

2024-2030年中国公路货运 市场评估与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国公路货运市场评估与市场前景预测报告》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.cction.com/report/202404/452718.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国公路货运市场评估与市场前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。公路运输是一种机动灵活、简捷方便的运输方式，在短途货物集散运转上，它比铁路、航空运输具有更大的优越性，尤其在实现“门到门”的运输中，其重要性更为显著。在一个供大于求的需求经济时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求！随着公路货运行业竞争的不断加剧，国内优秀的公路货运企业越来越重视对行业市场的研究，特别是对消费者的深入研究。也正因为如此，一大批国内优秀的公路货运品牌迅速崛起，逐渐成为公路货运行业中的翘楚！本报告利用资讯长期对公路货运行业市场跟踪搜集的市场数据，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析了中国公路货运行业当前政策和经济环境；国际公路货运发展及成功货运企业发展分析；中国公路货运行业的发展状况；公路货运需求市场情况；高速公路货运发展情况；重点区域货运市场需求状况；公路货运企业现代物流发展策略；公路货运的重点企业经营状况；同时，佐之以全行业近5年来全面详实的一手市场数据，让您全面、准确地把握整个公路货运行业的市场走向和发展趋势，从而在竞争中赢得先机！

报告目录：第1章：中国公路货运行业发展综述 1.1 公路货运行业概念 1.1.1 公路货运行业的定义 1.1.2 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 1.2 公路货运行业发展必然性分析 1.2.1 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）国家领导人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 1.2.2 经济下行加速产业升级 （1）国内GDP和公路货运相关性分析 （2）工业经济增长和公路货运相关性分析 （3）固定资产投资和公路货运相关性分析 （4）城乡居民收入增长和公路货运相关性分析 1.2.3 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运车型标准化 1.2.4 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2章：中国公路货运关联行业发展分析 2.1 货车整车制造行业发展分析 2.1.1 中国货车市场产销量分析 2.1.2 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 2.1.3 中国货车进出口市场发展分析 （1）中国货车进口市场发展分析 （2）中国货车出口市场发展分析 （3）中国货车进出口市场预测 2.1.4 货车与公路货运相关性分析 2.2 汽车维修行

业发展分析 2.2.1 汽车维修行业发展现状 2.2.2 汽车维修成本结构分析 2.2.3 汽车维修从业人员水平 2.2.4 汽车维修市场客户分析 2.2.5 汽车维修市场企业结构 2.2.6 汽车维修竞争格局分析 2.2.7 汽车维修与公路货运相关性分析 2.3 中国物流行业发展分析 2.3.1 物流行业的发展阶段分析 2.3.2 物流总额增幅及其构成情况 (1) 物流总费用及构成情况 (2) 物流固定资产投资情况 (3) 物流业景气情况分析 (4) 物流行业的发展前景展望 2.3.3 物流行业与公路货运相关性分析 第3章：国际公路货运行业发展状况分析 3.1 国际公路货运发展现状分析 3.1.1 国际公路建设情况分析 3.1.2 国际货运发展现状分析 (1) 受需求与供给端的双重影响，未来五年北美半挂车和卡车市场都将“极佳”；(2) 高需求周期来临，经济刺激导致需求强劲 (3) 装载量与运价双双增长 3.1.3 国际货运发展特点分析 (1) 小企业众多大企业主导 (2) 公路货运向专业化方向发展 (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 3.2 美国公路货运发展状况分析 3.2.1 美国公路建设情况分析 3.2.2 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 3.2.3 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 3.2.4 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 3.2.5 美国公路货运重点企业分析 (1) 耶路全球 (YRCW) (2) Con-way Truckload 3.3 德国公路货运发展状况分析 3.3.1 德国公路建设情况分析 3.3.2 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 3.3.3 德国多式联运发展分析 3.4 日本公路货运发展状况分析 3.4.1 日本公路建设情况分析 3.4.2 日本公路货运基本情况 3.4.3 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4章：中国公路货运行业发展状况分析 4.1 交通运输行业发展状况分析 4.1.1 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 4.1.2 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 4.1.3 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 4.2 公路货运行业发展状况分析 4.2.1 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 4.2.2 公路货运行业运输装备情况 4.2.3 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 4.2.4 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 4.2.5 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 4.3 公路物流信息化建设及需求分析 4.3.1 公路物流信息平台市场需求分析 4.3.2 公路物流信息平台盈利模式分析 4.3.3 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 4.3.4 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) 典型企业公路物流信息平台建设 4.3.5 公路物流信息平台成功案例分析 4.4 公路货运行业发展新热点分析 4.4.1 电子商务物流配送 4.4.2 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 4.4.3 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 4.4.4 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 4.4.5 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 4.4.6 互联网+公路货运 (1) 货运物流O2O (2) 盈利模式 (3) 服务模式 (4) 存在的五大痛点 4.5 公路货运行业发展新模式分析 4.5.1 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 4.5.2 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 4.5.3 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 4.5.4 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 4.5.5 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 4.5.6 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 4.5.7 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 4.5.8 小集装箱系统模式 4.5.9 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 4.5.10 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5章：中国公路货运行业需求市场分析 5.1 中国钢铁物流市场需求分析 5.1.1 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 5.1.2 钢铁运输方式 5.1.3 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 5.1.4 钢铁公路运输规模分析 5.1.5 钢铁公路运输发展前景分析 5.2 中国汽车物流市场需求分析 5.2.1 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 5.2.2 汽车物流行业市场竞争格局 5.2.3 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 5.2.4 汽车公路运输规模分析 5.2.5 汽车公路运输发展前景分析 5.3 中国零售业物

流市场需求分析 5.3.1 社会消费品零售总额及其增长 5.3.2 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 5.3.3 零售业物流行业市场区域性差异 5.3.4 零售业公路运输规模分析 5.3.5 零售公路运输发展前景分析 5.4 中国家电物流市场需求分析 5.4.1 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 5.4.2 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 5.4.3 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 5.4.4 家电公路运输规模分析 5.4.5 家电公路运输发展前景分析 第6章：中国公路货运行业需求市场分析 6.1 中国高速公路发展概况 6.1.1 中国高速公路发展历程 6.1.2 中国高速公路建设进展 6.2 高速公路收费情况分析 6.2.1 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 6.2.2 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 6.2.3 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 6.3 高速公路货运市场概况分析 6.3.1 高速公路货运市场现状分析 6.3.2 高速公路货运市场特征分析 6.3.3 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 6.3.4 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 6.3.5 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 6.4 高速公路货运连锁模式分析 6.4.1 购并、锁运作模式分析 6.4.2 联盟、特许连锁运作模式分析 6.4.3 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7章：中国公路货运重点区域市场需求分析 7.1 长三角地区公路货运市场需求分析 7.1.1 长三角地区总体经济发展分析 7.1.2 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 7.1.3 长三角地区公路基础情况分析 7.1.4 长三角地区公路货运情况分析 7.1.5 长三角地区公路货运竞争格局 7.1.6 长三角地区公路货运需求分析 7.2 珠三角地区公路货运市场需求分析 7.2.1 珠三角地区总体经济发展分析 7.2.2 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 7.2.3 珠三角地区公路基础情况分析 7.2.4 珠三角地区公路货运情况分析 7.2.5 珠三角地区公路货运竞争格局 7.2.6 珠三角地区公路货运需求分析 7.3 京津冀地区公路货运市场需求分析 7.3.1 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 7.3.2 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 7.3.3 京津冀地区公路基础情况分析 (1) 北京 (2) 河北省 (3) 天津 7.3.4 京津冀地区公路货运情况分析

7.3.5 京津冀地区公路货运竞争格局 7.3.6 京津冀公路货运需求分析 7.4 长株潭地区公路货运市场需求分析 7.4.1 长株潭地区总体经济发展分析 7.4.2 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 7.4.3 长株潭地区公路基础情况分析 7.4.4 长株潭地区公路货运情况分析 7.4.5 长株潭地区公路货运竞争格局 7.4.6 长株潭地区公路货运需求分析 7.5 农村公路货运发展及市场需求分析 7.5.1 农村公路网络建设进展分析 7.5.2 农村公路货运市场发展现状 7.5.3 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 7.5.4 农村公路货运市场需求特征 7.5.5 农村公路货运市场潜力分析 第8章：传统运输企业现代物流发展策略分析 8.1 不同类型公路货运的规模经济分析 8.1.1 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 8.1.2 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 8.1.3 公路货物运输规模经济分析的结论 8.2 传统运输企业开展物流服务可行性分析 8.2.1 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 8.2.2 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专业化和多元化要求 (4) 缺乏物流专业和管理人才 8.2.3 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 8.2.4 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 8.3 中小型货运企业开展物流业务可行性分析 8.3.1 中小型公路货运企业的界定 8.3.2 中小型公路货运企业的作用 8.3.3 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 8.3.4 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 8.3.5 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 8.4 公路货运企业个体运力整合可行性分析 8.4.1 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 8.4.2 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 8.4.3 公路货运企业个体运力整合模型分析 8.5 公路货运企业运营成本控制分析 8.5.1 公路货运企业成本的构成分析 8.5.2 公路货运高成本的原因分析 8.5.3 降低公路货运成本的主要途径 8.5.4 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

8.5.5 公路货运大型化基本特点分析

8.5.6 公路货运大型化及可能性分析

8.5.7 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

8.6 公路货运企业物流营销策略分析

8.6.1 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

8.6.2 总成本领先策略分析

8.6.3 服务异化策略分析

8.6.4 顾客满意策略分析

8.6.5 客户集中策略分析

8.6.6 服务多元化策略分析

第9章：中国公路货运行业重点企业经营分析

9.1 公路货运企业发展状况分析

9.1.1 公路货运企业发展现状

9.1.2 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

9.2 公路货运行业领先企业个案分析

9.2.1 德邦物流股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业主营业务分析 (4) 企业运营网点分析 (5) 企业运送方式分析 (6) 企业运送能力分析 (7) 企业特色业务分析 (8) 企业经营优劣势分析 (9) 企业经营策略分析

9.2.2 天地华宇集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (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 (7) 企业最新发展动向分析 (8) 企业发展战略及规划

9.2.3 上海佳吉快运有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (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 (7) 企业发展战略及规划

9.2.4 天津大田集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (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

9.2.5 新邦物流有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (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

9.2.6 山东佳怡物流有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析 (2) 企业组织结构分析 (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) 企业特色业务分析 (7) 企业经营优劣势分析 (8) 企业发展战略分析 (9) 企业最新发展动向分析

9.2.7 福建盛丰物流集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业运营网点分析 (4) 企业运送能力分析 (5) 企业组织结构分析 (6) 企业特色业务分析 (7) 企业经营优劣势分析

9.2.8 上海佳宇物流有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (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

9.2.9 宝供物流

企业集团有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业运营能力分析 (4) 企业组织架构分析 (5) 企业业务网络分布 (6) 企业经营优劣势分析

9.2.10 拓领环球物流有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业运营网点分析 (4) 企业运送能力分析 (5) 企业物流业务分析 (6) 企业经营优劣势分析

第10章：中国公路货运行业发展前景预测分析 10.1 中国公路货运行业发展趋势分析 10.1.1 公路货运市场货源增速放缓、需求升级 10.1.2 货运市场朝着市场组织化、集约化方向发展 10.1.3 利用物联网、大数据等分析工具实现智能化 10.1.4 货运企业效率化、精细化持续提升 10.1.5 产品服务趋向高端化 10.2 中国公路货运行业前景预测分析 10.2.1 公路货运预测影响因素分析 (1) 影响行业发展的有利因素 (2) 影响行业发展的不利因素 10.2.2 公路货运行业规模预测分析 10.3 中国公路货运行业投资风险分析 10.3.1 行业政策风险分析 10.3.2 经济波动风险分析 10.3.3 行业竞争风险 10.3.4 行业经营风险 10.4 中国公路货运行业投资机遇分析 10.4.1 行业生命周期分析 10.4.2 行业吸引力分析 10.4.3 细分市场投资机会 (1) 快递市场稳步增长 (2) 零担运输竞争风险加大 (3) 整车运输存在较大增长空间

图表目录 图表1：公共运输业经营方式 图表2：2009-2021年中国公路货运行业相关政策 图表3：2013-2021年国家领导人多次考察公路货运行业情况 图表4：货车运输的区域监督政策相继出台 图表5：2012-2021年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%） 图表6：2013-2021年公路货运与GDP的相关性分析（单位：亿吨，万亿元） 图表7：2013-2021年中国工业增加值变化图（单位：亿元，%） 图表8：2013-2021年中国货运量与工业经济增长的相关性分析（单位：亿吨，亿元） 图表9：2011-2021年中国固定资产投资（不含农户）及增长速度（单位：万元，%） 图表10：2013-2021年公路货运行业与固定资产投资的相关性分析（单位：亿吨，万元） 图表11：2010-2021年中国城镇居民和农村居民人均可支配收入情况（单位：元，%） 图表12：2013-2021年公路货运行业与城镇居民收入的相关性分析（单位：元，%） 图表13：“营改增”前后交通运输业纳税变化 图表14：2017-2021年中国移动互联网用户规模（单位：亿人，%） 图表15：推广ETC及货车按车型收费的影响 图表16：公路货运O2O价值链图 图表17：公路货运O2O平台重构车货信息 图表18：公路货运O2O平台重构车货连接 图表19：公路货运O2O平台重构价格确定 图表20：公路货运O2O平台重构支付与垫资 图表21：2016-2021年中国货车行业产销量对比（单位：万辆，%） 图表22：2021年中国货车销量结构（单位：%） 图表23：2017-2021年我国重型货车销量及增速（单位：万辆，%） 图表24：2017-2021年我国中型货车销量及增速（单位：万辆，%） 图表25：2017-2021年我国轻型货车销量及增速（单位：万辆，%） 图表26：2017-2021年我国微型货车销量及增速（单位：万辆，%） 图表27：2017-2021年中国货车进口数量及增速情况（单位：台，%） 图表28：2016-2021年中国货车出口数量及增速情况（单位：万台，%） 图表29：2016-2021年中国货

车出口数量及增速情况（单位：万台，亿吨） 图表30：中国汽车维修市场发展现状分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/452718.html>