

2018年中国炼能行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国炼能行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/shihua/347645347645.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

几大民营炼化项目未来产品结构中占比最高的还是成品油，而我国成品油自 2011 年以来一直处于过剩的状态，需要将部分进行出口。2016 年我国成品油产量约为 34,834 万吨，而表观消费量约为 31,479 万吨；从产能方面来看，似乎“过剩”的更加严重，2016 年我国原油炼能为 75,500 万吨，而表观消费量约为 57,776 万吨。从总的数字上来看我国炼能较为过剩，但市场忽略的是我国炼能的结构性问题。

图：从总数来看我国目前炼能处于过剩中

数据来源：公开数据整理

我国自地炼发展起来后，炼油市场的主要参与者便由此前的“三桶油”变更为“三桶油”+“地炼”，2016 年地炼炼能占全国比例为 25.3% 左右，“三桶油”炼能占全国比例约为 66.4%。2016 年全球炼厂平均规模为 627 万吨/年，我国平均规模仅约 528 万吨，低于世界平均水平的炼能占比约 38.0%，同时我国炼能平均规模也低于美国、日本、新加坡等国家。

图：2016 年世界炼厂平均规模为 627 万吨/年

数据来源：公开数据整理

2018 年我国成品油出口水平或再创新高，但无法满足纾解国内市场资源过剩、加大出口的需求。截至目前，2018 年前两批成品油出口配额已达 4300 万吨。数据显示，第一季度末，中国石油、中国石化、中国海油等单位均出现配额不足的情况。业内专家认为，中国成品油出口长远来看需增强忧患意识。

首先，全球成品油消费增速赶不上供应增速。世界炼能增长迅速，成品油供应充裕，虽然世界经济复苏会刺激成品油消费增长，但新的清洁能源的替代又会抑制传统成品油消费。其次，印度、中东、俄罗斯、美国等国家和地区成品油年出口量均在 5000 万吨以上，各具优势。印度和中东新炼厂连接东方和西方市场，地理位置优越。俄罗斯、美国原油低成本优势明显。我国当前成品油出口的主要目标市场以亚太地区为主，非洲、拉丁美洲等市场为辅，面临严峻的市场竞争。

再次，中国成品油出口尚存短板。在出口品种、出口数量等方面受国家出口配额限制；出口品质相对单一，产品趋于同质化；出口码头物流等基础设施和海外销售网络建设还需升级等。

培养成品油出口的竞争优势，还需要国家的政策支持和相关企业的积极作为。石油行业一直在呼吁，希望国家增加或逐步放开成品油出口。下半年，恒力石化和浙江石化两大民营炼化的陆续投产，会使扩大成品油出口的需求更加迫切。国家需要从长远统筹考虑整个国内石油产业链的健康、协调、有序发展。

报告显示，到 2020 年，全球炼油能力将突破 50 亿吨/年大关。其中，亚太和中东地区的新增炼能将占全球新增能力的 80%。中国是亚太地区炼能激增的主力之一，成品油资源过剩程度将进一步加剧。仅 2018 年，我国炼油能力将净增 3600 万吨/年，成品油产量预计同比增长 4.8%。今年将有 4680 万吨过剩成品油需要争取出口，同比增长 30.7%。（GYW WJP）

观研天下发布的《2018年中国炼能行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章2016-2018年中国炼能行业发展概述

第一节炼能行业发展情况概述

- 一、炼能行业相关定义
- 二、炼能行业基本情况介绍
- 三、炼能行业发展特点分析

第二节中国炼能行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、炼能行业产业链条分析

三、中国炼能行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节中国炼能行业生命周期分析

一、炼能行业生命周期理论概述

二、炼能行业所属的生命周期分析

第四节炼能行业经济指标分析

一、炼能行业的赢利性分析

二、炼能行业的经济周期分析

三、炼能行业附加值的提升空间分析

第五节中国炼能行业进入壁垒分析

一、炼能行业资金壁垒分析

二、炼能行业技术壁垒分析

三、炼能行业人才壁垒分析

四、炼能行业品牌壁垒分析

五、炼能行业其他壁垒分析

第二章2016-2018年全球炼能行业市场发展现状分析

第一节全球炼能行业发展历程回顾

第二节全球炼能行业市场区域分布情况

第三节亚洲炼能行业地区市场分析

一、亚洲炼能行业市场现状分析

二、亚洲炼能行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲炼能行业市场前景分析

第四节北美炼能行业地区市场分析

一、北美炼能行业市场现状分析

二、北美炼能行业市场规模与市场需求分析

三、北美炼能行业市场前景分析

第五节欧盟炼能行业地区市场分析

一、欧盟炼能行业市场现状分析

二、欧盟炼能行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟炼能行业市场前景分析

第六节2018-2024年世界炼能行业分布走势预测

第七节2018-2024年全球炼能行业市场规模预测

第三章中国数字建筑产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品数字建筑总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节中国炼能行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节中国数字建筑产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章中国炼能行业运行情况

第一节中国炼能行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节中国炼能行业市场规模分析

第三节中国炼能行业供应情况分析

第四节中国炼能行业需求情况分析

第五节中国炼能行业供需平衡分析

第六节中国炼能行业发展趋势分析

第五章中国数字建筑所属行业运行数据监测

第一节中国数字建筑所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节中国数字建筑所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国数字建筑所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章2016-2018年中国数字建筑市场格局分析

第一节中国炼能行业竞争现状分析

一、中国炼能行业竞争情况分析

二、中国炼能行业主要品牌分析

第二节中国炼能行业集中度分析

一、中国炼能行业市场集中度分析

二、中国炼能行业企业集中度分析

第三节中国炼能行业存在的问题

第四节中国炼能行业解决问题的策略分析

第五节中国炼能行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章2016-2018年中国炼能行业需求特点与价格走势分析

第一节中国炼能行业消费特点

第二节中国炼能行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节炼能行业成本分析

第四节炼能行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节中国炼能行业价格现状分析

第六节中国炼能行业平均价格走势预测

- 一、中国炼能行业价格影响因素
- 二、中国炼能行业平均价格走势预测
- 三、中国炼能行业平均价格增速预测

第八章2016-2018年中国炼能行业区域市场现状分析

第一节中国炼能行业区域市场规模分布

第二节中国华东地区数字建筑市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区数字建筑市场规模分析
- 四、华东地区数字建筑市场规模预测

第三节华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区数字建筑市场规模分析
- 四、华中地区数字建筑市场规模预测

第四节华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区数字建筑市场规模分析

第九章2016-2018年中国炼能行业竞争情况

第一节中国炼能行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节中国炼能行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节中国炼能行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章炼能行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节山东炼能集团

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节东明石化

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节寿光鲁清

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节河北鑫岳

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节中海化工

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章2018-2024年中国炼能行业发展前景分析与预测

第一节中国炼能行业未来发展前景分析

- 一、炼能行业国内投资环境分析
- 二、中国炼能行业市场机会分析
- 三、中国炼能行业投资增速预测

第二节中国炼能行业未来发展趋势预测

第三节中国炼能行业市场发展趋势预测

- 一、中国炼能行业市场规模预测
- 二、中国炼能行业市场规模增速预测
- 三、中国炼能行业产值规模预测
- 四、中国炼能行业产值增速预测
- 五、中国炼能行业供需情况预测
- 第四节中国炼能行业盈利走势预测
- 一、中国炼能行业毛利润同比增速预测
- 二、中国炼能行业利润总额同比增速预测

第十二章2018-2024年中国炼能行业投资风险与营销分析

第一节炼能行业投资风险分析

- 一、炼能行业政策风险分析
- 二、炼能行业技术风险分析
- 三、炼能行业竞争风险分析
- 四、炼能行业其他风险分析

第二节炼能行业企业经营发展分析及建议

- 一、炼能行业经营模式
- 二、炼能行业销售模式
- 三、炼能行业创新方向

第三节炼能行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国炼能行业发展策略及投资建议

第一节中国炼能行业品牌战略分析

- 一、数字建筑企业品牌的重要性
- 二、数字建筑企业实施品牌战略的意义
- 三、数字建筑企业品牌的现状分析
- 四、数字建筑企业的品牌战略
- 五、数字建筑品牌战略管理的策略

第二节中国炼能行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节中国炼能行业战略综合分析

一、战略综合分析

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章2018-2024年中国炼能行业发展策略及投资建议

第一节中国炼能行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节中国炼能行业定价策略分析

第三节中国炼能行业营销渠道策略

一、炼能行业渠道选择策略

二、炼能行业营销策略

第四节中国炼能行业价格策略

第五节观研天下行业分析师投资建议

一、中国炼能行业重点投资区域分析

二、中国炼能行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shihua/347645347645.html>