

2017-2022年中国天然气终端销售行业竞争现状及 十三五竞争策略分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国天然气终端销售行业竞争现状及十三五竞争策略分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/ranqi/268657268657.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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。

二、报告目录及图表目录

天然气是埋藏在沉积岩内的有机物，在长期的地质条件作用下，经过复杂的有机化学反应而形成，是蕴藏在地层内的优质可燃气体，通过钻井开采出来。它的主要成分是甲烷、另外还含有氮、二氧化碳、硫化氢和微量的惰性气体。

天然气供应量的增长不及消费量的增长速度，国内天然气供需不平衡，导致我国天然气进口量不断攀升。随着天然气价格改革的加速落实，“十三五”大力推动天然气发展预期的逐步临近，以及近期天气转凉天然气使用量的大幅增加，天然气的发展将迎来历史性机遇。

近年来，我国天然气的表观消费量快速增长，2006到2014年消费量的复合增长率达到13.73%，其中，2007年的消费量增速为近年来最大，达到23.89%，到2013年，我国的天然气消费量为1691亿立方米，同比增长14.69%，2014年我国天然气表观消费量增加至1870亿立方米，较2013年增长10.59%。

中国报告网发布的《2017-2022年中国天然气终端销售行业竞争现状及十三五竞争策略分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 天然气资源及其利用状况分析

1 天然气产业链概述

1.1 天然气的定义及分类

(1) 天然气的定义

(2) 天然气的分类

1.2 天然气产业链特点分析

(1) 上游

(2) 中游

(3) 下游

2全球天然气资源及分布

2.1天然气资源分布状况

2.2海洋油气资源分布的特点

- (1) 大油气田分布不均匀
- (2) 油和气分布不均匀

2.3天然气储量统计

2.4天然气勘探情况

3中国的天然气资源状况

3.1天然气资源的储量及分布

- (1) 天然气储量
- (2) 天然气分布

3.2天然气资源主要勘探领域

- (1) 前陆盆地
- (2) 海相碳酸盐岩
- (3) 大面积砂岩岩性带
- (4) 火山岩
- (5) 生物成因气
- (6) 陆架海域

3.3天然气储量状况

3.4天然气勘探进展状况

- (1) 勘探力度加大，产量稳定增长
- (2) 非常规天然气勘探取得新进展

第二章 天然气产业发展现状分析

2.1世界天然气产业的发展

2.1.1天然气产业发展历程

- (1) 早期的天然气产业（1821年以前）
- (2) 天然气的商业化使用（1821年-1915年）
- (3) 现代天然气产业的兴起（1916年-1949年）
- (4) 现代天然气产业的成熟（1950年-1970年）
- (5) 天然气产业的发展（1971年-2000年）
- (6) 新型天然气产业的出现（2001年至今）

2.1.2全球天然气供需分析

- (1) 全球天然气生产总量
- (2) 全球天然气消费总量

2.1.3主要国家和地区天然气供需分析

- (1) 俄罗斯天然气供需分析
 - (2) 海湾及中东地区天然气供需分析
 - (3) 中亚四国天然气供需分析
 - 2.1.4 全球天然气供需平衡预测
 - 2.2 中国天然气产业分析
 - 2.2.1 天然气资源储量结构分析
 - 2.2.2 天然气进口分析
 - (1) 天然气进口总量分析
 - (2) 主要进口国进口情况
 - 2.2.3 天然气产业的发展特点
 - (1) 需求快速发展，市场向东部沿海扩展
 - (2) 多气源供应格局逐步形成，管网基础设施逐步完善
 - 2.2.4 天然气市场运行状况
 - 2.3 中国天然气产业改革进程分析
 - 2.3.1 油气行业市场化改革的特殊性
 - (1) 能源部门
 - (2) 相关产业
 - (3) 就业者和居民消费者
 - (4) 改革任务
 - 2.3.2 天然气市场化改革难点与瓶颈
 - 2.3.3 天然气产权结构改革亟待深化
 - (1) 产权多元化正逐渐形成
 - (2) 产权结构单一，产权主体缺位
 - 2.3.4 天然气定价机制的改革历程
 - (1) 改革背景
 - (2) 改革阶段
 - 2.4 中国天然气产业发展中存在的问题及对策
 - 2.4.1 主要问题分析
 - (1) 天然气供需不均衡
 - (2) 能源消费结构不协调
 - 2.4.2 发展战略
 - (1) 改变决策层传统的能源观念
 - (2) 正视发展中的困难，避免高指标
 - (3) 形成中国天然气产业，增加供给产出
- 第三章 天然气终端销售市场发展环境分析

3.1经济环境

3.1.1国际经济形势对行业的影响

- (1) 国际经济运行现状
 -) 美国经济趋于稳健
- 2) 欧元区经济继续微弱复苏
- (2) 国际经济趋势判断
- (3) 对行业的影响分析

3.1.2国内经济环境对行业的影响

- (1) 国内经济运行现状
- (2) 国内经济趋势判断
- (3) 对行业的影响分析

3.2政策环境

3.2.1天然气终端销售法律法规

3.2.2天然气终端销售产业政策

- (1) 《天然气“十三五”发展规划》
- (2) 《能源发展“十三五”规划》
- (3) 《大气污染防治行动计划》
- (4) 《关于建立保障天然气稳定供应长效机制的若干意见》
- (5) 《能源发展战略行动计划（2017-2022年）》
- (6) 《国家应对气候变化规划（2017-2022年）》

3.2.3天然气价格改革及其影响

- (1) 对价格管理环节的影响
- (2) 对价格管理方式的影响
- (3) 对门站价格的影响
- (4) 对非常规天然气的影响

3.2.4天然气终端销售发展规划

- (1) 明确终端销售目标，作好天然气终端销售战略规划
- (2) 储备高效潜在市场，做到市场开发与产能建设相适应
- (3) 推动天然气价格改革，降低终端销售成本，提高终端销售效益
- (4) 加强终端销售运行管理，确保安全平稳供气
- (5) 强化用户管理，优化资源配置，调整供气结构
- (6) 努力构建和谐和谐的终端销售环境

3.3技术环境

3.3.1技术水平

- (1) 天然气储存技术

(2) 天然气运输技术

3.3.2最新技术动态

- (1) X80钢级管道技术成功应用
- (2) 设计系数0.8首次试用
- (3) 核心设备国产化取得重大突破
- (4) 基本掌握LNG接收站设计技术

3.3.3技术发展方向

- (1) 结构方面
- (2) 计量方面
- (3) 净化方面
- (4) 储存方面
- (5) 数据采集与监视控制方面

第四章 中国天然气终端销售市场发展现状分析

4.1天然气终端市场分析

4.1.1市场综述

4.1.2市场结构

- (1) 市场集中度
- (2) 产品差别化
- (3) 进入壁垒

4.1.3运行模式

- (1) 一级分销市场
- (2) 二级分销市场
- (3) 三级分销市场

4.1.4市场管理

- (1) 天然气终端销售市场管理现状
- (2) 天然气终端销售市场管理出现的问题
- (3) 天然气终端销售市场管理建议

4.2天然气终端市场的定位

4.2.1消费定位

- (1) 优先类
- (2) 允许类
- (3) 限制类
- (4) 禁止类

4.2.2城乡定位

- (1) 市场主体

(2) 拓展区域

4.2.3 区域定位

(1) 东部发达地区和中部经济发达地区

(2) 环渤海、长江三角洲和珠江三角洲经济区

4.3 天然气主要消费市场分析

4.3.1 城市燃气

(1) 市场特点

(2) 用户规模

(3) 进入壁垒

(4) 上游议价能力

(5) 下游议价能力

(6) 替代品威胁

(7) 现有竞争对手

(8) 城市燃气前景

4.3.2 工业燃料

(1) 天然气工业用户

(2) 天然气工业用户的潜在市场

4.3.3 电力消费领域

(1) 对天然气的消费需求

(2) 电力消费领域前景

4.3.4 化工消费领域

(1) 天然气在化工领域的发展现状

(2) 天然气在化工领域的运用

(3) 天然气在化工领域的前景

4.4 天然气终端销售价格分析

4.4.1 天然气终端价格机制改革的必然性

(1) 天然气价市场化势在必行

(2) 重新挖掘市场调节功能

4.4.2 理顺天然气价格有利于优化能源结构

4.4.3 供需矛盾加速我国天然气终端价格调整

4.4.4 川气东送投运引发沿线天然气价格上调

4.4.5 天然气价格分析

第五章 中国天然气终端销售市场供需形势及预测

5.1 中国天然气终端市场供给状况分析

5.1.1 天然气供应对外依存度过高

5.1.2天然气市场供应严重不足

5.1.3天然气市场产生“气荒”的成因

- (1) 规划严重滞后
- (2) 垄断积重难返
- (3) 价格机制僵化

5.1.4缓解天然气市场供应紧张形势的对策

- (1) 加强监测分析，把握供需动态
- (2) 加强资源统筹，保障平稳供应
- (3) 加强供需衔接，有序发展下游市场
- (4) 加强综合协调，确保安全平稳运行
- (5) 加强信息沟通，促进节约用气

5.1.5西气东输三线工程将改变国内天然气供应格局

5.2天然气终端消费需求分析

5.2.1天然气进口量

- (1) 液化天然气
- (2) 管输天然气

5.2.2天然气表观消费量

5.2.3天然气消费占一次能源比重

5.2.4天然气终端消费结构分析

- (1) 工业天然气消费情况
- (2) 生活天然气消费情况

5.2.5天然气终端消费量预测

- (1) 工业用天然气消费量预测
- (2) 生活用天然气消费量预测

5.3天然气终端市场调峰分析

5.3.1天然气调峰的主要方式

- (1) 储气球罐调峰
- (2) 高压储气管束调峰
- (3) 液化天然气调峰
- (4) 地下储气库调峰
- (5) 气田上游调峰

5.3.2不同类型的天然气存储方式的经济性比较

5.3.3实施不同调峰策略满足市场需求

5.4构建多元化天然气供应体系

5.4.1以份额气补充国内市场

5.4.2加大管网建设步伐

5.4.3进一步发展地下储气设施

5.4.4实施整装气田战略储备

5.4.5天然气终端销售形势预测

(1) 2015年我国天然气资源供应形势

(2) 全国天然气供需形势好转，市场将出现供大于求

第六章 天然气终端销售市场不同形式产品发展分析

6.1管道天然气现状分析

6.1.1全球管道天然气动态

6.1.2俄罗斯与国际天然气管道

(1) 俄罗斯天然气管道建设历程

(2) 俄罗斯天然气管道代表项目分析

1) “北流”天然气管道工程

2) 亚玛尔 (Yamal) -欧洲II号输气管线

3) “蓝色溪流”输气管线

4) 北欧输气管线

5) 中俄石油天然气管道

(3) 俄罗斯油气管道建设规划分析

6.1.3中国-中亚天然气管道建设状况

(1) 背景介绍

(2) 建设情况

6.1.4中国管道天然气状况

(1) 发展阶段

(2) 天然气管道布局

(3) 面临的问题

6.1.5我国西气东输分析

(1) 背景介绍

(2) 项目规划

(3) 项目概况

(4) 项目意义

(5) 建设特点

(6) 进度安排

6.2LNG建设及市场动态分析

6.2.1我国液化天然气的发展全面综述

6.2.2我国各地区LNG项目的建设

6.2.3国内油气企业在LNG领域的进展

- (1) 中海油LNG产业链经营模式
- (2) 新疆广汇LNG产业链经营模式
- (3) 新奥集团LNG产业链经营模式

6.2.4我国LNG产业的发展策略分析

- (1) LNG战略发展要进行温和调整
- (2) 管道管网建设要有新突破
- (3) 加快天然气价格市场化改革的同时扶持下游行业
- (4) 加大国际资源采购力度
- (5) 加快LNG应急保供能力建设

第七章 天然气终端销售趋势市场供需趋势分析

7.1北京市

7.1.1天然气使用总量持续增长

7.1.2稳妥推进天然气价格调整

7.1.3积极提升天然气供应能力

7.1.4天然气供需趋势预测分析

7.2上海市

7.2.1洋山港液化天然气项目投运

7.2.2前滩天然气分布式能源项目获批

7.2.3上海石油天然气交易中心将正式运作

7.2.4天然气市场供需状况简析

7.2.5天然气市场面临的发展形势

- (1) 利好政策不断出台
- (2) 输配设施建设加速
- (3) 市场潜力正被不断挖掘

7.2.6天然气供需趋势预测分析

7.3广州市

7.3.1天然气市场实现多气源供应

- (1) 深圳大鹏LNG
- (2) 西气东输二线
- (3) 南海荔湾3-1气田海上天然气

7.3.2增加天然气供应渠道

- (1) 珠海LNG
- (2) “西气东输”三线

7.3.3实现天然气“同城同价”

- (1) 实行“同城同价”的背景
- (2) “同城同价”的实施进度
- 7.3.4 天然气供需趋势预测分析
- 7.4 深圳市
 - 7.4.1 天然气供需情况
 - (1) 需求情况
 - (2) 供应情况
 - 7.4.2 天然气源得到有效保障
 - 7.4.3 下坪填埋气制取天然气项目
 - 7.4.4 天然气供需趋势预测分析
 - (1) 需求预测
 - (2) 供应预测
- 7.5 杭州市
 - 7.5.1 成立非常规天然气投资基金
 - 7.5.2 形成“环状供气”格局
 - 7.5.3 天然气发展亟需解决的问题
 - (1) 价格机制不到位
 - (2) 法规道德的缺失
 - (3) 市场管制的不规范
 - 7.5.4 天然气供需趋势预测分析
 - (1) 需求预测
 - (2) 供应预测
- 7.6 武汉市
 - 7.6.1 三镇天然气供气管网连通
 - 7.6.2 天然气外环管网穿越长江
 - 7.6.3 最大液化天然气储备库建成
 - 7.6.4 天然气供需趋势预测分析
 - (1) 需求预测
 - (2) 供应预测
- 第八章 中国天然气市场领先终端企业经营分析
 - 8.1 中国石油
 - 8.1.1 公司发展简况
 - 8.1.2 公司经营状况
 - (1) 财务指标分析
 - (2) 盈利能力分析

- (3) 运营能力分析
- (4) 偿债能力分析
- (5) 发展能力分析
- 8.1.3 公司经营模式分析
 - (1) 产业链层面
 - (2) 业务层面
- 8.1.4 公司经营优劣势分析
- 8.1.5 公司最新投资动向
- 8.1.6 公司发展战略规划
- 8.2 长春燃气
 - 8.2.1 公司发展简况
 - 8.2.2 公司经营状况
 - (1) 财务指标分析
 - (2) 盈利能力分析
 - (3) 运营能力分析
 - (4) 偿债能力分析
 - (5) 发展能力分析
 - 8.2.3 公司经营模式分析
 - 8.2.4 公司经营优劣势分析
 - 8.2.5 公司最新投资动向
 - 8.2.6 公司发展战略规划
- 8.3 申能股份
 - 8.3.1 公司发展简况
 - 8.3.2 公司经营状况
 - (1) 财务指标分析
 - (2) 盈利能力分析
 - (3) 运营能力分析
 - (4) 偿债能力分析
 - (5) 发展能力分析
 - 8.3.3 公司经营模式分析
 - (1) “生产经营”与“资本运营”一起抓
 - (2) “电力、新能源、金融”三驾马车
 - 8.3.4 公司经营优劣势分析
 - 8.3.5 公司最新投资动向
 - 8.3.6 公司发展战略规划

8.4中国燃气

8.4.1公司发展简况

8.4.2公司经营状况

(1) 财务指标分析

(2) 盈利能力分析

(3) 运营能力分析

(4) 偿债能力分析

(5) 发展能力分析

8.4.3公司经营模式分析

(1) 独具特色的管理结构

(2) 切合实际的管控模式

(3) 得心应手的管理应用

8.4.4公司经营优劣势分析

8.4.5公司最新投资动向

8.4.6公司发展战略规划

8.5华润燃气

8.5.1公司发展简况

8.5.2公司经营状况

(1) 财务指标分析

(2) 盈利能力分析

(3) 运营能力分析

(4) 偿债能力分析

(5) 发展能力分析

8.5.3公司经营模式分析

(1) 组建各地政府和合作伙伴关系网

(2) 采用精细化的经营管控模式

8.5.4公司经营优劣势分析

8.5.5公司最新投资动向

8.5.6公司发展战略规划

8.6新奥燃气

8.6.1公司发展简况

8.6.2公司经营状况

(1) 财务指标分析

(2) 盈利能力分析

(3) 运营能力分析

(4) 偿债能力分析

(5) 发展能力分析

8.6.3 公司经营模式分析

(1) 项目取得

(2) 定价方式

(3) 融zi渠道

8.6.4 公司经营优劣势分析

8.6.5 公司最新投资动向

8.6.6 公司发展战略规划

第九章 天然气终端销售市场投融zi分析

9.1 天然气项目融zi分析

9.1.1 融zi环境

(1) 政策导向良好

(2) 经济发展稳定

(3) 国内储蓄充足

(4) 银行系统更为活跃

(5) 证 券市场发展空间广阔

9.1.2 融zi特点

(1) 融zi具有长期性

(2) 融zi的规模大

(3) 融zi的风险大

(4) 融zi费用多

(5) 融zi可获优惠政策

(6) 资金回收期长

9.1.3 融zi渠道

(1) 财政融zi方式

(2) 证 券融zi的方式

(3) 国际融zi方式

(4) 项目融zi方式

(5) 银行融zi方式

(6) 商业融zi方式

9.1.4 融zi对策与建议

(1) 天然气项目的融zi对策

(2) 天然气项目的融zi建议

9.2 天然气终端销售市场投资状况

9.2.1天然气市场投资的基本特征

- (1) 天然气与其他能源的区别
- (2) 天然气供销像一个互相合作的供应链
- (3) 天然气终端销售需要巨大的投资
- (4) 国内天然气市场的发展需要时间
- (5) 天然气市场是由需求所推动

9.2.2天然气市场投资成本及价格因素

- (1) 天然气的投资成本
- (2) 影响天然气价格的主要因素

9.2.3天然气市场终端投资上升

9.2.4外资介入中国燃气市场行为分析

- (1) 介入领域
- (2) 经营策略
- (3) 竞争焦点

9.3天然气终端销售市场投资机会分析

9.3.1天然气市场整体环境向好

9.3.2天然气市场需求将稳步增长

9.3.3西气东输引发无限商机

第十章 天然气终端销售市场投资风险及建议

1投资风险分析

1.1价格变动风险

1.2季节变化风险

1.3专用性资产的风险因素

1.4竞争性替代品的风险因素

1.5结构性的风险因素

- (1) 空间结构的因素
- (2) 消费结构的因素
- (3) 国民经济结构的因素

2投资建议

2.1对天然气产业不同主体的建议

- (1) 国家和地方政府
- (2) 国有企业
- (3) 民营企业

2.2天然气产业下游市场风险防范

2.3我国天然气终端市场的投资建议

- (1) 城市燃气领域
- (2) 汽车燃料领域
- (3) 工业燃料领域

图表目录：

图表1：天然气分类列表

图表2：天然气产业链结构图

图表3：天然气产业链分布

图表4：不同区域天然气消费特点

图表5：2015年全球天然气探明储量分布情况（分地区）（单位：% ，万亿立方米）

图表6：2015年全球天然气探明储量分布情况（分国家）（单位：% ，万亿立方米）

图表7：全球海洋油气资源地理分布

图表8：2011-2015年全球天然气探明储量（单位：万亿立方米）

图表9：1983-2015年全球天然气探明储量变动情况（单位：万亿立方米）

图表10：2014-2016年中国天然气勘查新增探明地质储量（单位：亿立方米）

图表11：中国天然气资源区域分布情况（单位：万亿立方米）

图表12：2000-2015年中国天然气储量情况（单位：亿立方米）

图表13：2012-2015年中国天然气产量及增长情况（单位：亿立方米，%）

图表14：2015年我国非常规气产量及增长情况（单位：亿立方米，%）

图表15：2014-2016年全球天然气产量（单位：万亿立方米）

图表16：2014-2016年全球天然气消费量（单位：万亿立方米）

图表17：2012-2015年俄罗斯天然气产销变化趋势图（单位：10亿立方米）

图表18：2012-2015年中东地区天然气产销变化趋势图（单位：10亿立方米）

图表19：2012-2015年哈萨克斯坦天然气产销变化趋势图（单位：10亿立方米）

图表20：2012-2015年土库曼斯坦天然气产销变化趋势图（单位：10亿立方米）

图表21：2012-2015年乌兹别克斯坦天然气产销变化趋势图（单位：10亿立方米）

图表22：2017-2030年世界天然气需求及产量预测（单位：10亿立方米，%）

图表23：中国天然气资源区域分布（单位：万亿立方米）

图表24：2012-2015年中国天然气进口量（单位：亿立方米）

图表25：2015年中国天然气进口占比（单位：亿吨，%）

图表26：2015年中国液化天然气进口国别分布（单位：%）

图表27：2015年中国管道天然气进口国别分布（单位：%）

图表28：天然气现行机制改革进程

图表29：第一次改革主要内容

图表30：2015年两广试点地区天然气门站定价步骤

图表31：2015年各省份天然气最高门站价格表（单位元/千立方米，含增值税）

图表32：2000-2015年我国天然气产量和消费量增长情况（单位：亿立方米）

图表33：2012-2015年美国GDP增长率走势（单位：%）

图表34：2011-2015年欧元区通货膨胀风险加大（单位：%）

图表35：2017-2022年全球宏观经济指标预测（单位：%）

（GYZX）

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/ranqi/268657268657.html>