

北京交通大学

# 毕业设计（论文）

中文题目：当前铁路货运面临的形势与对策

学 院：远程与继续教育学院

专 业：交通运输

姓 名：

学 号：

指导教师：

年 2 月 14 日

北京交通大学  
毕业设计(论文)成绩评议

年级	10 春	层次	本科	专业	交通运输	姓名	
题目	当前铁路货运面临的形势与对策						
指导教师评阅意见	成绩评定: _____ 指导教师: _____ 年 月 日						
评阅教师意见	评阅教师: _____ 年 月 日						
答辩小组意见	答辩小组负责人: _____ 年 月 日						

# 北京交通大学

## 毕业设计(论文)任务书

本任务书下达给：\_\_\_级\_\_\_本科\_\_\_交通运输\_\_\_专业学生\_\_\_

设计(论文)题目：铁路货运面临的形势及对策探讨

### 一、设计(论述)内容：

近年来,随着社会主义市场经济的逐步完善和深化,我国交通运输市场发生了巨大变化。铁路货运开始由卖方市场逐步转化为买方市场,各种交通方式间的竞争越来越激烈。铁路货运的主导地位受到了其他运输方式特别是公路和强烈冲击,高附加值货源大量流失,市场份额下降,经营日趋艰难。在这种形势下,铁路如何更好的生存和发展,如何完善货运管理,加快信息化建设,引入第三方物流,以适应各种运输需求,不断扩大市场占有份额,更好的为国家发展提供运力保障。

### 二、基本要求：

针对铁路运输在货物运输市场的地位、目前发展的现状等情况,分析铁路货运发展面临的新形势,探讨铁路如何开展市场营销,转变发展方式,与物流有效结合,在铁路多元化经营中,推出更符合市场的铁路运输产品,扩大市场占有的份额,更大的发挥铁路的运输作用。

### 三、重点研究的问题：

从交通运输格局的变化,分析出铁路运输与其他方式运输的优势和劣势;从运输设备的发展上,找出铁路运输适应货运市场的方向;从运输距离和品类上,分析出各种运输方式的合理分工;从现代物流业发展的趋势上,分析铁路运输与物流的有效结合方式,如何发挥更大的效益;从转变经营方式,实现铁路多元化经营战略上推进货物运输业更好发展。

#### 四、主要技术指标：

(无)

#### 五、其他要说明的问题

论文要用统一的毕业论文用纸，用中文打印（B5）或手写。手写每页 20 行，每行 20—22 字，用黑或蓝黑墨水工整书写；打印正文用宋或楷体小四号字，版面上空 2.5cm，下空 2cm，左右空 2cm(靠装订线一侧增加 0.5cm 空白用于装订)。

对字体和字号的要求如下：题目用一号（分两行书写时用小一号）黑体字；第一层次（一）题序和标题用小二号黑体字，题序和标题之间空两字，不加标点，下同；第二层次（（一））题序和标题用小三号黑体字；第三层次（1）题序和标题用四号黑体字；第四层次（（1））题序和标题用小四号黑体字；第五层次以下标题和题序与第四层次同。

下达任务日期： 年 01 月 08 日  
要求完成日期： 年 03 月 29 日  
答辩日期： 年 05 月 日

指导教师：

# 开题报告

题目：铁路货运面临的形势及对策探讨

报告人：

2012年02月14日

## 一、文献综述：

根据作者本人在货运工作接触、铁路运输在货物运输市场的地位、目前发展的现状等情况，铁路货运开始由卖方市场逐步转化为买方市场，各种交通方式间的竞争越来越激烈。铁路货运的主导地位受到了其他运输方式特别是公路和强烈冲击，高附加值货源大量流失，市场份额下降，经营日趋艰难。分析铁路货运发展面临的新形势，探讨铁路如何开展市场营销，转变发展方式，与物流有效结合，在铁路多元化经营中，推出更符合市场的铁路运输产品，扩大市场占有的份额。

## 二、选题的目的和意义

铁路货运系统是担负者对货源的调查、货运产品的组织、货运服务的对接等任务，在实际工作中，如何进一步的提高铁路的服务质量，如何把铁路运输资源配置与物流市场进行有效的对接，如何把企业的产品以最高的效率最低的成本实现位移，是实现铁路新的发展突破口，特别是实现铁路多元化发展，进一步的延伸服务链条，增加经济增长点和社会服务效益，分析展望铁路货运市场发展的目标。

## 三、研究方案

通过对铁路分品类的货物发送量分析和各地区的发送量分析，以及全路货物发送量在社会货运市场中所占份额的变化分析，结合当前铁路多元化发展战略，对铁路货运市场的发展进行分析及研究解决措施。

## 四、进度计划：

6月27日——8月25日

分析题目，查阅资料，学习与毕业设计相关的知识，作好前期准备工作。

8月26日——10月10日

划分论点，进行方案论证，撰写论文。

10月11日——11月10日

划分论点，进行方案论证，撰写论文撰写毕业论文并征求导师意见，修改毕业论文，进行毕业论文的评议

五、指导教师意见：

题目符合当前铁路的发展要求，研究方案可行，进度安排合理，可以进行下一步工作。

指导教师：

年02月14日

# 中期报告

题目：当前铁路货运面临的形势与对策

报告人：

## 一、总体设计

通过分析铁路货运目前存在的问题，找出解决问题的对策，进一步的转变铁路货运发展方式，巩固铁路货运市场，发展铁路现代物流，促进铁路多元化发展，要切实转变铁道部的职能，就要确立铁路运输企业市场主体地位，坚持以市场为导向，以效益为中心，创新运输经营机制，充分激发运输企业的发展活力。

## 二、基本框架

1. 铁路货运面临的形势与存在的问题；
2. 我国铁路货物运输应采取的对策。

## 三、进展情况

已经完成对铁路货运面临的形势及存在的问题调查分析，对铁路货运市场情况调研，深入了解企业货主对铁路服务的需求与意见。对应采取的对策等其他部分内容，还在进行资料搜集汇总，没有形成完整的对策体系，后面还需继续努力。

## 四、指导教师意见

论文按照进度计划进行，确定的整体思路符合任务书的要求，框架结构合理，可以进行论文的撰写工作。

# 结 题 验 收

## 一、完成日期

年 5 月 5 日

## 二、完成质量

论文基本上符合要求，结构完整，层次清楚。能运用所学专业理论知识结合铁路企业特点完成论文，具有一定的分析问题解决问题的能力。

## 三、存在问题

理论较详实，如能用实际运用中具体案例说明问题会更好。

## 四、结论

毕业论文进行过程中，态度积极认真，按照任务书的要求，广泛查找资料，总结现场存在的问题，并及时与老师联系、沟通。按时完成了开题报告、中期报告、初稿的写作，并对初稿进行了反复修改，基本上达到了论文的写作要求。经检查可以结题。

指导教师：



# 目 录

第一章 铁路货运面临的形势与存在的问题 .....	错误! 未定义书签。
1.1 运能与运量的矛盾依然突出 .....	错误! 未定义书签。
1.2 运量增长, 但高附加值、高运价率的货物继续呈现下降的趋势 .....	2
1.3 在货运市场中, 公路运输已成为铁路最强有力的竞争对手 .....	3
1.4 铁路货运营销手段单一 .....	4
1.5 内部的无序竞争又导致营销操作行为不规范 .....	4
1.6 货运技术设备落后, 信息化程度低 .....	5
1.7 运价上的优势难以体现 .....	5
1.8 货运基础管理薄弱 .....	6
1.9 观念落后是酿成货运市场竞争失败的重要因素 .....	7
1.10 机构设置及职能没有充分发挥作用 .....	7
1.11 铁路运输业的属性未明阻碍了运输业的健康发展 .....	7
第二章 我国铁路货物运输应采取的对策 .....	8
2.1 建设大能力的煤运系统, 缓解铁路货运瓶颈 .....	8
2.2 压缩货物列车在途中停留次数, 缩短运到期限 .....	9
2.3 必须转变运输发展方式 .....	10
2.3.1 转变运输发展方式是提高铁路运输发展质量的必然选择 .....	10
2.3.2 转变运输发展方式是提高铁路运输市场竞争力的客观要求 .....	10
2.3.3 转变运输发展方式是提高铁路运输经营管理水平的必由之路 .....	10
2.3.4 转变发展方式要有明确的目标 .....	11
2.4 着力调整运输结构, 为铁路运输可持续发展奠定基础 .....	11
2.4.1 优化运输能力布局 .....	11
2.4.2 调整货运产品结构 .....	12
2.4.3 加大运力倾斜和财务清算等政策扶持力度 .....	错误! 未定义书签。
2.4.4 调整运量增长结构 .....	错误! 未定义书签。
2.5 着力改革运输组织和服务方式, 主动适应运输市场需求 .....	错误! 未定义书签。
2.5.1 建立市场导向的运力配置方式 .....	错误! 未定义书签。
2.5.2 积极实施货运电子商务 .....	错误! 未定义书签。
2.6 确定货运目标市场 .....	错误! 未定义书签。
2.7 推进传统运输业向现代物流业转型 .....	错误! 未定义书签。
2.7.1 突出优势功能, 寻求合作 .....	错误! 未定义书签。
2.7.2 与货主建立战略伙伴关系 .....	错误! 未定义书签。

2.7.3	组建铁路货运物流集团公司 .....	错误！未定义书签。
2.7.4	加强管理，实现铁路物流网络一体化 .....	错误！未定义书签。
2.8	完善货物运输服务质量评价体系 .....	错误！未定义书签。
2.9	加强法制建设，规范市场竞争行为 .....	错误！未定义书签。
2.10	加强营销机构和队伍建设、明确职能 .....	
2.11	深化铁路改革实现政企分开确立铁路企业市场主体地位 .....	18
	结束语 .....	
	参考文献 .....	

# 当前铁路货运面临的形势与对策

铁路货物运输是铁路运输的重要组成部分，是铁路运输企业运营收入的主要来源。在全国交通运输体系中，虽然铁路运输近年来货运量和货物周转量所占比重有所下降，但总体而言铁路运输仍处于骨干地位，发挥着十分重要的作用。在运输市场竞争十分激烈的情况下，搞好铁路货物运输不仅关系到铁路运输企业的生存与发展，而且也关系到国民经济持续、快速、健康的发展。近年来铁路各级部门在货物运输方面做了大量卓有成效的工作，也积累了很多好的经验，但发展还不平衡，工作还不够规范，与社会主义市场经济及铁路的改革发展的要求还存在较大的差距。本文通过研究铁路货物运输面临的形势与存在的问题，进而就制定铁路货物运输对策进行探讨和论述。

## 第一章、铁路货运面临的形势与存在的问题

### 1.1 运能与运量的矛盾依然突出

铁路运力长期紧张，尤其是近两年，铁路货运需求满足率仅能达到30%至40%。电煤运输吃紧，直接波及电力市场供应，拉闸限电，已成为经济生活中的常见名词。资料显示，我国已成为煤炭、钢铁第一消费大国，石油和电力第二消费大国。在我国目前的能源结构中，由于石油的储量并不丰富；因此，以煤炭为主要能源的格局将会长期存在。煤炭资源主要集中在西部地区，而发达的工业则集中在东南沿海。这就决定了西煤东运是铁路的长期任务，这是国民经济发展对铁路的要求。尽管煤运数量在扩大，煤运速度在增加，煤运比重位于各运输货物之首，还享受优惠待遇，但仍然不能满足煤运的需要，全国日均请求车满足率不到60%，许多煤炭企业只能以运定产。

## 1.2 运量增长，但高附加值、高运价率的货物继续呈现下降的趋势

改革开放 20 多年来，中国国民经济建设取得了举世瞩目的成就，经济总量急剧扩张，产品结构、产业结构、所有制结构和企业的生产经营方式发生了很大的变化。尤其是 1992 年以来以社会主义市场经济体制的建立为目标的改革加速了这种变化。

由于货运需求是一种派生需求，这种变化必然会反映在货运市场，即在能源、原材料等大宗货物的需求平稳增长的同时，和产业结构的变化相适应，高加工度、高附加值的货物运输需求迅速增加，出现了除大宗物资运输需求外，部分货主对运输的要求正从数量型向质量型转变，要求小批量、多频次运输，对货运的质量和服务有更高的要求。长期以来铁路在整个交通运输行业居于骨干地位。但是，随着交通运输市场日趋发育成熟，其他运输方式加快发展，相互之间的竞争已呈现日趋激烈的态势。而铁路由于发展相对缓慢，生产经营机制不能适应市场经济的要求，使得铁路的地位和影响面临严峻的挑战。特别是近几年来情况发生了明显的变化。从全国范围来看，从 2005 年到 2011 年铁路的货运量在增加，不同运输方式货物运输量的绝对值亦在增加。

但是，从所运输的货物品类分析可发现，铁路增加的是能源、原材料等大宗低运价率的货物，下降的是高附加值、高运价率的货物。如 2010 年国家铁路货物发送量为 362929 万 t，比上年增长 30888 万 t，增长 9.3%。增长量基本来自大宗低运价率的货物，绝对数比上年增长最多的分别是：煤炭完成 200043 万吨，增加 14.3；金属矿石、钢铁和矿建材料完成 85500 万吨，增加 10.1%；石油完成 13834 万吨，增加 4.5%；化肥农药完成 8616 万吨，增加 3.1%。这 7 个品类大部分是运价率较低的，但其

增长量达到 4050 万吨，在其他 21 个品类中，下降幅度大的都是高运价率的货物，和 2009 年相比，下降最多的依次是：农用机具下降 38.9%，纺织皮革下降 32.8%，电子电器下降 27.2%，工业机械下降 15.7%，医药用品下降 11.5%，金属制品下降 9.5%，鲜活货物下降 7.9%，农副产品下降 7.1%，饮食烟草下降 3.5%，这 9 个品类总计减少 810 万吨，降的幅度都很大，因此铁路货物运量在煤炭、矿建等大宗货物增加的同时，高附加值、高运价率的货物继续呈现下降的趋势。

### 1.3 在货运市场中，公路运输已成为铁路最强有力的竞争对手

铁路作为我国运输行业的骨干，凭借其自身的优势，本应在货运市场中获得较高的收益，但目前在全国范围内，铁路所运的大部分物资为低运价率货物，而电器等高运价率货物通常经由公路进行长、短途运输，从而造成铁路一方面运能紧张，另一方面货运收入不高的现象。因此，铁路要提高运输生产的效益，不仅要谋求货运量在社会总运量中的市场份额，更要尽可能争取高运价率货物的市场份额。

入世后市场竞争更加激烈，货主对运输时间的要求越来越高。在高运价率货物中，家用电器、精密仪表等要抢占市场、抢占先机；蔬菜、水果等货物的新鲜程度直接影响其价格及销路。因此，货主要获得高收益，必然选择最快的运输方式。据不完全统计，在运送高运价率货物时，90%的托运人更关心的是运输时间的长短而不是运费的高低。公路运输运费高、运程长，但运到期限短，部分运输公司承诺 5 天内运到，每逾期 1 天，支付运费的 10%作为 违约赔偿金，直至运费赔偿完毕为止。因此，公路运输以其高速度且高效率的服务和信守承诺吸引了大批托运人，并渐成规模。铁路虽然一再提速，但运到期限的计算方式并未得到改变，这就意味着提

速后，货主要通过铁路托运货物，依然要按以前的运到期限计算方式与铁路订立合同，货主没有从提速这一改革措施中获益，时间上仍没有保障，难免会有后顾之忧，铁路货物运输没有充分发挥出提速效果。

#### 1.4 铁路货运营销手段单一

铁路运输企业总体来说市场竞争意识不够强，各运输部门的主要工作仍然是抓计划、保任务，上级决策下级执行，遇到问题找上级解决，对运输市场的了解、研究不多，不能以市场为主体制定营销策略，积极主动地参与竞争。近几年来，由于竞争激烈，在一些地区因货源不足，营销虽逐渐得到重视，但由于习惯思维定时的影响，营销工作也仅仅限于扩大宣传，承揽货源，没有全系统地向方便货主，一次承运一票到底，实现货物门到门运输的方向发展，向为货主提供全方位系统解决企业物流方案的方向发展。

在营销过程中出现的问题难以解决，又制约了营销成果的进一步扩大。在铁路高度集中统一的调度指挥原则下，受自然灾害、事故、特殊任务及运输组织指挥水平等主客观因素影响，停、限装经常发生，铁路局、车站在受到限制的装车数中要安排重要物资、重点客户的运输，势必影响普通货主的货物（包括通过营销吸引的货物，这些货物往往附加值较高）的装车，出现有货无车，有车无日计划的现象，一些货主的利益受到了损害，使其对铁路失去信任而选择其他运输方式，最后铁路失去了市场。

#### 1.5 内部的无序竞争又导致营销操作行为不规范

现行的运输收入核算体制，形成不竞争的整体优势。不规范的市场营销操作表现为：有的单位为了拉到货源，对内竞相抢计划、抢车、抢箱；对外竞相压价、采取降低包装和装车条件规定的做法，即损害了铁路利益，

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/967020163054010002>