

中国公路货运行业需求规模与投资策略分析报告2022-2027年

产品名称	中国公路货运行业需求规模与投资策略分析报告 2022-2027年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号中国铁建大厦
联系电话	010-56231698 18766830652

产品详情

中国公路货运行业需求规模与投资策略分析报告2022-2027年*****

*【报告编号】 336376【出版日期】 2022年2月【出版机构】 中研华泰研究院【交付方式】

EMIL电子版或特快专递【报告价格】 纸质版:6500元 电子版:6800元

纸质版+电子版:7000元【联系人员】

刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 章 中国公路货运行业发展综述节 公路货运行业概念一、公路货运行业的定义二、公路货运主要经营方式1、公共运输业2、契约运输业3、自用运输业4、汽车货运代理第二节 公路货运行业发展必然性分析一、行业政策利好不断1、国家物流规划发布，公路货运受到重视2、多次考察公路货运企业3、交通运输部全面深化改革4、车辆动态监督新规出台后，区域监督政策相继出台二、经济下行加速产业升级1、国内GDP增长分析2、工业经济增长分析3、固定资产投资情况4、城乡居民收入增长情况三、外部环境变化不断1、营改增全面实施2、移动互联网进入普及时代3、加速推广ETC及货车按车型收费4、公路货运转铁路不及预期5、多项法规修改推进货车车型标准化6、疫情影响下全国实行收费公路免收车辆通行费四、移动互联网重塑行业结构1、公路货运O2O平台2、行业结构重塑分析 第二章 中国公路货运关联行业发展分析节 货车整车制造行业发展分析一、中国货车市场产销量分析二、中国货车的销售结构分析1、重型货车2、中型货车3、轻型货车4、微型货车三、中国货车进口市场发展分析四、中国货车出口市场发展分析五、中国货车进出口市场预测六、货车与公路货运相关性分析第二节 汽车维修行业发展分析一、汽车维修行业发展现状二、汽车维修成本结构分析三、汽车维修从业人员水平四、汽车维修市场客户分析五、汽车维修市场企业结构六、汽车维修竞争格局分析七、汽车维修与公路货运相关性分析第三节 中国物流行业发展分析一、物流行业的发展阶段分析二、物流总额增幅及其构成情况1、物流业增加值情况2、物流总费用及构成情况3、物流固定资产投资情况4、物流业景气情况分析5、物流行业的发展前景展望三、物流行业与公路货运相关性分析 第三章 国际公路货运行业发展状况分析节 国际公路货运发展现状分析一、国际公路建设情况分析二、国际货运发展现状分析1、受国际经济复苏乏力影响，国际货运业发展出现低迷2、小型企业不断破产，大企业也面临利润下滑3、运力过剩，公路货运行业面临资源整合的困境三、国际货运发展特点分析1、小企业众多大企业主导2、公路货运向化方向发展3、公路运输与其他运输方式有效衔接4、运输组织与管理方法先进第二节 美国公路货运发展状况分析一、美国公路建设情况分析二、美国公路货运基本情况1、美国整车运输占公路货运的比重较大2、美国零担货运收入占比较大3、美国公路货运信息化程度较高三、美国公路货运发展趋势1、以公路交通安全为首要的战略目标2、以提高公路货运系统的机动能力为发展前提3、以促进经济贸易发展为根本动力四、美国公路货运发展预测1、城市高速公路发展迅速2、注重

加强周边国际高速公路网的建设3、强化车辆使用高速公路的管理4、智能化交通管理方兴未艾五、美国公路货运重点企业分析1、耶路全球(YRCW)2、Con-wayTruckload

第三节 德国公路货运发展状况分析

一、德国公路建设情况分析二、德国公路货运基本情况1、德国公路货运企业经营情况2、德国公路货运甩挂运输分析3、德国公路货运信息化发展三、德国多式联运发展分析

第四节 日本公路货运发展状况分析

一、日本公路建设情况分析二、日本公路货运基本情况三、日本“宅配便”发展分析1、“宅配便”的发展背景2、“宅配便”运输特点与功能3、“宅配便”的物流业务模式4、“宅配便”的发展战略分析5、日本“宅配便”运输经验借鉴

第四章 中国公路货运行业发展状况分析

第一节 交通运输行业发展状况分析

一、交通运输行业发展概况1、初步完成了综合运输网2、铁路货运能力大幅提升3、高速公路网络进一步完善二、交通运输行业运行态势1、全社会客运量及增长分析2、全社会货运量及增长分析3、固定资产投资及增长分析三、交通运输行业趋势分析1、基础设施继续完善2、运输结构不断优化3、交通运输软实力增强

第二节 公路货运行业发展状况分析

一、中国公路建设发展情况分析1、公路运营总里程分析2、公路结构分析二、公路货运行业运输装备情况三、公路货运行业货物运输量分析1、公路货运量走势分析2、区域货物运输比较分析四、公路货运行业货物运输价格分析1、公路货运市场运价指数分析2、公路货运市场效率指数分析五、公路货运行业存在问题及对策1、公路货运存在的主要问题2、公路货运行业的发展建议

第三节 公路物流信息化建设及需求分析

一、公路物流信息平台市场需求分析二、公路物流信息平台盈利模式分析三、美国货运信息平台发展模式分析1、Transwork模式分析2、Getloaded模式分析3、TransCore模式分析4、Landstar模式分析四、中国公路物流信息平台发展历程1、公路物流盈利模式及发展历程2、重点企业公路物流信息平台建设五、公路物流信息平台成功案例分析

第四节 公路货运行业发展新热点分析

一、电子商务物流配送二、货运车联网1、货运车联网是未来公路货运企业关注的焦点2、货运车联网可实现对车辆的监控管理3、货运车联网可实现驾驶员管理功能三、冷链运输1、食品冷链运输成为公路货运业的热点2、我国冷链运输以公路运输为主四、大件运输1、大件运输成为公路货运的热点2、大件运输对车辆和企业资质要求高3、大件运输存在的问题五、危险品运输1、危险品运输公司供不应求2、危险品运输单位标准要求高3、危险品运输对运输企业的车辆管理系统要求高六、互联网+公路货运1、货物流O2O2、盈利模式3、服务模式4、存在的五大痛点

第五节 公路货运行业新模式分析

一、甩挂运输模式1、甩挂运输的发展现状2、甩挂运输的发展特点3、甩挂运输发展前景二、货运班车模式1、货运班车促进整合零散货运资源2、货运班车促进运费的降低3、货运班车是性价比相对较好的运输方式4、货运班车促进城市货运站的发展三、多式联运模式1、多式联运的分类2、多式联运在世界范围内发展迅速3、多式联运是现代货运业发展方向四、共同配送模式1、共同配送的特点2、共同配送的优势3、共同配送存在的问题五、干线联盟模式1、干线联盟形成的原因2、干线联盟形成能够提升联盟企业的业务3、干线联盟是长期稳定的契约关系六、驮背运输模式1、驮背运输的运输形式2、驮背运输能够降低成本，提高经济效率3、驮背运输可发挥铁路和公路货运双重优势七、卡车融资租赁模式1、卡车融资租赁可以减少货运企业资金占用2、卡车融资租赁企业经营情况八、小集装箱系统模式九、集装单元化运输模式1、集装单元化是物流现代化的标志2、集装单元化的实质是集装单元化系统3、台湾邮政的特色邮政便利箱寄送服务十、客运“小件快运联盟”模式1、小件快运联盟的优势2、小件快运联盟是新的盈利点

第五章 中国公路货运行业需求市场分析

第一节 中国钢铁物流市场需求分析

一、钢铁行业产销规模分析1、钢材产量分析2、钢材表观消费量分析二、钢铁运输方式三、钢铁公路运输的作用意义1、原料供应阶段2、钢铁生产阶段3、产品销售阶段四、钢铁公路运输规模分析五、钢铁公路运输发展前景分析

第二节 中国汽车物流市场需求分析

一、汽车行业总体发展情况分析1、汽车整车行业产销情况2、汽车零部件行业发展现状3、汽车行业预测二、汽车物流行业市场竞争格局三、汽车运输方式及运价分析1、汽车运输方式分析2、汽车运价分析四、汽车公路运输规模分析五、汽车公路运输发展前景分析

第三节 中国零售业物流市场需求分析

一、社会消费品零售总额及其增长二、商贸业子行业运行状况分析1、超市业商品零售额增长情况2、百货业商品零售额增长情况三、零售业物流行业市场区域性差异四、零售业公路运输规模分析五、零售公路运输发展前景分析

第四节 中国家电物流市场需求分析

一、家电行业产销情况分析1、空调行业产销2、电冰箱行业产销二、家电物流运作模式1、家电物流与销售物流2、家电物流操作流程3、家电物流运作模式三、家电物流发展特征分析1、第三方物流异军突起2、社会资源利用率提高3、家电物流信息化加快四、家电公路运输规模分析五、家电公路运输发展前景分析

第六章 高速公路货运市场发展情况分析

第一节 中国高速公路发展概况

一、中国高速公路发展历程二、中国高速公路建设进展

第二节 高速公路收费情况分析

一、高速公路收费政策概述1、高速公路收费政策2、公路收费政策取得重大进展3、高速公路管理体制体制改革方向二、国内外高速公路收费标准概览1、全球高速公路收费标准一览2、中国主要高速公路收费标准三、重点区域高速公路收费情况分析1、高速公路收费构成2、区域高速公路客车流量3、区域高速公

路货车流量4、区域高速公路货车运输量

第三节 高速公路货运市场概况分析

一、高速公路货运市场现状分析二、高速公路货运市场特征分析三、高速公路货运市场发展机遇1、汽车化工业大发展2、现代物流业大发展3、区域经济大发展四、高速公路货运市场存在问题1、运力与运量失衡，运力资源浪费严重2、集约化程度低3、货运组织秩序混乱，妨碍运输网络的形成五、高速公路货运市场发展对策1、组建高速公路货运企业集团的必要性和紧迫性2、组建集团应注意的问题

第四节 高速公路货运连锁模式分析

一、构并、直接连锁运作模式分析二、联盟、特许连锁运作模式分析三、高速公路货运连锁网络的发展步骤1、初始阶段2、发展阶段3、成熟阶段

第七章 中国公路货运重点区域市场需求分析

节 长三角地区公路货运市场需求分析

一、长三角地区总体经济发展分析二、长三角地区交通运输发展分析1、长三角地区航空货运分析2、长三角地区铁路货运分析3、长三角地区水路货运分析三、长三角地区公路基础情况分析四、长三角地区公路货运情况分析五、长三角地区公路货运竞争格局六、长三角地区公路货运需求分析

第二节 珠三角地区公路货运市场需求分析

一、珠三角地区总体经济发展分析二、珠三角地区交通运输发展分析1、珠三角地区航空货运分析2、珠三角地区铁路货运分析3、珠三角地区水路货运分析三、珠三角地区公路基础情况分析四、珠三角地区公路货运情况分析五、珠三角地区公路货运竞争格局六、珠三角地区公路货运需求分析

第三节 京津冀地区公路货运市场需求分析

一、京津冀地区总体经济发展分析1、北京市经济发展分析2、天津市经济发展分析3、河北省经济发展分析二、京津冀地区交通运输发展分析1、京津冀地区航空货运分析2、京津冀地区铁路货运分析3、京津冀地区水路货运分析三、京津冀地区公路基础情况分析1、北京2、河北省3、天津四、京津冀地区公路货运情况分析五、京津冀地区公路货运竞争格局六、京津冀公路货运需求分析

第四节 长株潭地区公路货运市场需求分析

一、长株潭地区总体经济发展分析二、长株潭地区交通运输发展分析1、长株潭地区航空货运分析2、长株潭地区铁路货运分析3、长株潭地区水路货运分析三、长株潭地区公路基础情况分析四、长株潭地区公路货运情况分析五、长株潭地区公路货运竞争格局六、长株潭地区公路货运需求分析

第五节 农村公路货运发展及市场需求分析

一、农村公路网络建设进展分析二、农村公路货运市场发展现状三、农村公路货运市场制约因素1、乡村道路基础设施状况令人担忧2、乡村民众交通安全意识亟待提高3、货车空载率四、农村公路货运市场需求特征五、农村公路货运市场潜力分析

第八章 传统运输企业现代物流发展策略分析

节 不同类型公路货运的规模经济分析

一、整车型公路货物运输的规模经济分析1、整车货运的规模收益不变2、整车货运的边际成本递增二、网络型公路货物运输的规模经济分析1、网络型公路货运的规模经济明显2、网络型货运的规模经济主要有两个来源三、公路货物运输规模经济分析的结论

第二节 传统运输企业开展物流服务可行性分析

一、传统公路运输企业开展物流服务的优势1、传统运输企业具有客户资源优势2、传统运输企业具有一定规模的运输工具3、传统运输企业具有一定的揽货网点4、传统运输企业具有基础的物流设施二、传统公路运输企业开展物流服务的困难1、传统货运企业规模小，没有成本优势2、货运企业的成本控制和质量管理较弱3、无法满足物流企业的化和多元化要求4、缺乏物流和管理人才三、传统公路运输企业开展物流服务的策略1、向功能型物流企业发展2、向综合型物流企业发展3、公路货运企业发展方向4、根据企业自身的情况，进行目标市场的选择5、逐渐拓展自己的业务四、传统公路运输企业开展物流服务案例分析1、郑州交运的货运服务转型案例分析2、金陵交运的货运服务转型案例分析3、山西汽运的货运服务转型案例分析

第三节 中小型货运企业开展物流业务可行性分析

一、中小型公路货运企业的界定二、中小型公路货运企业的作用三、中小型货运企业开展物流业务内容分析1、中小型货运企业基本服务2、中小型货运企业基本服务增值服务四、中小型货运企业开展物流业务机理分析1、外部环境2、内部因素3、一般动因五、中小型货运企业如何快速融入现代物流1、公路货运企业应从企业经营形式和经营规模方面进行调整2、中小型运输企业要提高服务意识，同服务对象结成战略伙伴协作关系3、找好切入点

第四节 公路货运企业个体运力整合可行性分析

一、公路货运企业个体运力整合可行性分析1、价值创造2、成本节约3、风险规避二、公路货运企业个体运力整合的方式分析1、收购2、入股3、分包4、合作三、公路货运企业个体运力整合模型分析

第五节 公路货运企业运营成本控制分析

一、公路货运企业成本的构成分析二、公路货运高成本的原因分析三、降低公路货运成本的主要途径四、货运大型化对降低成本的优势1、减少驾驶员工资开支2、减少燃料消耗，节约油料开支3、适应计重收费，降低高速公路通行费4、车辆正常使用，减少车辆保养和修理费用5、车辆轴载在公路允许范围内，保证公路的正常使用寿命6、提高行车安全性，减少交通事故损失7、满足市场需求降低社会物流成本8、便于实现多式联运五、公路货运大型化基本特点分析六、公路货运大型化及可能性分析七、运用活动成本法的可能性分析1、建立活动成本法的成本计算体系2、进行活动成本分析3、应用活动成本法时要注意的问题

第六节 公路货运企业物流营销策略分析

一、第三方物流策略分析1、调整经营形式和经营规模2、为商业零售业的连锁式经营提供配送服务3、发展制造业的物流服务4、发展电子商务二、总成本策略分析三、服务异化策略分析四、顾客满意策略分析五、客户集中策略分析六、服务多元化策略分析

第九章

中国公路货运行业重点企业经营分析节 公路货运企业发展状况分析一、公路货运企业发展现状二、公路货运企业发展方向1、公路货运企业向规模化方向发展2、公路货运企业向并购改制方向发展3、公路货运企业集约化方向发展4、平台型企业为公路货运注入新动能第二节 公路货运行业重点企业个案分析一、德邦物流股份有限公司1、企业发展简况分析2、企业主营业务分析3、企业经营情况分析4、企业主要财务指标5、企业成长能力分析6、企业盈利能力分析7、企业运营能力分析8、企业偿债能力分析9、企业竞争优势分析10、企业发展战略分析二、天地华宇集团有限公司1、企业发展简况分析2、企业主营业务分析3、企业经营情况分析4、企业运营网点分析5、企业运送能力分析6、企业竞争优势分析7、企业发展动向分析三、重庆市万州汽车运输（集团）有限责任公司1、企业发展简况分析2、企业主营业务分析3、企业经营情况分析4、企业运营网点分析5、企业运送能力分析6、企业竞争优势分析7、企业发展动向分析四、宁夏交通物流集团有限公司1、企业发展简况分析2、企业主营业务分析