



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006-2007年中国铁路行业研究 及发展预测

一、调研说明

《2006-2007年中国铁路行业研究及发展预测》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/64629.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

【目录】

第一部分 2006-2007年中国铁路行业现状

第一章 2006-2007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 2005-2006年中国铁路运输行业市场供需现状

第一节 2005-2006年铁路货运量及货物周转量分析

一、2005-2006年铁路货运量

二、2005-2006年铁路货物周转量

第二节 2005-2006年铁路客运量及旅客周转量分析

一、2005-2006年铁路客运量

二、2005-2006年铁路旅客周转量

第三章 2006-2007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 2006-2007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 2006-2007年中国铁路投资发展机会

第四章 2006-2007年铁路运输供需缺口分析

第一节 2006-2007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 2006-2007年中国铁路运输价格优势分析

第一节 2005-2006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 2006-2007年我国铁路市场开放前景分析

第一节 2005-2006年铁路市场开放现状

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 2006-2007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 2006-2007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 2006-2007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 2006-2007年铁路发展战略投资机会

第三部分 2006-2007年铁路运输经营及竞争发展分析

第八章 2006-2007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 2006-2007年铁路运输产业竞争力前景分析

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 2006-2007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 2006-2007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

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 2005-2006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 2006-2007年铁路工程机械行业发展分析

第一节 2005-2006年铁路工程机械行业现状

- 一、2005-2006年工程机械行业发展情况分析
- 二、2005-2006年进出口情况
- 三、2006-2007年工程机械行业市场走向分析

第二节 2005-2006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 2006-2007年铁路工程机械行业整体发展预测

- 一、铁路工程机械需求量的整体影响因素
- 二、铁路工程机械行业历史供给情况
- 三、2005-2006年铁路工程机械进出口分析
- 四、2006-2007年铁路工程机械供需预测
- 五、2006-2007年铁路工程机械分区域预测

第四节 2006-2007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 2006-2007年我国铁路工程机械市场投资建议

- 一、2006-2007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、2006-2007年铁路工程机械行业经营绩效分析及预测
- 四、2006-2007年工程机械行业的整体投资思路
- 五、2006-2007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 2006-2007年铁路行业上市公司及企业战略

第一节 2006-2007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 2006-2007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 2006-2007年中国铁路行业竞争格局及投资策略

第十三章 2006-2007年铁路运输行业竞争力前景分析

第一节 2006-2007年铁路运输产业的竞争力分析

第二节 2006-2007年铁路运输产业前景预测

第三节 2006-2007年铁路运输与公路的竞争比较

第四节 2006-2007年水运发展对铁路市场的影响

第十四章 2006-2007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

第六节 铁路客运量预测分析

- 一、铁路旅客运量系统动力学预测模型分析
- 二、基于灰色马尔柯夫过程的铁路客运量预测方法分析

第十五章 2006-2007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 2006-2007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 2006-2007年中国铁路运输业发展战略建议

第一节 2006-2007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 2006-2007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

三、战略的选择

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/64629.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。