



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国铁路投资分析

一、调研说明

《2007年中国铁路投资分析》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/45458.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 〕

2006全年投资完成1552.75亿元，比上年增长76.4%，其中铁道部投资完成1304.59亿元，比上年增长75.5%，基本建设投资完成首次突破1500亿元，比历史上完成投资最多的2005年（880.18亿元）多672.57亿元，比“七五”和“八五”十年完成投资的总和还多21.26亿元。

国家铁路和合资铁路在建的大中型项目119个，投资完成1525.40亿元(复线及扩能336.33亿元，电气化92.16亿元，枢纽、客站110.57亿元，新建铁路986.33亿元)，比上年增长82.8%，其中铁道部投资完成1291.37亿元，比上年增长80.7%。新线铺轨906.1公里，复线铺轨996.6公里，新线投产1480.5公里，复线投产704.7公里，电气化铁路投产3960.4公里，其中既有线电气化投产里程为3847.3公里，是“十五”的1.5倍。

2006年，多项重点工程如期完成。2006年8月23日，中国首座全长20公里的铁路隧道---乌鞘岭隧道双线开通，标志着兰新铁路兰州至武威南二线铁路建成通车。9月1日，郑徐线电气化、胶济线电气化、西安北环线建设如期完成。郑徐线电气化开通后，提高了牵引定数，延长了机车交路，扩充了运输能力，优化了路网结构。西安北环线的建成，有效疏解了西安枢纽压力，提高了陇海线通过能力。这几项重点工程的完成，打通了陇海、兰新线能力限制点，对促进西北地区全年增量目标的实现和中、东、西部地区的物资交流具有重要意义。

从2006年开始到2010年，估计每年都有1600亿左右的铁路固定资产投资按照铁道部的《中长期铁路网规划》。到2020年，铁道部将投入两万亿元资金进行铁路建设，平均每年投资在1000亿元以上。

《2007年中国铁路投资分析》是在中心“十一五”交通运输行业研究组课题研究成果基础上，采用最新数据，结合我们对企业进行战略分析的基础上撰写而成。报告从铁路行业发展现状、2006-2007年铁路投资、铁路运输运营和行业竞争格局与经营建议四大部分，对2006-2007年铁路投资、铁路运输、铁路行业竞争与投资策略等进行详细的论述，为企业把握整个市场发展趋势以及提出基于趋势上可能竞争的战略选择。

本研究报告依据中国交通运输工业协会、交通部、国家信息中心、国务院研究发展中心和国家统计局等权威渠道数据，同时采用中心大量产业数据库以及我们对铁路行业所进行的市场调查大量资料，综合运用定量和定性的分析方法对中国铁路行业的投资发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。在报告的成稿过程中得到交通部专家、领导耐心的指导建议，在此一并表示感谢。

本报告主要面向于交通运输企业、铁路管理部门及欲进入的产业投资资本，同时对于产业研究规律、产业政策制定和欲进入的金融投资集团具有重要的参考价值。

【 目 录 】

第一部分 2007年中国铁路行业现状

第一章 2006年中国铁路行业特性

第一节 铁路行业规模效应

第二节 铁路行业地域性

第三节 铁路行业垄断特征

第四节 中国铁路与国民经济的关系

一、在承担全社会客货运输量方面的作用

二、在全国综合运输网络中起着担纲作用

三、在主要运输通道中作用

四、在提高交通运输可持续发展方面的作用

五、在降低物流成本提高竞争力方面的作用

第二章 2006年中国铁路运输行业市场供需现状

第一节 2006年铁路货运量及货物周转量分析

一、2006年铁路货运量

二、2006年铁路货物周转量

第二节 2006年铁路客运量及旅客周转量分析

一、2006年铁路客运量

二、2006年铁路旅客周转量

第三章 2007年世界铁路市场发展分析

第一节 世界各国加大铁路发展投资

一、铁路基础设施

二、机车车辆

第二节 2007年世界高速铁路发展分析

一、世界各国高速铁路发展概况

二、世界高速铁路现状及其社会效益

三、国外高速铁路建设与运营组织模式

四、世界高速铁路建设筹资发展趋势

第三节 国外铁路重组模式的分析与比较

第四节 世界各国铁路投融资状况分析

第五节 美国铁路发展分析

一、美国铁路产业管制的产生与变迁

二、美国铁路业的主要特征

三、美国铁路的发展历程和特点

第六节 英国铁路改革评述

一、英国铁路改革简介

二、私有化改革

三、铁路企业重组

四、特许经营制度

五、铁路监管

第七节 日本铁路改革的模式及其启示

一、改革前日本铁路发展情况及特点

二、改革的动因及目标

三、日本铁路改革的实践

四、日本铁路改革的启示

第二部分 2007年中国铁路投资发展机会

第四章 2007年铁路运输供需缺口分析

第一节 2007年铁路运输供需缺口分析

一、货运

二、客运

第二节 铁路运输供需缺口的原因分析

- 一、企业目标错位
- 二、定价机制失效导致需求相对过旺
- 三、投资缺乏导致供应不足
- 四、进入壁垒起到了保护落后的作用

第三节 铁路运输供需缺口的解决方案

- 一、实施“网运分离”理顺价格机制
- 二、降低进入壁垒以形成有利于竞争的市场结构
- 三、完善铁路投资机制促使铁路和其他运输方式有效竞争

第五章 2007年中国铁路运输价格优势分析

第一节 2006年我国铁路运价现状分析

- 一、我国铁路运价现状分析
- 二、铁路运价定价原则
- 三、铁路运价改革的基本思路

第二节 铁路客运价格分析

- 一、铁路客运定价制度的经济学分析
- 二、铁路客运价格的削峰填谷作用
- 三、铁路客运运价问题分析

第三节 铁路货运价格分析

- 一、现行铁路货物运价体系改革探讨
- 二、完善我国铁路货运价格体系的思考

第四节 国家放松铁路运价管制动态

- 一、国家放松对铁路管制的理论依据和实证分析
- 二、国家对铁路管制的表现形式及负效应
- 三、国家放松对铁路管制的正效应
- 四、国家对铁路放松管制的国际经验
- 五、国家对铁路放松管制应采取的主要措施

第五节 我国铁路运价中长期趋势前景分析

第六章 2007年我国铁路市场开放前景分析

第一节 2006年铁路市场开放现状

- 一、铁路市场开放滞后表现

二、铁路市场开放滞后的多重负效应

第二节 铁路市场自然垄断性分析

一、铁路的规模性特征

二、铁路较强的“资产专用性”特征

三、铁路资产结构特征

四、铁路的网络性特征

五、铁路的经济收益非均衡性特征

六、铁路的多重属性特征

七、铁路的体制特征

第三节 2007年铁路市场开放前景

第四节 铁路市场开放的途径与形式分析

一、区域型现代公司

二、业务型现代公司

三、项目型现代公司

第七章 2007年我国铁路投融资发展分析

第一节 2006年铁路基本建设投融资模式比较

一、铁路基本建设投资的特点

二、铁路基本建设投融资面临的机遇和挑战

三、我国铁路基本建设投融资的改革思路

第二节 2007年中国铁路筹资多元化前景分析

一、铁路建设筹资现状

二、影响铁路多元化筹资的因素

三、铁路多元化筹资的意见建议

第三节 铁路打破垄断的市场化融资障碍分析

一、铁路融资存在5000亿缺口

二、铁路投融资存在的问题

三、解决铁路投融资体制改革中问题建议

四、中国铁路体制改革重要事件

第四节 2007年铁路发展战略投资机会

第三部分 2007年铁路运输经营及竞争发展分析

第八章 2007年我国铁路运输竞争格局

第一节 铁路运输竞争的具体形式分析

- 一、直接竞争与间接竞争
- 二、铁路运输方式内的竞争形式
- 三、国外铁路内部竞争的考察
- 四、我国铁路内部竞争的现状分析

第二节 2007年铁路运输产业竞争力前景分析

- 一、铁路运输产业的 5 种竞争力分析
- 二、铁路运输产业前景预测

第三节 铁路运输企业之间市场竞争的博弈分析

- 一、铁路运输垄断市场的博弈分析
- 二、铁路运输企业之间竞争市场的博弈分析

第四节 铁路运输与其他运输方式竞争比较分析

- 一、公路发展对铁路的影响
- 二、铁路、民航客运市场竞争焦点分析
- 三、水运发展对铁路运输市场的影响分析

第五节 铁路“上下合一”条件下的市场竞争分析

- 一、铁路运输竞争的理论分析
- 二、我国铁路运输竞争现状分析
- 三、国外铁路“上下合一”条件下的竞争方式
- 四、在“上下合一”条件下充分发挥竞争作用的途径

第六节 铁路多元经营企业投资主体多元化的分析

- 一、影响多元经营企业实现投资主体多元化的主要问题
- 二、铁路多元经营企业实现投资主体多元化的对策

第九章 2007年铁路运输在现代物流业发展机会

第一节 充分发挥铁路在现代物流中的重要作用

- 一、为现代物流业的发展提供运力支撑
- 二、为现代物流业营造良好的发展环境
- 三、培育适应现代物流发展的市场主体
- 四、用信息化推进物流现代化
- 五、加快实现现代物流一体化进程

第二节 铁路运输改革与现代物流发展分析

- 一、加快发展现代物流铁路具有明显优势
- 二、改革铁路运输方式主动融入现代物流
- 三、改革铁路货运管理推动发展现代物流
- 四、改革运输管理体制加快转型现代物流
- 五、加快发展现代物流铁路发挥更大作用

第三节 我国铁路发展物流的三种方案分析

- 一、发挥铁路的干线运输优势，走专业化之路
- 二、拓展铁路的服务范围，增加多种物流功能
- 三、通过资产重组，组建专业性的第三方物流企业
- 四、几点思考

第四节 铁路拓展现代物流的SWOT分析及发展对策分析

- 一、SWOT分析简介
- 二、铁路拓展现代物流的SWOT分析
- 三、铁路拓展现代物流的发展对策分析

第五节 铁路物流发展对策分析

- 一、铁路企业发展现代物流的优势与对策
- 二、铁路应对物流快速发展的对策
- 三、铁路运输开展第三方物流的对策思考

第十章 2007年中国铁路行包运输发展分析

第一节 以满足客户需求为中心建设铁路行包信息系统

- 一、建立铁路行包信息系统的必要性
- 二、建立铁路行包信息系统的
- 三、系统建设的外部环境
- 四、铁路行包信息系统建设目标和总体结构

第二节 铁路行包信息系统的建立和发展

- 一、建立地区性行包计算机系统
- 二、构建铁路局（分局）行包局域网
- 三、建设铁路快捷运输广域网
- 四、建设行包网络信息基础设施的难点
- 五、铁路行包系统网络信息基础设施的效益评估

第三节 2006年铁路车站行包信息系统的现状分析

第四节 铁路行包运输向物流化发展的途径分析

一、铁路行包包装的现状

二、行包运输实现物流化的途径

三、行包包装集装化的条件

四、实现行包的物流化运输

第五节 铁路行包运输发展电子商务物流的分析

一、电子商务物流概述

二、铁路行包运输发展电子商务物流的可行性分析

三、铁路行包运输发展电子商务物流的步骤

第六节 铁路行包运量分布的统计分析

一、铁路行包运量统计

二、行包运量的集中化趋势

三、行包运量集中化的数量和时间特征

四、行包运量集中化的地域分布特征

第十一章 2007年铁路工程机械行业发展分析

第一节 2006年铁路工程机械行业现状

一、2006年工程机械行业发展情况分析

二、2006年进出口情况

三、2007年工程机械行业市场走向分析

第二节 2006年铁路工程机械行业发展现状

一、铁路工程机械行业市场情况分析

二、铁路工程机械行业运行特点分析

三、国际铁路工程机械行业发展概况

四、国际铁路工程机械行业发展动向

第三节 2007年铁路工程机械行业整体发展预测

第四节 2007年铁路工程机械竞争策略分析

一、品牌策略分析

二、兼并重组分析

三、销售策略分析

第五节 2007年我国铁路工程机械市场投资建议

- 一、2007年我国铁路工程机械业的市场竞争力分析
- 二、我国铁路工程机械业进入壁垒分析
- 三、2007年铁路工程机械行业经营绩效分析及预测
- 四、2007年工程机械行业的整体投资思路
- 五、2007年行业潜在投资机会
- 六、铁路工程机械企业应建立完备的供应链

第十二章 2007年铁路行业上市公司及企业战略

第一节 2007年铁路行业上市企业分析

- 一、广深铁路
- 二、北方创业
- 三、铁龙物流
- 四、晋西车轴

第二节 2007年铁路行业企业发展战略

- 一、铁路运输企业超优势竞争战略
- 二、铁路多经企业投资多元化分析
- 三、铁路企业战略成本动因分析
- 四、铁路货运企业的物流规划与战略定位

第四部分 2007年中国铁路行业竞争格局及投资策略

第十三章 2007年铁路运输行业竞争力前景分析

- 第一节 2007年铁路运输产业的竞争力分析
- 第二节 2007年铁路运输产业前景预测
- 第三节 2007年铁路运输与公路的竞争比较
- 第四节 2007年水运发展对铁路市场的影响

第十四章 2007年我国铁路运输与客流市场分析

第一节 铁路客流现状分析及其对策分析

- 一、影响客运量的因素
- 二、铁路客流相对下降的原因
- 三、加强铁路客运工作的思路

第二节 铁路短途客运的市场定位及对策分析

一、铁路短途客运的市场定位

二、铁路短途客运发展对策

第三节 铁路商务客流市场分析

一、拓展商务客流市场的重要性

二、拓展商务客流市场的可行性

三、拓展商务客流的对策与建议

第四节 铁路客流高峰期旅客运输的特点及对策分析

一、客流高峰期旅客运输的特点

二、缓解高峰期运能的对策

第五节 提高铁路客运量分析

一、提高铁路客运能力分析

二、提高铁路客运质量的分析建议

第十五章 2007年我国铁路市场发展的重点问题分析

第一节 铁路电子商务建设发展策略

一、电子商务对铁路运输业的挑战

二、铁路电子商务系统建设的必要性与可行性

三、铁路电子商务系统建设目标及关键技术问题

四、铁路电子商务系统与国家电子商务基础设施建设

五、铁路电子商务建设应当注意

第二节 铁路工程项目管理改革建议

一、铁路工程项目管理现状及改革的必要性

二、国际工程项目管理模式简介

三、铁路工程项目管理的改革建议

第三节 铁路建设项目社会后评价内容及指标体系的构建

一、铁路建设项目社会后评价的概念和内容

二、铁路建设项目社会后评价指标体系

三、结论

第四节 铁路制度创新的方法和步骤

一、铁路行业改革的方法论

二、先行推进铁路政企分开

三、重塑铁路运输企业的市场主体地位

四、创造铁路投融资体制改革的条件

第五节 2007年中国铁路货运市场占有率发展趋势分析

一、模型的建立与分析

二、中国铁路货运市场占有率预测

第十六章 2007年中国铁路运输业发展战略建议

第一节 2007年我国铁路运输发展战略的成本动因分析

一、战略成本动因分析原理

二、我国铁路运输业的战略成本动因分析

三、铁路运输业战略成本动因的结论

第二节 2007年我国铁路运输发展战略的SWOT分析

一、外部机会和威胁分析

二、内部优势和劣势分析

第三节 铁路货运企业的物流规划与战略定位分析

一、铁路货运企业发展物流存在的问题

二、实施物流规划的基本过程

三、货运企业发展物流的战略定位

第四节 对铁路多经适应跨越式发展战略的思考

一、主辅分离、辅业改制的关键环节

二、主辅分离、辅业改制工作的难点所在

三、多经实施主辅分离的路径设想

第五节 铁路运输市场的重点客户战略

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45458.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。