

# 2021-2027年中国轻轨交通 市场前景研究与行业前景预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国轨道交通市场前景研究与行业前景预测报告》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.chinairr.org/report/R05/R0501/202107/01-416113.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

轻轨交通是指一种电力驱动的“城市轨道交通”系统。“重型轨道交通”的对称。具有以下特征:车辆可以是单节、铰接或组成短的列车,在固定的轨道上行驶;车站常设有低的或中等高度的月台,在某种情况下,如有些车站没有月台,则往往采用特殊结构的车辆,有可以折叠的脚踏步,在停站开门时自动放下,以方便乘客从路面直接上下;运行方式可以是地面、地下、高架相结合,可以与道路交通和其他交通系统混合行驶,保证路口优先权,也可以完全隔离;通常采用直流供电系统;最大的设计客运能力视列车编组大小而言,一般在单方向每小时可运送2万人,马来西亚吉隆坡轻轨于1998年建成,运送能力每小时达3万人。

从我国城市轨道交通运营里程排行榜来看,截至2019年,我国城市轨道交通运营里程最高的城市为上海,运营里程达705公里,拥有车站415座,线路共有17条。其次,北京以里程626公里位列第二,拥有车站389座,线路共有21条。2019年中国城市轨道交通车站数排行TOP10 2019年中国城市轨道交通线路排行TOP10 中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国轻轨交通市场前景研究与行业前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国轻轨交通行业市场发展环境、轻轨交通整体运行态势等,接着分析了中国轻轨交通行业市场运行的现状,然后介绍了轻轨交通市场竞争格局。随后,报告对轻轨交通做了重点企业经营状况分析,最后分析了中国轻轨交通行业发展趋势与投资预测。您若想对轻轨交通产业有个系统的了解或者想投资中国轻轨交通行业,本报告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家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 轻轨交通行业发展综述

轻轨交通是城市轨道交通的一种,也就是人们常说的快速有轨交通,是上世纪七十年代发展起来的一种新型城市公共交通系统,因为它具有诸多优点,而越来越被人们所认可,成为当今世界上发展最为迅猛的轨道交通形式。轻轨交通是指以有轨电车为基础发展起来的电气牵引、轮轨导向、车辆编组运行在专用行车道上的中运量城市轨道交通系统。

运量大,这是相较于普通的城市公共交通而言的,近些年来逐渐发展起来的轻轨交通,大多

是采用电子控制的技术较为先进的有轨电车，可以拖挂单节或多节车厢，而其单向最大高峰小时客流量可以达到3万人次；

2

噪音小、污染小，轻轨采用电力机车牵引，没有困扰城市环境的尾气影响，而且还可以将其所产生的噪音控制在国家规定标准70分贝左右；

3

速度快、安全性高，这两者在交通中一直以来似乎是一对不可调和的矛盾，但轻轨却可以做到二者的有机统一，因为轻轨为有轨交通，在专用铁道上行驶，这样就可以避免经常发生交通事故，所以行车的安全性比无轨电车或公共汽车要大得多，几乎可以消除行车伤亡事故的发生；

4

灵活性高、成本小，这是相较地铁等其他城市有轨交通来说的，轻轨可以采用多种形式的站台上下乘客，而且可以采用混合路权的形式与其他有轨系统共享轨道，因此其投入的成本就非常小；

5

整点运行，这可能是对乘客来说，最具诱惑的一条，因为采用电子控制及专用轨道，不仅安全，而且整点准时。

正因为轻轨具有以上诸多优点，使得它成为现代化大都市公共交通的重要选择，与地铁、公路等公共交通共同组成了城市中立体交通网络，改善了城市中人口与交通的紧张关系，提升了城市人群的生活品质。

## 1.1 轻轨交通 行业定义及分类

### 1.1.1 行业定义

### 1.1.2 行业主要产品分类

### 1.1.3 行业主要商业模式

## 1.2 轻轨交通 行业特征分析

### 1.2.1 产业链分析

### 1.2.2 轻轨交通 行业在国民经济中的地位

### 1.2.3 轻轨交通 行业生命周期分析

#### (1) 行业生命周期理论基础

#### (2) 轻轨交通 行业生命周期

## 1.3 最近3-5年中国轻轨交通 行业经济指标分析

### 1.3.1 赢利性

- 1.3.2 成长速度
- 1.3.3 附加值的提升空间
- 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
- 1.3.5 风险性
- 1.3.6 行业周期
- 1.3.7 竞争激烈程度指标
- 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章 轻轨交通 行业运行环境分析

### 2.1 轻轨交通 行业政治法律环境分析

#### 2.1.1 行业管理体制分析

#### 2.1.2 行业主要法律法规

#### 2.1.3 行业相关发展规划

### 2.2 轻轨交通 行业经济环境分析

#### 2.2.1 国际宏观经济形势分析

#### 2.2.2 国内宏观经济形势分析

#### 2.2.3 产业宏观经济环境分析

### 2.3 轻轨交通 行业社会环境分析

#### 2.3.1 轻轨交通 产业社会环境

#### 2.3.2 社会环境对行业的影响

#### 2.3.3 轻轨交通 产业发展对社会发展的影响

### 2.4 轻轨交通 行业技术环境分析

#### 2.4.1 轻轨交通 技术分析

#### 2.4.2 轻轨交通 技术发展水平

#### 2.4.3 行业主要技术发展趋势

## 第三章 我国轻轨交通 行业运行分析

### 3.1 我国轻轨交通 行业发展状况分析

#### 3.1.1 我国轻轨交通 行业发展阶段

#### 3.1.2 我国轻轨交通 行业发展总体概况

#### 3.1.3 我国轻轨交通 行业发展特点分析

### 3.2 2015-2019年轻轨交通 行业发展现状

- 3.2.1 2015-2019年我国轨道交通 行业市场规模
- 3.2.2 2015-2019年我国轨道交通 行业发展分析
- 3.2.3 2015-2019年中国轨道交通 企业发展分析
- 3.3 区域市场分析
  - 3.3.1 区域市场分布总体情况
  - 3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析
- 3.4 轨道交通 细分产品/服务市场分析
  - 3.4.1 细分产品/服务特色
  - 3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速
  - 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
- 3.5 轨道交通 产品/服务价格分析
  - 3.5.1 2015-2019年轻轨交通 价格走势
  - 3.5.2 影响轨道交通 价格的关键因素分析
    - (1) 成本
    - (2) 供需情况
    - (3) 关联产品
    - (4) 其他
  - 3.5.3 2021-2027年轻轨交通 产品/服务价格变化趋势
  - 3.5.4 主要轨道交通 企业价位及价格策略

#### 第四章 我国轨道交通 所属行业整体运行指标分析

- 4.1 2015-2019年中国轨道交通 所属行业总体规模分析
  - 4.1.1 企业数量结构分析
  - 4.1.2 人员规模状况分析
  - 4.1.3 行业资产规模分析
  - 4.1.4 行业市场规模分析
- 4.2 2015-2019年中国轨道交通 所属行业产销情况分析
  - 4.2.1 我国轨道交通 所属行业工业总产值
  - 4.2.2 我国轨道交通 所属行业工业销售产值
  - 4.2.3 我国轨道交通 所属行业产销率
- 4.3 2015-2019年中国轨道交通 所属行业财务指标总体分析
  - 4.3.1 行业盈利能力分析

#### 4.3.2 行业偿债能力分析

#### 4.3.3 行业营运能力分析

#### 4.3.4 行业发展能力分析

### 第五章 我国轨道交通 行业供需形势分析

#### 5.1 轨道交通 行业供给分析

##### 5.1.1 2015-2019年轻轨道交通 行业供给分析

##### 5.1.2 2021-2027年轻轨道交通 行业供给变化趋势

##### 5.1.3 轨道交通 行业区域供给分析

#### 5.2 2015-2019年我国轨道交通 行业需求情况

##### 5.2.1 轨道交通 行业需求市场

##### 5.2.2 轨道交通 行业客户结构

##### 5.2.3 轨道交通 行业需求的地区差异

#### 5.3 轨道交通 市场应用及需求预测

##### 5.3.1 轨道交通 应用市场总体需求分析

###### (1) 轨道交通 应用市场需求特征

###### (2) 轨道交通 应用市场需求总规模

##### 5.3.2 2021-2027年轻轨道交通 行业领域需求量预测

###### (1) 2021-2027年轻轨道交通 行业领域需求产品/服务功能预测

###### (2) 2021-2027年轻轨道交通 行业领域需求产品/服务市场格局预测

##### 5.3.3 重点行业轨道交通 产品/服务需求分析预测

### 第六章 轨道交通 行业产业结构分析

#### 6.1 轨道交通 产业结构分析

##### 6.1.1 市场细分充分程度分析

##### 6.1.2 各细分市场领先企业排名

##### 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

##### 6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

#### 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

##### 6.2.1 产业价值链的构成

##### 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

#### 6.3 产业结构发展预测

- 6.3.1 产业结构调整指导政策分析
- 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 6.3.3 中国轨道交通行业参与国际竞争的战略市场定位
- 6.3.4 产业结构调整方向分析

## 第七章 我国轨道交通行业产业链分析

- 7.1 轨道交通行业产业链分析
  - 7.1.1 产业链结构分析
  - 7.1.2 主要环节的增值空间
  - 7.1.3 与上下游行业之间的关联性
- 7.2 轨道交通上游行业分析
  - 7.2.1 轨道交通产品成本构成
  - 7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状
  - 7.2.3 2021-2027年上游行业发展趋势
  - 7.2.4 上游供给对轨道交通行业的影响
- 7.3 轨道交通下游行业分析
  - 7.3.1 轨道交通下游行业分布
  - 7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状
  - 7.3.3 2021-2027年下游行业发展趋势
  - 7.3.4 下游需求对轨道交通行业的影响

## 第八章 我国轨道交通行业渠道分析及策略

- 8.1 轨道交通行业渠道分析
  - 8.1.1 渠道形式及对比
  - 8.1.2 各类渠道对轨道交通行业的影响
  - 8.1.3 主要轨道交通企业渠道策略研究
  - 8.1.4 各区域主要代理商情况
- 8.2 轨道交通行业用户分析
  - 8.2.1 用户认知程度分析
  - 8.2.2 用户需求特点分析
  - 8.2.3 用户购买途径分析
- 8.3 轨道交通行业营销策略分析



8.3.1 中国轨道交通 营销概况

8.3.2 轨道交通 营销策略探讨

8.3.3 轨道交通 营销发展趋势

## 第九章 我国轨道交通 行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 轨道交通 行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 轨道交通 行业企业间竞争格局分析

9.1.3 轨道交通 行业集中度分析

9.1.4 轨道交通 行业SWOT分析

9.2 中国轨道交通 行业竞争格局综述

9.2.1 轨道交通 行业竞争概况

(1) 中国轨道交通 行业竞争格局

(2) 轨道交通 行业未来竞争格局和特点

(3) 轨道交通 市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国轨道交通 行业竞争力分析

(1) 我国轨道交通 行业竞争力剖析

(2) 我国轨道交通 企业市场竞争的优势

(3) 国内轨道交通 企业竞争能力提升途径

9.2.3 轨道交通 市场竞争策略分析

## 第十章 轨道交通 行业领先企业经营形势分析

10.1 A公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

10.1.5 公司发展规划

10.2 B公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 C公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 公司经营状况

10.3.5 公司发展规划

10.4 D公司

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 公司经营状况

10.4.5 公司发展规划

10.5 E公司

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 公司经营状况

10.5.5 公司发展规划

10.6 F公司

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 产品/服务特色

10.6.4 公司经营状况

10.6.5 公司发展规划

## 第十一章 2021-2027年轻轨交通 行业投资前景

### 11.1 2021-2027年轻轨交通 市场发展前景

#### 11.1.1 2021-2027年轻轨交通 市场发展潜力

#### 11.1.2 2021-2027年轻轨交通 市场发展前景展望

#### 11.1.3 2021-2027年轻轨交通 细分行业发展前景分析

### 11.2 2021-2027年轻轨交通 市场发展趋势预测

#### 11.2.1 2021-2027年轻轨交通 行业发展趋势

#### 11.2.2 2021-2027年轻轨交通 市场规模预测

#### 11.2.3 2021-2027年轻轨交通 行业应用趋势预测

#### 11.2.4 2021-2027年轻轨交通 细分市场发展趋势预测

### 11.3 2021-2027年中国轻轨交通 行业供需预测

#### 11.3.1 2021-2027年中国轻轨交通 行业供给预测

#### 11.3.2 2021-2027年中国轻轨交通 行业需求预测

#### 11.3.3 2021-2027年中国轻轨交通 供需平衡预测

### 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

#### 11.4.1 市场整合成长趋势

#### 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

#### 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

#### 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

#### 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章 2021-2027年轻轨交通 行业投资机会与风险

### 12.1 轻轨交通 行业投融资情况

#### 12.1.1 行业资金渠道分析

#### 12.1.2 固定资产投资分析

#### 12.1.3 兼并重组情况分析

### 12.2 2021-2027年轻轨交通 行业投资机会

#### 12.2.1 产业链投资机会

#### 12.2.2 细分市场投资机会

#### 12.2.3 重点区域投资机会

### 12.3 2021-2027年轻轨交通 行业投资风险及防范

- 12.3.1 政策风险及防范
- 12.3.2 技术风险及防范
- 12.3.3 供求风险及防范
- 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
- 12.3.5 关联产业风险及防范
- 12.3.6 产品结构风险及防范
- 12.3.7 其他风险及防范

### 第十三章 轨道交通 行业投资战略研究

- 13.1 轨道交通 行业发展战略研究
  - 13.1.1 战略综合规划
  - 13.1.2 技术开发战略
  - 13.1.3 业务组合战略
  - 13.1.4 区域战略规划
  - 13.1.5 产业战略规划
  - 13.1.6 营销品牌战略
  - 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国轨道交通 品牌的战略思考
  - 13.2.1 轨道交通 品牌的重要性
  - 13.2.2 轨道交通 实施品牌战略的意义
  - 13.2.3 轨道交通 企业品牌的现状分析
  - 13.2.4 我国轨道交通 企业的品牌战略
  - 13.2.5 轨道交通 品牌战略管理的策略
- 13.3 轨道交通 经营策略分析
  - 13.3.1 轨道交通 市场细分策略
  - 13.3.2 轨道交通 市场创新策略
  - 13.3.3 品牌定位与品类规划
  - 13.3.4 轨道交通 新产品差异化战略
- 13.4 轨道交通 行业投资战略研究
  - 13.4.1 2019年轻轨道交通 行业投资战略
  - 13.4.2 2021-2027年轻轨道交通 行业投资战略
  - 13.4.3 2021-2027年细分行业投资战略

## 第十四章 研究结论及投资建议

### 14.1 轨道交通 行业研究结论

### 14.2 轨道交通 行业投资价值评估

### 14.3 轨道交通 行业投资建议

#### 14.3.1 行业发展策略建议

#### 14.3.2 行业投资方向建议

#### 14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0501/202107/01-416113.html>