

# 2021-2027年中国轨道交通 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，有可以折叠的门踏步，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 轨道交通 行业运行环境分析

- 2.1 轨道交通 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 轨道交通 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 轨道交通 行业社会环境分析
  - 2.3.1 轨道交通 产业社会环境
  - 2.3.2 社会环境对行业的影响
  - 2.3.3 轨道交通 产业发展对社会发展的影响
- 2.4 轨道交通 行业技术环境分析
  - 2.4.1 轨道交通 技术分析
  - 2.4.2 轨道交通 技术发展水平
  - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

## 第三章 我国轨道交通 行业运行分析

- 3.1 我国轨道交通 行业发展状况分析
  - 3.1.1 我国轨道交通 行业发展阶段
  - 3.1.2 我国轨道交通 行业发展总体概况
  - 3.1.3 我国轨道交通 行业发展特点分析
- 3.2 2015-2019年轻轨道交通 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>