**铁路市场营销**

以铁路运输服务为产品的商业活动。

**摘要**

拼音:tielushichɑnɡyinɡxiɑo

英文名称:railway marketing

适用范围:铁路经济

所属学科:交通运输工程 铁路运输

**目录**

1 发展概况

2 应用及影响

**发展概况**

铁路货运市场营销始于运输生产前，贯穿于运输生产活动全过程。运输生产前，要研究客户需求，分析货运市场机会，区分并定位目标市场；运输生产中，要组合运用产品策略、客户货源组织策略、服务策略和运价策略等，通过良好的公共关系去实现运输生产过程；运输生产后，要做好运输生产后续服务和客户信息反馈工作。铁路货运市场营销活动宜采用灵活机动的营销组合策略，尤其需要运用现代信息技术的最新成果，丰富铁路货运网络营销信息服务平台的功能，主动挖掘货主企业需求，使铁路运输企业与货主所在企业的生产经营过程相互衔接，能够实现生产经营的信息互通与共享，促进铁路企业及时把握货主运输需求，让货主通过信息平台适时提交运输申请，这既有利于货主简化运输申办手续，又有利于铁路运输企业尽快实现货物运输的优化组织，提高企业经济效益。

铁路营销业务的推广，还包含商业广告及旅游业、保险业和房地产业等相关业务的扩展，也需要与铁路沿线各类经济资源的开发利用相结合，以铁路发展拉动沿线区域经济发展，促进当地资源开发和优化配置，促使当地产业规模的扩展与提升；同时也为铁路发展开辟和增加新的货源，使区域客货流的运输需求增大，有利于提高铁路运输收益，实现铁路可持续发展。

**应用及影响**

中国铁路为了满足货主对货物到达时间的需求，需要向市场提供快速、便捷、有明确到达目的地时间的货物运输及旅客运输服务产品。随着铁路的技术进步，高速铁路明显提升了旅客运输的质量和效率。服务产品的网络化交易，是信息技术在第三产业中广泛应用的成果。铁路企业顺应时代潮流，营销与业务推广模式发生了巨大的变革，与旅客和货主的业务交往，由传统的营业窗口面对面的沟通交易服务，变成远程网络交易服务。铁路运输企业与旅客和货主在客货运信息服务平台上订立经济契约，实现款项支付，在网上办理一切客货运票据业务所需要的各种手续，从根本上改变了面向旅客和货主的营销业态，极大提升了铁路企业与旅客和货主交易的便利性。

铁路客运市场营销过程中，旅客直接与服务人员有较多的相互沟通与互动，营销过程的交互性，决定了每名工作人员的行为都可能对铁路企业形象产生直接影响。为此，铁路客运市场营销不仅是客运部门人员，也是铁路企业其他所有部门及全体人员均应担负的工作职责。铁路客运市场营销的范围具有综合性和系统性，需要为旅客提供购票、进站、上车、在途、下车、出站等一整套服务。包括在途餐饮、行包寄存与托运、特殊需求旅客的个性化服务等，尤其是铁路网络购票平台的运转，显著改善了旅客的购票环境和购票交易过程。

（作者：裘晓东 ）