

● 陈策生 郭敏杰 主编

铁路运输市场营销 实践与探索



中国铁道出版社

99
F530.6
21
2

铁路运输

市场营销实践与探索

《铁路运输市场营销实践与探索》编委会 编

7A4177/12



中国铁道出版社

1998年·北京



3 0037 6767 4

(京)新登字 063 号

内 容 简 介

本书在概述市场营销知识的基础上,结合全国各铁路局近年来在市场营销方面的主要新鲜经验,着重论述了铁路运输市场营销策划和实践方面的内容,分析了铁路运输企业面临的市场形势,探索了相应的对策思路与方法,对铁路运输企业在新形势下搞好铁路客货运输市场营销有着积极的指导意义。

本书可供铁路运输企业各级管理干部和营销人员学习参考,可作为铁路运输市场营销的培训教材。本书也可供铁路大专院校师生及铁路科研人员教学、研究、参考之用。

图书在版编目(CIP)数据

铁路运输市场营销实践与探索/《铁路运输市场营销实践与探索》编委会编. - 北京:中国铁道出版社,1998.8

ISBN 7-113-03096-3

I. 铁… II. 铁… III. 铁路运输-运输经济-市场营销学

IV. F530

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 22176 号

书 名:铁路运输市场营销实践与探索

著作责任者:《铁路运输市场营销实践与探索》编委会

出版·发行者:中国铁道出版社(100054,北京市宣武区右安门西街8号)

责任编辑:夏 伟

封面设计:李艳阳

印 刷:乌鲁木齐铁路印刷厂印刷

开 本:850×1168 1/32 印张:9.625 字数:235 千

版 本:1998年8月第1版 1998年8月第1次印刷

印 数:1~4 000 册

书 号:ISBN7-113-03096-3/F·227

定 价:15.00 元

版权所有 盗印必究

凡购买铁道版的图书,如有缺页、倒页、脱页者,请与本社发行部调换。

《铁路运输市场营销实践与探索》

编 委 会

顾 问	李家钧	孔庆楨		
主 编	陈策生	郭敏杰		
副主编	铁春林	黄炳煌	齐金声	
主 审	周振庆	冯留成		
副主审	石玉东	张永贵		
编 委	(按姓氏笔划)			
	于贞武	王士铨	艾振远	关志德
	沈晓东	李本源	李景林	俞洁敏
	陈志中	陈德新	罗永春	战持忠
	杨怀萱	夏保民	梅修祺	谢祥栋

导 言

随着社会主义市场经济的发展、国有企业改革的逐步深化,加强市场营销工作不仅成为关系到铁路运输企业经济效益和长远发展的重要课题,也已引起铁路运输企业各级领导、广大管理干部和营销人员的重视和关注。近两年来,在铁路市场营销战略和策略、营销手段和方法、营销机构和机制等方面,大家进行了许多有益的探索和尝试,初步摸索出了一些适合铁路运输企业特点的新鲜经验。

为使这些知识财富和新鲜经验得以交流,并促进铁路营销工作在深度、广度方面进一步发展,中国铁道企业管理协会组织编写了《铁路运输市场营销实践与探索》一书,以供铁路运输企业各级管理干部和营销人员参考和探讨,这本书如果对进一步推动铁路市场营销工作能有所裨益,这就达到了我们编写本书的目的了。

鉴于铁路运输客货营销具有一定的特殊性和复杂性,铁路运输企业走向市场的问题还刚刚起步,客货营销中一些深层次的问题,要随着经济改革的深化进一步拓展和完善,同时积累较为丰富和成熟的经验,还需要有个过程。因此,本书各篇章所涉及的内容,在“实践——认识——再实践”的基础上,尚有待于今后全路广大管理干部和营销人员作进一步的充实和完善。

中国铁道企业管理协会会长

石希玉

1998年7月27日

铁路必须加强市场营销工作(代序)

傅志寰

铁路企业必须把加强市场营销作为关系企业生存与发展的大事切实抓好。

一、深入分析市场变化,科学确定营销战略

随着市场经济的深入发展,运输服务对象发生了很大变化,运输需求日益多样化。必须根据运输市场的新变化、新特点,有针对性地确立营销战略。要巩固扩大传统市场,积极争取新兴市场,重视开发潜在市场。

随着经济发展和人民生活水平的不断提高,铁路要更加重视发展旅客运输。在巩固发展中长途客运市场的同时,积极争取需求旺盛的短途客运市场,注意开发季节性、阶段性、休闲性客运市场,大力拓宽行包市场(要以灵活的价格、快捷的速度、优质的服务来拓宽行包市场)。铁路货物运输要采用灵活的运输组织形式,在继续发展大宗货物运输的同时,加快发展高附加值货物运输,巩固扩大中长距离货运市场,积极争取短运距货运市场。

二、适应市场需求,加强运输产品的设计开发

适应客货运输市场需求多样化的特点,在列车开行结构上要注意处理好“长与短”“快与慢”“优与普”以及“黑货”与“白货”、大宗货物与小批量货物的关系,不断推出适销对路的运输产品。运行图调整的周期要缩短,及时推出一批有竞争力的运输产品,以适应市场变化。

三、加强和改进运输组织,按市场需求优化配置运输能力

运输组织工作必须为市场营销服务,提供有力的支持保证。对“夕发朝至”旅客列车和货运“五定”班列,要精心组织、重点保证。简化临时增开列车,调整列车组织的审批程序,加大货运计划的改革力度,提高运输组织工作对市场变化的快速反应能力。

四、建立营销组织体系,强化营销机制。

企业要真正把工作的重心转到加强以市场为导向的营销上来,必须建立专司营销职能、反应快速灵敏、能够高效运作的组织体系。各单位要通过调整优化企业内部组织结构,加快职能转换,加强营销组织体系建设。从市场信息处理、快速决策运力保障,质量保证以及激励约束等方面,形成一套有效的营销机制。为探索强化营销激励,决定选择一个铁路局进行客运代理制的试点,按照客票收入3%安排售票代理费用。要为营销创造良好的环境,对乱加价、乱收费要严厉整顿,坚决纠正。对企业自备车的清理整顿,空调候车室的收费管理,优质优价列车的管理等,要按部制定的规范意见严格落实。

(摘自1998年全路领导干部会议上的讲话)

编 者 的 话

铁路客货运输市场营销问题是近两年的热门话题,是关系铁路走向市场、求生存、求发展的关键问题。对铁路客货运输营销战略和策略、手段和方法、机构和机制等等问题,各级领导、专家学者、有识之士都有不少真知灼见,并在不同领域进行了有益的探索,为全路搞好客货营销提供了许多经验。

为使这些资料发挥作用,经验得以推广,由中国铁道企业管理协会组织,由乌鲁木齐铁路局、哈尔滨铁路局和郑州铁路局牵头编辑、撰写,收集了各方面的资料,汇编成《铁路运输市场营销实践与探索》一书,供铁路运输企业各级管理干部和营销人员学习参考,也可作为培训教材。若广大读者读完后,观念有所转变,思路有所启发,眼界得到开阔,知识得到丰富,方法可以学习,经验可以借鉴,就达到了我们的目的。

本书共分四篇。第一篇,市场营销概论,概要介绍了市场营销涵义、观念、组合等知识;第二篇,铁路运输市场营销策划,重点介绍了铁路营销现状、内涵、观念、战略、手段、组织和机制;第三篇,铁路运输市场营销实践,简要介绍了铁路近两年来,在营销战略实施上的做法,各路局、分局、站段的经验;第四篇,铁路运输市场营销探索,摘录了各层次领导讲话,选编了一些专家论述及调研报告。

本书由中国铁道企业管理协会常务副会长李家钧、中国铁道企业管理协会副会长兼培训委员会主任孔庆祯任顾问;由中国铁道企业管理协会培训委员会副主任、北方交通大学陈策生教授和乌鲁木齐铁路局局长郭敏杰任主编;由乌鲁木齐铁路局副局长铁春林工程师、郑州铁路局党校齐金声副教授、乌鲁木齐铁路局体改法规处副处

长黄炳煌高级工程师任副主编;由中国铁道企业管理协会副秘书长周振庆高级工程师、乌鲁木齐铁路局局长冯留成高级经济师任主审;由哈尔滨铁路局副局长石玉东高级工程师、郑州铁路局局长张永贵高级经济师任副主审。第一篇由郑州铁路局党校副教授齐金声、局企协副主任马文钦编写;第二篇由乌鲁木齐铁路局高级工程师黄炳煌、乌鲁木齐局体改法规处工程师姚德骅、昆明铁路局高级工程师潘广亮编写;第三篇由乌鲁木齐铁路局高级工程师董温如、哈尔滨铁路局高级工程师张文顺、哈尔滨铁路局企协副秘书长李玉成、南昌铁路局工程师钱广编写。各铁路局企协对本书的编写、出版给予了有力的支持。在本书编写中,参阅了有关专著成果,选用了有关路局、分局和站段的经验和材料,在此一并表示感谢。

鉴于铁路客货营销的特殊性,拓展和完善铁路客货营销工作有一定的艰巨性和复杂性,尽管我们尽了很大努力进行了资料的收集和整理,但由于水平所限,欠妥之处,恳请批评指正。

1998年6月

目 录

第一篇 市场营销概论

第一章 市场营销及其概念	(3)
第一节 市场营销产生和发展的经济历史条件	(3)
第二节 市场营销涵义	(4)
第三节 市场营销功能	(5)
第二章 市场营销能力	(7)
第一节 市场营销能力涵义	(7)
第二节 市场营销能力内容	(8)
第三章 市场营销观念	(12)
第一节 市场营销观念及其发展过程	(12)
第二节 新旧营销观念的区别	(15)
第四章 市场营销管理过程	(17)
第一节 市场营销管理过程基础工作	(17)
第二节 市场调研与需求分析	(20)
第三节 市场营销战略	(24)
第四节 市场营销战略实施与调控	(29)
第五章 市场营销组合	(31)

第一节 市场营销组合涵义、特点和作用·····	(31)
第二节 产品策略 ·····	(33)
第三节 定价策略 ·····	(37)
第四节 分销渠道策略 ·····	(42)
第五节 促销策略 ·····	(46)

第二篇 铁路运输市场营销策划

第六章 铁路运输市场营销特点与营销策划 ·····	(53)
第一节 铁路运输业的性质与产品特征 ·····	(53)
第二节 铁路运输市场营销特点 ·····	(55)
第三节 铁路运输营销策划 ·····	(58)
第七章 铁路运输市场营销现状 ·····	(60)
第一节 严峻的形势 ·····	(60)
第二节 原因和问题 ·····	(62)
第八章 树立市场营销观念 ·····	(66)
第一节 市场营销竞争的实质 ·····	(66)
第二节 市场营销观念的转变 ·····	(67)
第九章 制订市场营销战略 ·····	(71)
第一节 铁路运输客货营销战略 ·····	(71)
第二节 铁路运输客货营销战略的实施 ·····	(77)
第十章 强化市场营销手段 ·····	(81)
第一节 强化营销手段的依据是信息 ·····	(81)

第二节	强化营销手段的基础是市场	(82)
第三节	强化营销手段的关键是技巧	(84)
第四节	铁路要改进客货市场营销手段	(87)
第十一章	健全市场营销组织	(98)
第一节	铁路运输企业要重组内部结构	(98)
第二节	健全营销组织是重组组织结构的重要内容	(100)
第三节	铁路客货营销机构不在名称应重在功能	(102)
第十二章	完善市场营销机制	(105)
第一节	铁路运输企业营销机制	(105)
第二节	铁路运输企业完善营销机制具体内容	(107)

第三篇 铁路运输市场营销实践

第十三章	走向运输市场的铁路客货营销	(113)
第一节	铁路客货营销开始受到重视	(113)
第二节	市场大流通对铁路运输提出了更高要求	(114)
第三节	铁路客货大营销格局正在形成	(116)
第十四章	瞄准市场创名牌推出运输新产品	(118)
第一节	开行快速旅客列车、朝发夕至和夕发朝至旅客 列车	(118)
第二节	开行“五定”班列快运货物列车	(119)
第三节	提高旅行速度、开行重载列车、增加列车运行 密度	(120)

第四节	优化资源配置,优化产品结构	(121)
第十五章	大力开发旅客运输市场	(124)
第一节	开行“双优”列车	(124)
第二节	做好广告宣传	(125)
第三节	开展特色旅行服务	(126)
第四节	加快联网售票解决买票难	(131)
第五节	开发站车广告业务	(133)
第六节	拓展行包运输业务	(134)
第七节	试行管内慢车内部承包	(135)
第八节	强化季节性运输组织	(137)
第十六章	深化货运改革,强化货运市场营销	(140)
第一节	改革货运计划管理实行合同化运输	(140)
第二节	推行货场多元化经营一体化管理	(141)
第三节	大力开发货运市场	(142)
第四节	发展集装箱运输	(147)
第五节	优质服务方便货主	(147)
第十七章	完善自我塑造形象	(150)
第一节	深入开展“十百千”站车文明服务活动	(150)
第二节	规范职业道德	(153)
第三节	加强路风建设	(154)
第四节	优质服务树信誉	(156)

第四篇 铁路运输市场营销探索

第十八章 客货营销专论 (163)

强化运输改革,大力增运补欠

坚决实现全路运输经营目标..... 刘志军(163)

强化客货营销,开拓运输市场 常国治(179)

面向市场,强化营销 王纯善(185)

开拓市场,强化营销,加快铁路运输市场化的

进程..... 王国良(188)

对沈阳局强化客货营销的思考..... 王振秋(192)

瞄准竞争对手,迎接市场挑战,把客货

营销工作推向新水平..... 李树田(197)

建立铁路客货营销机制,迎接运输市场

全面竞争..... 彭开宙(203)

上海局加快实施客货营销战略的思考..... 邓金华(207)

把住营销龙头,拓宽市场份额 杨建兴(212)

强化营销增活力,开拓市场求发展 冯凌云(217)

适应市场竞争,构筑铁路运输企业客货营销

新战略..... 王兆成(223)

面向市场,适应市场,构筑新型客货营销

体系..... 罗叙德(230)

构筑营销体系,强化市场营销 滕玉和(234)

优化运输组织,加强市场营销	蒋鉴铃(240)
构建铁路运输集约化营销机制.....	董喜海(244)
强化营销谋发展,集约经营求效益	宋棣棠(247)
集约经营,精细管理,全力做好新形势下的客运	
营销工作.....	大连铁道有限责任公司客运公司(253)
关于铁路货运营销的初步探讨.....	吕治政(263)
也谈发展铁路客运.....	甄秀坤(267)
第十九章 客货营销调研报告.....	(272)
开好“大瑶山号”旅游列车,探索铁路市场经营	
新路子.....	羊城铁路总公司(272)
实施客货营销战略的一项成功	
尝试.....	对全路首列混编列车 413/4 次的调查(279)
6. 广铁集团公司“双优”列车运营情况分析 ...	广铁集团(285)
7. 对福州站客运营销情况的调查	黄焕忠(288)
参考书目.....	(292)

第一篇

市场营销概论

