



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国铁路运输市场市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国铁路运输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/45469.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

引言

2005年，铁路完成货运量27亿吨，货物周转量20730亿吨公里，比上年分别增长8.2%和7.5%。

2005年，全国铁路完成旅客运量11.6亿人次，周转量6061亿人公里，分别增长3.4%和6.1%。

2000年至2004年期间，铁路投资不足已经导致货运请车率下降到30%，铁路投资已经欠下四年的旧账。同时，2006年至2010年，我国的重工业化步伐可能会减慢，但是这一过程还将会继续，固定资产投资增速保持15%左右的增速将是常态。因此，我们认为，“十一五”期间，为了适应中国经济增长，铁路投资必须保持30%至40%左右的增速，才能较快地缓解铁路运输的紧张状态。

按照铁道部的《中长期铁路网规划》，从2005年到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。从2004年起，铁路固定资产投资开始增加，由2003年的707亿元跃升到2004年的822亿元。按照中长期规划，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。

本报告依据国家统计局、国资委、国家发改委、国家信息中心、国务院发展研究中心、中国经济信息网、中国宏观经济数据库、中国社会经济调查研究中心、国民经济景气监测中心、铁道部、中国物流行业协会等提供的大量资料，对我国铁路运输的地位与作用、铁路货运、铁路客运、铁路物流、铁路运输的营销、铁路改革、铁路投融资、铁路运输的竞争格局及发展战略等进行了全面分析。是计划进入铁路运输和经营铁路运输的企业和投资机构了解目前中国铁路运输行业发展动态，把握发展趋势的重要决策依据之一。

第一章 铁路在综合运输体系中的地位与作用分析 12

第一节 铁路在承担全社会客货运输量方面的作用 12

一、铁路承担全社会客货运输量的比重及其类别的重要性 12

二、目前的铁路运输量并未完全反映铁路运输需求	12
第二节 铁路在全国综合运输网络中起着担纲作用	14
一、综合运输网络骨干运输方式的衡量标准	14
二、我国铁路在综合运输网络中的骨干作用	14
1.铁路在能源、原材料运输中的作用是其他运输方式不可代替的	15
2.铁路在我国中长途旅客运输的主力作用也是难以替代的	16
3.铁路运输松紧程度是判断全国运输紧张与否的主要衡量指标	17
第三节 铁路在主要运输通道中作用	17
一、铁路在主要通道中承担的客货运输量份额	17
二、通道的运输特点和铁路的作用	18
第四节 铁路在提高交通运输可持续发展方面的作用	19
一、交通运输可持续发展的重要性及发展的战略思想	19
二、铁路干线在节约土地资源方面具有一定优势	19
三、铁路运输可以更有效地减少交通能源消耗	19
四、发展铁路可以更好地减轻交通环境污染	20
五、铁路的发展有利于缩小地区差距促进社会可持续发展	20
六、更多地发展铁路可以减少交通事故，更加体现以人为本的思想	21
七、铁路技术进步增强了铁路可持续发展的能力	21
第五节 铁路在降低物流成本，提高产品竞争力方面的作用	22
一、降低交通运输成本对经济发展和提高产品国际竞争力的重要性	22
二、铁路在提高产品国际竞争力方面的作用	22
第二章 铁路行业政府监管体系建设分析	23
第一节 政府监管的一般理论	23
第二节 铁路行业政府监管体系的基本框架	23
一、铁路行业政府监管机构的设置及其职责	23
二、铁路行业政府监管的主要内容	24
1、市场准入	24
2、价格监管	24
3、质量监管	25
4、社会性监管	25
第三节 建立铁路行业政府监管体系需要采取的措施	25

- 一、以引入竞争为导向，深化铁路改革，重塑政府监管客体 25
- 二、以政企分开为契机，尽快转变政府职能，逐步推行政监分离 26
- 三、以转变观念为基础，提高监管技术，培训监管队伍 26
- 四、以规范化为原则，构建政府监管法律框架 27
- 五、以量化为目标，解决成本测算问题，保证监管政策切实到位 27

第三章 我国铁路货物运输发展分析 28

第一节 铁路在货物运输中的定位及发展对策 28

- 一、铁路在我国货物运输中的定位 28
- 二、我国铁路发展货运的对策 31

第二节 铁路货物运输的现状与发展分析 33

- 一、铁路货运市场的现状分析 33
- 二、铁路货运市场份额下降的原因 34
- 三、铁路货物运输面临的形势及存在的问题 34
- 四、我国铁路货物运输应采取的对策 36

第三节 2004-2005年铁路货运量及货物周转量分析 38

- 一、2004-2005年铁路货运量 38
- 二、2004-2005年铁路货物周转量 44

第四节 铁路货运代理与运输主业的关系及其发展分析 47

- 一、铁路货运代理业与运输主业的产权关系 47
- 二、业务关系 47
- 三、货运代理企业的收入 49
- 四、发展铁路货运代理的设想 50

第五节 我国铁路运输代理业发展方向的分析 51

- 一、铁路发展运输代理业的必要性 51
- 二、铁路发展运输代理业的优势 52
- 三、铁路运输代理业的现状分析 52
- 四、发展铁路运输代理业的思考 54

第六节 中国铁路货运市场占有率发展趋势分析 55

- 一、模型的建立与分析 55
- 二、中国铁路货运市场占有率预测 59

第七节 铁路货运客户关系管理系统的分析 60

一、铁路货运客户关系管理系统	60
二、客户关系管理系统的应用	61
三、客户关系管理系统的完善	62
第八节 铁路货运营业站的业务流程再造分析	63
一、业务流程再造的内涵与主要原则	63
二、货运受理业务流程再造	64
1、现有业务流程及其分析	64
2、业务流程的改进及其分析	65
三、运到货物交付业务流程再造	66
1、现有业务流程及其分析	66
2、业务流程的改进及其分析	66
四、货物车辆配送与挂运业务流程再造	67
1、现有业务流程及其分析	67
2、业务流程的改进及其分析	68
第九节 铁路货运事故处理质量满意评价体系分析	69
第十节 完善我国铁路货运价格体系的分析	75
一、政企合一运价体系的影响	75
二、货运价格体系的简要分析	76
三、完善运价体系的思考	78
第四章 我国铁路客运市场分析	80
第一节 铁路客运与其他运输方式的合理分工	80
一、铁路旅客运输现状	80
二、铁路客运的合理吸引区域	80
三、影响铁路效益的几个问题	82
1、均衡运输问题	82
2、对于短途客流的取舍	82
3、客运票价问题	82
第二节 铁路客流现状分析及其对策分析	83
一、影响客运量的因素	83
1、客流的组成	83
2、影响因素的分析	84

3、铁路客流影响因素的相关度	84
二、铁路客流相对下降的原因	85
1、经济发展的合理效应	85
2、交通结构趋向的合理	85
3、铁路营销观念的薄弱	85
4、运输组织工作上的不足	86
三、加强铁路客运工作的思路	86
1、建立铁路快速综合运输体系	86
2、明确铁路旅客运输的服务性质	86
3、建立高标准营销保障体系	86
第三节 铁路短途客运的市场定位及对策分析	87
一、铁路短途客运的市场定位	87
二、铁路短途客运发展对策	87
第四节 铁路商务客流市场分析	90
一、拓展商务客流市场的重要性	90
1、商务客流的构成及特点	90
2、拓展商务客流的必要性	90
二、拓展商务客流市场的可行性	91
1、加快铁路基本建设为铁路运输拓展商务客流提供了能力保证	91
2、技术装备现代化为铁路运输拓展商务客流奠定了物质基础	91
3、服务现代化为铁路运输拓展商务客流创造了有效条件	91
三、拓展商务客流的对策与建议	91
1、合理调配运力,增加运输能力	91
2、完善售票网络,创新售票方式	92
3、运用价格策略,强化客票销售	92
4、借鉴九广经验,树立良好形象	92
5、转变服务观念,提供优质服务	92
第五节 铁路客流高峰期旅客运输的特点及对策分析	93
一、客流高峰期旅客运输的特点	93
1、客流高峰期的构成	93
2、高峰期客流独有的特性	93
二、缓解高峰期运能的对策	94

第六节 2004-2005年铁路客运量及旅客周转量分析	96
一、2004-2005年铁路客运量	96
二、2004-2005年铁路旅客周转量	98
第七节 铁路旅客运输贡献毛益分析	101
第八节 铁路客运定价制度的经济学分析	104
一、关于铁路客运的产品性质和业务性质	104
二、目前定价机制的经济分析	106
三、竞争条件下的春运票价	109
第九节 提高铁路客运量分析	110
一、提高铁路客运能力分析	110
1、进一步提高旅客列车的载客能力	110
2、充分利用旅客列车的剩余能力	111
3、停车站的设定应着重考虑客流量的因素	112
4、减少部分旅客列车技术停车	112
二、提高铁路客运质量的分析建议	113
1、铁路客运质量的内涵	113
2、铁路客运质量现状	113
3、提高铁路客运质量的建议	114
第十节 铁路客运量预测分析	116
一、铁路旅客运量系统动力学预测模型分析	116
1、铁路旅客运量预测概述	116
2、系统动力学理论基础	117
3、铁路旅客运量预测系统动力学模型	118
4、模型模拟结果分析	120
二、基于灰色马尔柯夫过程的铁路客运量预测方法分析	121
1、铁路客运量预测模型的建立	122
2、预测模型的校验与应用	125
3、结论	126
第五章 铁路运输与现代物流业发展分析	127
第一节 充分发挥铁路在现代物流中的重要作用	127
一、快速扩充运输能力，为现代物流业的发展提供运力支撑	127

二、完善货运服务功能，为现代物流业营造良好的发展环境	127
三、发挥铁路运输优势，努力培育适应现代物流发展的市场主体	128
四、大力采用先进信息技术，用信息化推进物流现代化	128
五、加强物流企业战略合作，加快实现现代物流一体化进程	129
第二节 铁路运输改革与现代物流发展分析	130
一、加快发展现代物流铁路具有明显优势	130
二、改革铁路运输方式主动融入现代物流	130
三、改革铁路货运管理推动发展现代物流	132
四、改革运输管理体制加快转型现代物流	132
五、加快发展现代物流铁路发挥更大作用	133
第三节 铁路货运站物流信息平台建设的分析	134
一、货运站物流信息平台的概念	134
二、货运站物流信息平台的系统分析	135
三、货运站物流信息平台建设的系统规划	136
第四节 我国铁路发展物流的三种方案分析	138
一、发挥铁路的干线运输优势，走专业化之路	138
1、具体内容及操作	138
2、优劣势分析	138
二、拓展铁路的服务范围，增加多种物流功能	138
1、具体内容及操作	138
2、优劣势分析	139
三、通过资产重组，组建专业性的第三方物流企业	139
1、具体内容及操作	139
2、优劣势分析	139
四、几点思考	140
第五节 铁路拓展现代物流的SWOT分析及发展对策分析	141
一、SWOT分析简介	141
二、铁路拓展现代物流的SWOT分析	141
（一）铁路拓展现代物流的优势	141
1、强大的物流实体网络—物质基础	141
2、良好的客户营销关系——市场基础	141
3、无可替代的技术经济优势——技术经济基础	141

4、遍布全国的信息网络——信息基础	142
(二) 铁路拓展现代物流的劣势	142
1、观念落后，体制僵化	142
2、网络资源分散，缺乏整合力	142
3、反应速度慢，时空灵活性差	142
4、管理手段落后，信息共享不足	143
(三) 铁路拓展现代物流的机会	143
1、物流需求旺盛，市场潜力大	143
2、政府政策支持力度加大，物流发展日渐规范	143
3、行业规模性强，进入壁垒大	143
(四) 铁路拓展现代物流的威胁	144
1、加入WTO后，大量跨国企业进入，潜在竞争对于增多	144
2、铁路面临国内其它行业和运输方式的激烈竞争	144
3、随着国家产业升级、经济结构调整，铁路优势货源比重下降	144
三、铁路拓展现代物流的发展对策分析	144
1、理念创新	145
2、体制创新	145
3、技术管理创新	146
第六节 铁路货运物流发展分析	147
一、基于铁路货运站的物流中心运营模式的分析	147
二、现代物流体系下铁路货场的发展分析	152
三、铁路货运站向现代物流转化的分析	155
四、供应链下铁路货运站开展物流服务的分析	159
五、铁路货运与现代物流相适应的流程再造	163
六、关于铁路货运融入现代物流业若干问题的分析	168
第七节 铁路现代物流中心运作相关问题分析	173
一、铁路现代物流中心的功能	173
二、铁路现代物流中心建设规划	173
1、铁路现代物流中心布局模式	174
2、铁路现代物流中心建设规模	174
3、铁路现代物流中心运营模式	175
三、铁路现代物流中心物流运作方式	175

1、大宗货物物流运作模式	175
2、日用百货等物资物流运作模式	176
3、高附加值货物物流运作模式	176
四、铁路现代物流中心信息平台的建设	176
第八节 铁路物流发展对策分析	178
一、铁路企业发展现代物流的优势与对策	178
二、铁路应对物流快速发展的对策	182
三、铁路运输开展第三方物流的对策思考	186
第九节 基于价值链的铁路物流企业联盟	191
一、铁路发展现代物流的方案	191
二、现代物流的价值链分析	192
三、铁路在物流企业联盟中的作用	193
四、铁路物流联盟的构建	193
第六章 中国铁路运输市场营销分析	195
第一节 铁路客货营销应以市场需求为导向	195
一、企业经营环境的主要特点	195
二、以市场需求为导向，调整运输产品结构	195
三、强化效益观念，推进经营管理创新	197
四、把握影响运输效益的4个方面，为提高运输效益提供有力保障	199
第二节 基于客户关系管理的铁路货运市场营销分析	201
一、基于客户关系管理的铁路货运市场营销分析	201
二、基于客户关系管理的铁路货运市场营销的目标界定	202
三、基于客户关系管理的铁路货运市场营销面临的困难	202
四、基于客户关系管理的铁路货运市场营销的对策	203
第三节 基于决策支持的铁路客运营销分析系统设计分析	204
一、铁路客运营销分析系统设计	204
二、铁路客运营销分析系统的运行环境	205
三、系统数据仓库设计	206
四、系统的主要技术处理	206
第四节 铁路货运的营销分析	207
一、铁路货运产品营销策略分析	207

1、铁路货运产品存在问题分析	207
2、铁路货运产品营销策略	208
3、铁路运输能力保障策略	210
二、利用信息化手段促进铁路货运营销改革	212
三、铁路货运营销策略分析	215
(一) 铁路货运营销目标	215
(二) 铁路货运营销策略	216
四、铁路货运营销工作的思考与建议	219
第五节 铁路客运的营销分析	222
一、铁路客运市场的网络营销	222
二、铁路客运营销信息系统的实现	227
三、铁路客运营销策略分析	231
四、运输产品竞争:强化铁路客货营销	235
1、实施产品策略, 满足市场需求	235
2、实施渠道策略, 发展营销代理	236
3、实施促销策略, 增加客货运量	236
4、实施价格策略, 参与市场竞争	237
第六节 铁路运输市场营销规划的分析	238
一、制定铁路运输市场营销规划	238
二、以发展的观点规划市场营销任务	238
三、以经济学的观点规划市场营销策略	239
四、以系统的观点规划市场营销方向	240
五、以改革的观点规划市场营销职能	241
六、以创新的观点规划市场营销手段	242
第七节 关于铁路运输企业服务营销的分析	243
一、服务营销和顾客满意度	243
二、顾客满意度影响因素分析	244
三、顾客满意度分析	245
第八节 铁路运输营销策略分析	248
一、铁路运输服务营销策略分析	248
二、铁路运输企业扭亏的营销策略	252

第七章 中国铁路改革分析	256
第一节 铁路改革进程分析	256
第二节 铁路管理体制改革的两个关键问题分析	264
一、实现政企分开是铁路改革的当务之急	264
二、铁路应尽快打破垄断，建立行业内部的竞争机制	268
第三节 从融资困境透视中国铁路改革路径问题	271
第四节 铁路跨越式发展中改革问题的分析	274
第五节 铁路投资体制改革分析	277
一、国务院《关于投资体制改革的决定》对铁路提出新要求	277
二、铁路投资体制现状及未来走向	279
三、改善铁路投资环境的政策措施	283
第六节 铁路行业投融资体制改革分析	285
一、确立铁路投融资主体的必要性和紧迫性	285
二、我国铁路建设资金的主要渠道与弊端	286
三、建立多种铁路建设筹资渠道分析	288
四、铁路投融资体制改革的有关问题	289
1、现有铁路管理体制问题	289
2、铁路运输企业间的清算问题	289
3、融资过程中的问题分析	290
五、铁路投融资体制改革建议	292
第八章 我国铁路投融资发展分析	294
第一节 新形势下铁路基本建设投融资模式选择分析	294
一、铁路基本建设投资的特点	294
二、新形势下铁路基本建设投融资面临的机遇和挑战	294
三、我国铁路基本建设投融资的改革思路	296
第二节 中国铁路筹资多元化前景分析	297
一、铁路建设筹资现状	297
二、影响铁路多元化筹资的因素	297
1、铁路建设基金和盈利潜力	298
2、市场容量和发展前景	298
3、政府政策支持力度	299

4、产业组织结构	300
三、铁路多元化筹资的意见建议	300
1、改革铁路管理政策为促进多元化筹资扫清制度性障碍	300
2、确定铁路未来发展方向合理选择筹资模式	301
3、加快成立铁路财务公司提高铁路内部资金的使用效益	301
第三节 铁路打破垄断的市场化融资障碍分析	302
一、铁路融资存在5000亿缺口	302
二、铁路投融资存在的问题	304
1、政企不分使得社会资本难以进入铁路行业	304
2、价格机制有待调整	304
3、融资渠道狭窄未能充分利用社会资金	304
4、地方政府缺乏参与铁路建设的积极性	304
5、铁路投资缺乏有效的风险防范机制	304
6、片面追求部门利益使铁路建设项目成本居高不下	305
7、宏观调控体系和市场服务体系没有建立	305
三、解决铁路投融资体制改革中问题建议	305
1、铁路要加强自身改革	305
2、通过政府投资的拉动作用调动社会资金投资铁路建设	305
3、建立有效的铁路投资风险防范体系	305
4、调动地方政府投资铁路建设的积极性	306
四、中国铁路体制改革重要事件	306
第四节 铁路投资加速下的市场机会分析	306
一、铁路建设将进入高速发展期	306
二、跨越式发展带来投资机会	308
三、发展铁路符合可持续战略	308
四、中国需要一个发达的铁路网	309
第五节 铁路建设基金改革及筹资方式分析	311
一、铁路建设基金的由来及利弊分析	311
二、改革铁路建设基金的设想	313
三、开辟多种铁路建设筹资渠道	314
第六节 铁路建设如何实现投资主体多元化	315
一、铁路建设项目投资主体多元化的必要性	315

二、充分利用资本市场实现投资主体多元化	316
三、铁路建设投资主体多元化的实现	317
四、投资主体多元化的政策保证	318
第七节 铁路多元经营企业投资主体多元化的分析	319
一、影响多元经营企业实现投资主体多元化的主要问题	319
1、多元经营企业内部产权关系杂乱	319
2、多元经营企业产权关系与其组织管理关系不匹配	320
3、多元经营企业的资产管理体制不健全	320
4、多元经营企业独立发展能力较弱	320
二、铁路多元经营企业实现投资主体多元化的对策	320
1、理顺产权及组织管理关系	320
2、推行泛员工持股制度	321
3、优选战略投资者	321
4、疏通资本退出通道	322
第八节 从产权关系入手推进我国铁路投资体制改革	322
二、路网完整性与尊重企业产权的矛盾	324
三、产权关系状况对我国铁路市场融资的影响	325
第九章 我国铁路运输竞争格局分析	329
第一节 铁路运输竞争的具体形式分析	329
一、直接竞争与间接竞争	329
二、铁路运输方式内的竞争形式	330
三、国外铁路内部竞争的考察	330
四、我国铁路内部竞争的现状分析	331
第二节 铁路运输产业竞争力前景分析	333
一、铁路运输产业的5种竞争力分析	333
1、产业内竞争者分析	333
2、新入侵者的障碍	333
3、买方的议价能力	334
4、供应商的议价能力	334
5、替代品的威胁	335
二、铁路运输产业前景预测	336

第三节 铁路运输企业之间市场竞争的博弈分析	336
一、铁路运输垄断市场的博弈分析	337
二、铁路运输企业之间竞争市场的博弈分析	340
三、结论	343
第四节 铁路运输与其他运输方式竞争比较分析	344
一、公路发展对铁路的影响	344
二、铁路、民航客运市场竞争焦点分析	349
1、民航建设发展迅速	349
2、民航与铁路的竞争焦点及走势	350
3、铁路客运的市场对策	351
三、水运发展对铁路运输市场的影响分析	353
1、大型枢纽港口需要铁路为其提供能力充足的后方通路	353
2、集装箱仍是运输发展和竞争的重点	354
3、西部地区水运通道的建设将对铁路运输产生一定影响	354
4、沿海水运旅客运输战略的调整，对铁路客流有促进的作用	355
5、专业码头的发展，需要铁路加快发展专用车	355
6、远洋运输的发展对铁路的外贸运输造成了压力	356
第五节 铁路“上下合一”条件下的市场竞争分析	356
一、铁路运输竞争的理论分析	356
二、我国铁路运输竞争现状分析	357
1、已有的业内竞争形式	357
2、已有的业内竞争没有引起消费者认同的原因	358
3、其他运输方式针对铁路的竞争	358
三、国外铁路“上下合一”条件下的竞争方式	359
1、美国的铁路竞争	359
2、加拿大的铁路竞争	359
3、欧洲、日本的铁路竞争	359
四、在“上下合一”条件下充分发挥竞争作用的途径	360
第六节 中国铁路竞争机制分析	360
一、中国铁路运输业引入竞争机制的理论依据及可行性分析	360
二、铁路运输业引入竞争机制的意义	366
三、铁路运输业引入竞争机制，提高运输绩效的做法	367

四、我国铁路引入内部竞争的主要方式的设想	370
五、如何看待铁路运营引入竞争机制	371
第七节 中国铁路竞争战略分析	373
一、实行品牌战略提高铁路货运竞争力	373
二、提高铁路客运市场竞争力的分析	375
三、物流大环境下铁路运输企业的超优势竞争战略	381
第十章 中国铁路运输业企业发展分析	386
第一节 广深铁路	386
第二节 中铁二局	390
第三节 北方创业	394
第四节 铁龙物流	397
第十一章 中国铁路运输业发展战略分析	399
第一节 我国铁路运输发展战略的成本动因分析	399
一、战略成本动因分析原理	399
二、我国铁路运输业的战略成本动因分析	399
三、铁路运输业战略成本动因的结论	402
第二节 我国铁路运输发展战略的SWOT分析	402
一、外部机会和威胁分析	402
二、内部优势和劣势分析	403
三、战略的选择	405
第三节 铁路货运企业的物流规划与战略定位分析	407
一、铁路货运企业发展物流存在的问题	407
二、实施物流规划的基本过程	408
1、物流环境分析	408
2、区域市场的差异与变化	409
3、技术新动向	409
4、物流渠道与物流服务产业状况	409
5、政府法规的动向	409
三、货运企业发展物流的战略定位	409
第四节 对铁路多经适应跨越式发展战略的思考	410

一、多经是主辅分离、辅业改制的关键环节	410
二、多经是主辅分离、辅业改制工作的难点所在	411
三、多经实施主辅分离的路径设想	411
第五节 铁路实施跨越式发展的战略思考	413
一、我国国情要求铁路实现跨越式发展	413
二、铁路的不可替代性决定了其必须实现跨越式发展	414
三、路网建设与提高速度是铁路实现跨越式发展的中心环节	415
四、铁路实施跨越式发展的支持条件	416
第六节 铁路运输市场的重点客户战略	417
一、实施重点客户战略的必要性	417
二、合理确立重点客户	418
三、对重点客户的营销策略	418
四、实施重点客户战略的根本途径是强化重点客户的管理	419
五、实施重点客户战略要重点解决的问题	420

部分图表目录

图表 2004年1月-2005年12月各月铁路货运量统计表
图表 2004年1月-2005年12月铁路货运量月度走势图
图表 2004年1月-2005年12月铁路货运量增速月度走势图
图表 2004年1月-2005年12月各月铁路货物周转量统计表
图表 2004年1月-2005年12月铁路货物周转量月度走势图
图表 2004年1月-2005年12月铁路货物周转量增速月度走势图
图表 2004年1月-2005年12月各月铁路客运量统计表
图表 2004年1月-2005年12月铁路客运量月度走势图
图表 2004年1月-2005年12月各月铁路客运量增速月度走势图
图表 2004年1月-2005年12月铁路旅客周转量统计表
图表 2004年1月-2005年12月铁路旅客周转量月度走势图
图表 2004年1月-2005年12月铁路旅客周转量增速月度走势图
图表 2000-2005年铁路货运量统计表
图表 2000-2005年铁路货运量变化图
图表 2000-2005年国家铁路货运量变化图
图表 1988-2005年铁路货物周转量统计表

图表 2005-2020年铁路旅客运输量、铁路旅客周转量预测

图表 2006-2010年铁路客运量预测表

图表 2000-2004年各省市铁路货运量

图表 2000-2004年各省市国家铁路货运量

图表 2000-2004年各省市地方铁路货运量

图表 2000-2004年各省市铁路货物周转量

图表 2000-2004年各省市铁路客运量统计表

图表 2000-2004年各省市铁路旅客周转量统计表

图表 2005年1-9月中铁二局主要会计数据及财务指标

图表 2005年1-9月中铁二局利润表

图表 2005年1-9月北方创业主要会计数据及财务指标

图表 2005年1-9月北方创业利润表

图表 2005年上半年铁龙物流主要会计数据和财务指标

图表 1990-2003年上海市铁路旅客发送量比例图

图表 1985—2001年铁路货运与公路货运的市场占有率

图表 2000年部分城市铁路与公路直达客运量及份额

图表 我国铁路运输企业的内外分析

图表 铁路货运客户关系管理系统

图表 现有铁路货运受理业务流程

图表 改进的货运受理业务流程

图表 现有运到货物交付的业务流程

图表 改进的运到货物交付的业务流程

图表 现有货物车辆配送与挂运业务流程

图表 改进后的货物车辆配送与挂运业务流程

图表 各种运输方式的旅客平均运输距离

图表 铁路旅客运输距离及发送量变化情况

图表 铁路旅行选择因素

图表 客运段贡献毛益计算表

图表 铁路局客车车辆段营运成本计算表

图表 铁路局旅客运输期间费用

图表 上海市铁路、公路、水运、航空旅客周转量变化表

图表 铁路旅客运输量\周转量预测值与实际值的比较

图表 铁路客运状态划分表
图表 铁路额运状态表
图表 主要通道各种运输方式平均客货流密度分担比例
图表 铁路客运量预测检验对照表
图表 传统铁路货运站发展方向
图表 供应链下铁路货运站新型业务关系
图表 铁路现代物流中心最优规模示意图
图表 无铁路专用线大宗货物物流运作模式示意图
图表 铁路现代物流中心信息平台示意图
图表 客运营销信息系统信息流程图
图表 铁路运输企业主要收入构成
图表 各种运输方式增长率指标
图表 公路、民航、铁路所占客运市场份额的变化
图表 公路、民航、铁路所占货运市场份额的变化
图表 垄断的基本博弈构式
图表 均质产品寡头竞争的博弈构式
图表 中国货物运输平均运距统计
图表 机票下浮与铁路票价比较
图表 飞机、火车旅行时间随距离变化图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45469.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。