

乡村振兴背景下客货运输发展现状及优化策略

庄晓生 俞雪莲

(福建工程学院 福建 福州 350014)

[摘要]随着乡村振兴战略的推进与落实,我国客货运输面临着竞争激烈、销量下降等掣肘。为有效应对这一困境,本文提出打造差异化客户战略、加大客货运输进出口贸易量、增强舆论与协调合作能力等方式进行优化升级,充分为我国经济发展打造良好基础。

[关键词]乡村振兴;客货运输;客户战略;优化策略

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.06.435

作为我国经济发展重要组成部分,客货运输在推动国家经济与满足国民美好生活需求等方面发挥着重要正向作用。当前,我国铁路、公路及水路运输行业取得长足进步,成就显著。在取得良好成绩的同时,本文立足铁路、公路与水路运输视角,对客货运输在市场秩序与产业经营方面的风险挑战进行分析,并提出针对性建议,以期为客户货运输业迈向新阶段发展提供理论参考。

一、乡村振兴背景下客货运输发展现状

我国客货运输发展历久弥新,在曲折中不断突破。新中国成立之时,客货运输在我国基本处于空白状态。其后客货运输伴随改革开放得以进一步发展。就客运而言,2014-2019年中国总客运量缓慢下降,2020年受新冠疫情影响,下降幅度骤然增加。2020年中国总客运量约97亿人,同比下降45.1%。其中,2014-2019年间中国铁路客运量逐年攀升,呈良好发展态势。2020年疫情袭击,首年出现下降。据国家统计局,2020年中国铁路客运量约22亿人,同比下降39.8%;公路客运量约69亿人,同比下降47%;水运客运量约1.5亿人,同比下降45%;民航客运量约4.1亿人,同比下降36.7%。

以上数据说明,我国客货运输业整体发展势头良好。但同时国内外运输市场仍存诸多风险与挑战,致使我国客货运输发展稳定性较差。一是铁路运输方面。新时期市场环境下,铁路货运主要承担着大宗物资与旅客长距离运输。跨区域流动日渐频繁的当下,铁路周转压力骤增。同时伴随公路、民航、水运等多种运输方式衍生,运输市场竞争日趋严峻,铁路运输客货源流失,铁路运输方式生存面临重大挑战。二是公路运输方面。公路运输市场尚未形成统一公平的市场秩序,经营主体较为分散,规模经济不足,这导致公路货运市场经营主体仍处于“小而散”的状态。同时,由于公路运输企业普遍具有规模小等特征,运输生产效率与网络覆盖能力往往受到限制,使得公路运输竞争与抗风险能力被削弱。三是水路运输方面。水路运输得以有效发展的主要原因在于我国产业结构与空间布局的不断优化。同时由于对外经济大力发展,国际海运水平长期维持在较高水平。然而国内沿海、沿江重化工产业布局与快读形成发展,为水路运输带来庞大客货周转量。

二、乡村振兴背景下客货运输发展的优化策略

(一) 打造差异化客户战略

基于乡村振兴的背景下,营造良好客户战略以期实现增加客货运输的目标。一方面,由于价格是推动经济发展的关键抓手,可促进市场竞争的快速发展。因铁路具有运输成本不高、运输量较大的特点,充分依靠这一特点,以较低交通成本实现主机厂个性化发展要求。同时,对于不同客户需提供差异化服务,充分实现利益价值最大化进行展现。另一方面,由于货物运输存在环节不安全、物品易受损等危害,各运输公司需有效提高管理运输效率。一是各运输公司需经常与客户进行沟通交流,时常对客户进行调查分析,根据客户需求以及社会发展变动建构信息服务平台,实现精准服务,为客户提供具有针对性的方案。二是充分调动铁路运输周转情况,指引汽车机厂合理

适当建构物流网络,以实现交通运输成本的下降,极大程度提升客货运输量。

(二) 加大客货运输进出口贸易量

在国家乡村振兴的历史转折点,最大程度上提升客货运输的使用程度,为有效改善运输量下降的困境,需科学合理安排货物运输路线及车辆停留地。同时,为创新货物运输新方向,需在商品销售方面进行革新。首先,在考虑到乡村振兴后产生的火爆市场,客货运输不仅需对国内运输进行调配,亦需开拓国外市场,有效提升中国货物运输总量,促进经济高质量发展。其次,由于环境治理成为当前国家重点关注的方向,共享汽车已充分展现出国家污染治理的行动。因此,需有效利用货物运输具有的优势与相关企业进行沟通洽谈,拓展铁路职工、家属等成员的市场,有效为客户货运输提供庞大的客源。最后,面对冷链物流,应适当针对国家疫情防控作出相应的运输调整,有效为人民带来良好运输,进一步推动客货运输量的稳步上升。

(三) 增强舆论与协调合作能力

面对国家对乡村振兴的各项举措,客货运输需遵循国家的相关规定与指示。这进一步表明客货运输需与相关方面进行高效沟通,适当的在对应的淡季与旺季进行合理的信息进行及时掌控。在面对各类突发状况时,可及时进行解决,并与相应客户进行反馈,提升客户好感率。同时,客货运输也应提升自身舆论协调能力,借助各类新媒体进行宣传,例如,可利用微博、小红书、微型公众号等方式虽客货运输进行宣传,在一定程度上加大客货运输的知名度,营造良好社会环境。从侧面来看,这也是为培养客户奠定舆论基础。不仅如此,还需打造一个具有良好共同能力与服务能力的管理队伍,可在事情发生的第一时间进行解决,有效安抚客户情绪,以实习提升客货运输量的目的。

三、结语

在乡村振兴的背景下,客货运输成为当前助推我国经济发展的重要途径之一。面对现阶段我国客货运输存在的诸多制约,我国客货运输业需加快变革客户战略、打造良好知名度,使得客货运输实现高质量发展。

参考文献:

- [1] 郭亚楠. 论铁路特货运输市场现状及发展对策[J]. 理论与探索, 2020(6): 61-63.
- [2] 王庆云, 毛保华. 科技进步对交通运输系统发展的影响[J]. 交通运输系统工程与信息, 2020(6): 1-8+36.
- [3] 任希俊. 提速战略对我国铁路运输发展的带动作用[J]. 中小企业管理与科技(中旬刊), 2019(2): 39-40.
- [4] 李莹. 计算机信息技术在公路客货运输管理中的应用[J]. 科技风, 2019(35): 93.

作者简介:

庄晓生, 1991.05.11, 男, 汉, 福建省泉州市, 福建工程学院硕士研究生在读, 研究方向: 工程管理
俞雪莲, 福建工程学院副教授