

2024-2029年中国铁路货运行业市场全景调研及投资价值评估研究报告

报告简介

我国铁路发展现代物流“四大痛点”。1)主体间协作能力较弱。目前，铁总直属路局共18个，各铁路局旗下物流企业仍然是以分散经营为主，路局物流企业间的沟通、协作能力较差;2)服务功能单一。多数服务还仅限于运输代理、保管、装卸搬运等传统货运业务，不能提供集仓储、运输、货代、包装、配送、信息处理于一体的物流服务。3)企业发展相对滞后，缺乏核心竞争力;4)自身定位模糊。在全程物流的各环节是全程投入自有资源运营或者与第三方合作，仍在摸索合适的营运模式。

从发达国家的情况来看，“公转铁”将会是运输结构调整的趋势所在。美国铁道协会(AAR)报告提出，铁路货运是环境友好型的运输方式，相比于公路货运，使用更少的燃油，降低温室气体的排放。而目前，美国铁路在货运结构中所占比例为33.15%，远远高出中国的13.75%。在铁路货运成本、能耗及环保方面均优于公路货运的情况下，我国铁路货运的发展潜力巨大。

铁路在货物运输方面具有成本、节能及环保方面的优势。成本方面，铁路货运的定价方式为替代竞争定价，其运价大致为公路货运运价的1/3。能耗方面，铁路总公司统计公报显示，铁路货运能耗为4.33吨标准煤/百万换算吨公里，仅为公路货运的1/4。环保方面，据环保部大气环境管理司透露，铁路货运的主要污染物排放量是公路货运的1/13，而电气化铁路货运的污染物排放更是接近于零。为实现打赢蓝天保卫战的目标，铁路势必是取代部分高能耗高污染公路货运的最佳方式。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国铁路货运市场进行了分析研究。报告在总结中国铁路货运行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国铁路货运行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为铁路货运企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国铁路货运行业发展概述 7

第一节 铁路货运行业发展情况 7

第二节 最近3-5年中国铁路货运行业经济指标分析 8

一、赢利性 8

二、成长速度 8

三、附加值的提升空间	9
四、进入壁垒/退出机制	10
五、风险性	10
六、行业周期	11
七、竞争激烈程度指标	11
八、当前行业发展所属周期阶段的判断	11
第三节 关联产业发展分析	12
一、旅客运输	12
二、铁路建设	13
第二章 中国铁路货运行业的国际比较分析	15
第一节 中国铁路货运行业竞争力指标分析	15
第二节 中国铁路货运行业经济指标国际比较分析	15
第三节 全球铁路货运行业市场需求分析	16
一、市场发展现状	16
二、需求结构分析	18
三、市场发展趋势	19
第四节 全球铁路货运行业市场供给分析	20
一、市场价格走势	20
二、重点企业分析	21
第二部分 行业深度分析	
第三章 2019-2023年中国铁路货运行业整体运行指标分析	22
第一节 中国铁路货运行业总体规模分析	22
一、从业人员规模分析	22
二、行业规模分析	22

第二节 中国铁路货运行业产销分析	23
一、行业情况总体分析	23
二、行业销售收入总体分析	23
第三节 中国铁路货运行业财务指标总体分析	24
一、行业盈利能力分析	24
二、行业偿债能力分析	24
三、行业营运能力分析	25
四、行业发展能力分析	25
第四章 铁路货运产业链的分析	26
第一节 行业集中度	26
第二节 主要环节的增值空间	26
第三节 行业进入壁垒和驱动因素	26
第四节 上下游行业影响及趋势分析	27
第三部分 竞争格局分析	
第五章 区域市场情况深度研究	29
第一节 长三角区域市场情况分析	29
第二节 珠三角区域市场情况分析	30
第三节 环渤海区域市场情况分析	30
第四节 铁路货运行业主要市场大区发展状况及竞争力研究	31
第六章 2024-2029年需求预测分析	33
第一节 铁路货运行业领域2024-2029年需求量预测	33
一、铁路货运行业领域需求量预测分析	33
二、2024-2029年铁路货运行业领域需求量预测	33
第二节 2024-2029年铁路货运行业领域需求功能预测	34

- 一、2019-2023年铁路货运行业发展情况 34
- 二、铁路货运行业领域需求功能预测 34
- 第三节 2024-2029年铁路货运行业领域需求市场格局预测 35
 - 一、铁路货运行业领域需求市场相关背景 35
 - 二、2024-2029年铁路货运行业领域需求市场格局预测 35
- 第七章 铁路货运市场竞争格局分析 37
 - 第一节 行业竞争结构分析 37
 - 一、现有企业间竞争 37
 - 二、潜在进入者分析 38
 - 三、替代品威胁分析 39
 - 四、供应商议价能力 43
 - 五、客户议价能力 43
 - 第二节 行业集中度分析 44
 - 一、市场集中度分析 44
 - 二、企业集中度分析 44
 - 三、份额集中度分析 44
 - 第三节 行业竞争力比较 45
 - 一、需求条件 45
 - 二、支援与相关产业 46
 - 三、相关行业竞争状态 47
 - 四、政府的作用 47
 - 第四节 铁路货运行业主要企业竞争力分析 51
 - 一、重点企业资产总计对比分析 51
 - 二、重点企业全年营业收入对比分析 51

- 三、重点企业利润总额对比分析 52
- 四、重点企业综合竞争力对比分析 52
- 第五节 铁路货运行业竞争格局分析 53
 - 一、2019-2023年铁路货运行业竞争分析 53
 - 二、2019-2023年国外铁路货运竞争分析 54
 - 三、2019-2023年中国铁路货运市场竞争分析 58
 - 四、2019-2023年中国铁路货运市场集中度分析 59
- 第八章 主要企业的排名与产业结构分析 60
 - 第一节 行业企业排名分析 60
 - 第二节 产业结构分析 60
 - 一、市场细分充分程度的分析 60
 - 二、各细分市场占总市场的结构比例 60
 - 第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 61
 - 一、产业价值链的构成 61
 - 二、产业链条的竞争优势与劣势分析 63
 - 第四节 产业结构发展预测 64
 - 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析 64
 - 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 66
 - 三、中国铁路货运行业参与国际竞争的战略市场定位 68
- 第九章 重点铁路货运企业分析 70
 - 第一节 中铁铁龙集装箱物流股份有限公司 70
 - 一、主营业务及经营状况 70
 - 二、历年销售规模、利润指标 70
 - 三、主要市场定位 71

四、主要优势与主要劣势 71

五、市场拓展战略与手段分析 72

第二节 宁夏西部创业实业股份有限公司 72

一、主营业务及经营状况 72

二、历年销售规模、利润指标 74

三、主要市场定位 74

四、主要优势与主要劣势 74

五、市场拓展战略与手段分析 75

第三节 大秦铁路股份有限公司 75

一、主营业务及经营状况 75

二、历年销售规模、利润指标 77

三、主要市场定位 77

四、主要优势与主要劣势 78

五、市场拓展战略与手段分析 78

第四节 广深铁路股份有限公司 79

一、主营业务及经营状况 79

二、历年销售规模、利润指标 80

三、主要市场定位 81

四、主要优势与主要劣势 81

五、市场拓展战略与手段分析 81

第五节 中国中铁股份有限公司 81

一、主营业务及经营状况 81

二、历年销售规模、利润指标 84

三、主要市场定位 84

四、主要优势与主要劣势	84
五、市场拓展战略与手段分析	86
第六节 中国铁建股份有限公司	88
一、主营业务及经营状况	88
二、历年销售规模、利润指标	89
三、主要优势与主要劣势	89
四、市场拓展战略与手段分析	91
第七节 中国中车股份有限公司	92
一、主营业务及经营状况	92
二、历年销售规模、利润指标	93
三、主要优势与主要劣势	94
四、市场拓展战略与手段分析	95
第八节 中国神州高铁技术股份有限公司	97
一、主营业务及经营状况	97
二、历年销售规模、利润指标	98
三、主要优势与主要劣势	98
四、市场拓展战略与手段分析	100
第四部分 发展战略研究	
第十章 应用领域及行业供需分析	102
第一节 需求分析	102
一、铁路货运行业市场现状	102
二、铁路货运行业需求市场	104
三、铁路货运行业货运结构	107
第二节 供给分析	107

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势	108
一、铁路货运行业的需求预测	108
二、铁路货运行业的供应预测	108
三、供求平衡分析	109
第四节 市场价格分析	110
第十一章 影响企业经营的关键趋势	111
第一节 市场整合成长趋势	111
第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测	112
第三节 企业区域市场拓展的趋势	112
第四节 中国铁路货运行业swot分析	114
第十二章 2024-2029年铁路货运行业投资价值评估分析	117
第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析	117
一、产业发展的有利因素	117
二、产业发展的不利因素	118
第二节 产业发展的空白点分析	118
第三节 投资回报率比较高的投资方向	119
一、优化完善货运产品	119
二、延伸货运服务链条	119
三、实现价值链延伸	120
四、实现多业态融合	120
第四节 新进入者应注意的障碍因素	120
一、制度性垄断	120
二、货源结构	120
第五节 营销分析与营销模式推荐	121

一、渠道策略 121

二、价格策略 121

三、产品策略 122

四、促销策略 123

五、客户策略 123

图表目录

图表：2019-2023年中国铁路货运行业赢利水平(单位：亿元) 11

图表：2019-2023年中国铁路货运行业营业收入增速(单位：%) 11

图表：实行市场调节价的整车运输具体货物 12

图表：铁路整车货物运输基准运价率 12

图表：产业生命周期结构图 15

图表：2019-2023年国家铁路旅客发送量(单位：万人) 15

图表：2019-2023年国家铁路旅客周转量(单位：亿人公里) 16

图表：2019-2023年全国铁路营业里程(单位：万公里) 17

图表：2019-2023年中国铁路货运行业从业人员规模(单位：万人) 25

图表：2019-2023年中国铁路货运行业货运发送规模(单位：万吨) 25

图表：2019-2023年中国铁路货运行业销售收入(单位：亿元) 26

图表：2019-2023年中国铁路货运行业毛利率水平 27

图表：2019-2023年中国铁路货运行业资产负债水平 27

图表：2019-2023年中国铁路货运行业货运周转规模(单位：万吨) 28

图表：2019-2023年中国铁路货运行业净资产收益率水平 28

图表：2019-2023年中国铁路货运行业市场集中度情况 29

图表：2019-2023年中国各大区域铁路货运量占比 34

图表：2024-2029年铁路货运行业需求量预测(单位：万吨) 36

- 图表：中西部三条跨洲货运铁路路线 38
- 图表：中欧班列历年开行数量(单位：列) 39
- 图表：2019-2023年中欧班列回程班列占去程班列比例 39
- 图表：中国铁路总公司货运相关企业基本架构 40
- 图表：铁路和公路运输单耗对比 43
- 图表：铁路货运产业链示意图 46
- 图表：中国铁路发送货物占比情况 47
- 图表：货运量各种运输方式市场份额占比 48
- 图表：中国铁路营业里程(单位：万公里) 49
- 图表：铁路主要货物运输量及增速 49
- 图表：主要运输方式市场占有率 50
- 图表：中国铁路总公司下属18个铁路局集团有限公司开通高铁快运情况汇总 53
- 图表：2019-2023年9月铁路货运行业重点企业资产对比(单位：亿元) 54
- 图表：2019-2023年9月铁路货运行业重点企业营业收入对比(单位：亿元) 54
- 图表：2019-2023年9月铁路货运行业重点企业利润总额对比(单位：亿元) 55
- 图表：2019-2023年9月铁路货运行业重点企业毛利率对比(单位：%) 55
- 图表：2019-2023年9月铁路货运行业重点企业净资产收益率对比(单位：%) 56
- 图表：美国铁路公司经营组织管理体系架构 58
- 图表：德国铁路货运经营及清算模式 59
- 图表：德铁经营组织管理体系架构 60
- 图表：db货运公司与db辛克物流公司核心产品 60
- 图表：2019-2023年中国铁路货运货物运输量分布 63
- 图表：价值链系统 64
- 图表：铁路运输企业价值链 65

图表：铁路运输流程的价值链 66

图表：2019-2023年铁龙物流铁路货运及临港物流业务营收情况 73

图表：2019-2023年西部创业铁路货运业务营收情况 77

图表：2019-2023年大秦铁路铁路货运业务营收情况 80

图表：2019-2023年广深铁路货运业务营收情况 83

图表：2019-2023年中国中铁营收情况 87

图表：2019-2023年中国铁建营收情况 92

图表：2019-2023年中国中车营业收入情况 96

图表：2019-2023年神州高铁营业收入情况 101

图表：2019-2023年煤炭、钢铁、铁矿石运量情况 105

图表：2019-2023年铁路零散高附加值白货运量情况 107

图表：2019-2023年铁路集装箱运量 108

图表：2019-2023年我国商品汽车铁路运量 108

图表：2024-2029年铁路货运行业需求量预测(单位：万吨) 111

图表：2024-2029年铁路货运行业运载能力预测(单位：亿吨) 112

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20190225/108135.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)