



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2005年中国公路运输发展分析

# 一、调研说明

《2005年中国公路运输发展分析》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/40959.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

【描述】 公路运输现已成为5种主要运输方式中完成运输量最多，实现营业收入最高的一种运输方式。2004年全国公路运输完成客运量162.9亿人，旅客周转量8719.2亿人公里，分别比2003年同期增长11.2%和13.5%；2004年全国公路运输完成货运量121.4亿吨，货物周转量7621.3亿吨公里，分别比去年同期增长9.9%和11.4%，高于往年的增长水平。公路客运量、旅客周转量在综合运输体系中所占比重分别为91.7%和53.6%；公路货运量、货物周转量在综合运输体系中所占比重分别为74.3%和11.8%。2004年底，全国公路总里程达到187.07万公里，比上年末增加6.08万公里。西方发达国家公路运输行业经过几十年的发展取得了很高的成就，在公路运输市场结构及管理体系上有很多值得我国借鉴的地方。不仅如此，发达国家公路运输行业的信息化建设，集约化经营模式，与其他运输方式的联运，以及运输组织和管理方法都值得我国去学习。我们选择了五家国内外公路运输类公司的财务数据进行分析。这五家公司中，三家为国内上市公司：巴士股份，大众交通和江西长运，分别代表着公共交通，出租车，以及综合公路运输三个类别，以及国内外最成功的两家物流企业：海尔物流和联邦快递。从对这几家企业的分析可以勾画出国内公路运输企业的发展历史，发展概况的大体轮廓，从而进一步了解国内其他运输企业的现状。影响公路运输行业的主要因素有国民经济的发展形势、国家公路基础设施建设规划和公路运输市场的政策导向等。我们用回归分析方法，在合理发展速度的前提下结合影响因素，对公路运输行业今后几年的发展进行了预测。由于我国高速公路总里程数的增加，高速公路客运，长途客运将有大幅度发展空间。金融机构应重点关注此类企业。物流服务代表了公路货物运输业的未来，金融机构也应予以关注，可选取一些成熟的物流企业作为自己的目标客户。

### 第一部分 公路运输业环境分析

#### 第一章 公路运输行业概况

##### 第一节 公路运输行业的界定和细分

##### 第二节 公路运输行业产业特征分析

###### 一、公路运输行业经济技术特征分析

###### 二、公路运输行业存在问题分析

##### 第三节 公路运输行业在国民经济中的重要性分析 第二章2004年我国公路运输行业回顾

##### 第一节 2004年公路运输行业基础条件和基本统计

###### 一、公路运输基本情况

###### 二、公路运输量统计

###### 三、公路运输车辆结构

#### 四、公路运输在综合运输体系的地位

#### 第二节 2004年我国公路运输业成效分析

##### 一、运输体系建设成效

##### 二、基础设施建设进度

##### 三、公路交通规划情况

##### 四、公路安全工作情况

##### 五、公路立法工作成果

#### 第三节 2004年我国公路运输行业基本情况

##### 一、2004年公路旅客运输量

##### 二、2004年公路货物运输量

#### 第四节 我国公路运输行业存在的问题

#### 第五节 2005年交通运输发展预测

##### 一、铁路

##### 二、公路

##### 三、水运

##### 四、民航

##### 五、2005年主要运输方式生产预期值 第三章 2005年我国公路运输政策发展环境

#### 第一节 公路运输行业管理体系分析

#### 第二节 基础设施规划政策

#### 第三节 车辆结构调整政策

##### 一、加快道路运输车辆车型和技术结构调整。

##### 二、强化危险货物运输车辆管理。

##### 三、强化道路运输车辆装备及附加装置管理措施

#### 第四节 公路运输行业关于引入外资的政策

#### 第五节 道路运输价格政策

##### 一、道路运输价格政策发展概述

##### 二、当前公路运输价格形成机制存在的主要问题

##### 三、公路运输现行价格政策分析

##### 四、完善我国公路运价形成机制的政策走向

#### 第六节 我国公路物流发展趋势及对策

##### 一、我国公路物流发展趋势

##### 二、我国公路物流发展措施 第四章 我国公路运输行业政策趋势分析

## 第一节 外资管理政策

## 第二节 市场秩序整顿措施及影响分析

### 一、公路运输市场秩序现状分析

### 二、公路运输市场秩序调整的政策趋向

## 第三节 “费改税”对公路运输企业的影响

### 一、公路规费改革的主要内容

### 二、开征燃油税的具体内容

### 三、“费改税”对公路运输行业的影响 第五章 国际公路运输行业发展趋势及特点

## 第一节 国际公路运输业发展趋势

### 一、重视高速公路建设，严格交通管理

### 二、建立全新的道路交通运输系统

## 第二节 国外公路运输业发展特点分析 第二部分 2005年我国公路运输规模和结构

## 第六章 我国公路运输市场需求预测

## 第一节 公路客运市场2005年需求预测

### 一、公路客运量预测

### 二、公路旅客运输周转量预测

### 三、公路旅客运输平均运距预测

## 第二节 公路货运市场2005年需求预测

### 一、公路货运量预测

### 二、公路货物运输周转量预测

### 三、公路货物运输平均运距预测 第七章 2005年我国公路运输行业子行业分析

## 第一节 高速公路2005年发展分析

### 一、2004年高速公路客运分析

### 二、推动车流量快速增长三大因素分析

### 三、上市公司绩效及重点企业经营评析

### 四、高速公路前景分析

## 第二节 出租车客运2005年发展分析

## 第三节 公共交通体系2005年发展分析

### 一、深圳公交改革分析

### 二、上海公交发展分析

### 三、对我国公共交通体系的分析

### 四、我国公交的发展思路

#### 第四节 运输业物流2005年发展分析

##### 一、我国物流企业的分类

##### 二、我国物流业的现状

##### 三、我国物流业发展的障碍 第八章 我国公路运输行业重点地区分析

#### 第一节 上海市公路运输行业分析

##### 一、上海市道路运输市场2004年概况分析

##### 二、上海道路运输市场存在的主要问题

##### 三、上海道路运输市场发展的对策措施

#### 第二节 江苏省公路运输行业分析

##### 一、江苏省道路运输市场2004年概况分析

##### 二、江苏省公路运输行业存在的问题

##### 三、江苏省公路运输发展的对策措施 第九章 公路运输行业重点企业分析

#### 第一节 2005年巴士股份经营分析

##### 一、巴士股份概况

##### 二、巴士股份股本结构

##### 三、巴士股份财务状况分析

#### 第二节 2005年大众交通经营分析

##### 一、大众交通概况

##### 二、大众交通股本结构

##### 三、大众交通财务状况分析

#### 第三节 2005年江西长运经营分析

##### 一、江西长运概况

##### 二、江西长运股本结构

##### 三、江西长运财务状况分析

#### 第四节 2005年联邦快递发展分析

##### 一、联邦快递概况

##### 二、联邦快递的客户服务体系

#### 第五节 2005年海尔物流运行分析

##### 一、海尔物流产业化发展道路剖析

##### 二、海尔公司物流系统分析 第三部分 我国公路运输行业2005年发展趋势分析

#### 第十章 我国公路运输行业发展的规划

##### 第一节 我国公路运输行业发展的总体规划

## 第二节 基础设施发展规划

- 一、强化骨架路网
- 二、改造干线路网
- 三、提高通达深度和抗灾能力
- 四、完善配套设施
- 五、加快西部地区公路建设

## 第三节 运输装备结构调整规划

- 一、货运车辆
- 二、客运车辆

## 第四节 公路运输组织发展规划 第十一章 2005年公路客运市场竞争格局的演变

### 第一节 我国公路客运市场的基本现状

### 第二节 未来几年公路客运市场演变格局

- 一、公路客运需求结构
- 二、外商直接进入公路客运市场所带来的影响

## 三、公路客运市场管理的转变 第十二章 公路货运的发展方向：物流 第一节 国际物流业的发展历程

- 一、国际企业物流模式
- 二、物流服务的发展阶段

### 第二节 我国物流服务的需求趋势

- 一、物流的发展及潜在市场
- 二、消费观念的急剧变化
- 三、客户服务需求水平提高
- 四、制造业和零售业对专业物流服务的要求

### 第三节 公路货运企业如何成功转型

- 一、企业经营形式和经营规模方面
- 二、服务意识
- 三、找好切入点

## 四、适当引进外资 第十三章 2005年我国运输市场格局分析

### 第一节 各种运输方式SWOT分析

### 第二节 各种运输方式投资状况分析

### 第三节 各种运输方式成本收益分析

- 一、公路运输业成本收益分析

## 二、铁路运营收益分析

### 1.铁路运输成本

### 2.铁路运输收益

## 三、民航运营收益分析

### 1.民航运营成本分析

### 2.民航运营盈利能力分析

## 四、水运行业运营收益分析 第十四章 公路运输行业的新技术

### 第一节 条形码技术

### 第二节 EDI技术

### 第三节 GIS—T和GPS技术

### 第四节 智能运输系统（ITS） 第四部分 公路运输行业投资机会和风险分析

## 第十五章 我国公路运输行业进入壁垒分析

### 第一节 公路旅客运输企业资质及经营范围

### 第二节 道路货物运输企业资质及经营范围 第十六章 公路运输行业投资风险防范建议

### 第一节 公路运输产业的整体投资思路

### 第二节 行业潜在投资机会分析

#### 一、公路运输发展的有利因素

#### 二、应重点关注的地区和子行业

### 第三节 当前投资决策风险防范的关注点

#### 一、市场风险

#### 二、政策和体制风险

#### 三、竞争风险

#### 四、其他风险 附录一：《收费公路管理条例》

#### 附录二：关于做好2005年全国干线公路养护与管理检查准备工作的通知

#### 附录三：关于贯彻国务院办公厅关于进一步规范招标投标活动的若干意见的通知

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40959.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。