

2022-2028年中国铁路运输 行业发展趋势与投资前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国铁路运输行业发展趋势与投资前景报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202206/298792.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

铁路运输是使用铁路列车运送货物的一种运输方式。它在社会物质生产过程中起着重要作用。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国铁路运输行业发展趋势与投资前景报告》共十四章。首先介绍了中国铁路运输行业市场发展环境、铁路运输整体运行态势等，接着分析了中国铁路运输行业市场运行的现状，然后介绍了铁路运输市场竞争格局。随后，报告对铁路运输做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国铁路运输行业发展趋势与投资预测。您若想对铁路运输产业有个系统的了解或者想投资中国铁路运输行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 2016-2020年中国铁路的建设发展

2.1 2016-2020年中国铁路产业发展综述

- 2.1.1 中国铁路产业发展特征透析
- 2.1.2 中国铁路建设正处于黄金时期
- 2.1.3 中国新一轮铁路改革启动
- 2.1.4 我国调整铁路安全管理体制
- 2.2 2016-2020年中国铁路建设所属行业分析
 - 2.2.1 2018年中国铁路建设情况分析
 - 2.2.2 2019年中国铁路建设情况分析
 - 2.2.3 2020年中国铁路建设情况分析
 - 2.2.4 2020年我国铁路建设形势向好
- 2.3 中国合资铁路建设情况分析
 - 2.3.1 中国合资铁路建设概况
 - 2.3.2 国内合资铁路运营管理模式分析
 - 2.3.3 我国合资铁路建设获得的有益经验
 - 2.3.4 中国合资铁路突围发展建议
- 2.4 中国铁路建设投融资分析
 - 2.4.1 铁路投资全面向民资开放
 - 2.4.2 我国铁路投融资体制改革破题
 - 2.4.3 我国铁路产业投资基金方案将出台
 - 2.4.4 中国铁路在投融资方面存在的问题及对策
 - 2.4.5 铁路在拓宽融资渠道的三个重要条件
 - 2.4.6 国内铁路建设的筹资融资策略
- 2.5 中国铁路行业发展存在的问题对策分析
 - 2.5.1 我国铁路产业发展存在的问题
 - 2.5.2 国内铁路企业规范化发展的阻碍
 - 2.5.3 解决铁路“瓶颈”制约的途径分析
 - 2.5.4 我国铁路基本建设发展的对策

第三章 2016-2020年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 全球铁路货物联运的特点及范围
 - 3.1.3 世界铁路运输发展现状分析

- 3.1.4 国际铁路运输企业商业运营模式分析
- 3.1.5 世界铁路运输发展趋势分析
- 3.2 美国
 - 3.2.1 美国铁路运输产品的主要运输方式
 - 3.2.2 美国铁路运输业经营情况概述
 - 3.2.3 美国铁路货运发展状况分析
 - 3.2.4 铁路成为美国石油运输的重要途径之一
- 3.3 英国
 - 3.3.1 英国铁路布局与服务发展概况
 - 3.3.2 英国铁路建设规模情况
 - 3.3.3 英国铁路运输业发展综述
 - 3.3.4 英国铁路行政管理体制的变迁及启示
- 3.4 德国
 - 3.4.1 德国铁路货运发展特点
 - 3.4.2 德国铁路货物运输量创新高
 - 3.4.3 2020年德国铁路运输业概况
 - 3.4.4 德国铁路的改革及借鉴
- 3.5 俄罗斯
 - 3.5.1 2020年俄罗斯铁路运输概况
 - 3.5.2 2020年俄罗斯铁路运输情况
 - 3.5.3 2020年俄罗斯远东铁路运量情况
- 3.6 其他国家及地区
 - 3.6.1 喀麦隆铁路运输业综述
 - 3.6.2 土耳其等三国加强铁路运输合作
 - 3.6.3 中哈两国铁路货运量快速增长
 - 3.6.4 中国港澳地区的铁路运输概况

第四章 2016-2020年中国铁路运输业发展分析

- 4.1 中国铁路运输发展的综述
 - 4.1.1 “十三五”我国铁路运输实现跨越式发展
 - 4.1.2 我国铁路运输行业运营能力情况
 - 4.1.3 中国铁路重载运输实践取得显著成效

- 4.1.4 电子商务在我国铁路运输业的应用分析
- 4.2 2016-2020年中国铁路运输所属行业发展分析
 - 4.2.1 2018年我国铁路运输业发展状况
 - 4.2.2 2019年中国铁路运输业发展状况
 - 4.2.3 2020年中国铁路运输业发展状况
 - 4.2.4 2020年中国铁路运输业发展分析
- 4.3 2016-2020年铁路运输所属行业主要指标完成情况
 - 4.3.1 2018年铁路运输业主要指标完成情况
 - 4.3.2 2018年铁路运输业主要指标完成情况
 - 4.3.3 2019年铁路运输业主要指标完成情况
 - 4.3.4 2020年铁路运输业主要指标完成情况
- 4.4 铁路运输业税收概况
 - 4.4.1 铁路运输业税收的意义
 - 4.4.2 调整铁路税收应考虑的因素
 - 4.4.3 我国明确铁路运输企业合作运输营业税
 - 4.4.4 对铁路税收调整的建议
- 4.5 中国铁路运输发展存在的问题
 - 4.5.1 制约我国铁路运输行业发展的瓶颈
 - 4.5.2 铁路运输企业存在的主要问题
 - 4.5.3 铁路运输瓶颈致区域煤炭供求紧张
 - 4.5.4 影响铁路运输安全发展的因素
- 4.6 中国铁路运输发展策略
 - 4.6.1 我国铁路交通运输行业发展的战略措施
 - 4.6.2 协调我国铁路运输安全管理的策略
 - 4.6.3 加快我国铁路运输业发展对策
 - 4.6.4 中国铁路冷藏运输的建议

第五章 2016-2020年中国铁路客运发展分析

- 5.1 铁路客运总体概括
 - 5.1.1 铁路客运产品与需求分析
 - 5.1.2 城际铁路客运的客流特点
 - 5.1.3 铁路旅客运输目标市场分析

- 5.1.4 新型高速铁路客运发展优势
- 5.2 2016-2020年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 2016-2020年铁路客运专线分析
 - 5.3.1 铁路客运专线的特点与优势
 - 5.3.2 中国铁路客运专线管理模式与体制分析
 - 5.3.3 2016-2020年主要客运专线建成概况
 - 5.3.4 我国客运专线“四纵四横”铁路网
 - 5.3.5 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

第六章 2016-2020年中国铁路货运所属行业发展分析

- 6.1 铁路货运相关知识
 - 6.1.1 铁路货运相关定义与分类
 - 6.1.2 铁路货运的优缺点
 - 6.1.3 铁路货运流程
 - 6.1.4 铁路运送货物的分类
 - 6.1.5 铁路货运过程中的规则
- 6.2 2016-2020年铁路货运发展概况
 - 6.2.1 铁路货运收入清算问题浅析
 - 6.2.2 我国铁路货运体制改革启动
 - 6.2.3 铁路货运营业站的业务流程再造分析
 - 6.2.4 铁路货运面临的新形势
- 6.3 2016-2020年中国铁路货运价格体系分析
 - 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 我国铁路货运价格大幅上调
- 6.3.4 我国铁路货运价格再次上调
- 6.3.5 我国铁路货运价格改革信号显现
- 6.3.6 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 铁路货物运输存在的问题
 - 6.4.3 铁路货运在运输结构和运输服务方式存在的缺陷
 - 6.4.4 铁路货物运输面临的形势及存在的问题
- 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 铁路货运收入管理策略
 - 6.5.4 我国铁路货物运输应采取的对策

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 正确运用铁路客货运量预测方法
 - 7.2.2 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 铁路客运供需矛盾突出
 - 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 2016-2020年铁路运输重点区域发展分析

8.1 河南省

8.1.1 2018年河南省铁路运输情况

8.1.2 2019年河南省铁路运输情况

8.1.3 2020年河南省铁路运输情况

8.2 河北省

8.2.1 2018年河北省铁路运输情况

8.2.2 2019年河北省铁路运输情况

8.2.3 2020年河北省铁路运输情况

8.3 湖北省

8.3.1 2018年湖北省铁路运输情况

8.3.2 2019年湖北省铁路运输情况

8.3.3 2020年湖北省铁路运输情况

8.4 浙江省

8.4.1 2018年浙江省铁路运输情况

8.4.2 2019年浙江省铁路运输情况

8.4.3 2020年浙江省铁路运输情况

8.5 广东省

8.5.1 2018年广东省铁路运输情况

8.5.2 2019年广东省铁路运输情况

8.5.3 2020年广东省铁路运输情况

8.6 其他地区

8.6.1 内蒙古自治区

8.6.2 广西壮族自治区

8.6.3 江西省

8.6.4 山西省

8.6.5 黑龙江省

8.6.6 重庆市

第九章 2016-2020年中国铁路运输市场营销分析

9.1 铁路运输市场营销总体概括

9.1.1 铁路运输营销信息咨询系统实施的构架

- 9.1.2 铁路客货营销工作严重滞后于市场
- 9.1.3 铁路运输营销中应注意的问题
- 9.1.4 铁路运输企业客货营销新战略
- 9.1.5 铁路运输服务营销策略
- 9.2 铁路客运营销分析
 - 9.2.1 铁路客运市场营销环境分析
 - 9.2.2 铁路的客运营销的意义
 - 9.2.3 铁路客运营销存在的主要问题
 - 9.2.4 铁路客运市场营销的缺陷
 - 9.2.5 中国铁路客运市场营销的建议
 - 9.2.6 铁路客运营销策略
 - 9.2.7 铁路客票营销策略
 - 9.2.8 铁路客运企业促销策略
- 9.3 铁路货运营销分析
 - 9.3.1 铁路货运经营中存在的问题
 - 9.3.2 货运营销面临的困境
 - 9.3.3 铁路货运营销面临困境的对策
 - 9.3.4 铁路货运营销策略
 - 9.3.5 铁路货运营销的 implements 措施
- 9.4 铁路货运营销支持系统研究
 - 9.4.1 铁路运输营销支持系统的基本组成
 - 9.4.2 铁路运输营销支持系统相关部门及相关系统
 - 9.4.3 铁路运输营销支持系统功能
 - 9.4.4 铁路运输营销支持系统的网络构成
 - 9.4.5 铁路运输营销支持系统的设备配置方案
 - 9.4.6 铁路运输营销支持系统应用软件开发环境
 - 9.4.7 铁路运输营销支持系统数据组织及处理流程
- 9.5 铁路货运营销管理系统设计
 - 9.5.1 客户关系管理（CRM）的发展
 - 9.5.2 系统设计思想及主要功能
 - 9.5.3 铁路货运营销管理系统软、硬件平台
 - 9.5.4 铁路货运营销管理系统的实施应用

第十章 2016-2020年铁路运输与现代物流的发展分析

10.1 铁路发展现代物流业分析

10.1.1 铁路发展现代物流的必要性

10.1.2 铁路企业发展现代物流的形势分析

10.1.3 铁路发展现代物流业的优势

10.1.4 现代铁路物流的发展面临的挑战

10.1.5 促进铁路业和现代物流业共同发展对策

10.1.6 铁路发展现代物流的机遇

10.2 铁路货运发展物流分析

10.2.1 铁路货运企业实施物流规划的基本过程

10.2.2 铁路货运发展现代物流必要性与迫切性

10.2.3 铁路货运发展现代物流的体制创新

10.2.4 铁路货运企业发展物流存在的问题

10.2.5 铁路货运发展现代物流的对策

10.2.6 铁路货物运输物流化战略措施

10.3 铁路货运代理企业发展物流分析

10.3.1 铁路货运代理向第三方物流转变的原由

10.3.2 铁路货运代理发展现代物流面临的问题

10.3.3 铁路货运代理向第三方物流转变的途径

10.3.4 铁路货运代理发展现代物流的措施

10.3.5 铁路货运代理向第三方物流转变的策略

10.4 铁路货场与物流业分析

10.4.1 铁路货场开展现代物流业的优劣条件

10.4.2 现代物流中铁路货场的功能

10.4.3 现代物流中铁路货场发展的措施

10.4.4 铁路货场拓展现代物流的策略

10.4.5 现代物流中铁路货场的发展目标

10.5 铁路多经企业拓展现代物流业分析

10.5.1 铁路多经企业拓展现代物流的优势

10.5.2 铁路多经企业拓展现代物流的劣势

10.5.3 铁路多经企业拓展现代物流业的策略

10.6 铁路发展物流的策略

10.6.1 铁路拓展现代物流的原则

10.6.2 铁路开展现代物流业的途径

10.6.3 铁路运输企业组建现代物流公司的方案

第十一章重点企业经营状况分析

11.1 广深铁路股份有限公司

11.1.1 公司简介

11.1.2 广深铁路经营状况分析

11.2 大秦铁路股份有限公司

11.2.1 公司简介

11.2.2 大秦铁路经营状况分析

11.3 中铁铁龙集装箱物流股份有限公司

11.3.1 公司简介

11.3.2 铁龙物流经营状况分析

11.4 天津国恒铁路控股股份有限公司

11.4.1 公司简介

11.4.2 国恒铁路经营状况分析

第十二章 2016-2020年铁路运输替代行业发展分析

12.1 公路运输

12.1.1 2018年中国公路运输业发展状况

12.1.2 2019年我国公路运输业发展状况

12.1.3 2020年我国公路运输业发展状况

12.1.4 我国公路客运面临的挑战与发展对策

12.2 民航运输

12.2.1 2018年我国民用航空业运行状况

12.2.2 2019年我国民用航空业运行状况

12.2.3 2020年我国民用航空业运行状况

12.2.4 我国民航产业发展面临的挑战与对策

12.3 水路运输

12.3.1 我国水路运输发展概述

- 12.3.2 2018年我国水运行业发展概况
- 12.3.3 2019年中国水运行业发展状况
- 12.3.4 2020年我国水运行业发展状况
- 12.4 管道运输
 - 12.4.1 管道运输概述
 - 12.4.2 我国管道建设现状概述
 - 12.4.3 我国管道运输业的问题及对策
 - 12.4.4 “十三五”中国管道运输发展前景

第十三章 2016-2020年铁路运输竞争格局分析

- 13.1 铁路运输产业的竞争力分析
 - 13.1.1 产业内竞争者分析
 - 13.1.2 新入侵者的障碍
 - 13.1.3 买方的议价能力
 - 13.1.4 供应商的议价能力
 - 13.1.5 替代品的威胁
- 13.2 铁路运输与公路运输的竞争分析
 - 13.2.1 铁路运输较公路运输所具有的优势
 - 13.2.2 在公路运输的发展下铁路运输的竞争策略
 - 13.2.3 铁路客运较道路客运所具有的竞争优势
 - 13.2.4 道路客运较铁路客运所具有的竞争优势
- 13.3 铁路运输竞争面临的挑战及策略
 - 13.3.1 铁路运输企业缺乏市场竞争的表现
 - 13.3.2 铁路货运竞争面临严峻的挑战
 - 13.3.3 铁路运输品牌竞争的建立
 - 13.3.4 铁路在运输市场发展的竞争战略
 - 13.3.5 中国铁路客运市场竞争发展对策
 - 13.3.6 铁路短途客运市场竞争策略
 - 13.3.7 铁路运输企业竞争策略

第十四章 铁路运输发展前景预测

- 14.1 交通运输业的发展趋势

- 14.1.1 现代物流发展下运输业呈现的发展趋势
- 14.1.2 中国交通运输业将优先发展六大主题
- 14.1.3 “十三五”我国综合交通运输建设目标
- 14.2 铁路行业的发展前景分析
 - 14.2.1 中国铁路建设未来前景看好
 - 14.2.2 “十三五”我国铁路发展目标
 - 14.2.3 “十三五”中国铁路发展形势
 - 14.2.4 2020年我国铁路规划状况及预测
- 14.3 铁路运输业的前景趋势预测
 - 14.3.1 中国铁路运输行业发展趋势
 - 14.3.2 我国铁路货运未来前景可期
 - 14.3.3 我国铁路运输或将受煤市变化影响
 - 14.3.4 2022-2028年中国铁路运输行业预测分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202206/298792.html>