



艾凯咨询
ICAN Consulting

2022-2027年中国铁路运输行业 市场深度评估及发展前景预测报告 告

一、调研说明

《2022-2027年中国铁路运输行业市场深度评估及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/360845.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 铁路运输相关概述

1.1 铁路运输相关介绍

1.1.1 铁路运输的性质

1.1.2 铁路运输的优缺点

1.1.3 铁路运输作业内容

1.2 铁路运输的成本

1.2.1 铁路运输成本的特点

1.2.2 铁路运输成本的种类

1.2.3 铁路运输企业成本管理浅析

1.2.4 铁路运输企业加强成本控制的策略

1.3 铁路运输服务业

1.3.1 铁路运输服务业的特点

1.3.2 铁路运输服务业的作用

第二章 中国铁路的发展

2.1 中国铁路产业发展概述

2.1.1 中国铁路建设的历程回顾

2.1.2 中国铁路产业发展的特征透析

2.1.3 中国铁路行业实现跨越式进步

2.1.4 第六次大提速扩容中国铁路生存空间

2.2 2017-2021年中国铁路建设及运行现况

2.3 中国合资铁路建设概况

2.3.1 合资铁路已成为中国铁路发展的主流

2.3.2 我国合资铁路建设取得的有益经验

2.3.3 促进合资铁路健康发展的十大原则

2.3.4 我国合资铁路发展壮大的战略措施

2.4 中国铁路行业发展存在的问题对策分析

2.4.1 我国铁路产业亟需进行大规模体制改革

2.4.2 铁路企业规范化发展的阻碍

2.4.3 解决铁路"瓶颈"制约的途径分析

2.4.4 铁路基本建设发展的对策

2.5 铁路建设投融资分析

2.5.1 铁路基本建设投资分析

2.5.2 铁路建设投资需要多元化

2.5.3 BOT融资方式在中国铁路基本建设的应用

2.5.4 中国铁路在投融资方面存在的问题及对策

2.5.5 铁路在拓宽融资渠道的三个重要条件

2.5.6 铁路建设的筹资融资策略

第三章 世界铁路运输的发展

3.1 世界铁路运输的总体概括

3.1.1 国际铁路运输主要路线及其特点

3.1.2 国际铁路货物联运的特点及范围

3.1.3 国际铁路货物联运发展概况

3.1.4 世界铁路运输的发展趋势

3.2 国际铁路运输企业商业模式探讨

3.2.1 国际铁路运输企业的商业模式的四大要素

3.2.2 国际铁路运输企业商业模式演变路径分析

3.2.3 国际铁路运输企业商业模式演变的启示

3.3 美国

3.4 英国

3.5 其他国家及地区

3.5.1 日本铁路运输规章 制度及特点

3.5.2 德国铁路客运营销的特点

3.5.3 土库曼铁路运输业发展状况分析

3.5.4 中国港澳地区的铁路运输概况

第四章 中国铁路运输业发展概况

4.1 中国铁路运输发展的总体概括

4.1.1 我国铁路运输能力飞速提升

4.1.2 中国铁路运营里程快速增长

- 4.1.3 中国铁路运输效率居世界首位
- 4.1.4 国内铁路重载运输技术发展成熟
- 4.1.5 民营资本推动中国铁路运输业的发展
- 4.2 铁路运输总体数据分析
 - 4.2.1 2020年铁路运输数据分析
 - 4.2.2 2021年铁路运输数据分析
- 4.3 铁路运输业主要指标完成情况
 - 4.3.1 2020年铁路运输业主要指标完成情况
 - 4.3.2 2021年铁路运输业主要指标完成情况
- 4.4 中国铁路运输代理业发展
 - 4.4.1 铁路运输代理业发展的成因
 - 4.4.2 铁路运输代理业的优势
 - 4.4.3 铁路运输代理业存在的缺陷
 - 4.4.4 铁路运输代理业发展策略
- 4.5 中国铁路运输业的政府职能
 - 4.5.1 市场经济条件下铁路运输业的政府职能分析
 - 4.5.2 中国铁路运输业政府职能存在的问题
 - 4.5.3 转变铁路运输业政府职能的政策建议
- 4.6 铁路运输支出概况
 - 4.6.1 铁路运输支出有效控制的原则
 - 4.6.2 铁路运输支出有效控制措施的作用
 - 4.6.3 铁路运输支出存在的问题
 - 4.6.4 有效控制铁路运输支出的新构建
- 4.7 铁路运输业税收概况
 - 4.7.1 铁路运输业税收的意义
 - 4.7.2 调整铁路税收应考虑的因素
 - 4.7.3 对铁路税收调整的建议
- 4.8 中国铁路运输发展存在的问题及策略
 - 4.8.1 铁路运输企业存在的主要问题
 - 4.8.2 从煤炭运输角度分析铁路运输存在的问题
 - 4.8.3 铁路冷藏运输存在的主要问题
 - 4.8.4 中国铁路运输SWOT发展战略

4.8.5 中国铁路冷藏运输的建议

第五章 中国铁路客运发展概况

5.1 铁路客运总体概括

5.1.1 铁路客运产品分析

5.1.2 铁路客运市场需求分析

5.1.3 城际铁路客运的客流特点

5.1.4 铁路旅客运输目标市场分析

5.2 铁路短途客运市场分析

5.2.1 铁路发展短途客运市场的优势及成因

5.2.2 铁路参与短途运输市场竞争的必要性

5.2.3 铁路短途客运市场的目标定位

5.2.4 铁路发展短途客运市场需要政策支持

5.3 铁路客运专线分析

5.3.1 铁路客运专线的特点

5.3.2 客运专线的优势

5.3.3 发展客运专线的必要性与迫切性

5.3.4 铁路客运专线建设管理模式

5.3.5 铁路客运专线基本管理体制

5.3.6 发展铁路客运专线的意义

5.4 铁路客运质量分析

5.4.1 铁路客运质量的内涵

5.4.2 铁路客运产品质量特性

5.4.3 铁路客运质量存在不足

5.4.4 提高铁路客运服务质量管理步骤

5.5 铁路客运发展的问题及策略

5.5.1 制约农村客运发展的八大问题

5.5.2 中国铁路客运市场战略

5.5.3 铁路旅客运输产品策略与价格策略

5.5.4 提高铁路客运质量发展策略

第六章 中国铁路货运发展概况

6.1 铁路货运相关知识

6.1.1 铁路货运相关定义

- 6.1.2 铁路货运的种类
- 6.1.3 铁路货运的优缺点
- 6.1.4 铁路货运流程
- 6.1.5 铁路运送货物的分类
- 6.1.6 铁路货运过程中的规则
- 6.1.7 铁路货运注意事项
- 6.2 铁路货运总体概括
 - 6.2.1 铁路货运收入清算问题浅析
 - 6.2.2 铁路货运营业站的业务流程再造分析
 - 6.2.3 铁路货运面临的新形势
- 6.3 中国铁路货运价格体系
 - 6.3.1 货运价格体系分析
 - 6.3.2 政企合一对铁路运价体系的影响
 - 6.3.3 货运价格体系存在的问题
 - 6.3.4 完善运价体系的思考
- 6.4 铁路货运市场存在的问题
 - 6.4.1 铁路货运市场份额下降的原因分析
 - 6.4.2 铁路货运在运输结构和运输服务方式存在的缺陷
- 6.5 铁路货物运输发展战略
 - 6.5.1 中国铁路货运市场发展策略
 - 6.5.2 新体制下铁路货运适应市场形势战略
 - 6.5.3 铁路货运企业发展战略浅析
 - 6.5.4 铁路货运收入管理策略
- 第七章 铁路客货运量的预测模型分析
 - 7.1 铁路旅客运输盈利核算程序
 - 7.1.1 旅客列车贡献毛益
 - 7.1.2 客运段贡献毛益
 - 7.1.3 铁路局旅客运输贡献毛益
 - 7.2 客货运量预测方法研究
 - 7.2.1 运量预测方法应用现状分析
 - 7.2.2 正确运用铁路客货运量预测方法
 - 7.2.3 铁路物流园区货运量预测及预测方法

7.3 铁路客运路风管理的思考

7.3.1 客运路风定位不清晰

7.3.2 铁路客运运需矛盾突出

7.3.3 客票价格管制问题

7.3.4 用工制度滞后

7.3.5 管理制度不完善

7.3.6 建立路风管理的长效机制

第八章 中国铁路运输市场营销分析

8.1 铁路运输市场营销总体概括

8.1.1 铁路运输营销信息咨询系统实施的构架

8.1.2 铁路客货营销工作严重滞后于市场

8.1.3 铁路运输营销中应注意的问题

8.1.4 铁路运输企业客货营销新战略

8.1.5 铁路运输服务营销策略

8.2 铁路客运营销分析

8.2.1 铁路客运市场营销环境分析

8.2.2 铁路的客运营销的意义

8.2.3 铁路客运营销存在的主要问题

8.2.4 铁路客运市场营销的缺陷

8.2.5 中国铁路客运市场营销的建议

8.2.6 铁路客运营销策略

8.2.7 铁路客票营销策略

8.2.8 铁路客运企业促销策略

8.3 铁路货运营销分析

8.3.1 铁路货运经营中存在的问题

8.3.2 货运营销面临的困境

8.3.3 铁路货运营销面临困境的对策

8.3.4 铁路货运营销策略

8.3.5 铁路货运营销的采取措施

8.4 铁路货运营销支持系统研究

8.4.1 铁路运输营销支持系统的基本组成

8.4.2 铁路运输营销支持系统相关部门及相关系统

8.4.3 铁路运输营销支持系统功能

8.4.4 铁路运输营销支持系统的网络构成

8.4.5 铁路运输营销支持系统的设备配置方案

8.4.6 铁路运输营销支持系统应用软件开发环境

8.4.7 铁路运输营销支持系统数据组织及处理流程

8.5 铁路货运营销管理系统设计

8.5.1 客户关系管理（CRM）的发展

8.5.2 系统设计思想及主要功能

8.5.3 铁路货运营销管理系统软、硬件平台

8.5.4 铁路货运营销管理系统的实施应用

第九章 铁路运输与现代物流的发展

9.1 铁路发展现代物流业分析

9.1.1 铁路发展现代物流的必要性

9.1.2 铁路发展现代物流业的现实意义

9.1.3 铁路企业发展现代物流的形势分析

9.1.4 铁路发展现代物流业的优势

9.1.5 铁路发展现代物流业应注意的问题

9.1.6 铁路发展现代物流的机遇

9.2 铁路货运发展物流分析

9.2.1 铁路货运企业实施物流规划的基本过程

9.2.2 铁路货运发展现代物流必要性与迫切性

9.2.3 铁路货运发展现代物流的体制创新

9.2.4 铁路货运企业发展物流存在的问题

9.2.5 铁路货运发展现代物流的对策与措施

9.2.6 铁路货运企业发展物流的战略定位

9.3 铁路货运代理企业发展物流分析

9.3.1 铁路货运代理向第三方物流转变的原由

9.3.2 铁路货运代理发展现代物流面临的问题

9.3.3 铁路货运代理向第三方物流转变的途径

9.3.4 铁路货运代理发展现代物流的措施

9.3.5 铁路货运代理向第三方物流转变的策略

9.4 铁路货场与物流业分析

9.4.1 铁路货场开展现代物流业的优劣条件

9.4.2 现代物流中铁路货场的功能

9.4.3 现代物流中铁路货场发展的措施

9.4.4 铁路货场拓展现代物流的策略

9.4.5 现代物流中铁路货场的发展目标

9.5 铁路多经企业拓展现代物流业分析

9.5.1 铁路多经企业拓展现代物流的优势

9.5.2 铁路多经企业拓展现代物流的劣势

9.5.3 铁路多经企业拓展现代物流业的策略

9.6 铁路发展物流的策略

9.6.1 铁路拓展现代物流的原则

9.6.2 铁路开展现代物流业的途径

9.6.3 铁路运输企业组建现代物流公司的方案

第十章 重点企业

10.1 广深铁路

10.1.1 公司简介

10.1.2 经营状况分析

10.2 大秦铁路

10.2.1 公司简介

10.2.2 经营状况分析

10.3 铁龙物流

10.3.1 公司简介

10.3.2 经营状况分析

10.4 国恒铁路

10.4.1 公司简介

10.4.2 经营状况分析

10.5 北亚集团

10.5.1 公司简介

10.5.2 经营状况分析

第十一章 铁路运输替代行业

11.1 公路运输

11.1.1 公路运输特点

11.1.2 公路运输业发展状况

11.1.3 公路短途客运市场现状分析

11.1.4 在铁路提速下道路客运发展策略

11.2 民航运输

11.2.1 中国民航产业结构的软肋

11.2.2 中国民航业发展存在的三大问题

11.2.3 民航运输发展热点

11.2.4 民航运输发展策略

11.2.5 中国民航业的发展展望

11.3 水路运输

11.3.1 水路运输的特点

11.3.2 水路运输市场面临的主要问题

11.3.3 水路运输市场发展战略

11.4 管道运输

11.4.1 管道运输概述

11.4.2 管道运输的优越性

11.4.3 管道运输产业发展前景广阔

第十二章 铁路运输竞争格局

12.1 铁路运输产业的竞争力分析

12.1.1 产业内竞争者分析

12.1.2 新入侵者的障碍

12.1.3 买方的议价能力

12.1.4 供应商的议价能力

12.1.5 替代品的威胁

12.2 铁路运输与公路运输的竞争分析

12.2.1 高速公路发展对铁路运输的影响剖析

12.2.2 铁路运输较公路运输所具有的优势

12.2.3 在公路运输的发展下铁路运输的竞争策略

12.2.4 铁路客运较道路客运所具有的竞争优势

12.2.5 道路客运较铁路客运所具有的竞争优势

12.3 铁路运输竞争面临的挑战及策略

12.3.1 铁路货运竞争面临严峻的挑战

12.3.2 铁路在运输市场发展的竞争战略

12.3.3 中国铁路客运市场竞争发展对策

12.3.4 铁路短途客运市场竞争策略

12.3.5 铁路运输企业竞争策略

第十三章 铁路运输发展前景

13.1 交通运输业的发展趋势

13.1.1 全球交通运输未来发展趋势

13.1.2 现代物流发展下运输业呈现的发展趋势

13.1.3 中国交通运输业将优先发展六大主题

13.2 铁路行业的发展前景分析

13.2.1 巨额铁路投资计划成为拉动经济的重要推力

13.2.2 中国铁路将有历史性改观

13.2.3 我国铁路投资计划

13.2.4 未来中国铁路科技实力分析

13.2.5 中国西部铁路发展蓝图

13.3 铁路运输业的发展趋势

13.3.1 中国铁路运输行业发展趋势

13.3.2 新列车运行图将改变铁路运输供需格局

13.3.3 铁路货运发展前景广阔

13.3.4 铁路客运发展畅想

13.3.5 铁路集装箱运输前景分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/360845.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。