



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国水运市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国水运市场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/41697.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

第一章 世界水运市场分析

第一节 全球内河航运功能分析

一、土耳其：拉动沿河经济 缓解陆路拥堵

二、欧洲：强化环境保护 提倡多式联运

三、世界各国：立法先行 体制灵活

第二节 全球航运业的繁荣效应分析

第三节 世界水运强国远洋运输模式分析

一、20强垄断世界航运市场

二、多数船东挂方便旗

三、使用外国船比重逐年增大

四、船舶大型化经营规模化

第四节 中国与美国内河水运发展比较分析

一、美国内河水运发展的特点与作用

二、中美内河水运发展比较

三、中国内河水运面临的新情况

四、发展内河水运的思路与措施

第五节 美国密西西比河航运开发的启示

一、密西西比河航道系统建设及发展

(一)航道系统基本情况

(二)运输情况

(三)航道开发建设模式及效益

二、密西西比河航运开发的经验及特点

三、密西西比河航运开发的启示

第六节 2005年国际水运市场回顾

一、集装箱运输市场

二、干散货运输市场

三、油轮运输市场

第七节 世界海运业呈现发展新格局

第八节 世界航运市场发展前景分析

第二章 2004-2005年我国水运经济运行情况及2006年预测分析

第一节 2004年水运经济运行情况分析

- 一、2004年水路运输生产主要特点
- 二、2004年主要货种水路运输情况分析
 - 1、煤炭运输
 - 2、铁矿石运输
 - 3、石油及其制品运输
 - 4、集装箱运输
- 三、水运基础设施建设
- 四、存在的主要问题

第二节 2005年水运经济运行情况分析

- 一、水运经济运行总体情况
- 二、2005年水路运输生产的主要特点
- 三、2005年主要货种水路运输情况分析
 - 1、煤炭运输
 - 2、铁矿石运输
 - 3、石油及其制品运输
 - 4、集装箱运输
- 四、水运基础设施建设

第三节 2006年水运经济形势分析

- 一、煤炭运输持续紧张
- 二、铁矿石进口量增幅不减
- 三、海运原油进口量将继续大幅增长
- 四、集装箱运输市场保持繁荣
- 五、内河水运将有重大进展
- 六、港口，航道基础设施建设继续加快

第三章 2001 - 2005全国内河水运建设成就分析

第一节 腾飞的长江黄金水道

- 一、长江上游航道港口

二、长江中游航道港口

三、长江下游航道港口

第二节 水网发达江浙沪，航运受益全流域

一、长湖申线

二、湖嘉申线

三、苏申外港线

四、苏申内港线

五、长江口

六、锡溧漕河

七、申张线

第三节 嘉陵江——渠化创新路，嘉陵涌春潮

第四节 汉江——玉带纳千帆，航道谱新篇

第五节 湘江•沅水——芙蓉国里江河美，四水一湖千帆竞

第六节 赣江——巨龙舞起来

第七节 珠江起风帆，南粤绘宏图

一、南海三山港

二、佛山港

三、西江下游整治工程

第八节 珠江大建设，水运新发展

第九节 京杭运河换新貌，船载万物富两岸

第十节 黑水白山千帆竞，兴边促贸舞巨龙

第十一节 一江连六国，携手谋发展

第四章 中国水运市场发展综合分析

第一节 “十五”水运生产力发展分析

一、沿海港口建设明显加快

二、内河航运条件显著改善

三、船舶运力规模迅速增长

四、水运结构调整稳步推进

五、运输适应能力明显增强

六、技术体系、科技进步取得重大成果

第二节 水运经济持续增长因素分析

第三节 人民币升值对我国水运业的影响

- 一、进出口量影响港口航运业
- 二、汇率浮动波及造船行业
- 三、降低成本金融手段避风险

第四节 开放有序的水运市场逐步形成

- 一、法规体系逐步完善
- 二、体制改革不断深入
- 三、运输、建设市场渐趋规范
- 四、安全管理工作加强
- 五、对内、对外开放取得实效
- 六、国际合作有新进展

第五节 我国水运行业发展面临的机遇和挑战

- 一、水运市场蓬勃发展
- 二、基础设施建设如火如荼
- 三、船队规模进一步扩大
- 四、海运服务业日臻完善
- 五、对外开放成果显著

第六节 我国加入WTO后现行外贸水运法规的适应程度分析

- 一、我国现行的外贸水运法规基本上可以适应参加WTO后国际外贸运输的需要
- 二、我国的外贸运输法规与发达国家同类法规的差别
- 三、国内货规与外贸法规的区别

第七节 水运业融入现代物流的基本途径分析

- 一、水运企业向现代物流转化的可选方式
- 二、政府的作用与应采取的策略

第五章 长江航运市场分析

第一节 长江航运在综合运输体系中的地位和作用分析

- 一、长江航运在我国经济发展中的重要作用
- 二、长江航运在流域综合运输体系中的地位和作用
- 三、长江航运发展面临的困难和挑战
- 四、发展长江航运的新思路

第二节 长江航运的发展障碍分析

第三节 长江航运的地位作用、优势、发展潜力和发展战略

一、长江航运的地位和作用

二、长江航运的比较优势

三、长江航运的发展潜力

四、长江航运发展战略

第四节 长江航运的发展趋势分析

第六章 珠江水运SWOT分析

第一节 珠江水运供给SWOT分析

一、企业

1、优势

2、劣势

3、机会

4、威胁

二、人力资源

1、优势

2、劣势

3、机会

4、威胁

三、船舶

1、优势

2、劣势

3、机会

4、威胁

四、基础设施

1、优势

2、劣势

3、机会

4、威胁

五、港口

1、优势

2、劣势

3、机会

4、威胁

第二节 珠江水运需求SWOT分析

第七章 西部地区内河航运发展规划分析

第一节 抓住契机，加快发展

第二节 西部地区内河航运发展现状及基本评价

第三节 西部地区内河航运的优势

第四节 加快西部地区内河航运发展的指导思想和基本原则

第五节 西部地区内河航运发展的总体目标和建设重点

第六节 加快西部地区内河航运发展的政策、措施和建议

第八章 中国海运需求与国际航运市场的结构性变化分析

第一节 国际航运业的结构性变化分析

第二节 中国是世界航运的发动机

一、集装箱航运

二、干散货航运

三、油轮运输

第三节 世界航运业中中国因素未来的发展趋势

第九章 我国水运定价的放松规制与市场化分析

第一节 水路运输价格规制体制变迁的实证分析

一、计划经济时代的水运价格规制

二、改革开放以后的水运价格调整

三、中国水路运输价格规制的现状

第二节 放松水运价格规制的动因分析

一、严格规制不利于水运企业提高效率

二、规制失灵日益显现

三、行业内竞争及产业间替代竞争加剧

第三节 强化对航运市场调节价的宏观调控分析

一、推广运价报备制度

二、水运价格指数的编制与发布

第四节 港口服务价格规制的改革设想

第十章 中国液化石油气水运分析

第一节 液化石油气水运市场环境分析

- 一、国内液化气消费需求增势平稳将促进水运市场发展
- 二、进口液化气与国产液化气竞争加剧将改变水运市场格局
- 三、天然气与液化气互为补充、共同发展
- 四、国内航运市场的逐步开放将打破现有的液化气水运市场格局
- 五、可替代运输方式与液化气水运市场优势互补

第二节 我国液化气水运市场现状

- 一、LPG船公司基本情况
- 二、LPG船舶现有运力状况
- 三、LPG水运量情况
- 四、国内LPG水运市场运输网点

第三节 我国液化气水运市场存在的问题

- 一、船舶状况不佳，难以适应市场需求
- 二、缺乏规模经营，市场竞争能力较弱
- 三、经营环境不规范，制约水运市场的发展
- 四、船员不足，严重影响船舶的正常经营
- 五、资金投入不足，行业发展受限

第四节 我国液化气水运市场前景展望

第十一章 我国航运业的国际竞争力分析

第一节 航运生产要素状况分析

- 一、船队结构分析
- 二、航运信息系统

第二节 国内航运需求分析

第三节 航运相关及辅助产业的状况分析

- 一、船舶制造业
- 二、货运代理业

第四节 航运业的战略结构和竞争状况

图表目录

图表1 密西西比河水系主要通航河流航道里程

图表2 密西西比河干流及其主要支流货运量

图表3 2004年水路运输统计情况

图表4 2004年水路运输增长率情况

图表5 2004年沿海、内河、远洋货运量完成情况

图表6 2004年沿海、内河、远洋货运量完成增长率

图表7 2004年水路客运量所占比例图

图表8 2005年水路运输统计情况

图表9 2005年水路运输增长率情况

图表10 2005年1月水路货物运输量

图表11 2005年2月水路货物运输量

图表12 2005年3月水路货物运输量

图表13 2005年4月水路货物运输量

图表14 2005年5月水路货物运输量

图表15 2005年6月水路货物运输量

图表16 2005年7月水路货物运输量

图表17 2005年8月水路货物运输量

图表18 2005年9月水路货物运输量

图表19 2005年10月水路货物运输量

图表20 2005年11月水路货物运输量

图表21 2005年2月水路旅客运输量

图表22 2005年3月水路旅客运输量

图表23 2005年4月水路旅客运输量

图表24 2005年5月水路旅客运输量

图表25 2005年6月水路旅客运输量

图表26 2005年7月水路旅客运输量

图表27 2005年8月水路旅客运输量

图表28 2005年9月水路旅客运输量

图表29 2005年10月水路旅客运输量

图表30 2005年11月水路旅客运输量

图表31 2003-2005年我国煤炭水路发运量

图表32 2003-2005年沿海各主要港口接卸进口矿石

图表33 2003-2005年全国海运进口原油

图表34 2006年1月水路货物运输量

图表35 2006年2月水路货物运输量

图表36 2006年3月水路货物运输量

图表37 2006年1月水路旅客运输量

图表38 2006年2月水路旅客运输量

图表39 2006年3月水路旅客运输量

图表40 2004年长江三角洲地区内河货运量占社会货运总量的百分比

图表41 2004年长江三角洲地区内河货运量占全国内河货运总量的百分比

图表42 1985-2005年广东港口集装箱吞吐量

图表43 1985-2005年珠江水运干线水路货运量

图表44 1985-2005年珠江水运干线水路货物周转量

图表45 1985-2005年珠江水运干线港口吞吐量

图表46 京杭运河数据统计

图表47 京杭运河航道等级分布图
图表48 1975-2005年我国沿海液化石油气运输船建造年份与数量

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41697.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专业提供投资咨询报告、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。