

# 中国成品油市场运行态势与投资前景预测报告（2012-2016）

## 报告大纲

观研报告网  
[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国成品油市场运行态势与投资前景预测报告（2012-2016）》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：<https://baogao.chinabaogao.com/shiyou/139533139533.html>

报告价格：电子版：7000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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

长期来看，成品油市场需求增长空间仍然较大。从整体上来说，中国经济将继续保持平稳较快发展，工业化和城镇化将持续深入，石化产品内需市场潜力巨大。同时，伴随着成品油定价机制的形成和供需的不断平衡，成品油市场的运行将越来越稳健。

中国报告网发布的《中国成品油市场运行态势与投资前景预测报告（2012-2016）》共十七章。首先介绍了中国成品油行业市场发展环境、中国成品油整体运行态势等，接着分析了中国成品油行业市场运行的现状，然后介绍了中国成品油市场竞争格局。随后，报告对中国成品油做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国成品油行业发展趋势与投资预测。您若想对成品油产业有个系统的了解或者想投资成品油行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

### 第一章 国际原油和成品油市场现状

#### 1.1 国际原油及成品油市场概述

##### 1.1.1 世界石油储量与产量现状

##### 1.1.2 2010年国际原油市场运行情况

##### 1.1.3 2011年国际原油市场运行状况

##### 1.1.4 世界成品油市场发展概况

#### 1.2 美国

##### 1.2.1 美国成品油销售市场发展态势

##### 1.2.2 美国对成品油的税收政策

##### 1.2.3 2011年美国转变为成品油净出口国

##### 1.2.4 2012年2月美国成品油需求量创新低

#### 1.3 日本

##### 1.3.1 日本成品油的价格水平与构成状况

##### 1.3.2 日本对成品油的税收政策简述

##### 1.3.3 2010年日本成品油市场销售情况

##### 1.3.4 2011年日本成品油销售状况简析

#### 1.4 欧洲

##### 1.4.1 欧洲成品油市场发展总况

##### 1.4.2 挪威成品油市场管理情况

##### 1.4.3 俄罗斯积极鼓励成品油出口

1.4.4 俄罗斯成品油出口税的变动分析

1.5 其他国家成品油市场

1.5.1 澳大利亚成品油市场供需状况

1.5.2 加拿大成品油销售简析

1.5.3 2010年墨西哥成品油进口需求猛增

1.5.4 越南成品油实施税收新政

1.5.5 2011-2012年2月越南成品油进口状况

第二章 中国成品油行业分析

2.1 中国成品油行业发展概况

2.1.1 中国成品油行业的主要特征

2.1.2 中国成品油行业政策环境分析

2.1.3 “十一五”期间中国成品油行业成就综述

2.2 2009-2012年中国成品油行业发展分析

2.3 中国成品油价税费改革分析

2.3.1 中国成品油价税费改革历程

2.3.2 中国成品油价税费改革方案

2.3.3 2009年成品油价税费改革实施成效

2.3.4 2010年中国成品油调价状况分析

2.3.5 2011年中国成品油调价状况分析

2.3.6 2012年3月成品油价格上调幅度创新高

2.4 成品油管道建设运行情况

2.4.1 中国成品油管道建设的重要意义

2.4.2 国内外成品油管道技术的发展状况

2.4.3 中国成品油管道建设现状

2.4.4 2010-2012年部分成品油管道建设动态

2.4.5 促进中国成品油管道发展的对策

2.5 中国成品油物流分析

2.5.1 成品油物流环节的主要介绍

2.5.2 “十一五”期间成品油物流发展成就总结

2.5.3 成品油一、二次物流联合优化模型分析

2.5.4 RFID技术在成品油配送中的应用探析

2.5.5 我国成品油物流存在的问题及对策

2.5.6 我国成品油第三方物流发展概况及趋势分析

第三章 中国成品油市场分析

3.1 2009-2011年成品油市场运行状况

- 3.1.1 2009年中国成品油市场发展态势
  - 3.1.2 2009年新油价机制下我国成品油市场发展状况
  - 3.1.3 2009-2010年中国成品油市场供需现状
  - 3.1.4 2010年中国成品油库存变化及影响因素
  - 3.1.5 2011年中国成品油市场走势分析
  - 3.2 我国成品油的市场化及市场管理改革
    - 3.2.1 我国成品油市场流通管理的改革
    - 3.2.2 我国成品油价格市场化迈出关键步伐
    - 3.2.3 中国成品油价格市场化任重道远
  - 3.3 成品油市场消费状况分析
    - 3.3.1 我国成品油消费的特点及其原因
    - 3.3.2 2009年国内成品油消费数据统计
    - 3.3.3 2010年中国成品油消费持续旺盛
    - 3.3.4 2011年中国成品油消费稳中趋缓
  - 3.4 成品油市场发展的问题与对策分析
- 第四章 中国成品油零售与批发市场分析
- 4.1 中国成品油零售市场概述
    - 4.1.1 “十一五”期间成品油零售业务发展概况
    - 4.1.2 中国成品油零售业步入结构调整期
    - 4.1.3 我国成品油零售企业面临的风险及应对策略
    - 4.1.4 竞争环境下国内成品油零售定价战略分析
  - 4.2 中国成品油零售市场运行动态
    - 4.2.1 2010年油企加速拓展非油品零售业务
    - 4.2.2 2010年我国成品油零售市场大打促销牌
    - 4.2.3 2011年主要成品油企业零售业绩分析
    - 4.2.4 2012年成品油新零售价地区差异较大
  - 4.3 中国成品油零售网络的建设策略探讨
    - 4.3.1 满足区域经济协调发展需要
    - 4.3.2 关注零售经营网点选址中的商圈因素
    - 4.3.3 进一步整合优化商圈内部资源
    - 4.3.4 审慎考虑其对生态环境的影响
  - 4.4 中国成品油批发市场发展动态
    - 4.4.1 中国成品油批发限价政策走向探究
    - 4.4.2 成品油批发经营资质企业规模再度扩大
    - 4.4.3 2012年3月油价上涨导致成品油批发市场低迷

## 第五章 主要省市成品油市场状况

### 5.1 广东省

- 5.1.1 广东省成品油市场销售状况回顾
- 5.1.2 2011年广东省成品油市场供需简况
- 5.1.3 广东成品油现行价格政策介绍
- 5.1.4 2012-2016年东莞成品油零售规划解读

### 5.2 山东省

- 5.2.1 2009年山东省成品油产供销简况
- 5.2.2 2009年山东口岸成品油进口概况
- 5.2.3 2010年山东成品油市场竞争加剧
- 5.2.4 山东计划建立成品油市场预警机制
- 5.2.5 山东成品油市场管理工作的做法
- 5.2.6 山东章丘地区成品油市场综况

### 5.3 新疆自治区

- 5.3.1 2009年新疆成品油生产销售状况
- 5.3.2 2010年新疆成品油生产销售状况
- 5.3.3 2010年新疆阿拉山口口岸成品油进口简况
- 5.3.4 2011年新疆成品油生产销售状况

### 5.4 海南省

- 5.4.1 2009年海南省成品油市场运行状况
- 5.4.2 2010年海南成品油市场运行综述
- 5.4.3 2011年海南省成品油供销状况统计

### 5.5 云南省

- 5.5.1 2009年云南省成品油购销概况
- 5.5.2 2010年云南省成品油购销概况
- 5.5.3 2010年云南省麻栗坡县成品油发展情况
- 5.5.4 2011年云南省成品油市场运行状况

### 5.6 其它省市成品油市场现状

- 5.6.1 2011年内蒙古成品油市场运行情况
- 5.6.2 2011年江苏省泰州市成品油需求状况
- 5.6.3 2011年河南省洛阳市成品油市场运行状况
- 5.6.4 2011年陕西省延安市成品油市场发展现况
- 5.6.5 2011年山西大同市成品油市场运行状况分析

## 第六章 汽油

### 6.1 汽油相关概述

- 6.1.1 汽油的定义与分类
  - 6.1.2 汽油的重要性能
  - 6.1.3 甲醇汽油定义及特性
  - 6.1.4 乙醇汽油定义及发展
  - 6.2 全球汽油市场的发展概况
    - 6.2.1 全球汽油市场发展总况
    - 6.2.2 2011年美国汽油出口量创历史新高
    - 6.2.3 欧洲汽油积极寻求其他出口市场
    - 6.2.4 亚太地区汽油需求下降面临压力
    - 6.2.5 中东成为汽油消费的新增长点
  - 6.3 2009-2012年中国汽油生产与消费现状分析
  - 6.4 2009-2012年中国汽油进出口现状分析
  - 6.5 中国甲醇汽油的发展
    - 6.5.1 中国更适宜发展甲醇汽油作为替代燃料
    - 6.5.2 中国甲醇制汽油已具备工业化条件
    - 6.5.3 2009年中国甲醇汽油国标出台
    - 6.5.4 2010年中国甲醇汽油推广提速
    - 6.5.5 2012年甲醇汽油产业发展风生水起
  - 6.6 中国其它汽油产品发展情况
    - 6.6.1 纳米汽油添加剂研究状况
    - 6.6.2 中国乙醇汽油市场发展空间巨大
    - 6.6.3 高标号汽油逐渐成我国成品油市场销售亮点
  - 6.7 中国汽油新技术进展情况
    - 6.7.1 FRS催化裂化全馏分汽油加氢脱硫技术
    - 6.7.2 FCC汽油加氢精制生产乙烯原料技术
    - 6.7.3 OCT-M催化裂化汽油选择性加氢脱硫技术
    - 6.7.4 OTA催化裂化汽油烯烃芳构化技术
- ## 第七章 柴油
- 7.1 柴油相关概述
    - 7.1.1 柴油的来源
    - 7.1.2 柴油的型号及定义
    - 7.1.3 柴油的组成与性能
    - 7.1.4 柴油的分类与指标
  - 7.2 2008-2011年中国柴油生产与消费现状
  - 7.3 2009-2012年中国柴油进出口概况

## 7.4 生物柴油发展状况综述

7.4.1 世界各国生物柴油产业标准规范介绍

7.4.2 全球生物柴油行业发展综述

7.4.3 美国生物柴油发展现状及未来展望

7.4.4 2010年生物柴油产业化进程全面加速

7.4.5 2010年国家发布两项生物柴油政策

7.4.6 2011年我国生物柴油企业经营状况不佳

## 7.5 中国柴油相关技术的研究进展

7.5.1 我国柴油技术发展的基本状况

7.5.2 生产低硫柴油技术分析

7.5.3 我国生物柴油产业化关键技术告破

7.5.4 微藻生物柴油研究进程加速

7.5.5 华泰汽车引领国内清洁柴油技术创新

## 7.6 中国柴油行业存在的问题及对策建议

# 第八章 煤油

## 8.1 煤油概述

8.1.1 煤油的概念

8.1.2 煤油的分类

8.1.3 中国煤油交易历史

## 8.2 世界煤油市场发展概况

8.2.1 全球煤油市场供需总况回顾

8.2.2 全球各地区煤油市场需求状况

8.2.3 世界煤油技术发展态势分析

## 8.3 中国煤油行业发展分析

8.3.1 我国煤油市场运行概况

8.3.2 2009年中国煤油生产与消费状况

8.3.3 2010年我国煤油生产与消费状况

8.3.4 2011年我国煤油生产与消费状况

8.3.5 2011年中国煤油进出口状况分析

## 8.4 航空煤油行业发展概况

8.4.1 航空煤油的性质与成分

8.4.2 中国航空煤油市场综述

8.4.3 2009年中国航空煤油进出口概况

8.4.4 2010年我国航空煤油市场价格调整状况

8.4.5 2011年中国航空煤油进出口状况分析

8.4.6 2011年我国启动航空煤油市场化改革

8.4.7 中国航空煤油供需及价格预测

## 第九章 燃料油

9.1 燃料油相关概述

9.1.1 燃料油的定义

9.1.2 燃料油的分类

9.1.3 燃料油的主要技术指标

9.2 燃料油市场发展状况

9.2.1 2009年中国燃料油市场发展综述

9.2.2 2009年中国燃料油市场供需状况

9.2.3 2010年国内外燃料油市场发展概况

9.2.4 2010年中国燃料油市场供需状况

9.2.5 2011年国内外燃料油市场发展情况

9.2.6 2011年中国燃料油市场供需状况

9.3 中国燃料油进出口情况

9.3.1 2008年我国燃料油进出口数据分析

9.3.2 2009年中国燃料油进出口状况分析

9.3.3 2010年我国燃料油进出口数据分析

9.3.4 2011年我国燃料油进出口数据分析

9.4 燃料油期货市场状况

9.4.1 我国燃料油期货发展情况概述

9.4.2 中国燃料油期货发展成效显著

9.4.3 发展中国燃料油期货的意义

9.4.4 影响燃料油期货价格走势的因素

9.4.5 完善中国燃料油期货市场的建议

9.5 中国燃料油行业存在的问题及对策

9.5.1 燃料油进口合同中存在的问题

9.5.2 加强燃料油进口检验监管的建议

9.5.3 中国燃料油市场发展对策及措施

9.5.4 中国燃料油企业发展对策及建议

## 第十章 2009-2011年成品油产量数据分析

10.1 2009年-2011年12月全国及主要省份汽油产量分析

10.1.1 2009年1-12月全国及主要省份汽油产量分析

10.1.2 2010年1-12月全国及主要省份汽油产量分析

10.1.3 2011年1-12月全国及主要省份汽油产量分析

10.2 2009年-2011年12月全国及主要省份柴油产量分析

10.2.1 2009年1-12月全国及主要省份柴油产量分析

10.2.2 2010年1-12月全国及主要省份柴油产量分析

10.2.3 2011年1-12月全国及主要省份柴油产量分析

10.3 2009年-2011年12月全国及主要省份煤油产量分析

10.3.1 2009年1-12月全国及主要省份煤油产量分析

10.3.2 2010年1-12月全国及主要省份煤油产量分析

10.3.3 2011年1-12月全国及主要省份煤油产量分析

10.4 2009年-2011年12月全国及主要省份燃料油产量分析

10.4.1 2009年1-12月全国及主要省份燃料油产量分析

10.4.2 2010年1-12月全国及主要省份燃料油产量分析

10.4.3 2011年1-12月全国及主要省份燃料油产量分析

第十一章 中国成品油进出口状况

11.1 中国成品油进出口概况

11.1.1 中国非国营成品油原油允许进口量逐年扩大

11.1.2 中国成品油行业的关税政策分析

11.1.3 我国应当加大成品油进口来解决垄断和环保问题

11.2 2009-2012年中国成品油进出口状况

第十二章 成品油定价机制分析

12.1 国际成品油价格机制

12.1.1 国际原油及成品油市场定价机制

12.1.2 欧洲成品油价格政策剖析

12.1.3 美国成品油的定价机制探析

12.1.4 日本成品油价格机制的形成及特征解析

12.1.5 韩国成品油价格改革的经验透析

12.2 成品油定价机制发展综述

12.2.1 中国成品油定价机制的改革历程

12.2.2 成品油定价机制改革各个阶段存在的问题

12.2.3 中美成品油价格形成机制比较分析

12.2.4 中国成品油定价机制的多重目标及矛盾

12.3 新成品油定价机制的发展状况

12.3.1 2009年新成品油定价机制运行情况总体良好

12.3.2 2009年新成品油定价机制改革取得的成效

12.3.3 新成品油定价机制下透明度仍有待提升

12.3.4 2012年新成品油定价机制有望出台

## 12.4 成品油定价机制改革存在的问题及对策

### 第十三章 成品油营销分析

#### 13.1 成品油营销管理现状及营销策略

##### 13.1.1 国内外成品油营销管理探析

##### 13.1.2 我国成品油营销的目标市场及定位

##### 13.1.3 推进我国成品油营销的策略措施

##### 13.1.4 农村成品油市场营销模式探析

##### 13.1.5 买方经济下的成品油营销策略

##### 13.1.6 针对成品油消费心理的营销策略

#### 13.2 成品油销售企业市场占有率分析

##### 13.2.1 对成品油市场占有率的认识过程

##### 13.2.2 市场占有率增长空间集中在小额用户

##### 13.2.3 提高成品油市场占有率的措施

##### 13.2.4 提高市场占有率应注意的问题

#### 13.3 成品油营销中应注意的问题

##### 13.3.1 正确认识市场开发在营销中的作用

##### 13.3.2 应当重视营销中的客户价值识别

##### 13.3.3 成品油营销中须注意的事项

### 第十四章 成品油加油站终端销售及经营策略分析

#### 14.1 国外加油站经营管理概况

##### 14.1.1 德国加油站经营状况及启示

##### 14.1.2 英国加油站建设运营状况及启示

##### 14.1.3 美国加油站管理情况

##### 14.1.4 意大利对加油站进行全方位管理

##### 14.1.5 国外加油站行业的发展趋向

#### 14.2 中国加油站行业发展概况

##### 14.2.1 中国加油站行业发展现状简析

##### 14.2.2 我国成品油市场民营加油站比例增大

##### 14.2.3 我国政府鼓励加油站发展非油业务

##### 14.2.4 加快推进我国加油站的合理布局

##### 14.2.5 我国加油站投资及运营审计的内容

#### 14.3 部分石油企业加油站经营管理情况分析

##### 14.3.1 中国石油加油站开展TBA销售情况分析

##### 14.3.2 2009年中海油抢滩珠三角加油站市场

##### 14.3.3 2010年中石化着手收编山东民营加油站

14.3.4 2011年中石油加快开拓浙江地区加油站业务

14.3.5 陕西延长石油“十二五”期间加油站建设目标

14.4 部分省市加油站发展状况及规划

14.4.1 北京市加油站行业发展综述

14.4.2 湖南加油站行业格局及未来建设规划

14.4.3 未来福建省加油站规划建设方案介绍

14.4.4 “十二五”期间湖北省加油站行业发展目标

14.4.5 “十二五”期间三亚将加快加油站建设

14.4.6 “十二五”期间东莞市加油站发展规划解析

14.5 加油站特许经营分析

14.5.1 加油站特许经营概述

14.5.2 加油站特许经营的相关规定

14.5.3 中国加油站特许经营状况分析

14.5.4 加油站特许经营遭遇尴尬

14.5.5 发展加油站特许经营的战略

14.6 加油站行业存在的问题及发展策略

14.6.1 我国加油站经营管理存在的问题及对策

14.6.2 提高中国加油站零售效率的措施

14.6.3 提高加油站创效能力的途径

14.6.4 提高加油站销售竞争力的措施

14.6.5 加油站实施顾客满意战略分析

## 第十五章 重点企业调研分析

15.1 中国石油化工股份有限公司

15.1.1 公司简介

15.1.2 2009年1-12月中国石化经营状况分析

15.1.3 2010年1-12月中国石化经营状况分析

15.1.4 2011年1-12月中国石化经营状况分析

15.1.5 2011年中国石化成品油业务发展状况

15.2 中国石油天然气股份有限公司

15.2.1 公司简介

15.2.2 2009年1-12月中国石油经营状况分析

15.2.3 2010年1-12月中国石油经营状况分析

15.2.4 2011年1-12月中国石油经营状况分析

15.2.5 2011年中石油成品油零售市场份额扩大

15.3 中国海洋石油有限公司

15.3.1 公司简介

15.3.2 2009年1-12月中海油经营状况分析

15.3.3 2010年1-12月中海油经营状况分析

15.3.4 2011年1-12月中海油经营状况分析

15.3.5 中海油涉足国际成品油交易

第十六章 成品油行业竞争分析

16.1 成品油市场竞争形势分析

16.1.1 中国成品油行业竞争格局剖析

16.1.2 中国成品油市场竞争全面升级

16.1.3 中石油与中石化的市场竞争

16.1.4 成品油流通市场竞争格局呈现多元化

16.2 成品油市场竞争策略分析

16.2.1 中国成品油市场仍须坚持有序竞争

16.2.2 提升成品油市场竞争力的战略选择

16.2.3 中国油企未来竞争策略

16.3 未来成品油市场竞争趋势分析

16.3.1 未来中国成品油市场竞争方向

16.3.2 油品企业将从资源竞争转向品牌竞争

16.3.3 加油站业务组合从简单多元化转向综合多元化

16.3.4 对品牌多元化与网络优化将日益重视

第十七章 成品油市场发展前景与趋势分析

17.1 成品油市场发展前景预测

17.1.1 民营资本进入成品油市场空间巨大

17.1.2 影响未来成品油需求变化的主要因素

17.1.3 2012-2016年我国成品油需求预测分析

17.2 成品油市场发展趋势分析

17.2.1 国际成品油管道输送技术的发展趋势

17.2.2 未来国内成品油价格变化趋势剖析

17.2.3 “十二五”期间中国成品油行业发展趋势

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/shiyou/139533139533.html>