

铁路运输价格对铁路运输管理的影响

刘 伟

国家能源集团宁夏煤业有限责任公司煤制油化工销售分公司 宁夏 银川 750002

摘 要：本文围绕铁路运输价格对铁路运输管理的影响展开研究，分析价格在运力调配、客户管理、成本与收益管理三方面的作用。价格水平引导运量分布，差异影响线路与车次资源分配，动态调整调节运力弹性；价格竞争力关系客户留存拓展，差异化策略支撑客户分层，透明度影响合作稳定；价格设定平衡成本回收，调整优化收益结构，策略引导成本控制方向。最后提出动态价格与运力联动等优化策略，为铁路运输管理提供参考。

关键词：铁路运输价格；运力调配；客户管理；成本与收益管理；管理优化策略

引言：铁路运输作为重要的交通方式，在经济发展中扮演关键角色。铁路运输价格并非孤立存在，它与铁路运输管理紧密相连。价格的高低、差异以及调整方式等，都会在运力调配、客户管理、成本与收益管理等多个层面产生影响。深入研究铁路运输价格对铁路运输管理的影响，有助于优化铁路运输管理策略，提升铁路运输的效率与效益，推动铁路运输行业持续发展。

1 铁路运输价格对运力调配管理的影响

1.1 价格水平对运量分布的引导作用

价格水平变化会直接影响货主与旅客的运输选择，进而改变运量分布状态。当铁路运输价格处于较低区间时，对于对运输成本敏感的货主，如大宗商品贸易商，会更倾向于选择铁路运输而非其他运输方式，此类货主的货物运输量会向铁路运输集中；对于注重出行成本的旅客，尤其是中长途出行群体，较低的铁路票价会吸引其优先选择铁路出行，推动铁路旅客运量上升^[1]。当价格水平处于较高区间时，对成本敏感的货主可能会转向运输成本更低的方式，导致铁路货物运量分流；部分旅客可能会根据自身经济承受能力，选择票价更低的其他交通方式或调整出行计划，使得铁路旅客运量出现波动。不同价格区间下，货主与旅客的运输选择变化会促使铁路运输运量在不同运输方式间、不同铁路线路间重新分布，为运力调配管理提供基础依据。

1.2 价格差异对线路与车次资源分配的影响

价格差异会推动铁路线路与车次资源向特定方向倾斜，优化资源分配效率。针对热门线路，由于旅客与货主运输需求旺盛，可适当提高票价或运价，在满足高需求的同时，通过价格信号引导部分非刚需运输需求向其他时段或线路转移，根据热门线路的运输需求规模，增加该线路的车次数量、配置运力更强的车辆，确保热门线路运输资源充足。对于冷门线路，运输需求相对较

少，可通过降低票价或运价吸引货主与旅客，合理控制该线路的车次密度与车辆配置，避免运输资源浪费。在高峰时段，如节假日旅客出行高峰、大宗商品运输旺季，通过提高价格调节需求，同时增加高峰时段的车次投放、调配更多运力；在平峰时段，适当降低价格刺激需求，合理减少车次数量，将闲置运力调配至需求更旺盛的线路或时段，实现线路与车次资源的高效分配。

1.3 动态价格调整对运力弹性的调节

动态价格调整能够灵活调节铁路运力弹性，实现运力与运输需求的精准适配。当运输需求出现短期激增时，如突发物资运输需求、临时大型活动引发的旅客出行需求，通过及时提高运输价格，一方面可抑制部分非必要运输需求，另一方面为临时增加运力提供支撑，如调用备用车辆、加开临时车次，快速提升运力以应对需求高峰。当运输需求出现下滑时，如淡季旅客出行减少、部分货物运输需求转移，通过降低运输价格刺激需求，根据需求减少情况，适当减少车次、缩短部分线路的运营时间或调整车辆配置，避免运力过剩导致资源浪费。通过动态价格调整，铁路运输能够根据运输需求波动情况，灵活调整运力规模与配置，使运力始终与需求保持相对平衡，提升运力弹性，增强铁路运输对市场需求变化的适应能力，保障运力调配管理的灵活性与有效性。

2 铁路运输价格对客户管理的影响

2.1 价格竞争力对客户留存与拓展的作用

价格竞争力是影响客户选择运输方式的重要因素，直接关系到客户留存与新客户拓展效果。在与公路、航空、水路等其他运输方式对比时，若铁路运输价格设定合理且具备优势，原本选择铁路运输的客户会因成本效益稳定而持续留存，不会轻易转向其他运输方式^[2]。对于长期依赖其他运输方式的潜在客户，如原本使用公路运输的短途货物货主、选择航空出行的中短途旅客，当

铁路运输价格低于同类运输方式且能满足基本运输需求时,这些潜在客户会倾向于尝试铁路运输,成为新的铁路客户群体。若铁路运输价格高于其他运输方式且未形成服务优势,部分现有客户可能会为降低成本而转向其他运输方式,导致客户流失,同时也难以吸引新客户加入,不利于客户规模的稳定与扩大。

2.2 差异化价格策略对客户分层管理的支撑

差异化价格策略能够为客户分层管理提供有效支撑,实现对不同客户群体的精准服务。针对长期合作、运输量大的大客户,如大型制造企业、物流集团,可制定长期合作优惠价格方案,在运价上给予一定折扣,同时匹配优先安排运力、专属客服对接等定制化服务,满足大客户对运输稳定性与成本控制的需求,强化大客户粘性。对于中小规模客户,如小型贸易商、个人旅客,可推出灵活的价格方案,如批量运输优惠、淡旺季浮动票价等,在保障基本服务质量的基础上,通过价格优势吸引此类客户。针对高需求客户,如对运输时效性要求高的生鲜货物货主、追求舒适出行体验的旅客,可设定相对较高的价格,同时提供快速运输通道、高端车厢配置等优质服务,满足其特殊需求。通过差异化价格与服务的匹配,能够清晰划分客户层级,针对不同层级客户制定针对性管理策略,提升客户管理效率。

2.3 价格透明度对客户信任与合作稳定性的影响

价格透明度直接影响客户信任度,进而决定合作稳定性。当铁路运输价格信息公开程度高,客户能够清晰了解不同线路、不同车次、不同运输时段的价格标准,以及价格调整的原因和规则时,客户会感受到合作的公平性与规范性,对铁路运输产生信任。在与客户沟通价格相关问题时,透明的价格信息能减少沟通障碍,提高沟通效率,避免因价格信息模糊引发误解与纠纷。若价格信息不公开、不透明,客户无法准确知晓价格构成与调整依据,容易对价格合理性产生质疑,降低对铁路运输的信任度。长期缺乏价格透明度会导致客户对合作产生顾虑,部分客户可能会因担忧价格风险而终止合作,破坏合作稳定性,不利于长期客户关系的建立与维护。保持较高的价格透明度,能增强客户信任,促进合作持续稳定开展。

3 铁路运输价格对成本与收益管理的影响

3.1 价格设定与运输成本回收的平衡

价格设定需实现与运输成本回收的动态平衡,确保运价水平与运营成本、维护成本相适配。铁路运输的运营成本涵盖燃料消耗、人工薪酬、线路使用费用等日常支出,维护成本则包括车辆检修、线路养护、设备更新

等长期投入,这些成本共同构成价格设定的基础依据。若运价水平过低,低于运营成本与维护成本总和,会导致成本无法有效回收,长期下来将造成资金缺口,影响铁路运输的正常运营与后续发展;若运价水平过高,虽能快速覆盖成本,但可能超出客户承受能力,导致运量下降,反而不利于成本回收效率的提升^[3]。合理的价格设定需充分考量运营成本与维护成本的实际规模,在保障成本顺利回收的同时,兼顾客户接受度,形成“成本支撑价格、价格保障运营”的良性循环,维持铁路运输的财务稳定性。

3.2 价格调整对运输收益结构的优化

价格调整能够推动运输收益结构的优化,不同运价组合会对整体收益产生直接影响。针对不同运输品类,如煤炭、粮食等大宗商品与高附加值工业品,可通过调整运价形成差异化收益来源,对运输需求稳定的大宗商品设定基础运价,保障收益基本盘,对高附加值工业品适当提高运价,提升单位运输收益;针对不同运输时段,如高峰时段与平峰时段,调整运价可引导运量在时段间合理分布,高峰时段提高运价增加短期收益,平峰时段降低运价吸引运量填补收益缺口,避免时段性收益波动过大。通过调整不同线路、不同车次的运价,能够优化收益在空间与服务类型上的分布,减少单一收益来源的依赖性,形成多元、稳定的收益结构,提升整体收益水平与抗风险能力。

3.3 价格策略对成本控制方向的引导

价格策略能够明确成本控制的重点方向,引导成本投入向高价值领域倾斜。若价格策略定位为低成本竞争,需将成本控制重点放在降低运营成本上,如优化燃料使用效率、合理调配人力减少人工浪费、简化非必要服务环节降低支出,通过压缩成本确保低价策略下的收益空间;若价格策略定位为高端服务,需将成本投入重点转向提升服务质量与运输效率,如加大高端车辆采购、优化线路规划缩短运输时间、完善服务设施,通过优质服务支撑较高的运价水平,实现“高投入-高服务-高收益”的模式。基于不同价格定位调整成本投入重点,能够避免成本投入的盲目性,使成本支出与价格策略相匹配,提升成本使用效率,保障价格策略有效落地并实现预期收益目标。

4 基于价格影响的铁路运输管理优化策略

4.1 建立动态价格与运力联动机制

建立动态价格与运力联动机制需紧密跟随运输需求变化,实现价格调整与运力配置的同步适配。通过实时监测不同线路、不同时段运输需求数据,当某一线路

或时段需求激增时,及时启动价格调整程序,适当提高运价以调节需求规模,同时快速调配备用车辆、加开临时车次,增加该线路或时段的运力供给,避免需求过剩导致运输拥堵;当需求出现下滑时,相应降低运价刺激需求,同时减少车次数量、调整车辆配置,将闲置运力转移至需求旺盛区域,避免运力浪费^[4]。这种联动机制需依托数据监测系统,确保价格调整与运力调配的及时性和精准性,使运输资源始终与市场需求保持平衡,提升运输效率与客户满意度。

4.2 完善差异化价格与客户分层管理体系

完善差异化价格与客户分层管理体系需深入分析客户需求差异,实现价格、服务与客户需求的精准匹配。先通过运输量、合作周期、服务需求等维度对客户进行分层,划分出大客户、中小客户、高需求客户等不同群体。针对大客户,推出长期合作价格套餐,提供优先运力保障、专属服务团队等定制化服务,满足对成本稳定性和运输效率的需求;针对中小客户,设计灵活的批量优惠价格与标准化基础服务,平衡成本与服务质量;针对高需求客户,制定高端运价,配套快速运输通道、舒适服务设施等优质服务,契合其对时效性和体验感的追求。同时建立客户需求反馈机制,根据客户反馈持续优化价格方案与服务内容,强化分层管理的有效性,提升不同层级客户的忠诚度。

4.3 强化价格-成本-收益协同管控

强化价格-成本-收益协同管控需构建三者联动的管理体系,确保价格策略有效支撑成本回收与收益增长。在价格设定阶段,全面核算运营成本、维护成本等各项成本支出,以成本规模为基础确定合理的价格区间,保障成本能够通过运价顺利回收;在价格执行过程中,实时跟踪成本变动情况,如燃料价格上涨、人工成本增加时,及时评估对收益的影响,必要时调整运价或优化成本结构,维持收益稳定;定期开展价格-成本-收益分析,对比不同线路、不同运输品类的运价水平、成本投入与收益情况,识别低效运营环节,对收益较低且成本较高的业务,通过优化价格策略或压缩成本支出提升盈利空

间。通过协同管控,实现价格、成本、收益三者的动态平衡,保障铁路运输的财务健康。

4.4 以价格为导向优化服务标准

以价格为导向优化服务标准需根据不同价格定位明确对应的服务要求,提升价格与服务的匹配度。对于低价运输服务,聚焦核心运输功能,制定基础服务标准,如保障运输准时性、货物基本安全、旅客基础出行需求,在控制服务成本的同时满足客户基本需求;对于中价运输服务,在基础服务之上增加增值服务内容,如货物实时追踪、旅客舒适座椅配置、便捷换乘指引等,通过适度提升服务质量增强性价比;对于高价运输服务,打造高端服务标准,如提供门到门货物运输、旅客专属候车区域、个性化餐饮服务等,以优质服务体验支撑高运价。同时建立服务质量监督机制,定期检查服务标准落实情况,根据客户评价调整服务内容,确保服务质量与价格水平相匹配,避免出现“价高服务低”或“价低服务过剩”的情况,提升客户对价格与服务的认可度。

结束语

铁路运输价格与铁路运输管理紧密相连、相互影响。合理价格设定和调整对运力调配、客户管理、成本与收益管理意义重大。通过建立动态价格与运力联动机制、完善差异化价格与客户分层管理体系等优化策略,可实现价格、运力、客户、成本与收益的协同发展。未来,铁路部门应持续关注价格因素,不断优化管理,以适应市场变化,推动铁路运输事业高质量发展。

参考文献

- [1]王怀相,黄玮青,伍峰,等.铁路特价线路运价管理模式研究[J].铁道运输与经济,2024,46(11):175-180.
- [2]王占,郭利田.铁路物资采购价格管理策略研究[J].理论学习与探索,2023(4):56-58.
- [3]周旭.多式联运格局下的铁路货运价格管理[J].高速铁路,2025(8):141-143.
- [4]张嘉桀,邹毅峰,罗湖桥,等.铁路货运价格跟踪评价及监测体系研究[J].铁道货运,2024,42(4):60-66.