2 运输代理的产生与发展	(117)

8 集装箱运输业务	(133)
8.1 集装箱运输概述	(133)
8.1.1 国际海上集装箱运输的发展历程	(133)
8.1.2 集装箱运输的特点	(134)
8.1.3 集装箱运输的发展趋势	(135)
8.1.4 集装箱运输的关系人	(136)
8.2 集装箱标准及其种类	(138)
8.3 集装箱码头作业	(141)
8.3.1 集装箱码头	(141)
8.4 集装箱运输生产方式	(147)
8.4.1 集装箱货物装载方法	(147)
8.4.2 集装箱货物的流转程序	(149)
8.4.3 集装箱货物的交接方式	(150)
8.5 集装箱国际多式联运	(151)
8.5.1 国际多式联运的基本概念和特征	(151)
8.5.2 集装箱的运输方式	(152)
9 危险货物运输	(158)
9.1 危险货物运输概述	(158)
9.1.1 危险货物与道路危险货物运输	(158)
9.1.2 危险货物运输法规及标准	(160)
9.1.3 危险货物的分类	(164)
9.2 道路危险货物运输管理	(165)
10 货物运输风险与保险	(174)
10.1 风险与风险管理.....	(174)
10.2 保险和保险合同.....	(179)
10.3 货物运输保险概述.....	(184)
10.3.1 货物运输保险的概念及特点	(184)
10.3.2 国内货物运输保险的责任范围	(187)
10.3.3 国内货物运输保险的责任期限	(188)

10.4	货物运输保险的种类与业务内容	(188)
10.4.1	货物运输保险的分类	(189)
10.4.2	货物运输保险主要险种的业务内容	(189)
10.5	货物运输保险的赔偿处理	(200)
10.5.1	检验受损货物	(200)
10.5.2	赔偿处理	(200)
11	进出口通关业务	(207)
11.1	海关管理概述	(207)
11.1.1	海关的基本概念	(207)
11.1.2	海关监管的范围	(208)
11.1.3	我国海关的职责与权利	(210)
11.2	报关管理	(212)
11.3	一般贸易货物通关制度	(219)
11.3.1	进出口货物的通关程序	(219)
11.3.2	进出口货物的申报制度	(221)
11.3.3	进出口货物的查验制度	(223)
11.3.4	进出口货物的征税	(224)
11.3.5	进出口货物的放行制度	(226)
11.4	保税货物的通关制度	(228)
11.4.1	保税制度概述	(229)
11.4.2	我国保税制度的发展	(230)
11.4.3	保税货物的定义与特征	(231)
11.4.4	保税货物的通关	(232)
	参考文献	(237)

1 绪论

交通运输商务管理是一门理论与实务相结合的综合性和实践性很强的学科,对交通运输生产经营活动具有重要的理论和实际操作指导意义。本章主要介绍商务管理概述和交通运输商务管理概述。

1.1 商务管理概述

商务活动是人类社会的基本活动,商务管理是人们长期商务活动实践经验的总结。本节主要介绍商务的概念、商务活动的产生和发展。

1.1.1 商务的概念

商务活动是人类有史以来的基本活动。在市场经济条件下,生产(包括有形产品和无形产品)需要付出一定的代价,销售(包括有形商品和无形知识、服务)需要收取一定的费用,用于补偿自己所消费并获得盈余。这种获取物质、能量和信息,转让产品或服务的交换活动,就称之为商务活动。

商务(commerce)是指通过货币进行的商品和服务的交换,是以盈利为目的的市场经济主体,通过商品(有形和无形产品)交易(买卖或交换),获取经济资源的各种经济行为的总称。

广义上,与资产买卖或交换有关的一切活动,包括企业组建、企业运行过程中的买卖、企业破产后的资产处理等都可以说是商务活动,即广义的商务是指一切与买卖商品服务相关的商业事务,而狭义的商务概念即指商业或贸易,仅限于商品或服务的交易活动。

商务活动中包含一些不同的角色:购买者——带着钱想要购买产品或者服务的人。销售者——向购买者提供产品和服务的人。一般存在两种不同的形式:直接向消费者销售产品的零售商以及向零售商和其他商人销售产品的批发商或分销商。生产者——生产和创造销售者提供给购买者的产品和服务的人。生产者始终也必然是销售者。生产者将生产的产品销售给批发商、零售商或者直接销售给消费者。

商务的交易流程是企业具体进行一个商务交易过程中的实际操作步骤和处理过程,由交易前的准备、贸易磋商、合同与执行、支付与清算等环节组成。

(1) 交易前的准备:对于商务交易过程来说,交易前的准备就是供需双方如何宣传或者获取有效的商品信息的过程。商品的供应方的营销策略是通过报纸、电视、户外媒体等各种广告形式宣传自己的商品信息。对于商品的需求者企业和消费者来说,要尽可能得到自己所需要的商品信息,来充实自己的进货渠道。因此,交易前的准备实际上就是一个商品信息的发布、查询和匹配过程。

(2) 贸易磋商过程:在商品的供需双方都了解了有关商品的供需信息后,就开始进入具体的贸易磋商过程,贸易磋商实际上是贸易双方进行口头磋商或纸面贸易单证的传递过程。纸面贸易包括询价、价格磋商、订购合同、发货、运输、发票、收货等等,各种纸面贸易单证反映了商品交易双方的价格意向、营销策略管理要求及详细的商品供需信息。在传统商务活动的贸易磋商过程中使用的工具有电话、传真或邮件等,因为传真件不足以作为法庭仲裁依据,所以各种正式贸易单证的传递主要通过邮寄方式传递。随着电子商务的发展,电子凭证得到越来越普遍的运用。

(3) 合同与执行:在传统商务活动中,贸易磋商过程经常通过口头协议来完成,但在磋商过程完成后,交易双方必须要以书面形式签订具有法律效应的商务合同,来确定磋商的结果和监督执行,并在产生纠纷时通过合同由相应机构进行仲裁。

(4) 支付过程:传统商务中的支付一般有支票和现金两种方式,支票方式多用于企业间的商务过程,用支票方式支付涉及双方单位及其开户银行。现金方式常用于企业对个体消费者的商品销售过程。目前,随着移动支付服务的发展、微信以及支付宝等电子支付平台的不断完善,无纸化货币功能日益强大。

1.1.2 商务活动的产生和发展

1) 商务活动

商务活动,是指企业为实现生产经营目的而从事的各类有关资源、知识、信息交易等活动的总称。

与商务相关的解释就有三种:

(1) 买卖、商业、贸易;

(2) 商店、工商企业;

(3) 营销性的事业。

第一种解释,可以理解为“商业”或“贸易”,即买卖商品;

第二种解释,可以理解为“以交换方式实现生产经营目的的厂商行为”;

第三种解释,可以理解为“一切以盈利为目的的事业”。

商务的主体是以盈利为目的的微观经济主体,包括自然人和法人。

商务的客体是可供买卖的所有经济资源,不仅包括有形商品和资产,而且包括无形商品和资产,如商品、服务性劳务、知识产权等。

商务的实质是通过买卖方式实现商品所有权的转移,它反映微观经济主体为获得收益的各种以货币为媒介的交易行为。

商务的范围包括直接买卖经济资源和为买卖经济资源服务的全部活动。

2) 商务活动的发展

人类商品交换的发展经历以下几个阶段:

(1) 人类社会最初的商品交换形式:商品—商品。

(2) 以货币为媒介的商品交换:商品—货币—商品。

(3) 出现了专门从事商品交换的经济事业(商贸企业),出现货币—商品—货币的流通形式。

(4) 大量非物质形式的产品如资金、劳务、科技成果、信息等也先后进入交易市场。

(5) 商务活动的高级形式——电子商务。

电子商务将传统商业活动中物流、资金流、信息流的传递方式利用网络技术整合,企业将重要的信息以全球信息网、企业内部网或外部网直接与分布各地的客户、员工、经销商及供应商连接,创造更具竞争力的经营优势。

传统商务的认识:

传统商务的交易流程由交易前的准备、贸易磋商、合同与执行、支付与清算等环节组成。主要通过报纸、电视、户外媒体等各种广告形式宣传自己的商品信息,使用的电话、传真或邮寄等工具进行贸易磋商,签订书面形式的商务合同作为双方权利义务的依据,采用支票和现金两种方式进行交易的支付。传统商务的主要特点是效率低、成本高、活动范围有限。



图 1.1 传统商务买方的活动

电子商务是在互联网(Internet)、企业内部网(Intranet)和增值网(VAN, Value Added Network)上以电子交易方式进行交易活动和相关服务的活动,是传统商业活动各环节的电子化、网络化、信息化。电子商务中,询价、报价、订单、单证传输、协议签订付费、报关、纳税等商务活动都通过网络来实现。电子商务分为:ABC(Agents to

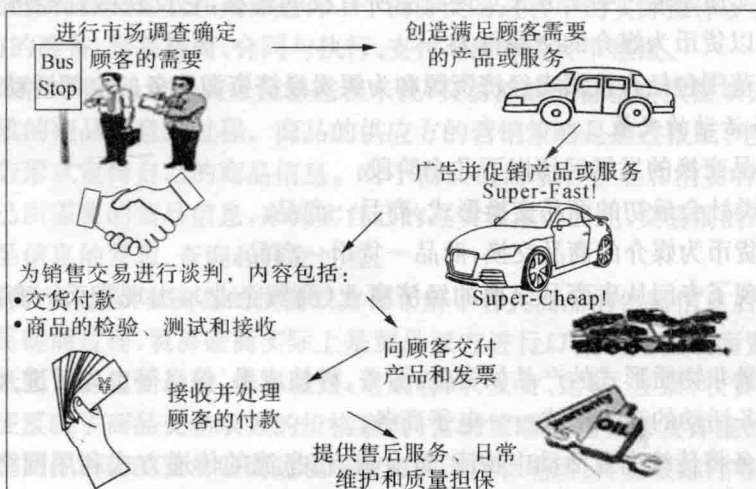


图 1.2 传统商务卖方的活动

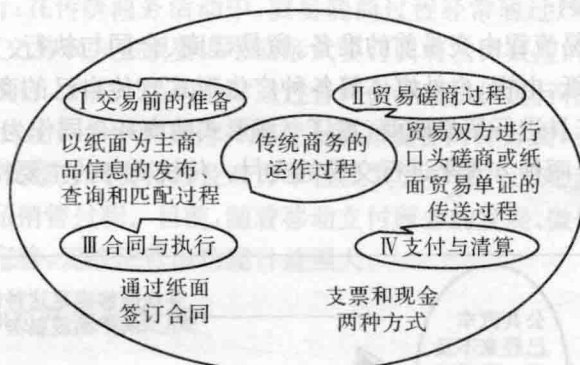


图 1.3 传统商务运作过程

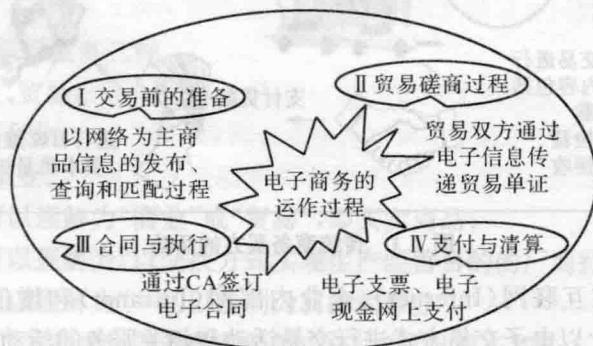


图 1.4 电子商务运作过程

Business to Consumer)、B2B(Business to Business)、B2C(Business to Customer)、C2C(Consumer to Consumer)、B2M(Business to Manager)、M2C(Manager to Consumer)、B2A(Business to Administrations)、C2A(Consumer to Administrations)、O2O(Online to Offline)九类电子商务模式。2015年,中国电子商务交易额达18.3万亿元,其中,B2B电商交易额13.9万亿元,网络零售市场规模3.8万亿元。

电子商务基本特征:

① 普遍性

电子商务作为一种新型的交易方式,将生产企业、流通企业以及消费者和政府带入了一个网络经济、数字化生存的新天地。

② 方便性

在电子商务环境中,人们不再受地域的限制,客户能以非常简捷的方式完成过去较为繁杂的商务活动,如通过网络银行能够全天候地存取账户资金、查询信息等,同时使企业对客户的服务质量得以大大提高。

③ 整体性

电子商务能够规范事务处理的工作流程,将人工操作和电子信息处理集成为一个不可分割的整体,这样不仅能提高人力的利用率,也可以提高系统运行的严密性。

④ 安全性

在电子商务中,安全性是一个至关重要的核心问题,它要求网络能提供一种端到端的安全解决方案,如加密机制、签名机制、安全管理、存取控制、防火墙、防病毒保护等等,这与传统的商务活动有着很大的不同。

⑤ 协调性

商务活动本身是一种协调过程,它需要客户与公司内部、生产商、批发商、零售商间的协调,在电子商务环境中,它更要求银行、配送中心、通讯部门、技术服务等多个部门的通力协作,电子商务的全过程往往是一气呵成的。



图 1.5 B2C 购物流程