

# 2017-2023年中国中转运输 行业市场监测与发展趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2023年中国中转运输行业市场监测与发展趋势预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/U7271934CG.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

中转运输，是指商品销售部门把商品送到某一适销地点，再进行转运、换装或分运的工作，如发货地用地方管辖的船舶发运，路途中换装交通部所管辖的船舶运输；或火车整车到达后再用火车零担转运到目的地，都称为中转运输。

中转运输是商品运输的有机组成部分，是联结发货和收货的重要环节。它对于做到统一发、收、转，适应商品多渠道运输，加速商品流转，做到商品合理组配，提高运输质量，节约运输费用，满足人民需要，都有重要的意义。

对外贸易部关于外贸物资实行跨省中转运输的几项原则要求

- 一 为了加速外贸物资流通，避免迂回运输，减少货运损耗，节省运杂费用，降低出口成本，各地外贸部门对于运往陆运口岸或海运港口的出口货物和其他物资，凡必须经过铁路或其他运输方式中转的，均应按照合理流向选择中转地点。
- 二 选择中转地点应不受行政区划的限制。凡在邻近省(或自治区，下同)中转流向合理的，两省有关外贸部门(以下简称委托方和代运方)应积极组织跨省中转。
- 三 中转地的外运公司分支机构，可按照“外运公司1980年全国经理会议纪要”精神，积极办理跨省中转代运业务。没有设立外运公司分支机构的地区，可由当地其他外贸企业单位办理。
- 四 组织跨省中转要根据“安全、迅速、准确、节省、方便”的原则和广开生产门路，扩大运输服务范围的精神进行。双方应自愿互利，各负其责，密切配合，协商办事。
- 五 委托方应按时提出托运计划，将货物运交对方中转仓库或直接中转地点(火车站、内河码头)，代运方应根据委托办理储存、转运事项，并应本着薄利多运的原则向委托方核收合理的代运定额费用。如暂时不能实行定额费用，可采用实报实销、加收劳务费的办法逐步过渡。双方在两省外贸局共同组织下签订委托代运协议，并由两省外贸局监督执行。
- 六 在组织物资跨省中转时，应尽量由发运地直运中转车站、码头，直接装车、装船，减少在中转地入库、出库和短途搬运环节。
- 七 目前由发货省按合理流向在中转省派驻机构(人员)或由中转地其他单位办理中转的，仍继续按现行办法进行。中转地外贸部门应积极创造更为有利的条件，争取把代运业务承担起来。
- 八 各地调入的物资，包括自省外或国外调进的生产原料、配件、包装物料、奖售物资等，也要按照上述原则，打破行政区划的界限，选择合理的中转地点，组织跨省中转运输。

智研数据研究中心发布的《2017-2023年中国中转运输行业市场监测与发展趋势预测报告》共十一章。首先介绍了中转运输相关概念及发展环境，接着分析了中国中转运输规模及消费需求，然后对中国中转运输市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国中转运输面临的机遇及发展前景。您若想对中国中转运输有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您

不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录:

## 第一章中国交通运输行业发展现状

### 第一节2014-2016年交通运输发展情况分析

- 一、基础设施建设分析
- 二、服务保障能力分析
- 三、综合管理体制分析
- 四、创新规划实施分析
- 五、对外交流合作分析

### 第二节2014-2016年中国交通运输行业市场分析

随着经济的发展、国民收入水平的提高、区域经济交流的增长以及消费升级，主要服务于国内客运市场的航空运输和铁路运输仍将保持相对稳定的增长速度。虽然高铁网络的完善将不断改变现有国内客运格局，但是足够大的国内外市场仍然为各种运输方式提供足够大的增长空间。

#### 交通运输行业客运量增长趋势

#### 一、2014-2016年中国交通运输行业盈利分析

#### 二、2014-2016年中国交通运输行业指标分析

### 第三节2014-2016年中国交通运输行业供需分析

- 一、2014-2016年中国交通运输市场产品供需分析
- 二、2014-2016年中国交通运输市场供给结构分析

### 第四节中国交通运输行业发展存在的问题

- 一、交通运输设施的区域布局不合理
- 二、交通运输业的能耗高、
- 三、较低的交通技术和装备水平
- 四、各种运输方式分工不尽合理，市场竞争不规范
- 五、政企不分，阻碍了交通运输业的健康发展

## 第二章中转运输市场发展概况

### 第一节中转运输市场及产品介绍

#### 一、中转运输的定义

#### 二、中转运输的原则

### 第二节2014-2016年中转运输市场发展概况

#### 一、各大机场航空公司发力中转运输

#### 二、水水中转发展情况

#### 三、海铁中转助推港口经济

#### 四、海路铁路公路航空中转联运的比例

### 第三节中转运输市场相关政策法规

#### 一、中国交通运输相关政策取向

#### 二、中国交通运输行业政策分析

#### 三、自贸区将带动国际中转客流和物流

#### 四、关于加快港口海铁中转联运发展若干扶持政策的意见

### 第四节2017-2023年中转运输市场发展前景预测

#### 一、水水中转前景

#### 二、海铁中转联运前景

#### 三、空铁空空中转前景

### 第五节行业技术水平

#### 一、交通运输技术和装备水平

#### 二、交通运输行业的管理技术水平

#### 三、信息网络互通互联技术水平

### 第六节市场推广在中转运输行业的重要性

#### 一、我国航空中转市场营销的重要性

#### 二、我国铁路中转市场推广的重要性

### 第七节营销渠道建设是中转运输市场竞争的关键

## 第三章中转运输市场容量/市场规模分析

### 第一节2014-2016年中转运输市场容量/市场规模统计

#### 一、航空运输中转运输市场规模

#### 二、水运中转运输市场规模

### 三、海陆空之间中转运输市场比例

### 四、陆运中转运输市场规模

#### 第二节中转运输下游应用市场结构

#### 第三节影响中转运输市场容量/市场规模增长的因素

##### 一、中转运输产生的原因

##### 二、市场规模增长的原因

#### 第四节2017-2023年我国中转运输市场容量/市场规模预测

##### 一、航空中转运输市场规模预测

##### 二、水运中转运输市场规模预测

##### 三、其它中转运输市场规模预测

### 第四章中转运输市场推广策略研究

#### 第一节中转运输行业新品推广模式研究

##### 一、开展中转运输产品推介会

##### 二、其它推广模式

#### 第二节中转运输市场终端产品发布特点

##### 一、中转站货量大，覆盖范围广

##### 二、需要多方合作

#### 第三节中转运输市场中间商、

##### 一、代理商制度

##### 二、个人代理

##### 三、双方代理

##### 四、类型

#### 第四节中转运输市场网络推广策略研究

#### 第五节中转运输市场广告宣传策略

##### 一、内部定位策略

##### 二、外部定位策略

#### 第六节中转运输市场推广与配套供货渠道建立

#### 第七节中转运输新产品推广常见问题

##### 一、中国港口中转运输问题

##### 二、中转运输市场推广其他问题

#### 第八节直销模式在中转运输推广过程中的应用

- 一、直销的定义
  - 二、直销和传统销售的区别
  - 三、直销模式在中转运输推广中的应用
- 第九节国外中转运输市场推广经验

## 第五章中转运输盈利模式研究

### 第一节中转运输市场盈利模式的分类

- 一、盈利模式的构成要素
- 二、盈利模式分类
- 三、盈利模式构建

### 第二节中转运输企业的盈利模式研究

- 一、中转运输服务延伸模式
- 二、行业中转运输服务模式
- 三、项目中转运输服务模式
- 四、定制式中转运输服务模式
- 五、中转运输咨询服务模式
- 六、中转运输管理输出模式
- 七、中转运输连锁经营模式
- 八、中转运输战略联盟模式

### 第三节中转运输经销代理商盈利模式研究

- 一、单一的产品代理盈利模式
- 二、上下游延伸的盈利模式

### 第四节盈利模式对市场推广策略选择的影响

- 一、完善企业营销组织
- 二、健全中转运输企业营销网络
- 三、调整中转运输产品结构策略，加强产品创新
- 四、注重创立品牌

### 第五节独立经销网络盈利模式改进研究

- 一、构建企业赚钱的核心内容
- 二、构建在运营中可以赚钱的核心内容

### 第六节第三方经销网络优化管理研究

- 一、与供应链上的各个企业做好信息共享工作

二、与第四方物流企业紧密合作，加强对物流系统解决方案的规划和整合

三、积极寻求资源整合和系统优化

## 第六章中转运输营销渠道建立策略

### 第一节中转运输市场营销渠道结构

一、主力型渠道

二、紧凑型渠道

三、伙伴型渠道

四、松散型渠道

### 第二节中转运输市场伙伴型渠道研究

### 第三节中转运输市场直接分销渠道与间接分销渠道管理

一、直接分销渠道

二、间接分销渠道

### 第四节大客户直供销售渠道建立策略

### 第五节网络经销渠道优化

一、优化目标

二、优化原则

三、优化思路

四、优化方案

1、企业网站优化方案

2、SEO优化方案

3、B2B平台优化方案

五、优化预期

六、保障措施

### 第六节渠道经销管理问题

一、销售渠道管理缺乏效率

二、专业化渠道企业发展缺乏稳定性

三、企业过分依赖中间商

四、渠道冲突严重

## 第七章中转运输市场客户群研究与渠道匹配分析

### 第一节中转运输主要客户群消费特征分析



## 第二节大客户经销渠道构建问题研究

- 一、大客户综述
- 二、谁是你的大客户--找准你的大客户
- 三、攻--寻找大客户的突破点
- 四、守--如何牢牢守住你的客户
- 五、防--怎样打好你最后的攻坚战
- 六、修身--完美做人做事

## 第三节网络客户渠道化发展建议

- 一、选择自营渠道模式或分销商渠道模式
- 二、选择渠道逆向模式
- 三、渠道“精营”

## 第四节渠道经销商维护策略研究

- 一、渠道维护的几个维度
- 二、渠道维护的三个原则
- 三、渠道维护的策略与技巧探讨

## 第五节中转运输市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向

- 一、客户群消费趋势
- 二、渠道发展方向

## 第八章重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例

### 第一节上海外高桥集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

### 第二节中储发展股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

### 第三节中铁铁龙集装箱物流股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

#### 第四节中外运空运发展股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

#### 第五节江苏连云港港口股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

#### 第六节广西交通投资集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

#### 第七节芜湖港储运股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

#### 第八节张家港保税科技股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

#### 第九节中海集装箱运输上海有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析划

#### 第十节长发集团长江投资实业股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

### 第九章2017-2023年中转运输行业投资环境分析

#### 第一节中转运输行业政治法律环境分析

- 一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

第二节中转运输行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、固定资产投资情况

7、社会消费品零售总额

8、对外贸易&进出口

三、产业宏观经济环境分析

第三节中转运输行业社会环境分析

一、中转运输产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

二、中转运输产业发展对社会发展的影响

第十章2017-2023年中转运输行业投资机会与风险

第一节政策风险及防范

第二节供求风险及防范

第三节宏观经济波动风险及防范

第四节关联产业风险及防范

第五节其他风险及防范

一、汇率变动风险

二、利率调整风险

三、财务风险

四、管理风险

## 第十一章中转运输行业投资战略研究

### 第一节中转运输行业发展战略研究

#### 一、战略综合规划

#### 二、技术开发战略

#### 三、业务组合战略

#### 四、区域战略规划

#### 五、产业战略规划

#### 六、营销品牌战略

#### 七、竞争战略规划

### 第二节对我国中转运输品牌的战略思考

#### 一、企业品牌的重要性

#### 二、中转运输实施品牌战略的意义

#### 三、中转运输企业品牌的现状分析

#### 四、我国中转运输企业的品牌战略

#### 五、中转运输品牌战略管理的策略（ZY LT）

### 部分图表目录:

图表：2014-2016年中国客货运量统计分析

图表：2014-2016年中国交通运输行业市场规模情况

图表：2014-2016年中国交通运输行业市场需求量情况

图表：《国务院关于促进民航业发展的若干意见》的主要内容

图表：《云南省人民政府关于贯彻国务院加快长江等内河水运发展意见的实施意见》的主要内容

图表：2016年我国航空中转运输市场规模

图表：2015年我国水运中转运输市场规模

图表：2016年我国水运中转运输市场规模

图表：2017-2023年我国航空中转运输市场规模预测

图表：2017-2023年我国水运中转运输市场规模预测

图表：企业网站栏目

图表：网络营销渠道优化实施保障组织结构

图表：2014-2016年上海外高桥集团有限公司行业构成

图表：2014-2016年上海外高桥集团有限公司地区构成

图表：2014-2016年上海外高桥集团有限公司偿债能力分析

图表：2014-2016年上海外高桥集团有限公司资本结构分析

图表：2014-2016年上海外高桥集团有限公司经营效率分析

图表：2014-2016年上海外高桥集团有限公司获利能力分析

图表：2014-2016年上海外高桥集团有限公司发展能力分析

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/U7271934CG.html>