

2014-2019年中国成品油市 场深度调研与投资前景研究报告

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

《2014-2019年中国成品油市场深度调研与投资前景研究报告》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/shiyou1403/N51984TBBL.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-03-31

【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

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国成品油市场深度调研与投资前景研究报告》共十九章，报告立足于成品油市场发展现状分析，通过对成品油行业环境、成品油产业链、成品油市场供需、成品油价格、成品油生产企业的详尽剖析，以使投资者达到对成品油产品市场发展现状的全面、深入掌握；同时为使投资者把握成品油未来的市场发展趋势，我中心还对成品油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。

随着国内油品市场的开放程度逐渐加大，形成了由国有石油公司、外国企业和民营经营单位共同参与的市场格局。跨国石油公司也对中国成品油市场表现出浓厚的兴趣开始在成品油营销领域中展开激烈争夺，采取的方式是凭借自身的技术、资金和营销方面的优势，先进入市场，通过与大型国有石油公司的合作拓展销售网络最终占领市场。对跨国石油公司而言，它们的最大优势在于营销策略的创新:重视市场细分，将中国市场作为全球市场的一部分，优化资源配置，互供原料和产品，互为市场，确保每一个小市场都有强硬的背后支持团队，为抢占中国市场打下基础。目前，外来品牌虽在中国润滑油市场只占15% 的份额，但在国内都市轿车用润滑油却占到78.9%，跨国石油公司在润滑油高端市场对顾客的消费心理影响比较大，已经占有绝对的优势;在成品油价格方面，跨国石油公司采取主动降价策略，如道达尔加油站2007年2月10日早上8点至晚8点期间限时降价0.5元/升，赢得了消费者的青睐。由此可见，大型跨国石油公司来势凶猛，表明了占领中国市场的决心，使得中国成品油市场竞争激烈化。

报告目录：

第一章 国际原油和成品油市场现状分析 1

第一节 2011-2012年国际原油市场分析 1

一、国际原油市场回顾 1

二、2011-2012年全球石油储量、产量及消费量 1

三、2011-2012年国际原油市场发展状况 22

四、2011-2012年国际原油市场价格动荡加剧 25

第二节 2011-2012年国际成品油市场现状分析 29

一、国际原油及成品油市场作价机制 29

二、成品油价格形成机制的国际比较 33

三、世界成品油分销行业的特点	38
四、全球各地纷纷提高成品油价格	40
第三节 2014-2019年国际原油和成品油行业发展趋势分析	44

第二章 世界主要国家成品油行业运行情况分析 47

第一节 美国 47

- 一、美国成品油的定价机制探析 47
- 二、解析美国的成品油零售市场 48
- 三、美国成品油的现货价格走势 50

第二节 日本 53

- 一、日本成品油市场的定价机制分析 53
- 二、日本成品油市场发展概况 53

第三节 挪威 54

- 一、挪威成品油市场概况 54
- 二、挪威成品油市场主要特点 54
- 三、挪威成品油市场管理 55
- 四、挪威成品油行业相关协会 56

第四节 2011-2012年其他国家成品油市场发展分析 58

- 一、欧洲成品油零售市场发展特点 58
- 二、比利时成品油定价机制分析 63
- 三、澳大利亚和新西兰的成品油市场结构 64
- 四、加拿大成品油销售简析 67
- 五、马来西亚成品油实行“双轨油价制度” 71

第三章 成品油行业运行环境分析 72

第一节 国内成品油经济环境分析 72

- 一、GDP历史变动轨迹分析 72
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 79
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析 81

第二节 中国成品油行业政策环境分析 89

第四章 中国成品油行业运行形势分析 93

第一节 2012-2013年中国成品油行业发展综述 93

一、国内成品油产量及占世界的比重 93

二、中国成品油行业的主要特征 93

三、中国成品油生产将步入自动调和新阶段 93

四、中国民营成品油企业重组进程将加快 94

第二节 2012-2013年中国成品油消费税调整情况 94

一、2012-2013年中国对部分成品油恢复全额征收消费税 94

二、2012-2013年中国成品油进口环节消费税调整情况 103

三、2012-2013年石脑油消费税调整政策解读 104

第三节 2012-2013年中国成品油管道建设运行情况分析 105

一、中国最长的成品油管道兰州至郑州段主体贯通 105

二、透视兰郑长成品油管道工程建设的战略意义 106

三、珠三角成品油管道投入运行情况 108

四、贯穿福建沿海的成品油管道建成 109

第四节 2012-2013年中国成品油物流分析 109

一、成品油物流环节的主要介绍 109

二、成品油一、二次物流联合优化模型分析 111

三、RFID技术在成品油配送中的应用探析 121

四、中国成品油物流存在的问题及对策 124

五、珠三角地区成品油遭遇输配送难题 129

六、中国成品油第三方物流发展概况及趋势分析 130

第五章 2011-2013年中国成品油产量数据统计分析 134

第一节 2011年中国成品油产量数据分析 134

一、2011年全国成品油产量数据分析 134

二、2011年成品油重点省市数据分析 134

第二节 2012年中国成品油产量数据分析 136

一、2012年全国成品油产量数据分析 136

二、2012年成品油重点省市数据分析 136

第三节 2013年中国成品油产量数据分析 138

一、2013年全国成品油产量数据分析 138

二、2013年成品油重点省市数据分析 138

第六章 中国成品油定价机制分析 140

第一节 成品油定价机制发展概况 140

- 一、中国成品油定价机制的改革历程 140
- 二、成品油定价机制改革各个阶段存在的问题 141
- 三、国内成品油价格应当与国际市场接轨 143
- 四、2013年中国成品油价格全面改革时机还不成熟 144

第二节 中国成品油新定价机制分析 144

- 一、“原油成本法”新定价机制的特点 144
- 二、政府推行新成品油定价机制的态度 145
- 三、新成品油定价机制可能带来的影响 146

第三节 中国成品油定价机制改革存在的问题及对策 149

- 一、中国需形成自己的成品油定价系统 149
- 二、中国成品油价格改革滞后存在的弊端 150
- 三、成品油定价改革应当注意的问题 151
- 四、国内成品油价格改革应当分两步走 153
- 五、国际成品油价格改革的主要经验及启示 153
- 六、未来成品油定价机制改革的方向 157

第七章 中国成品油行业市场运行动态分析 159

第一节 2011-2012年中国成品油市场发展形势综述 159

- 一、中国成品油市场发展整体概况 159
- 二、中国成品油市场发展现状 159
- 三、中国成品油市场三足鼎立格局显现 160
- 四、高油价下中国成品油市场的新特点 163
- 五、中国成品油市场特征解析 164
- 六、外资在中国成品油市场发展分析 166

第二节 2012-2013年中国成品油市场运行状况分析 167

- 一、2012-2013年成品油市场状况分析 167
- 二、2012-2013年中国成品油生产情况 167

第三节 2012-2013年中国成品油价格调整情况分析 168

- 一、中国成品油调价情况回顾 168
- 二、2012-2013年国家发展改革委上调成品油价格 174

三、2012-2013年国内成品油调价原因分析	175
四、油价上调最终是为了市场机制真正运转	176
五、民营油企对成品油价上调反映冷淡	176
六、中国成品油价格上调的多重效果预测	177
第四节 2012-2013年中国成品油的市场化及市场管理改革	178
一、中国成品油价格逐步市场化寻求时机	178
二、国内成品油市场化步伐或将加快	180
三、中国成品油市场流通管理的改革和发展	180
第五节 2012-2013年中国成品油市场消费状况分析	182
一、中国成品油消费占世界总量比重	182
二、中国成品油消费的特点及其原因	182
三、异常消费增加使中国成品油需求加速增长	184
四、成品油消费量与GDP的相关性分析	185
五、汽车行业发展与成品油消费的关系	185
六、影响成品油消费的若干因素	185
第六节 2012-2013年中国成品油市场存在的问题及对策	186
一、中国成品油市场面临两难局势	186
二、开拓水上成品油市场的策略	187
三、高油价时代成品油市场发展建议	189

第八章 中国成品油零售与批发市场运营分析 190

第一节 2012-2013年中国成品油零售市场状况分析 190

一、中国成品油零售市场特点	190
二、外资企业加快在中国成品油零售市场布局	191
三、中国成品油零售市场民营企业呈出减速发展	192
四、三大石油巨头争相扩张中国成品油零售网络	193

第二节 2012-2013年中国成品油批发市场发展动态 193

一、中国放开原油成品油批发经营权	193
二、合资企业进入中国成品油批发市场	194
三、国内成品油零售价格未受影响	195
四、成品油批发新规给地方炼厂带来利好	196
五、政府加强对成品油批发市场的监管	197

第三节 2012-2013年中国成品油批发市场开放的挑战与对策 198

一、成品油批发市场开放遇到的问题 198

二、浅析中国油企面对的机遇与挑战 200

三、中国油企面对挑战的应对措施 201

第九章 中国成品油细分产业分析——汽油 203

第一节 2012-2013年国际汽油市场发展状况 203

一、全球汽油市场可能正在经历结构性转变 203

二、美国汽油消费情况现状 203

三、美国或将成为汽油净出口国 206

四、日本汽油销量情况 206

五、台湾汽油消费情况简析 207

六、2012-2013年日本汽油价格上调情况 207

第二节 2012-2013年中国汽油市场发展状况分析 208

一、中国汽车的汽油消费量占汽油生产量八成以上 208

二、中国汽油生产及消费情况 208

三、中国汽油价格变动情况 209

四、汽油调价对市场的影响 210

第三节 2012-2013年中国乙醇汽油发展状况分析 212

一、中国车用乙醇汽油推广情况 212

二、中国已有十省区推广乙醇汽油 214

三、乙醇汽油推广进程迟缓 214

四、三大压力阻碍乙醇汽油市场发展 216

五、推广车用乙醇汽油的对策建议 217

六、乙醇汽油推广使用前景看好 218

第四节 2012-2013年中国汽油产品发展情况分析 219

一、多功能汽油清洁剂简介 219

二、纳米汽油添加剂研究状况 219

三、中国甲醇汽油发展状况及发展趋势分析 220

四、高标号汽油逐渐成中国成品油市场销售亮点 222

第五节 2012-2013年中国汽油提炼技术进展情况分析 224

一、清洁汽油生产获得新技术支持 224

- 二、汽油自动优化调合技术将大力推广 225
- 三、高辛烷值汽油的技术进展情况 225
- 四、汽油产品技术水准获突破性进展 227

第十章 中国成品油细分产业分析——柴油 228

第一节 2010-2013年中国柴油行业和市场发展状况分析 228

- 一、中国柴油行业的生产特点 228
- 二、中国柴油市场的消费结构 230
- 三、中国柴油表观消费情况 231
- 四、农村柴油销售市场状况堪忧 231

第二节 2010-2013年中国生物柴油发展状况与前景分析 232

- 一、生物柴油的主要特征及生产方法 232
- 二、国际生物柴油产业发展迅速 233
- 三、中国发展生物柴油的必要性和可行性 234
- 四、中国生物柴油行业发展情况 236
- 五、制约生物柴油产业发展的瓶颈 238
- 六、生物柴油产业发展空间巨大 240

第三节 2010-2013年中国柴油技术进展状况探讨 242

- 一、中国柴油技术发展状况 242
- 二、生产低硫柴油技术分析 244
- 三、中国柴油加氢新技术研制成功 247
- 四、缓和加氢裂化生产柴油新技术问世 248

第十一章 中国成品油细分产业分析——煤油 250

第一节 煤油概述 250

- 一、煤油的概念 250
- 二、煤油的分类 250
- 三、中国煤油交易历史 252

第二节 2010-2013年中国煤油行业发展状况分析 254

- 一、中国煤油行业发展概况 254
- 二、中国煤油行业生产状况 257
- 三、中国煤油市场的消费概况 258

四、中国煤油市场运行分析 259

五、国内企业应把握煤油市场发展机遇 260

第三节 2010-2013年中国航空煤油行业状况分析 261

一、航空煤油的性质与成分 261

二、浅析中国航空煤油销售价格调整的影响 262

第十二章 中国成品油细分产业分析——燃料油 263

第一节 2010-2013年中国燃料油市场状况分析 263

一、中国燃料油市场变化情况回顾 263

二、中国燃料油市场状况分析 264

三、浅析中国燃料油价格波动具体表现 270

四、燃料油市场定价中心转向中国 271

第二节 2010-2013年中国燃料油期货市场状况研究 271

一、燃料油期货合约简介 271

二、浅析燃料油期货增强中国定价话语权 272

三、上海燃料油期货走势解析 272

第三节 2014-2019年中国燃料油发展预测分析 274

一、未来燃料油占成品油的比例 274

二、今后几年亚洲燃料油供应将更依赖进口 277

三、未来中国燃料油市场供需状况分析 278

第十三章 中国成品油市场营销策略探讨 279

第一节 2010-2011年成品油营销管理现状及营销策略 279

一、国内外成品油营销管理探析 279

二、透视西部成品油销售企业营销体制改革 285

三、农村成品油市场营销模式探析 287

四、买方经济下的成品油营销策略 288

五、针对成品油消费心理的营销策略 293

第二节 2010-2011年中国成品油销售企业市场占有率分析 297

一、对成品油市场占有率的认识过程 297

二、市场占有率增长空间集中在小额用户 299

三、提高成品油市场占有率的措施 300

四、提高市场占有率应注意的问题 304

第三节 2010-2011年中国成品油营销中应注意的问题 305

一、正确认识市场开发在营销中的作用 305

二、有效控制成品油市场的第三类营销 309

三、应当重视成品油营销中的客户价值识别 311

四、成品油营销中须注意的事项 315

第十四章 中国成品油加油站终端销售及经营策略分析 319

第一节 2012-2013年国际各国加油站经营管理现状 319

一、德国加油站经营现状及启示 319

二、英国加油站建设运营状况及启示 319

三、美国加油站管理现状 324

四、南非加油站管理概述 327

五、意大利对加油站进行全方位管理 328

六、国外加油站行业的发展趋向 330

第二节 2012-2013年中国加油站发展情况分析 337

一、中国加油站发展历程 337

二、中国加油站发展状况分析 338

三、中国民营加油站经营现状 339

四、加油站向多元化经营发展 339

五、中国加油站进入总量过剩时代 341

第三节 2012-2013年中国部分石油企业加油经营管理情况分析 341

一、中国石油加油站开展TBA销售情况分析 341

二、2012-2013年中石化清理加油站成效显著 348

三、中海油规划建设千座加油站 348

第四节 2012-2013年中国部分省市加油站发展状况及规划分析 349

一、上海市加油站行业基本情况及发展规划 349

二、海南省加油站行业基本情况 349

三、汕头市加油站规划布局 352

第五节 2012-2013年中国加油站特许经营分析 353

一、加油站特许经营概述 353

二、加油站特许经营的相关规定 354

- 三、中国加油站特许经营状况分析 355
- 四、加油站特许经营遭遇尴尬 356
- 五、加油站特许经营存在的问题 357
- 六、发展加油站特许经营的战略 358
- 第六节 2012-2013年中国加油站存在的问题及发展策略 360
 - 一、中国加油站经营管理存在的问题及对策 360
 - 二、中国加油站布局存在的主要问题及其对策 362
 - 三、中国加油站的发展对策 366
 - 四、提高中国加油站零售效率的措施 367
 - 五、提高加油站创效能力的途径 368
 - 六、提高加油站销售竞争力措施 369
 - 七、加油站实施顾客满意战略分析 372
 - 八、有效提升加油站竞争力应注意的问题 379

第十五章 中国成品油行业市场竞争态势分析 382

第一节 2012-2013年中国成品油市场竞争形势分析 382

- 一、国际石油巨头加快进驻中国成品油市场 382
- 二、外企成品油经营线路从终端布局到成品油源竞争 382
- 三、中国成品油市场依旧是巨头天下 383
- 四、中国成品油零售市场竞争纷纷采用促销手段 384
- 五、今后成品油市场竞争的区域与焦点 384

第二节 2012-2013年中国成品油产业竞争格局分析 384

- 一、透视成品油市场竞争格局 384
- 二、中国成品油批发市场开放下三股力量的博弈 385
- 三、中石油与中石化的市场竞争 387
- 四、民营油企在零售终端竞争扮演重要角色 388

第三节 2012-2013年中国成品油市场竞争策略分析 389

- 一、成品油销售的竞争不应局限于控制加油站 389
- 二、中国成品油市场仍须坚持有序竞争 389
- 三、提升成品油市场竞争力战略 390
- 四、国内油企提高竞争力的策略 394

第十六章 中国主要省市成品油市场格局分析 397

第一节 广东省 397

一、深圳成品油市场运行情况 397

二、广东省成品油市场短缺的原因及对策分析 397

第二节 湖南省 401

一、湖南省成品油市场回顾 401

二、2012-2013年湖南省成品油运行情况 402

第三节 山东省 402

一、山东成品油供需状况 402

二、山东地炼企业成品油生产情况 402

三、2012-2013年山东地炼成品油市场运行状况 403

四、山东成品油市场管理工作的做法 403

第四节 辽宁省 406

一、辽宁省成品油市场运行分析 406

二、2012-2013年辽宁省成品油销售情况 407

第五节 新疆自治区 407

一、新疆成品油市场运行状况 407

二、新疆成品油配送体制改革取得显著成效 408

三、2012-2013年新疆油库扩建将破解成品油运输瓶颈 409

第六节 浙江省 410

一、浙江成品油市场运行状况 410

二、浙江民营企业获成品油批发经营资格 410

三、2012-2013年浙江丽水市成品油市场销售简况 411

四、浙江成品油市场演变为三足鼎立格局 411

第七节 海南省 412

一、海南省成品油市场运行状况 412

二、2012-2013年海南省成品油市场运行状况分析 413

三、2012-2013年海南省成品油市场运行平稳 420

四、2012-2013年海南省成品油市场供需预测 420

第八节 云南省 421

一、云南省成品油市场发展情况 421

二、云南大理州成品油市场销售情况 421

- 三、2012-2013年云南省成品油供需情况 421
- 四、2012-2013年云南成品油销售增长情况 422
- 五、2012-2013年云南昆明市成品油市场运行状况分析 422
- 六、2012-2013年下半年云南成品油供应预计偏紧 424
- 第九节 北京市 425
 - 一、北京成品油的质量状况 425
 - 二、2012-2013年北京市成品油市场运行状况 425
 - 三、2012-2013年北京市丰台区成品油市场运行状况 426

第十七章 中国主要石油企业竞争力与关键性数据分析 428

第一节 中国石油化工股份有限公司 428

- 一、企业概况 428
- 二、企业主要经济指标分析 429
- 三、企业盈利能力分析 431
- 四、企业偿债能力分析 432
- 五、企业运营能力分析 432
- 六、企业成长能力分析 433

第二节 中国石油天然气股份有限公司 433

- 一、企业概况 433
- 二、企业主要经济指标分析 434
- 三、企业盈利能力分析 436
- 四、企业偿债能力分析 437
- 五、企业运营能力分析 437
- 六、企业成长能力分析 438

第三节 中国海洋石油总公司 438

- 一、公司简介 438
- 二、中国海油综合型能源公司格局已形成 439
- 三、中国海油总公司经营状况分析 443

第十八章 2014-2019年中国成品油行业发展前景与趋势预测分析 447

第一节 2014-2019年中国成品油市场发展前景分析 447

- 一、民营资本进入成品油市场空间巨大 447

二、中国成品油市场全面开放后的展望 448

三、未来中国成品油需求量预测 451

第二节 2014-2019年中国成品油发展趋势分析 452

一、国际成品油管道输送技术的发展趋势 452

二、中国成品油价格上走趋势不改 453

三、未来国内成品油价格变化趋势剖析 454

第三节 2014-2019年中国成品油行业市场盈利预测分析 454

第十九章 2014-2019年中国成品油行业投资机会与风险分析 456

第一节 2014-2019年中国成品油行业投资机会分析 456

一、规模的发展及投资需求分析 456

二、总体经济效益判断 456

三、与产业政策调整相关的投资机会分析 457

第二节 2014-2019年中国成品油行业投资风险分析 458

一、市场竞争风险 458

二、原材料压力风险分析 459

三、技术风险分析 459

四、政策和体制风险 459

五、外资进入现状及对未来市场的威胁 460

六、金融风险分析 461

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/shiyou1403/N51984TBBL.html>