



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2021-2026年中国中转运输行业 市场运营状况分析及投资规划建 议报告

# 一、调研说明

《2021-2026年中国中转运输行业市场运营状况分析及投资规划建议报告》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/359186.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

中转运输是商品在运输过程中由于各种原因不能一次直达目的地，由商业部门承担中转运输的单位组织再次发运的运输任务。商业部门把商品运至某一适宜地点，再进行转运，换装或分运的工作，是商业部门商品运输的有机组成部分，是联结发货或收货的重要环节。商品中转运输的必要性：(1) 因交通运输条件的限制，和商品运量多少的变化，必须将商品运至某一个地点进行中转分运。(2) 从发运地到收货地虽有直达运输工具，但由于铁路零担运价高，有的地区发运时间长，为了节约商品运输费用和加速商品发运而采取合装整车运到适当的中转地，再进行分运。(3) 交通运输部门不办理联运的地区，必须由商业部门办理中转工作。 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：

### 第一部分 中转运输行业现状

#### 第一章 中国交通运输行业发展现状

##### 第一节 2020年交通运输发展情况分析

###### 一、基础设施建设分析

###### 二、服务保障能力分析

###### 三、综合管理体制分析

###### 四、创新规划实施分析

###### 五、对外交流合作分析

##### 第二节 2020年中国交通运输行业市场分析

###### 一、2020年中国交通运输行业盈利分析

###### 二、2020年中国交通运输行业指标分析

##### 第三节 2020年中国交通运输行业供需分析

###### 一、2020年中国交通运输市场产品供需分析

###### 二、2020年中国交通运输市场供给结构分析

##### 第四节 中国交通运输行业发展存在的问题

###### 一、交通运输设施的区域布局不合理

###### 二、交通运输业的能耗高、污染严重

###### 三、较低的交通运输技术和装备水平

###### 四、各种运输方式分工不尽合理，市场竞争不规范

五、政企不分，阻碍了交通运输业的健康发展

## 第二章 中转运输市场发展概况

### 第一节 中转运输市场及产品介绍

一、中转运输的定义

二、中转运输的原则

### 第二节 2020年中转运输市场发展概况

一、各大机场航空公司发力中转运输

二、水水中转发展情况

三、海铁中转助推港口经济

四、海路铁路公路航空中转联运的比例

### 第三节 中转运输市场相关政策法规

一、中国交通运输相关政策取向

二、中国交通运输行业政策分析

三、自贸区将带动国际中转客流和物流

四、关于加快港口海铁中转联运发展若干扶持政策的意见

### 第四节 2021-2026年中转运输市场发展前景预测

一、水水中转前景

二、海铁中转联运前景

三、空铁空空中转前景

### 第五节 行业技术水平

一、交通运输技术和装备水平

二、交通运输行业的管理技术水平

三、信息网络互通互联技术水平

### 第六节 市场推广在中转运输行业的重要性

一、我国航空中转市场营销的重要性

二、我国铁路中转市场推广的重要性

### 第七节 营销渠道建设是中转运输市场竞争的关键

## 第三章 中转运输市场容量/市场规模分析

### 第一节 2016-2020年中转运输市场容量/市场规模统计

一、航空运输中转运输市场规模

二、水运中转运输市场规模

三、海陆空之间中转运输市场比例

## 四、陆运中转运输市场规模

### 第二节中转运输下游应用市场结构

### 第三节影响中转运输市场容量/市场规模增长的因素

#### 一、中转运输产生的原因

#### 二、市场规模增长的原因

### 第四节2021-2026年我国中转运输市场容量/市场规模预测

#### 一、航空中转运输市场规模预测

#### 二、水运中转运输市场规模预测

#### 三、其它中转运输市场规模预测

## 第二部分 中转运输市场推广及营销策略

### 第四章 中转运输市场推广策略研究

#### 第一节 中转运输行业新品推广模式研究

##### 一、开展中转运输产品推介会

##### 二、其它推广模式

#### 第二节中转运输市场终端产品发布特点

##### 一、中转站货量大，覆盖范围广

##### 二、需要多方合作

#### 第三节中转运输市场中间商、代理商参与机制

##### 一、代理商制度

##### 二、个人代理

##### 三、双方代理

##### 四、类型

#### 第四节中转运输市场网络推广策略研究

#### 第五节中转运输市场广告宣传策略

##### 一、内部定位策略

##### 二、外部定位策略

#### 第六节中转运输市场推广与配套供货渠道建立

#### 第七节中转运输新产品推广常见问题

##### 一、中国港口中转运输问题

##### 二、中转运输市场推广其他问题

#### 第八节直销模式在中转运输推广过程中的应用

##### 一、直销的定义

## 二、直销和传统销售的区别

## 三、直销模式在中转运输推广中的应用

## 第九节国外中转运输市场推广经验

## 第五章 中转运输盈利模式研究

### 第一节 中转运输市场盈利模式的分类

#### 一、盈利模式的构成要素

#### 二、盈利模式分类

#### 三、盈利模式构建

### 第二节 中转运输企业的盈利模式研究

#### 一、中转运输服务延伸模式

#### 二、行业中转运输服务模式

#### 三、项目中转运输服务模式

#### 四、定制式中转运输服务模式

#### 五、中转运输咨询服务模式

#### 六、中转运输管理输出模式

#### 七、中转运输连锁经营模式

#### 八、中转运输战略联盟模式

### 第三节 中转运输经销代理商盈利模式研究

#### 一、单一的产品代理盈利模式

#### 二、上下游延伸的盈利模式

### 第四节 盈利模式对市场推广策略选择的影响

#### 一、完善企业营销组织

#### 二、健全中转运输企业营销网络

#### 三、调整中转运输产品结构策略，加强产品创新

#### 四、注重创立品牌

### 第五节 独立经销网络盈利模式改进研究

#### 一、构建企业赚钱的核心内容

#### 二、构建在运营中可以赚钱的核心内容

### 第六节 第三方经销网络优化管理研究

#### 一、与供应链上的各个企业做好信息共享工作

#### 二、与第四方物流企业紧密合作，加强对物流系统解决方案的规划和整合

#### 三、积极寻求资源整合和系统优化

## 第六章 中转运输营销渠道建立策略

### 第一节 中转运输市场营销渠道结构

#### 一、主力型渠道

#### 二、紧凑型渠道

#### 三、伙伴型渠道

#### 四、松散型渠道

### 第二节 中转运输市场伙伴型渠道研究

### 第三节 中转运输市场直接分销渠道与间接分销渠道管理

#### 一、直接分销渠道

#### 二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）

### 第四节 大客户直供销售渠道建立策略

### 第五节 网络经销渠道优化

#### 一、优化目标

#### 二、优化原则

#### 三、优化思路

#### 四、优化方案

##### 1、企业网站优化方案

##### 2、SEO优化方案

##### 3、B2B平台优化方案

#### 五、优化预期

#### 六、保障措施

### 第六节 渠道经销管理问题

#### 一、销售渠道管理缺乏效率

#### 二、专业化渠道企业发展缺乏稳定性

#### 三、企业过分依赖中间商

#### 四、渠道冲突严重

## 第七章 中转运输市场客户群研究与渠道匹配分析

### 第一节 中转运输主要客户群消费特征分析

### 第二节 大客户经销渠道构建问题研究

#### 一、大客户综述

#### 二、谁是你的大客户--找准你的大客户

#### 三、攻--寻找大客户的突破点

四、守--如何牢牢守住你的客户

五、防--怎样打好你最后的攻坚战

六、修身--完美做人做事

第三节网络客户渠道化发展建议

一、选择自营渠道模式或分销商渠道模式

二、选择渠道逆向模式

三、渠道“精营”

第四节渠道经销商维护策略研究

一、渠道维护的几个维度

二、渠道维护的三个原则

三、渠道维护的策略与技巧探讨

第五节中转运输市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向

一、客户群消费趋势

二、渠道发展方向

第八章 重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例

第一节 上海外高桥集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节中储发展股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节中铁铁龙集装箱物流股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节中外运空运发展股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节江苏连云港港口股份有限公司



一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

#### 第六节广西交通投资集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

#### 第七节芜湖港储运股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

#### 第八节张家港保税科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

#### 第九节中海集装箱运输上海有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

#### 第十节长发集团长江投资实业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

### 第三部分 中转运输行业投资战略

## 第九章 2021-2026年中转运输行业投资环境分析

### 第一节 中转运输行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

### 第二节 中转运输行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

- 1、国民经济运行情况GDP
- 2、消费价格指数CPI、PPI
- 3、全国居民收入情况
- 4、恩格尔系数
- 5、工业发展形势
- 6、固定资产投资情况
- 7、社会消费品零售总额
- 8、对外贸易&进出口

### 三、产业宏观经济环境分析

#### 第三节中转运输行业社会环境分析

##### 一、中转运输产业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、中国城镇化率

##### 二、中转运输产业发展对社会发展的影响

#### 第十章 2021-2026年中转运输行业投资机会与风险

##### 第一节 政策风险及防范

##### 第二节 供求风险及防范

##### 第三节 宏观经济波动风险及防范

##### 第四节 关联产业风险及防范

##### 第五节 其他风险及防范

- 一、汇率变动风险
- 二、利率调整风险
- 三、财务风险
- 四、管理风险

#### 第十一章 中转运输行业投资战略研究

##### 第一节 中转运输行业发展战略研究

- 一、战略综合规划（AK HT）
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节对我国中转运输品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、中转运输实施品牌战略的意义

三、中转运输企业品牌的现状分析

四、我国中转运输企业的品牌战略

五、中转运输品牌战略管理的策略

图表目录：

图表：2020年中国客货运量统计分析

图表：2016-2020年中国交通运输行业市场规模情况

图表：2016-2020年中国交通运输行业市场需求量情况

图表：<国务院关于促进民航业发展的若干意见>的主要内容

图表：<云南省人民政府关于贯彻国务院加快长江等内河水运发展意见的实施意见>的主要内容

图表：重大节假日免收小型客车通行费的实施方案

图表：2020年我国航空中转运输市场规模

图表：2020年我国水运中转运输市场规模

图表：2020年我国水运中转运输市场规模

图表：2021-2026年我国航空中转运输市场规模预测

图表：2021-2026年我国水运中转运输市场规模预测

图表：企业网站栏目

图表：网络营销渠道优化实施保障组织结构

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/359186.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](http://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。