



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国公路运输行业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国公路运输行业市场分析及发展趋势研究报告》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/40862.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

我国公路交通“十一五”发展规划重点：以国家高速公路网为载体，加快以国家公路运输枢纽为龙头的运输站场建设，基本形成快速客货运输网络，基本实现400公里至500公里以内当日往返，800公里至1000公里以内当日到达。加快高速公路长途客运网络化、中途客运直达化、短途客运公交化、出租汽车客运规范化进程。高速公路客运运力全部为高级客车，其他城际客运运力为中级以上客车。到2010年，营运货车达到700万辆，力争重型货车、专用车辆、厢式货车的比例分别达到30%、30%和20%；营运客车达到220万辆，其中大中型客车总量90万辆，高级客车所占比重达到25%以上，中级客车所占比重达到50%以上。

2008年1季度，全国公路运输完成客运量、旅客周转量分别为53.7亿人和3094.1亿人公里，同比分别增长4.0%和7.0%，增速比2007年同期分别回落7.5个和3.3个百分点。公路客运量和旅客周转量占全社会旅客运输量的比重分别为92.0%和51.2%，比2007年同期分别下降0.2个和1.2个百分点。广东、山东、海南的公路客运量增量较大，占全国公路客运量增量的72.7%，浙江、福建、江西、湖南、贵州等省份受雨雪冰冻天气影响，公路客运量出现不同程度回落，分别同比减少4.0%、23.8%、3.2%、21.6%和4.3%。全国水路运输完成客运量、旅客周转量分别为5329万人和16.4亿人公里，同比分别减少4.1%和3.1%。上海、四川等省份的水路客运量出现下降，分别同比减少7.8%和6.3%。

2008年1季度，全国公路运输完成货运量和货物周转量分别为40.5亿吨和2860.8亿吨公里，分别比2007年同期增长10.7%和12.7%，增速同比回落0.5个和2.6个百分点。公路货运量、货物周转量占全社会货物运输量的比重分别为73.2%和11.6%，分别比2007年同期下降0.1个和提高0.3个百分点。山东、内蒙古、江苏、河南、四川的货运量增量，占全国公路货运量增量的52.6%，山东、广东、内蒙古、河南、河北的货物周转量增量，占全国公路货物周转量增量的55.0%。

本研究咨询报告在公路运输相关企业进行实地调查的基础上，结合国家统计局、国家交通运输部、国家商务部、中国交通运输协会、中国道路交通安全协会、中国公路建设行业协会、中国仓储协会、中国公路学会、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志提供的基础信息以及公路运输专业研究单位公布的大量资料，对国外公路运输行业发展状况，我国公路运输行业目前的竞争状况、成长性，发展趋势、行业内各子市场、行业重点地区、主要企业的发

展状况，中国公路运输行业所面临的机遇与冲击等进行了分析。报告重点探寻了公路运输行业的融资策略，以及企业应当采取的发展措施，综合了城市公交、出租车、高速客运、旅游客运、公路快运、物流等重要板块的内容，并对国家规范公路运输行业竞争秩序和产业结构调整的相关政策进行了介绍，是公路客运、货运以及物流企业准确了解目前公路运输行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的专业性报告。

【 目录 】

第一部分 国内外行业发展概况

第一章 公路运输行业定义 1

第一节 行业定义与分类 1

一、行业定义 1

二、行业特点 5

三、行业分类 6

四、组织和经营 8

五、行业发展简况 9

第二节 行业相关概念 9

一、公路运输市场 9

二、公路运输市场预测 10

三、行业比较优势分析 11

四、公路运输经济 14

五、公路运输规章 15

六、公路运输地理 18

七、运输质量 18

第二章 世界公路运输发展状况 20

第一节 世界公路运输发展现状 20

一、发达国家公路资金的来源及筹措方法 20

二、国外公交发展一览 21

三、道路运输对全球化经济的作用 25

第二节 美国公路运输发展现状	26
一、美国道路运输管制发展阶段分析	26
二、美国的公路运输概况	27
三、美国加拿大道路运输现状	29
四、美国汽车租赁业务发展状况	32
第三节 欧盟公路运输发展现状	34
一、欧盟公路运输发展战略	34
二、欧盟公路运输市场改革策略	38
三、欧盟能源与运输发展战略	39
第四节 日本公路运输发展现状	42
一、日本公路建设体制状况	42
二、日本道路运输管理机构	47
三、日本道路货物运输企业向物流转变分析	48
第五节 其他国家公路运输发展现状	53
一、西非地区	53
二、英国	53
第三章 我国公路建设状况	57
第一节 我国公路建设发展现状	57
一、中国五纵七横公路网发展概况	57
二、我国公路建设发展现状	64
三、我国公路建设成就与问题分析	65
四、我国公路交通工程设施的现状	69
第二节 自然灾害对公路建设影响分析	73
一、暴雨对江西公路影响情况	73
二、地震对陕西公路影响分析	73
三、甘肃高等级公路保障抗震救灾情况	74
四、四川重灾区乡镇公路维修现状	74
五、灾区国省干道重建目标	75
六、震后和汛期公路水运工程质量安全政策	77
七、灾区公路恢复重建初步规划	79
八、地震导致我国道路损失情况	81

第三节 我国公路建设发展趋势	82
一、我国公路建设发展目标	82
二、2010年全国高速公路通车里程预测	83
三、中国高速公路未来发展趋势	83
四、2010年广东高速公路发展规划	84
五、2010年四川高速公路发展趋势	84

第二部分 相关行业发展分析

第四章 相关行业发展分析	87
第一节 汽车行业发展现状分析	87
一、我国汽车行业发展状况	87
二、2008年1-4月我国汽车产销情况	89
三、2007-2008年汽车进出口情况	92
四、2007-2008年汽车消费者网上调查	103
第二节 客车行业发展现状分析	141
一、客车行业转型期分析	141
二、中大旅游客车细分市场状况	144
三、2008年1-4月客车产销情况	145
四、2008年客车行业集中度发展趋势	146
第三节 地区客运站建设分析	148
一、天津	148
二、山西	149
三、安徽	149
四、山东	150
五、上海	151

第三部分 行业发展状况分析

第五章 我国公路运输行业现状	153
第一节 2008年1季度我国交通经济运行情况	153
一、2008年1季度全国交通经济运行情况	153
二、2008年1季度广西交通经济运行情况	157
三、2008年1季度河北交通经济运行情况	160

四、2008年1季度天津交通经济运行情况	162
五、2008年1季度四川交通经济运行情况	167
六、2008年1季度广东交通经济运行情况	171
第二节 公路运输发展现状	174
一、2007年我国运输能力状况	174
二、我国交通基础设施建设发展机遇分析	174
三、2008年政府交通运输信息公开状况	176
四、交通运输政务公开规划	176
五、2008年我国交通运输业发展转变分析	177
第三节 公路运输政策及规划	178
一、道路运输业政府规划分析	178
二、道路运输体系建设	186
三、公路交通“十一五”发展规划重点	190
四、公路水路交通“十一五”发展规划	192
五、“十一五”我国物流规划思路	193
六、关于促进道路运输业发展意见	195
七、交通运输部“三定”方案制定情况	202
八、高速公路交通管理办法	202
九、道路交通事故处理办法	208
十、全国公路主枢纽布局规划	217
第六章 公路运输市场发展分析	220
第一节 客运市场发展分析	220
一、我国客运市场供求关系分析	220
二、中国客运市场层次需求论	220
三、客运市场用车调查	223
四、武汉市公路客运市场发展状况	224
第二节 货运市场分析	230
一、道路货运市场发展概况	230
二、道路货运业技术经济特性	231
三、道路货运市场结构特点	232
四、管制对道路货运市场影响分析	233

五、道路货运市场管制发展前景	236
第三节 汽车租赁市场分析	239
一、出租汽车行业运价调整状况	239
二、2008年深圳汽车租赁动向	246
三、汽车租赁发展趋势	246
四、北京汽车租赁管理模式研究分析	247
第四节 物流配送市场分析	248
一、中国物流与配送发展经济环境分析	248
二、中国物流配送业发展状况	251
三、中国奥运物流发展分析	252
四、2008年我国农村物流现代化情况	261

第四部分 行业竞争分析

第七章 公路运输行业竞争分析	265
第一节 公路运输行业竞争概况	265
一、公路客运与铁路客运的竞争及策略	265
二、铁路与公路运输竞争分析	272
三、道路运输企业的竞争与合作	274
四、道路运输企业竞争及其管理模式分析	280
五、公路客运企业品牌运营分析	284
六、道路运输企业竞争现状	289
第二节 区域竞争动态	291
一、江苏省公路运输现状及发展策略	291
二、广东省道路运输业发展战略	296
三、宁波市开放道路货运市场情况	304
四、2008年深圳公路货运市场发展状况	305

第八章 重点公路运输企业分析

309

第一节 中国远洋物流有限公司	309
一、企业简介	309
二、2008年发展动态	309
三、公司海外业务发展情况	310

第二节 山东省交通运输集团	310
一、企业简介	310
二、2008年发展动态	312
三、2008年集团发展旅游业情况	313
第三节 上海巴士实业(集团)股份有限公司	313
一、公司概况	313
二、2008年发展动态	317
三、2007-2008年财务分析	318
第四节 北京巴士股份有限公司	325
一、公司概况	325
二、公司业务发展分析	326
三、2008年公司动态	335
第五节 大众交通(集团)股份有限公司	336
一、公司概况	336
二、2008年发展动态	336
三、2007-2008年财务分析	337
第六节 江西长运股份有限公司	341
一、企业简介	341
二、2007-2008年财务分析	343
三、2008年发展动态	347
第七节 强生控股股份有限公司	348
一、企业简介	348
二、2008年发展动态	348
三、2007-2008年财务分析	355
第八节 上海海博股份有限公司	359
一、企业简介	359
二、2008年公司动态	360
三、2007-2008年财务分析	361
第九节 上海锦江国际实业投资股份有限公司	365
一、企业简介	365
二、2008年发展动态	366
三、2007-2008年财务分析	366

第十节 辽宁虎跃快速汽车客运股份有限公司 371

一、企业简介 371

二、业务体系 373

三、2008年发展动态 374

第五部分 发展策略与趋势分析

第九章 我国公路运输发展策略和趋势 375

第一节 公路运输行业发展策略 375

一、道路货运市场网络化发展模式 375

二、公路运输业融入物流策略 384

三、客运市场服务新模式 394

四、我国道路运输发展的政府策略 397

第二节 公路运输业融资策略 405

一、我国公路建设资金供求现状 405

二、公路建设面临的融资环境 406

三、公路建设融资策略 408

四、运输业融资模式分析 411

第三节 公路运输业发展趋势 414

一、公路物流发展趋势 414

二、我国公路运输发展趋势 418

三、我国交通运输业发展趋势 420

四、我国汽车物流运输业的发展趋势 421

图表目录

图表：汽车运输企业的主要生产类型 6

图表：各种运输方式对比分析 12

图表：日本公路建设与管理体制示意图 43

图表：2007年1-12月牵引车、拖拉机进口统计 92

图表：2007年1-12月牵引车、拖拉机出口统计 92

图表：2007年1-12月客运机动车辆进口统计 92

图表：2007年1-12月客运机动车辆出口统计 92

图表：2007年1-12月主要载人的机动车辆进口统计 93

图表：2007年1-12月主要载人的机动车辆出口统计	93
图表：2007年1-12月货运机动车辆进口统计	93
图表：2007年1-12月货运机动车辆出口统计	93
图表：2007年1-12月特殊用途的机动车辆进口统计	93
图表：2007年1-12月特殊用途的机动车辆出口统计	94
图表：2007年1-12月装有发动机的机动车辆底盘进口统计	94
图表：2007年1-12月装有发动机的机动车辆底盘出口统计	94
图表：2007年1-12月摩托车及装有辅助发动机的脚踏车进口统计	94
图表：2007年1-12月摩托车及装有辅助发动机的脚踏车出口统计	94
图表：2008年1月牵引车、拖拉机进口统计	95
图表：2008年2月牵引车、拖拉机进口统计	95
图表：2008年3月牵引车、拖拉机进口统计	95
图表：2008年1月牵引车、拖拉机出口统计	95
图表：2008年2月牵引车、拖拉机出口统计	95
图表：2008年3月牵引车、拖拉机出口统计	96
图表：2008年1月客运机动车辆进口统计	96
图表：2008年2月客运机动车辆进口统计	96
图表：2008年3月客运机动车辆进口统计	96
图表：2008年1月客运机动车辆出口统计	96
图表：2008年2月客运机动车辆出口统计	97
图表：2008年3月客运机动车辆出口统计	97
图表：2008年1月主要载人的机动车辆进口统计	97
图表：2008年2月主要载人的机动车辆进口统计	97
图表：2008年3月主要载人的机动车辆进口统计	97
图表：2008年1月主要载人的机动车辆出口统计	98
图表：2008年2月主要载人的机动车辆出口统计	98
图表：2008年3月主要载人的机动车辆出口统计	98
图表：2008年1月货运机动车辆进口统计	98
图表：2008年2月货运机动车辆进口统计	98
图表：2008年3月货运机动车辆进口统计	99
图表：2008年1月货运机动车辆出口统计	99
图表：2008年2月货运机动车辆出口统计	99

图表：2008年3月货运机动车辆出口统计	99
图表：2008年1月特殊用途的机动车辆进口统计	99
图表：2008年2月特殊用途的机动车辆进口统计	100
图表：2008年3月特殊用途的机动车辆进口统计	100
图表：2008年1月特殊用途的机动车辆出口统计	100
图表：2008年2月特殊用途的机动车辆出口统计	100
图表：2008年3月特殊用途的机动车辆出口统计	100
图表：2008年1月装有发动机的机动车辆底盘进口统计	101
图表：2008年2月装有发动机的机动车辆底盘进口统计	101
图表：2008年3月装有发动机的机动车辆底盘进口统计	101
图表：2008年1月装有发动机的机动车辆底盘出口统计	101
图表：2008年2月装有发动机的机动车辆底盘出口统计	101
图表：2008年3月装有发动机的机动车辆底盘出口统计	102
图表：2008年1月摩托车及装有辅助发动机的脚踏车进口统计	102
图表：2008年2月摩托车及装有辅助发动机的脚踏车进口统计	102
图表：2008年3月摩托车及装有辅助发动机的脚踏车进口统计	102
图表：2008年1月摩托车及装有辅助发动机的脚踏车出口统计	102
图表：2008年2月摩托车及装有辅助发动机的脚踏车出口统计	103
图表：2008年3月摩托车及装有辅助发动机的脚踏车出口统计	103
图表：2007-2008年3月汽车行业指数	104
图表：2003-2007年乘用车表现对比	104
图表：2008年1季度汽车厂商关注排行TOP10	105
图表：2008年上市新车关注排行TOP10	106
图表：2007年4季度至2008年1季度网民关注汽车产地属性	107
图表：2008年1季度网民关注的汽车类型TOP10	108
图表：2008年1季度网民关注的汽车行业信息TOP10	109
图表：2008年1季度网民关注的汽车信息TOP8	110
图表：2008年1季度网民关注的汽车资讯网站TOP8	111
图表：2008年1季度汽车网关注的兴趣点	112
图表：2008年1季度汽车网对百度频道的偏好	113
图表：2008年1季度网民关注的汽车类型	113
图表：2008年1季度网民关注的车系综合TOP10	114

图表：2008年1季度微型车品牌关注排行榜TOP10（1）	115
图表：2008年1季度微型车品牌关注排行榜TOP10（2）	115
图表：2008年1季度微型车网民关注的其他车型	116
图表：2008年1季度微型车网民地区分布	117
图表：2008年1季度微型车TOP10品牌网民地区分布	118
图表：2008年1季度微型车TOP10品牌网民北京、上海、广州地区分布	119
图表：2008年1季度小型车网民关注的其他车型	119
图表：2008年1季度小型车TOP10品牌网民北京、上海、广州地区分布	120
图表：2008年1季度紧凑型汽车品牌关注排行TOP10（1）	121
图表：2008年1季度紧凑型汽车品牌关注排行TOP（2）	121
图表：2008年1季度紧凑型车网民关注的其他车型	122
图表：2008年1季度紧凑型车网民地区分布	122
图表：2008年1季度中型车品牌关注排行榜TOP10	123
图表：2008年1季度中型车网民关注的其他汽车类型	124
图表：2008年1季度大中型车品牌关注排行TOP7	124
图表：2008年1季度豪华车品牌关注排行TOP5	125
图表：2008年1季度MOV汽车品牌关注排行TOP10（1）	126
图表：2008年1季度MOV汽车品牌关注排行TOP10（2）	126
图表：2008年1季度网民关注SUV汽车品牌关注排行TOP10（1）	127
图表：2008年1季度网民关注SUV汽车品牌关注排行TOP10（2）	127
图表：2008年1季度SUV网民关注的其他汽车类型	128
图表：2008年1季度SUV车网民地区分布	129
图表：汽车厂商品牌与车型的相关性	129
图表：汽车厂商关注网民的兴趣偏好	130
图表：汽车厂商品牌与媒体活动的相关性	130
图表：百度频道网民对汽车厂商品牌的偏好	130
图表：汽车车系品牌网络竞争分析	131
图表：车系品牌的相对独立性	131
图表：汽车车系与车型的相关性	132
图表：网民关注的其他车系价格范围	132
图表：A00级车系性能评测示意图	133
图表：A00级车系性能评测表	133

图表：A级车（包括A0及A级）系性能评测示意图	133
图表：A级车（包括A0及A级）系性能评测表	134
图表：B级车系性能评测示意图	134
图表：B级车系性能评测表	135
图表：C级车系性能评测示意图	135
图表：C级车系性能评测表	136
图表：汽车车系与媒体活动的相关性	136
图表：十大网民关注汽车配件	137
图表：十大网民关注购车要素	138
图表：网民购车关注因素	138
图表：汽车型号关注网民的消费偏好	140
图表：2008年一季度公路客运量及同比增速	153
图表：2008年一季度公路货运量及同比增速	154
图表：2006-2008年1季度广东省交通基础设施建设完成情况比较	171
图表：2008年1季度广东省运输生产完成情况	174
图表：交通工具五大因素优势排序	266
图表：各旅客群体对五大因素的取向排序	267
图表：上海巴士实业（集团）股份有限公司组织结构	314
图表：2007年4季度上海巴士实业股份有限公司主营构成	318
图表：2007年4季度上海巴士实业股份有限公司人员构成	319
图表：2007-2008年上海巴士实业股份有限公司资本结构	320
图表：2007-2008年上海巴士实业股份有限公司获利能力分析	320
图表：2007-2008年上海巴士实业股份有限公司经营效率分析	321
图表：2007-2008年上海巴士实业股份有限公司偿债能力分析	321
图表：2007-2008年上海巴士实业股份有限公司投资收益分析	322
图表：2007-2008年上海巴士实业股份有限公司发展能力分析	322
图表：2007-2008年上海巴士实业股份有限公司现金流量分析	323
图表：2007-2008年上海巴士实业股份有限公司主营业务收入	323
图表：2007-2008年上海巴士实业股份有限公司主营业务利润	323
图表：2007-2008年上海巴士实业股份有限公司营业利润	324
图表：2007-2008年上海巴士实业股份有限公司利润总额	324
图表：2007-2008年上海巴士实业股份有限公司净利润	324

图表：北京巴士资产置换前组织结构图	327
图表：北京巴士资产置换后组织结构图	328
图表：北京、上海公交车广告发布费用对比	331
图表：北京、上海公交车广告制作还原费用对比	332
图表：2005-2009年北京巴士股份分项业务及预测	334
图表：2006-2008年北京巴士股份主要财务指标及预测	334
图表：2007年4季度大众交通（集团）股份有限公司主营构成	337
图表：2007年4季度大众交通（集团）股份有限公司人员构成	337
图表：2007-2008年大众交通（集团）股份有限公司投资收益分析	338
图表：2007-2008年大众交通（集团）股份有限公司资本结构	338
图表：2007-2008年大众交通（集团）股份有限公司获利能力分析	338
图表：2007-2008年大众交通（集团）股份有限公司经营能力分析	339
图表：2007-2008年大众交通（集团）股份有限公司偿债能力分析	339
图表：2007-2008年大众交通（集团）股份有限公司发展能力分析	339
图表：2007-2008年大众交通（集团）股份有限公司现金流量分析	339
图表：2007-2008年大众交通（集团）股份有限公司主营业务收入	340
图表：2007-2008年大众交通（集团）股份有限公司主营业务利润	340
图表：2007-2008年大众交通（集团）股份有限公司营业利润	340
图表：2007-2008年大众交通（集团）股份有限公司利润总额	341
图表：2007-2008年大众交通（集团）股份有限公司净利润	341
图表：2007年4季度江西长运股份有限公司主营构成	343
图表：2007年4季度江西长运股份有限公司人员构成	343
图表：2007-2008年江西长运股份有限公司投资收益分析	343
图表：2007-2008年江西长运股份有限公司资本结构	344
图表：2007-2008年江西长运股份有限公司获利能力分析	344
图表：2007-2008年江西长运股份有限公司经营能力分析	344
图表：2007-2008年江西长运股份有限公司偿债能力分析	344
图表：2007-2008年江西长运股份有限公司发展能力分析	345
图表：2007-2008年江西长运股份有限公司现金流量分析	345
图表：2007-2008年江西长运股份有限公司主营业务收入	345
图表：2007-2008年江西长运股份有限公司主营业务利润	346
图表：2007-2008年江西长运股份有限公司营业利润	346

图表：2007-2008年江西长运股份有限公司利润总额	346
图表：2007-2008年江西长运股份有限公司净利润	347
图表：强生集团公司股权结构	348
图表：2007年4季度强生控股股份有限公司主营构成	355
图表：2007年4季度强生控股股份有限公司人员构成	355
图表：2007-2008年强生控股股份有限公司投资收益分析	355
图表：2007-2008年强生控股股份有限公司资本结构	356
图表：2007-2008年强生控股股份有限公司获利能力分析	356
图表：2007-2008年强生控股股份有限公司经营能力分析	356
图表：2007-2008年强生控股股份有限公司偿债能力分析	356
图表：2007-2008年强生控股股份有限公司发展能力分析	357
图表：2007-2008年强生控股股份有限公司现金流量分析	357
图表：2007-2008年强生控股股份有限公司主营业务收入	357
图表：2007-2008年强生控股股份有限公司主营业务利润	358
图表：2007-2008年强生控股股份有限公司营业利润	358
图表：2007-2008年强生控股股份有限公司利润总额	358
图表：2007-2008年强生控股股份有限公司净利润	359
图表：2007年4季度上海海博股份有限公司主营构成	361
图表：2007年4季度上海海博股份有限公司人员构成	361
图表：2007-2008年上海海博股份有限公司投资收益分析	361
图表：2007-2008年上海海博股份有限公司资本结构	362
图表：2007-2008年上海海博股份有限公司获利能力分析	362
图表：2007-2008年上海海博股份有限公司经营能力分析	362
图表：2007-2008年上海海博股份有限公司偿债能力分析	363
图表：2007-2008年上海海博股份有限公司发展能力分析	363
图表：2007-2008年上海海博股份有限公司现金流量分析	363
图表：2007-2008年上海海博股份有限公司主营业务收入	363
图表：2007-2008年上海海博股份有限公司主营业务利润	364
图表：2007-2008年上海海博股份有限公司营业利润	364
图表：2007-2008年上海海博股份有限公司利润总额	365
图表：2007-2008年上海海博股份有限公司净利润	365
图表：2007年4季度上海锦江国际实业投资股份有限公司主营构成	366

图表：2007年4季度上海锦江国际实业投资股份有限公司人员构成	367
图表：2007-2008年上海锦江国际实业投资股份有限公司投资收益分析	367
图表：2007-2008年上海锦江国际实业投资股份有限公司资本结构	368
图表：2007-2008年上海锦江国际实业投资股份有限公司获利能力分析	368
图表：2007-2008年上海锦江国际实业投资股份有限公司经营能力分析	368
图表：2007-2008年上海锦江国际实业投资股份有限公司偿债能力分析	368
图表：2007-2008年上海锦江国际实业投资股份有限公司发展能力分析	369
图表：2007-2008年上海锦江国际实业投资股份有限公司现金流量分析	369
图表：2007-2008年上海锦江国际实业投资股份有限公司主营业务收入	369
图表：2007-2008年上海锦江国际实业投资股份有限公司主营业务利润	370
图表：2007-2008年上海锦江国际实业投资股份有限公司营业利润	370
图表：2007-2008年上海锦江国际实业投资股份有限公司利润总额	370
图表：2007-2008年上海锦江国际实业投资股份有限公司净利润	371
图表：辽宁虎跃公司组织机构	372
图表：道路货物运输网络的构成	376
图表：理论上道路货运市场网络关系图	378
图表：现实中的道路货运市场网络关系图	378
图表：货运节点网络化的过程图	378
图表：货运代理发展初期的运营模式	381
图表：基于货代的货运市场网络化运做模式	381
图表：基于企业关系的货运市场网络	382
图表：道路货运信息平台的构成	384

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40862.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。