

2024-2030年中国铁路运输行业市场竞争状况及发展趋势分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国铁路运输行业市场竞争状况及发展趋向分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202110/978325.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解铁路运输行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国铁路运输行业市场竞争状况及发展趋向分析报告》（以下简称《报告》）。报告对中国铁路运输市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保铁路运输行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年铁路运输行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能铁路运输从业者抢跑转型赛道。

铁路运输是运量起点较高的、大宗长途运输主力的线上运输方式，是干线网络框架和大通道的骨干，是现代运输主要方式之一，也是构成陆上货物运输的两个基本运输方式之一。作为我国国民经济的大动脉和国家重要的基础设施，铁路在国家综合交通运输体系中占据骨干和中枢的地位，是保障国民经济正常运行的重要行业。

铁路运输由于受气候和自然条件影响较小，且运输能力及单车装载量大大，在运输的经常性和低成本性占据了优势，再加上有多种类型的车辆，使它几乎能承运任何商品，几乎可以不受重量和容积的限制，而这些都是其它运输方式所不能比拟的。

我国国土面积广阔，区域经济发展、资源分布和工业布局不均衡，长运距、大运量的大宗货物运输以及大规模的中长途旅客运输在一定时期内主要依靠铁路。同时，由于铁路具有大运量、低成本、占地少、绿色环保等特点，大力发展铁路运输符合我国国情和产业导向，铁路行业中长期还将是国家调整运输结构、降低社会物流成本、打赢蓝天保卫战的先导产业，使得我国铁路运输行业迅速发展。货运方面，2022年我国铁路总发货量为49.84亿吨，同比增长4.4%；铁路货运周转量为35945.69亿吨公里，同比增长8.1%。客运方面，由于2022年多地疫情出现反复，使得铁路客运量再度回落，2022年我国铁路客运总量为16.73亿人，同比下降35.9%；铁路客运周转量为6577.53亿人公里，同比下降31.3%。

大秦铁路股份有限公司成立于2004年，是中国国家铁路集团有限公司为实际控制人、中国铁路太原局集团有限公司控股，以煤炭等大宗货物运输和旅客运输为主营业务的综合性铁路运输企业公司是以煤炭、焦炭、非金属矿、钢材、金属矿石等货物运输和旅客运输为主营业务的区域性、综合性铁路运输企业和国有控股公司。公司拥有成熟、先进、可靠的铁路煤炭重载运输技术体系。所辖大秦线是具有世界先进水平、年运量最大的现代化专业煤炭运输线路，在国家“西煤东运”“北煤南运”能源运输体系中居于重要战略地位。据资料显示，2022年公司铁路运输业务营收为741.33亿元，同比下降3.81%，毛利率为19.85%。

政策利好行业发展。国家铁路集团发布的《新时代交通强国铁路先行规划纲要》中提出，“到2035年，全国铁路网计划达到20万公里左右，其中高铁7万公里左右。铁路基础设施规模质量、技术装备和科技创新能力、服务品质和产品供给水平达到世界领先，铁路运输安全水平、经营管理水平、现代治理能力位居世界前列”。国家铁路集团工作会议提出，未来五年乃至今后一个时期，国家铁路的中心任务是：推动铁路高质量发展，率先实现铁路现代化，勇当服务和支撑中国式现代化建设的“火车头”。到2025年，完成铁路“十四五”发展规划目标，基本建成“六个现代化体系”；到2035年，率先建成现代化铁路强国，全面服务和保障社会主义现代化强国建设，为全面推进中华民族伟大复兴提供强有力支撑。未来一段时期内，铁路行业整体将继续处于良好的发展机遇期。

数字化化趋势明显。随着信息技术的不断发展，铁路货运企业开始采用数字化技术来提高运输效率和服务质量。例如，物联网技术在我国铁路运输的应用，可以实时、准确无误地采集机车、车辆运行状态数据，如机车车次、车号、状态、位置、去向和到发时间等信息，实时追踪机车车辆和货物信息。同时，数字化技术还可以帮助铁路货运企业实现智能化调度和运输，提高运输效率和降低成本。随着我国高速铁路、客运专线建设步伐的加快，对铁路信息化水平的要求越来越高，铁路通信信息网络也正朝着数据化、宽带化、移动化和多媒体化的方向发展，为数字化技术的应用创造条件。

《2024-2030年中国铁路运输行业市场竞争状况及发展趋向分析报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是铁路运输领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

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

2.2 2019-2023年中国铁路建设及运行现状

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

3.3.1 美国铁路运输市场发展迅速

3.3.2 美国铁路运输产品的主要运输方式

3.3.3 美国铁路货物运输量回顾

3.3.4 美国铁路货运经营管理浅析

3.3.5 美国铁路货运发展战略

3.4 英国

3.4.1 英国铁路运输情况

3.4.2 英国铁路旅客运输概况

3.4.3 浅谈英国铁路集装箱运输业

3.4.4 英国三举措促进铁路运输业向好发展

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 2022年铁路运输数据分析

4.2.2 2023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 2022年铁路运输业主要指标完成情况

4.3.2 2023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 制约客运发展的问题
 - 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 铁路货运营销的实施措施
- 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 中铁特货
 - 10.4.1 公司简介
 - 10.4.2 经营状况分析
- 10.5 西部创业
 - 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

图表目录：部分

图表1：2019-2023年全国铁路总里程走势图

图表2：2019-2023年我国铁路复线率及电化率走势图

图表3：2019-2023年我国铁路路网密度走势图

图表4：美国铁路发展历程

图表5：2019-2023年英国铁路线路长度情况

图表6：2019-2023年德国铁路客运量情况

图表7：2019-2023年中国铁路旅客运输能力

图表8：2019-2023年中国铁路货物运输能力

图表9：2019-2023年中国铁路运营里程快速增长

图表10：2019-2023年中国铁路旅客运输效率

图表11：全国铁路旅客周转量

图表12：全国铁路货运总周转量

图表13：国家铁路运输工作量综合单耗、主营单耗

图表14：国家铁路化学需氧量、二氧化碳排放量

图表15：铁路货物运费的基本组成分析

图表16：铁路局客车车辆段运营成本计算表

图表17：铁路局旅客运输期间费用表

图表18：铁路物流园区货运量预测流程图

图表19：铁路运输营销信息咨询系统结构图

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978325.html>