

2010-2015中国石油设备市 场深度调研及投资风险预测研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2010-2015中国石油设备市场深度调研及投资风险预测研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/shiyou1101/M365104VZ1.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-04-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

2010-2015中国石油设备市场深度调研及投资风险预测研究报告 内容介绍：

《2010-2015中国石油设备市场深度调研及投资风险预测研究报告》依托我们多年对石油设备行业的系统观察，结合石油设备行业历年供需关系变化规律，对石油设备行业内的企业群体进行了深入的调查与研究，通过对石油设备行业环境、石油设备产业链、石油设备市场供需、石油设备价格、石油设备生产企业的详尽分析，以使企业和投资者达到对石油设备产品市场发展现状的全面、深入掌握；同时为使企业和投资者把握石油设备未来的市场发展趋势，公司还对石油设备行业未来发展趋势和市场前景进行科学、严谨的分析与预测；另外在投资分析部分，针对企业投资决策依据进行了重点分析，并综合给出投资建议。

本研究报告由我们信息中心的石油设备项目研究小组及市场调研等相关部门共同完成，数据主要采用国家统计局数据，海关总署，发改委、年鉴、报刊、杂志、网络等公开资料及问卷调查等多方渠道。《2010-2015中国石油设备市场深度调研及投资风险预测研究报告》完成于2010年1月，数据截止日期为2009年12月（注：数据根据征订月份不同及时更新到当月数据）。

第一章 石油设备行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境

- 一、GDP历史变动轨迹
- 二、固定资产投资历史变动轨迹
- 三、进出口贸易历史变动轨迹
- 四、2008年中国宏观经济发展预测

第二节 我国石油设备产业政策分析

- 一、国家对石油设备产业发展的鼓励政策
- 二、我国石油设备税收政策
- 三、我国石油设备投资政策

第三节 石油设备行业发展的波特五力模型分析

- 一、行业内竞争
- 二、买方侃价能力
- 三、卖方侃价能力
- 四、进入威胁
- 五、替代威胁

第六节 影响石油设备行业发展的主要因素分析

第七节 2010-2015年中国石油设备行业发展及趋势预测

第二章 中国石油设备行业生产分析

第一节 2005-2009年我国总产量分析

第二节 2005-2009年中国石油设备行业产能过剩情况分析

第三节 2005-2009年中国石油设备行业产销率与产品库存分析

第四节 2010-2015年中国我国石油设备行业产量预测

第三章 中国石油设备行业消费分析

第一节 2005-2009年中国石油设备行业总消费量分析

第二节 2005-2009年中国石油设备行业消费特点与消费趋势分析

第三节 2005-2009年中国石油设备行业需求满足率与潜在需求量分析

一、2005-2009年中国石油设备行业满足率分析

二、2005-2009年中国石油设备行业潜在需求量分析

第四节 2005-2009年中国石油设备行业市场价格变动分析

第五节 2010-2015年中国石油设备行业消费量预测

第四章 中国石油设备市场供需状况分析

第一节 2001-2007年石油设备行业供需状况

一、2001-2007年石油设备供给状况

二、2001-2007年石油设备需求状况

第二节 2005-2009年我国石油设备供给变化趋势预测

第三节 2005-2009年我国石油设备需求变化趋势预测

第五章 中国石油设备行业细分市场分析

第一节 2005-2009年中国分石油设备行业生产分析

第二节 2005-2009年中国分石油设备行业消费分析

第三节 2005-2009年中国分石油设备行业供需波动规律分析

第四节 2005-2009年中国分石油设备行业市场价格走势调分析

第五节 2005-2009年中国分石油设备行业进出口分析

第六节 2010-2015年中国分石油设备行业预测

第六章 中国石油设备行业进出口市场分析

第一节 2005-2009年中国石油设备行业国外贸易市场分析

第二节 2005-2009年中国石油设备行业进出口量分析

第三节 2005-2009年中国国内外进出口相关政策分析

第四节 2005-2009年中国石油设备行业进出口特点分析

第五节 2005-2009年中国进出口市场石油设备行业结构变动分析

第六节 2010-2015年中国石油设备行业进出口市场预测

第七章 中国石油设备行业市场价格分析

第一节 2005-2009年中国石油设备行业平均价格走势分析

第二节 2005-2009年中国分石油设备行业价格走势分析

第三节 价格形成机制分析

第四节 2010-2015年中国石油设备行业价格走势预测

第五节 2010-2015年中国分石油设备行业价格走势预测

第八章 中国石油设备行业地区市场分析

第一节 2005-2009年我国不同地区产品生产分析

第二节 2005-2009年我国不同地区产品消费分析

第三节 2005-2009年中国主要城市产品市场价格分析

第四节 2005-2009年我国不同地区产品竞争程度分析

第五节 2005-2009年我国不同地区产品供需走势分析

第六节 2010-2015年中国不同地区产品发展预测

第九章 中国石油设备行业及企业竞争格局分析

第一节 2005-2007年国内外主要企业分析（含企业发展介绍、近期经营状况等）

第二节 石油设备行业历史竞争格局综述

一、石油设备行业集中度分析

二、石油设备行业竞争程度

第三节 石油设备行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第四节 行业代表性企业经营发展模式分析

第五节 近期企业并购分析

第六节 国内外企业发展的SWOT模型分析

第七节 2007-2010年石油设备行业竞争格局展望

一、石油设备行业集中度展望

二、石油设备行业竞争格局对产品价格的影响展望

三、产品竞争格局有所改变

第十章 中国石油设备行业产品技术发展分析

第一节 当前中国石油设备技术发展现状

第二节 我国石油设备产品技术成熟度分析

第三节 中外石油设备技术差距及产生差距的主要原因分析

第四节 提高我国石油设备技术的对策

第五节 中外主要石油设备生产商生产设备配置对比分析

第六节 我国石油设备产品研发、设计发展趋势分析

第十一章 中国石油设备行业产品营销分析

第一节 石油设备行业国内营销模式分析

第二节 石油设备行业主要销售渠道分析

第三节 石油设备行业广告与促销方式分析

第四节 石油设备行业价格竞争方式分析

第五节 石油设备行业国际化营销模式分析

第十二章 中国石油设备行业消费者偏好调查

第一节 石油设备产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 石油设备产品的品牌市场调查

- 一、消费者对石油设备品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对石油设备产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对石油设备品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、石油设备品牌忠诚度调查
- 六、石油设备品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第十三章 中国石油设备行业投资风险分析

第一节 2007-2010年石油设备行业投资机会

- 一、2007-2010年石油设备行业主要产品投资机会
- 二、2007-2010年石油设备行业主要出口投资机会
- 三、2007-2010年石油设备企业的多元化投资机会

第二节 2008-2010年石油设备行业投资风险展望

- 一、宏观调控风险
- 二、行业竞争风险
- 三、供需波动风险
- 四、技术风险
- 五、经营管理风险
- 六、其他风险

第十四章 中国石油设备行业投资建议分析

第一节 2007-2010年石油设备行业投资分析

- 一、2007-2010年行业热点投资产品分析
- 二、2007-2010年行业热点投资地域分析
- 三、2007-2010年行业热点投资方式分析

第二节 2007-2010年石油设备企业经营战略建议

一、2007-2010年石油设备企业的标杆管理

- (一) 国内企业的经验借鉴
- (二) 国外企业的经验借鉴

第二节 2007-2010年石油设备企业的资本运作模式

一、石油设备企业国内资本市场的运作建议

- (一) 石油设备企业的兼并及收购建议
- (二) 石油设备企业的融资方式选择建议

二、石油设备企业海外资本市场的运作建议

详细请访问：<http://www.bosidata.com/shiyou1101/M365104VZ1.html>