

# 2022-2028年中国互联网+ 铁路运输行业前景研究与投资战略报告

## 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

《2022-2028年中国互联网+铁路运输行业前景研究与投资战略报告》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/R0501/202111/01-434134.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

中国产业研究报告网发布的《2022-2028年中国互联网+铁路运输行业前景研究与投资战略报告》共八章。首先介绍了互联网+铁路运输行业市场发展环境、互联网+铁路运输整体运行态势等，接着分析了互联网+铁路运输行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+铁路运输市场竞争格局。随后，报告对互联网+铁路运输做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+铁路运输行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+铁路运输产业有个系统的了解或者想投资互联网+铁路运输行业，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 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

（一）电子商务分类

（二）电子商务功能

（三）电子商务运营模式

六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

## 第二章 互联网环境下铁路运输行业的机会与挑战

### 第一节 2019年中国互联网环境分析

#### 一、网民基本情况分析

(一) 总体网民规模

(二) 手机网民规模

(三) 城乡网民规模

(四) 非网民现状分析

#### 二、网民互联网应用状况

(一) 信息获取情况分析

(二) 商务交易发展情况

(三) 交流沟通现状分析

(四) 网络金融应用分析

(五) 网络娱乐应用分析

(六) 公共服务应用分析

### 第二节 互联网环境下铁路运输行业的机会与挑战

#### 一、互联网打造综合运输服务升级版

#### 二、以互联网引领运输行业转型

#### 三、互联网经济改变运输业态

#### 四、对互联网+运输业的正确理解

### 第三节 互联网交通运输行业的改造与重构

#### 一、互联网与交通运输业将深度融合

#### 二、互联网为构建交通信息平台提供可能

#### 三、移动互联网实现了供需双方信息实时对接

#### 四、互联网平台整合了供需双方海量资源

#### 五、互联网交通平台催生了新的组织方式

#### 六、互联网交通平台最大的作用和效益是整合要素资源

#### 七、互联网平台逐步成为真正的综合出行信息平台

### 第四节 铁路运输行业与互联网融合创新机会孕育

#### 一、“互联网+”背景下的物流政策

#### 二、铁路运输互联网化孕育机会

#### 三、铁路运输电商发展期机遇分析

### 第三章 铁路运输行业发展现状分析

#### 第一节 铁路运输行业发展现状分析

##### 一、铁路运输行业产业政策分析

##### 二、铁路运输行业发展现状分析

##### 三、铁路运输行业市场规模分析

#### 第二节 铁路运输行业市场前景分析

### 第四章 铁路运输行业市场规模与电商未来空间预测

#### 第一节 铁路运输电商市场规模与渗透率

##### 一、铁路运输电商总体开展情况

##### 二、铁路运输电商交易规模分析

##### 三、铁路运输电商渠道渗透率分析

#### 第二节 铁路运输电子商务发展推动因素

#### 第三节 铁路运输电子商务发展制约因素

#### 第四节 铁路运输电商行业未来前景及规模预测

### 第五章 铁路零散白货运输互联网化建设研究

#### 第一节 传统零散白货运输现状

#### 第二节 零散白货货运主要特征

#### 第三节 铁路运输信息平台需求

##### 一、铁路白货运输规模统计分析

##### 二、铁路运输货物需求结构趋势

##### 三、铁路白货运输对信息平台要求

#### 第四节 建立铁路零散白货信息平台技术方案

##### 一、建设思路

###### （一）统一应用平台

###### （二）集中信息资源

###### （三）协同业务运作

##### 二、架构设计

###### （一）货运平台架构

###### （二）电子交易平台

###### （三）内部管控系统

### 三、平台应用效果分析

## 第六章 互联网+铁路运输发展分析

### 第一节 互联网+铁路货运发展分析

#### 一、互联网+铁路货运的发展概况

#### 二、互联网+铁路货运发展必要性

#### 三、互联网+铁路货运可能性分析

#### 四、互联网+铁路货运发展面临的问题

(一) 互联网建设有待进一步完善

(二) 铁路货运新定位并不是铁路所擅长的

(三) 迈向“互联网+”时代的铁路货运仍单打独斗

### 第二节 12306互联网售票系统的架构优化分析

#### 一、12306系统架构及存在问题

#### 二、系统架构的调整及优化分析

#### 三、系统架构的优化结果分析

#### 四、系统架构后续的调整方向

## 第七章 铁路运输网站平台分析

### 第一节 95306网站

#### 一、网站基本情况分析

#### 二、网站主要业务分析

#### 三、网站运营模式分析

#### 四、网站运营情况分析

### 第二节 12306网站

#### 一、网站基本情况分析

#### 二、网站发展历程分析

#### 三、网站运营情况分析

### 第三节 中铁物流网

#### 一、网站发展基本概述

#### 二、网站主要功能分析

#### 三、网站主要客户情况

### 第四节 中铁快运商城

- 一、商城发展基本概述
- 二、商城主要客户情况
- 三、商城运营情况分析
- 四、商城运营模式分析

## 第八章 铁路运输运用互联网策略分析

### 第一节 12306网站商业化运营策略分析

#### 一、12306网站商业化运营的可能性

- (一) 访问量巨大
- (二) 拥有稀缺资源
- (三) 具备盈利性

#### 二、12306网站商业化运营建议( )

- (一) 优化程序
- (二) 开放数据接口
- (三) 增加增值服务
- (四) 深挖盈利商机

### 第二节 互联网+铁路货运运输发展策略

### 第三节 互联网+铁路货运运输发展建议

## 2022-2028年中国互联网+铁路行业研究与战略咨询报告

中国产业研究报告网发布的《2022-2028年中国互联网+铁路行业研究与战略咨询报告》共八章。首先介绍了互联网+铁路行业市场发展环境、互联网+铁路整体运行态势等，接着分析了互联网+铁路行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+铁路市场竞争格局。随后，报告对互联网+铁路做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+铁路行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+铁路产业有个系统的了解或者想投资互联网+铁路行业，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 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务基本概况

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

（一）电子商务分类

（二）电子商务功能

（三）电子商务运营模式

第二节 中国电子商务规模分析

一、电子商务交易规模分析

二、电子商务市场结构分析

三、电子商务从业人员规模

四、电子商务相关融合产业

第三节 中国电子商务细分行业分析

一、B2B电子商务发展分析

（一）B2B市场规模分析

（二）B2B企业规模分析

（三）B2B市场营收分析

（四）B2B市场份额分析

（五）B2B用户规模分析

二、网络零售市场发展分析

（一）网络零售交易规模

（二）网络零售市场占比

（三）网络零售市场份额

（四）网络零售用户规模

（五）移动网购交易规模

第二章 互联网环境下铁路行业的机会与挑战

## 第一节 2019年中国互联网环境分析

### 一、网民基本情况分析

(一) 总体网民规模

(二) 手机网民规模

(三) 城乡网民规模

(四) 非网民现状分析

### 二、网民互联网应用状况

(一) 信息获取情况分析

(二) 商务交易发展情况

(三) 交流沟通现状分析

(四) 网络金融应用分析

(五) 网络娱乐应用分析

(六) 公共服务应用分析

## 第二节 互联网环境下铁路行业的机会与挑战

### 一、互联网时代行业大环境的变化

### 二、互联网直击传统行业消费痛点

### 三、互联网助力企业开拓市场

### 四、电商成为传统企业突破口

## 第三节 互联网铁路行业的改造与重构

### 一、互联网重构行业的供应链格局

### 二、互联网改变生产厂商营销模式

### 三、互联网导致行业利益重新分配

## 第四节 铁路与互联网融合创新机会孕育

### 一、电商政策变化趋势分析

### 二、电子商务消费环境趋势分析

### 三、互联网技术对行业支撑作用

### 四、电商黄金发展期机遇分析

## 第三章 铁路行业发展现状分析

### 第一节 铁路行业政策环境分析

#### 一、铁路投资与运营市场全面开放

#### 二、《中长期铁路规划2020-2035》

三、关于改革完善高铁动车组旅客票价政策的通知

四、国家铁路局2020年重点工作任务

第二节 铁路行业运行情况分析

一、铁路行业投资现状

(一) 铁路固定资产投资规模

(二) 铁路固定资产投资结构

二、铁路工程建设现状

(一) 铁路营业里程

(二) 铁路新增里程

(三) 铁路复线里程

(四) 铁路电气化里程

(五) 铁路新开工项目动向

三、铁路运行状况分析

(一) 旅客运输

(二) 货物运输

(三) 重点运输

(四) 运输收入

第三节 铁路行业市场动态分析

一、首条拥有完全自主知识产权的中低速磁浮铁路试运行

二、铁路发展步入全新节能时代

三、重载铁路技术取得突破

四、全国铁路将实行新列车运行图

第四节 铁路行业市场前景分析

一、铁路行业发展机遇分析

二、铁路行业发展前景分析

第四章 铁路行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 铁路电商市场总体开展情况

一、“互联网+”铁路的原因分析

二、铁路引入“互联网+”优势分析

三、“互联网+”助力铁路进入现代化物流

四、“互联网+”让旅客出行更便捷

五、 “互联网+”铁路开启WiFi时代

六、 “互联网+”提升优势服务

## 第二节 铁路电商市场交易规模分析

一、 铁路电商交易规模分析

二、 铁路电商渠道渗透率分析

## 第三节 铁路电商实现关键问题分析

一、 中国铁路电子商务的特点

二、 实现中国铁路电子商务的关键问题

三、 中国铁路应如何实现客户关系管理

## 第四节 铁路电商行业未来前景及对策分析

一、 铁路物流电商行业发展前景

二、 铁路电子商务发展对策分析

(一) 建立纵向多点导入方式

(二) 推行以效益为导向的“电商化”

(三) 推进以研发为重心的技术建设

(四) 实施基础性运营管理再造

(五) 健全以需求为导向的配套服务体系

(六) 开展多方参与的创新探索

## 第五章 铁路企业互联网战略体系构建及平台选择

### 第一节 铁路企业转型电商构建分析

一、 铁路电子商务关键环节分析

(一) 产品采购与组织

(二) 电商网站建设

(三) 网站品牌建设及营销

(四) 服务及物流配送体系

(五) 网站增值服务

二、 铁路企业电子商务网站构建

(一) 网站域名申请

(二) 网站运行模式

(三) 网站开发规划

(四) 网站需求规划

## 第二节 铁路企业转型电商发展途径

一、电商B2B发展模式

二、电商B2C发展模式

三、电商C2C发展模式

四、电商O2O发展模式

## 第三节 铁路企业转型电商平台选择分析

一、铁路企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

(一) 自建商城概况分析

(二) 自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

(一) 电商平台的优劣势

(二) 电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

(一) 电商服务外包的优势

(二) 电商服务外包可行性

(三) 电商服务外包前景

五、铁路企业电商平台选择策略

## 第六章 铁路行业电子商务运营模式分析

### 第一节 铁路电子商务B2B模式分析

一、铁路电子商务B2B盈利模式

二、铁路电子商务B2B客户分析

三、铁路电子商务B2B采购分析

四、铁路电子商务B2B物流分析

### 第二节 铁路电子商务B2C模式分析

一、铁路电子商务B2C盈利模式

二、铁路电子商务B2C物流模式

三、铁路电商B2C物流模式选择

### 第三节 铁路电子商务C2C模式分析

一、铁路电子商务C2C盈利模式

二、铁路电子商务C2C信用体系

### 三、铁路电子商务C2C物流特征

## 第四节 铁路电子商务O2O模式分析

### 一、铁路电子商务O2O优势分析

### 二、铁路电子商务O2O营销模式

### 三、铁路电子商务O2O潜在风险

## 第七章 铁路主流网站平台比较及企业入驻选择

### 第一节 12306

#### 一、网站基本情况分析

#### 二、网站发展历程分析

#### 三、网站主要业务分析

### 第二节 95306

#### 一、网站基本情况分析

#### 二、网站主要业务分析

#### 三、网站发展战略分析

### 第三节 携程旅行网

#### 一、网站发展基本情况

#### 二、网站火车票业务分析

#### 三、网站经营情况分析

## 第八章 铁路企业进入互联网领域投资策略分析

### 第一节 铁路企业电子商务市场投资要素

#### 一、企业自身发展阶段的认知分析

#### 二、企业开展电子商务目标的确定（）

#### 三、企业电子商务发展的认知确定

#### 四、企业转型电子商务的困境分析

### 第二节 铁路企业转型电商物流投资分析

#### 一、铁路企业电商自建物流分析

##### （一）电商自建物流的优势分析

##### （二）电商自建物流的负面影响

#### 二、铁路企业电商外包物流分析

##### （一）快递业务量完成情况

(二) 快递业务的收入情况

### 第三节 铁路企业电商市场策略分析

一、电商化总策略

二、O2O电商模式

三、专业B2B网站

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0501/202111/01-434134.html>