

# 2010年中国成品油行业研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2010年中国成品油行业研究报告》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/shiyou1101/6038271FZ4.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】全国统一客服务热线：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年中国成品油行业研究报告 内容介绍：

成品油销售是整个石油行业链条中最后一环也是最重要的一环，是实现整个行业价值链的关键所在。用信息化建设提升销售业务管理水平，是增强企业竞争和盈利能力的重要手段。

2005-2007年，国内成品油（汽、煤、柴油）消费基本维持年均6%的平稳增速，从2007年开始，成品油消费增长逐月提高。2008年成品油消费增幅整体呈现前高后低的态势，全年成品油消费2.09亿吨，同比增长10%，其中汽柴油消费1.96亿吨，同比增长11%。

从我国石油消费的结构变化趋势来看，2006年我国汽、柴、煤三种成品油的表观消费量合计为16325万吨，同比增长6.1%。预计汽、柴、煤三种成品油的合计需求量2010年和2020年将分别达到2.2亿吨和3.35亿吨，分别比2006年提高34.80%和105.14%；2007-2010年成品油需求年均增长率为5.5%，2010-2020年成品油需求年均增长率为4.2%，均快于同期石油需求的增长速度，使得成品油需求占石油需求比重进一步提高，从2006年的47.1%提高到2010年的54.1%，2020年的59.5%，总体提高12个百分点。

“2010年中国成品油行业研究报告”依据国家统计局、国资委、国家信息中心、国家发改委、海关总署、国民经济景气监测中心、中国石化协会等提供的大量资料，首先介绍了国外原油及成品油行业的发展状况，接着对中国成品油行业和成品油市场状况进行了全面的分析，然后分析了中国成品油的产量、进出口。随后，报告分别对汽油、柴油、煤油、润滑油和燃料油市场做了具体分析，接着分析了成品油定价机制、成品油营销、成品油终端销售及经营策略、成品油第三方物流的发展及主要成品油企业运营状况等，最后分析了国外石油公司成品油经营对我国的借鉴。您若想对成品油市场有个系统的了解或者想投资成品油生产，“2010年中国成品油行业研究报告”是您不可或缺的重要工具。

## 第一章 世界原油和成品油市场分析

### 第一节 世界原油市场分析

- 一、世界原油主要分布地区
- 二、2007年世界主要国家原油产量
- 三、世界原油储量三年增长540亿桶

### 第二节 世界成品油市场分析

- 一、日本以立法保油源靠市场定成品油价格
- 二、马来西亚成品油市场管理概况
- 三、国外成品油市场作价机制

## 第二章 国内原油和成品油综合发展分析

### 第一节 2009-2010年中国原油市场运行分析

- 一、2009年黑龙江省原油进口主要特点
- 二、2009年进口原油进口依存度
- 三、2010年原油进口预测

### 第三节 2009-2010年中国成品油市场运行分析

- 一、2009年我国成品油价格
- 二、2009年中国成品油进出口
- 三、2009年成品油表观消费量
- 四、2010年成品油表观需求量预测
- 五、中国成品油市场在2010年将供过于求

### 第五节 中国成品油市场特征的分析

- 一、供需失衡导致成品油价格畸形
- 二、成品油价格追随国际油价剧烈波动

### 第六节 2009年中国成品油进出口分析

- 一、2009年中国成品油进出口现状
- 二、非国营成品油企业未用进口允许量将收回
- 三、中国调整成品油进口环节消费税
- 四、2009年11月成品油出口同比增长

### 第七节 我国成品油供需形势分析

### 第八节 成品油市场竞争分析

- 一、成品油批发市场开放后竞争格局短期难以改变
- 二、成品油市场化竞争格局隐现

### 第九节 中国成品油行业投资分析

- 一、成品油提价预期凸显投资机会
- 二、成品油零售网络投资风险分析

## 第三章 2009年汽油市场分析

### 第一节 国外汽油市场分析

- 一、日本汽油销量情况
- 二、墨西哥汽油消费越来越依赖进口
- 三、韩国汽油零售价降至19个月以来最低水平

### 第二节 中国汽油市场分析

一、2009年12月份中国汽油产量较上年增12%

二、甲醇汽油推广2010年提速

三、中国有望重新转为汽油出口国

### 第三节 2009年中国汽油进出口统计

一、2009年中国汽油进出口统计

二、2009年中国汽油进出口统计

### 第四节 中国甲醇汽油发展分析

一、中国适宜发展甲醇汽油替代汽车燃料

二、2010年我国甲醇汽油需求量预测

三、发展甲醇汽油的建议

### 第五节 中国乙醇汽油发展分析

一、中国乙醇汽油在多元化中前行壮大

二、我国车用乙醇汽油试点稳步推进

三、我国部分地区开始推行乙醇汽油

四、广西全面封闭销售车用乙醇汽油

五、云南含水乙醇汽油推广遇阻

## 第四章 2009年柴油市场分析

### 第一节 国外柴油市场分析

一、韩国研制出重油转换成柴油替代燃料的技术

二、伊朗2009年前9个月发电厂柴油消费增长31

### 第二节 中国柴油市场分析

一、我国柴油“批零倒挂”现象依然严峻

二、进口柴油现价格“倒挂”每吨或亏342元

三、化肥柴油综合补贴将动态调整

四、2009年中国柴油市场价格分析

### 第三节 2009年中国柴油进出口统计

一、2009年中国柴油进口统计

二、2009年中国柴油出口统计

### 第四节 生物柴油发展分析

一、生物柴油原料生产期待扶持

二、我国迎来生物柴油投资热潮

三、我国生物柴油面临的主要问题

四、我国生物柴油的发展思路

五、发展生物柴油的政策建议

第五章 2009年煤油市场分析

第一节 中国煤油市场发展分析

一、消费持续增长

二、中国煤油市场竞争激烈

第二节 2009年中国煤油进出口统计

一、2009年中国煤油进口统计

二、2009年中国煤油出口统计

第六章 2009年润滑油市场分析

第一节 中国润滑油市场分析

一、中国润滑油市场迎来品牌竞争新时代

二、亚洲最大润滑油生产基地沪上投产

第二节 2009年中国润滑油进出口统计

一、2009年中国润滑油进口统计

二、2009年中国润滑油出口统计

第三节 本土润滑油突破高端市场的策略分析

一、理清品牌现状，提升品牌价值

二、对价值链的充分整合

三、终端的建设和开发力度

四、注重对顾客的体验营销

五、发挥本土优势，细分本土市场

六、整合营销传播

第四节 民营润滑油企业发展战略

一、加强管理、科学定位、苦练内功、群策群力

二、避开大路，占领两厢、品牌至上、延伸作战

三、寻求产业合作和市场联盟，增加企业的实力

四、重视产业链协同作战

第七章 2009年燃料油市场分析

第一节 国外燃料油市场分析

一、2009年11月份韩国成为中国最大燃料油供应国

二、伊拉克对4万吨燃料油实施招标

### 三、印度尼西亚将减少燃料油进口量

## 第二节 国内燃料油市场分析

### 一、我国宣布开始全额征收燃料油消费税

### 二、“十一五”中国燃料油进口量预测

### 三、上海燃料油需求锐减50%

## 第三节 2009年中国燃料油进出口统计

### 一、2009年中国燃油进口统计

### 二、2009年中国燃油出口统计

## 第四节 我国燃料油期货分析

### 一、交易成本制约燃料油期货流动性

### 二、能源企业看好国内燃料油期货

## 第五节 船舶燃料油市场前景及生产技术经济分析

### 一、船舶燃料油供需现状

### 二、国内船舶燃料油生产现状

### 三、船舶燃料油生产可行性分析

## 第六节 燃料油信用销售风险控制对策

### 一、注重信息收集，严格信用额度审批

### 二、实行信用额度动态管理

### 三、灵活赊销策略，降低应收款风险

### 四、优化ERP系统，健全信用管理机构

## 第八章 我国成品油定价机制分析

### 第一节 国外成品油定价机制分析

#### 一、比利时: 高税收从容应对高油价

#### 二、美国: 成品油定价原油占55%

#### 三、英国: 零售油价易涨难跌

### 第二节 我国成品油定价机制分析

#### 一、现行成品油价格机制的主要内容

#### 二、成品油定价机制改革应分步实施

#### 三、中国成品油定价新机制与政府节能理念一脉相承

#### 四、成品油定价机制改革已具备核心条件

### 第三节 成品油定价机制新方案浮出

#### 一、新机制或跟随国际油价水平灵活定价

二、原油成本法能更好解决炼厂亏损

三、抓住定价机制改革良机

第四节 我国成品油定价机制改革回顾与前瞻

一、我国成品油定价机制改革历程回顾

二、三地成品油价格浮动的定价机制存在的问题

三、“原油成本法”定价新机制的特点

四、改革的前景

第五节 我国成品油定价机制存在的问题及改革取向

一、当前成品油定价机制的形成及评价

二、当前成品油定价机制的弊端

三、如何认识成品油定价机制改革

四、成品油定价机制改革的政策取向

第六节 完善成品油价格形成机制的思路和建议

第九章 成品油市场营销分析

第一节 信息化在成品油销售中的作用

一、用信息化提升企业核心竞争力

二、用信息化支撑专业化营销体系建设

三、用信息化加强对销售业务的控制

四、用信息化促进销售业务流程增值

第二节 成品油零售市场分析

一、加油站进入总量过剩时代

二、以新的观念应对成品油零售放开

三、从数量型增长转向质量型提升

第三节 成品油批发市场分析

一、国家对开放成品油批发市场的政策倾向

二、六企业获成品油批发经营资格

三、成品油批发竞争升级

四、成品油批发管理新办法及其影响

第四节 成品油营销中的顾客价值识别分析

第五节 成品油销售企业应注意把握好的问题分析

第六节 我国成品油销售企业顾客满意战略分析

一、成品油销售企业CS战略的必要性与重要性

## 二、成品油销售企业CS战略的基本思想与主要内容

### 第七节 提高成品油终端销售能力的几点建议

- 一、进一步加强营销网络建设，提高终端市场控制力
- 二、进一步推行加油站承包方式，激活单个加油站的盈利能力
- 三、加强直销配送与服务延伸工作
- 四、成立专门的物流公司

### 第八节 中国省级成品油销售企业营销体制改革分析

- 一、现有成品油营销体制及弊端
- 二、成品油营销体制改革的方向及办法
- 三、改革后的成品油营销体制及业务运行

## 第十章 成品油加油站终端销售及经营策略分析

### 第一节 中国加油站概述

### 第二节 加油站建设重要性分析

### 第三节 我国加油站布局存在的问题分析

- 一、加油站布局结构不合理
- 二、缺乏行业统一规划和管理
- 三、追求单站数量的增加忽视地区网络建设的发展空间

### 第四节 我国加油站经营管理存在的主要问题分析

- 一、非油品业务进展缓慢
- 二、营销方式和服务功能单一
- 三、经营管理水平相对落后

### 第五节 中国加油站经营管理发展趋势分析

- 一、选址合理化，位置细化优化
- 二、实现管理信息化、运营网络化
- 三、实现经营业务多元化
- 四、创新营销模式
- 五、提高顾客满意度
- 六、发展连锁经营模式

### 第六节 加油站顾客满意战略分析

- 一、顾客满意战略起源
- 二、顾客满意战略内涵
- 三、加油站的产品属性与顾客满意

#### 四、加油站实施顾客满意战略的主要内容

#### 五、实施顾客满意战略应注意的问题

### 第七节 GIS在成品油经营管理中的实践价值分析

#### 一、SGIS是提高销售企业经营管理水平的有效手段

#### 二、SGIS的功能及特征

### 第十一章 我国成品油第三方物流发展分析

#### 第一节 成品油第三方物流价值分析

##### 一、利润价值

##### 二、运作价值

##### 三、成本价值

##### 四、服务价值

##### 五、风险分散价值

##### 六、竞争力提升价值

##### 七、社会效益价值

#### 第二节 我国成品油第三方物流现状及存在的问题

##### 一、管理水平低

##### 二、规模小，资金不足

##### 三、设备落后

##### 四、缺乏物流专业管理人才

##### 五、信息化程度低

#### 第三节 我国成品油第三方物流发展趋势

##### 一、集约化、规模化经营

##### 二、管理和服务规范化

##### 三、储运设施现代化

##### 四、信息化程度更高

### 第十二章 我国三大石油巨头企业分析

#### 第一节 中国石油天然气股份有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、2009年财务分析

##### 三、公司发展战略

#### 第二节 中国石油化工股份有限公司

##### 一、公司简介

## 二、2009年财务分析

### 第三节 中国海洋石油总公司

#### 一、公司简介

#### 二、2009年经营状况

### 第十三章 国外石油公司成品油经营对我国的借鉴

#### 第一节 国外石油公司成品油经营之道及其与国内的比较分析

##### 一、高质量的零售网络

##### 二、行之有效的营销策略

##### 三、拥有完善的人力资源策略

##### 四、建立高效的油品配送体系

##### 五、实施"标准化"的加油站建设

##### 六、实行组织结构扁平化

##### 七、营造独具特色的企业文化

#### 第二节 国外石油公司成品油的经营对我国石油公司的借鉴

##### 一、优化零售网络

##### 二、制定有效的营销策略

##### 三、优化人力资源管理策略

##### 四、优化成品油配送体系

##### 五、提高加油站的建设水平

##### 六、创建精简高效的组织结构

##### 七、营造与发展战略相适应的企业文化

#### 部分图表目录

图表 2008-2020年我国石油加工能力和加工量

图表 2008-2020年中国原油净进口量

图表 2008-2020年中国成品油净进口量

图表 2008年1月-2009年11月中国成品油出口月度量价走势图

图表 2008年1月-2009年11月中国成品油进口月度量价走势图

图表 2009年1-12月各省市燃料油出口统计

图表 2009年1-12月各省市燃料油进口统计

图表 2009年1-12月全国润滑油出口统计情况

图表 2009年1-12月全国润滑油进口统计情况

图表 2009年1-12月中国煤油出口统计

图表 2009年1-12月中国煤油进口统计

图表 2009年1-12月各省市柴油出口统计

图表 2009年1-12月各省市柴油进口统计

图表 2009年1-12月柴油市场价格表

图表 2009年1-12月各省市汽油出口统计

图表 2009年1-12月各省市汽油进口统计

图表 2009年1-12月各省市成品油出口统计

图表 2009年1-12月各省市成品油进口统计

图表 2009年1-12月我国成品油价格

图表 2007-2020年石油(成品油)需求量及预测

图表 2006-2009年中国石油天然气股份有限公司成长性指标分析

图表 2006-2009年中国石油天然气股份有限公司经营能力指标分析

图表 2006-2009年中国石油天然气股份有限公司盈利能力指标分析

图表 2006-2009年中国石油天然气股份有限公司偿债能力指标分析

图表 2006-2009年中国石油化工股份有限公司成长性指标分析

图表 2006-2009年中国石油化工股份有限公司经营能力指标分析

图表 2006-2009年中国石油化工股份有限公司盈利能力指标分析

图表 2006-2009年中国石油化工股份有限公司偿债能力指标分析

图表 不同类型经营实体的地理分布关系

图表 改革后成品油营销体制及业务流程示意图

图表 现有成品油营销体制及业务流程示意图

图表 我国成品油销售企业CS战略

图表 某炼厂船舶燃料油不同生产方案对比

图表 成品油零售价格下船舶燃料油生产调合方案

图表 某炼厂直接销售重油与生产船舶燃料油方案对比

图表 国内使用的船用馏分燃料油指标

图表 国际上使用的船用燃料油指标

详细请访问：<http://www.bosidata.com/shiyou1101/6038271FZ4.html>