

2022-2028年中国公路货运 市场前景研究与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2022-2028年中国公路货运市场前景研究与行业竞争对手分析报告》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/R11/R1104/202209/07-507157.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

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

公路建设的发展，总里程的扩大，一定程度有利于公路货运发展。2012-2018年，中国公路货运量呈波动增长趋势。2018年，全国货运车辆完成货运量达到新高峰，为395.97亿吨，同比增长7.29%。2022年，全国公路货运量总计为343.5亿吨。2012-2022年中国公路货运总量数据来源：公开资料整理

产业研究报告网发布的《2022-2028年中国公路货运市场前景研究与行业竞争对手分析报告》共十三章。首先介绍了公路货运行业市场发展环境、公路货运整体运行态势等，接着分析了公路货运行业市场运行的现状，然后介绍了公路货运市场竞争格局。随后，报告对公路货运做了重点企业经营状况分析，最后分析了公路货运行业发展趋势与投资预测。您若想对公路货运产业有个系统的了解或者想投资公路货运行业，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 中国公路货运行业发展综述

第一节 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 公路货运行业政策环境分析

一、公路货运行业监管体制

二、公路货运行业相关政策

三、公路货运行业发展规划

第三节 公路货运行业经济背景分析

一、宏观经济总体发展状况

二、社会固定资产投资情况

三、工业增加值增长情况

四、制造业PMI指数走势

五、城乡居民收入增长情况

六、居民消费价格指数走势

第四节 公路货运行业运营环境分析

一、公路建设对公路货运行业的影响

二、汽车销量变化对车流量影响分析

三、油价变动对运输企业影响分析

四、公路收费对运输成本影响分析

第二章 2022年中国公路货运相关行业发展分析

第一节 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

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、汽车维修行业经营效益分析

二、全国汽车维修行业供给情况分析

三、全国汽车维修行业需求情况分析

(1) 全国汽车维修行业销售产值分析

(2) 全国汽车维修行业销售收入分析

四、汽车维修与公路货运相关性分析

第三节 中国快递行业发展分析

一、中国快递业的发展历程分析

二、中国快递市场发展规模分析

三、中国快递企业经营产品分析

四、中国快递行业客户结构分析

五、2022年快递业务量完成情况分析

- (1) 2022年快递业务量完成情况
 - (2) 2022年快递业务量结构分析
 - (3) 2022年分地区快递业务量结构
- 六、2022年快递业务量完成情况分析
- (1) 2022年快递业务量完成情况
 - (2) 2022年快递业务量结构分析
 - (3) 2022年分地区快递业务量结构
- 七、快递行业与公路货运相关性分析

第三章 2022年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
- 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、交通运输行业趋势展望

第二节 公路货运行业发展状况分析

- 一、公路货运行业发展概况
 - 二、公路货运行业运输装备情况
 - (1) 公路载货汽车数量分析
 - (2) 公路货运运力结构分析
 - 三、公路货运行业货物运输量分析
 - (1) 公路货运量增长情况
 - (2) 公路货运货物周转情况
 - (3) 行业区域货运量比较分析
 - 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) 公路货运市场运价动态分析
 - 五、公路货运行业存在问题及对策
- #### 第三节 公路货运网络化发展模式分析
- 一、公路货运市场网络的界定

二、公路货运市场网络化原理

三、公路货运网络化运作的基础模式

四、公路货运网络化运作主要模式分析

(1) 基于(站场)节点的货运市场网络

(2) 基于货运代理的货运市场网络

(3) 基于企业关系的货运市场网络

第四节 中国公路物流信息化建设及需求分析

自2020年1月23日湖北各市州因新冠疫情相继封城,以及全国各地加强疫情防控以来,与2022年同期相比,2020年1月公路物流效率较低。疫情期间,各地交通运输部门按照本地疫情风险程度,实施了差异化政策。在疫情防控初期,部分地区挖路、断路等极端举措屡见不鲜,高速公路进出口频繁管制,临时封站、强制劝返等,一定程度影响公路货运运输效率。2022-2020年Q1

中国公路物流效率趋势数据来源:公开资料整理

一、中国公路物流信息平台建设背景

二、中国公路物流信息平台发展状况

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、公路物流信息平台市场需求分析

五、公路物流信息平台盈利模式分析

六、公路物流信息平台成功案例分析

第四章 2022年中国公路货运行业定价机制分析

第一节 公路货运运价制度及影响因素分析

一、公路运价制度及理论分析

(1) 中国公路运价制度回顾

(2) 公路货运现行定价理论

二、公路货运定价影响因素分析

(1) 货运运输成本

(2) 货运市场需求

(3) 竞争因素分析

- (4) 政府的价格政策
- (5) 社会物价总水平
- (6) 与其他运输方式的比价关系

第二节 公路货运定价导向分析

一、成本导向定价分析

- (1) 平均成本定价
- (2) 盈亏平衡点定价
- (3) 边际成本定价

二、需求导向定价分析

- (1) 需求心理定价法
- (2) 供求均衡定价法
- (3) 价格歧视与高峰定价

三、竞争导向定价分析

- (1) 通行价格定价
- (2) 排他型定价

四、定价导向综述

第三节 公路货运量与燃油价格的动态协整分析

一、公路货运量与燃油价格的指标选取分析

二、公路货运量与燃油价格的趋势分析

三、公路货运量与燃油价格的因果分析

四、公路货运量与燃油价格的协整分析

第四节 开征燃油税对公路货运的影响及对策分析

一、开征燃油税对货运公司运输成本的影响

二、开征燃油税对货车车辆结构的影响分析

三、公路货运企业针对燃油税应的对策分析

第五章 2022年中国公路货运行业竞争格局及对策分析

第一节 各种货运方式行业竞争力分析

一、铁路货运行业竞争力分析

- (1) 铁路货运行业发展概况
- (2) 铁路货运行业运行态势
- (3) 铁路货运行业发展趋势

二、民航货运行业竞争力分析

- (1) 民航货运行业发展概况
- (2) 民航货运行业运行态势
- (3) 民航货运行业发展趋势

三、水路货运行业竞争力分析

- (1) 水路货运行业发展概况
- (2) 水路货运行业运行态势
- (3) 水路货运行业发展趋势

第二节 各种货运方式竞争力对比分析

- 一、公路货运的优势与劣势分析
- 二、铁路货运的优势与劣势分析
- 三、民航货运的优势与劣势分析
- 四、水路货运的优势与劣势分析

第三节 公路货运行业发展策略分析

- 一、公路货运企业并购的策略分析
- 二、公路货运企业并购的规模经济分析
- 三、公路货运企业向快运服务转型分析

第六章 2022年中国公路货运行业下游市场需求分析

第一节 中国钢铁物流市场需求分析

- 一、钢铁行业总体生产情况分析
- 二、2022年钢铁产能预测分析
- 三、钢铁物流行业竞争格局
- 四、钢铁运输方式及运价分析
- 五、钢铁公路运输规模分析
- 六、钢铁公路运输发展潜力分析

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) 汽车整车行业生产情况分析
 - (2) 汽车零部件行业生产情况分析
- 二、2022年汽车行业市场预测分析
- 三、汽车物流行业市场竞争格局

四、汽车运输方式及运价分析

五、汽车公路运输规模分析

六、汽车公路运输发展潜力分析

第三节 中国商贸物流市场需求分析

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) 超市业态商品零售额增长情况

(2) 百货业态商品零售额增长情况

(3) 家电连锁业态商品零售额增长情况

(4) 家居连锁业态商品零售额增长情况

(5) 网络零售市场规模及增长情况

三、商贸物流行业市场区域性差异

四、商贸物流运输规模分析

五、商贸公路运输发展潜力分析

第四节 中国烟草物流市场需求分析

一、烟草制品业行业总体生产情况分析

二、烟草制品行业发展规划预测分析

三、烟草制品物流行业市场竞争格局

四、烟草制品运输规模分析

五、烟草公路运输发展潜力分析

第七章 2022年中国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

二、国内外高速公路收费标准概览

(1) 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) 环渤海地区高速公路车流量及收费情况

(2) 长三角地区高速公路车流量及收费情况

(3) 珠三角地区高速公路车流量及收费情况

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

四、高速公路货运市场存在问题

五、高速公路货运市场发展对策

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

第八章 2022年中国公路货运重点区域市场需求分析

第一节 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

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

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

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

第九章 2022年中国公路货运企业经营管理模式分析

第一节 德邦物流的经营管理模式分析

一、德邦物流的发展历程分析

二、德邦物流的企业文化分析

三、德邦物流货运业务模式分析

四、德邦物流人才培养模式分析

五、德邦物流的核心竞争力分析

第二节 天地华宇的经营管理模式分析

一、天地华宇的发展历程分析

二、天地华宇的企业文化分析

三、天地华宇货运业务模式分析

四、天地华宇人才培养模式分析

五、天地华宇的核心竞争力分析

第三节 佳吉快运的经营管理模式分析

一、佳吉快运的发展历程分析

二、佳吉快运的企业文化分析

三、佳吉快运货运业务模式分析

四、佳吉快运人才培养模式分析

五、佳吉快运的核心竞争力分析

第四节 日本宅配便发展借鉴分析

一、日本宅配便的发展背景分析

二、宅配便运输的特点与功能分析

三、宅配便的物流业务模式分析

四、日本宅配便发展战略分析

五、日本宅配便运输经验借鉴

第十章 2022年中国公路货运企业开展现代物流业务可行性分析

第一节 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

二、网络型公路货物运输的规模经济分析

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

二、传统公路运输企业开展物流服务的困难

三、传统公路运输企业开展物流服务的策略

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

四、中小型货运企业开展物流业务机理分析

五、中小型货运企业如何快速融入现代物流

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

二、公路货运企业个体运力整合的方式分析

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、公路货运高成本居的原因分析

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

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

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

二、总成本领先策略分析

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

第十一章 中国公路货运行业企业运营博弈分析

第一节 公路快速货运企业核心竞争力分析

- 一、公路快速货运企业的发展趋势分析
- 二、公路快速货运企业核心竞争力的涵义
- 三、公路快速货运企业核心竞争力的特征
- 四、公路货运企业如何构建核心竞争力

第二节 公路货运企业运输超载博弈分析

- 一、公路货运企业超载的危害及代价分析
- 二、公路货运企业超载的经济学博弈分析
- 三、公路货运企业超载的博弈结论分析

第三节 公路货运企业间的竞争博弈分析

- 一、公路货运企业间竞争博弈假设条件
- 二、公路货运企业间的竞争博弈分析
- 三、公路货运企业间竞争博弈结论分析

第四节 公路货运企业与管理部门的博弈分析

- 一、公路货运企业与管理部门间博弈假设条件
- 二、公路货运企业与管理部门间博弈分析
- 三、公路货运企业与管理部门间博弈结论分析

第十二章 中国公路货运行业重点企业经营分析

第一节 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

第二节 公路货运行业领先企业个案分析

一、德邦物流股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运行财务指标分析
- (3) 企业运营网点分析
- (4) 企业运送方式分析
- (5) 企业运送能力分析
- (6) 企业特色业务分析

二、天地华宇物流有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运行财务指标分析

(3) 企业运营网点分析

(4) 企业运送能力分析

(5) 企业特色业务分析

(6) 企业经营优劣势分析

三、上海佳吉快运有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运行财务指标分析

(3) 企业运营网络分析

(4) 企业运送能力分析

(5) 企业特色业务分析

(6) 企业经营优劣势分析

四、新时代通成（上海）物流集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运行财务指标分析

(3) 企业运营网点分析

(4) 企业运送能力分析

(5) 企业特色业务分析

(6) 企业经营优劣势分析

五、天津大田集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营财务指标分析

(3) 企业运营网点分析

(4) 企业运送能力分析

(5) 企业特色业务分析

(6) 企业经营优劣势分析

第十三章 2022-2028年中国公路货运行业投资机会及发展预测分析

第一节 2022-2028年中国公路货运行业投资机会分析

一、公路货运行业投资特性分析

二、公路货运行业投资风险分析

三、公路货运行业投资机会分析

第二节 2022-2028年中国公路货运行业未来发展预测分析

- 一、公路货物运输量预测方法分析
- 二、公路货物运输量预测模型分析
 - (1) 曲线拟合度分析法基本思路
 - (2) 曲线拟合度分析法模型选择
- 三、公路货运量预测模型的具体应用分析
- 四、中国公路货运行业发展规模预测分析

图表目录

图表 2017-2022年全国公路货物运量及增长情况（单位：万吨，%）

图表 近期公路收费相关政策和观点

图表 关于开展收费公路专项清理工作的通知

图表 关于修改 公路建设市场管理办法 的决定

图表 2017-2022年中国国内生产总值同比增长速度（单位：%）

图表 2022年全国固定资产投资（不含农户）同比增速（单位：%）

图表 2017-2022年中国全部工业增加值及其增速（单位：亿元，%）

图表 2017-2022年中国制造业PMI走势图（单位：%）

图表 2017-2022年中国城乡居民人均收入与人均GDP增长情况（单位：%）

图表 2017-2022年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位：%）

图表 2017-2022年P.O.42.5散装水泥价格走势（单位：元/吨）

图表 2017-2022年中国汽车销量月度变化（单位：万辆）

图表 2017-2022年我国汽油出厂价格（单位：元/吨）

图表 2017-2022年中国货车行业月度销量对比（单位：辆）

图表 2017-2022年中国货车的销售结构（按客车长度分）（单位：万辆，%）

图表 2017-2022年中国重卡出口市场情况（单位：辆，%）

图表 2017-2022年汽车修理行业经营效益分析（单位：家，人，万元）

图表 2017-2022年汽车维修行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表 2017-2022年汽车维修行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表 2017-2022年汽车维修行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表 中国快递行业客户结构图（单位：%）

图表 货运服务链的信息黑洞

图表 公路物流信息平台运营模型图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R11/R1104/202209/07-507157.html>