

# 2022-2028年中国成品油行业深度调查与投资潜力分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2022-2028年中国成品油行业深度调查与投资潜力分析报告》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.cction.com/report/202208/314513.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

成品油按照《成品油办法》（商务部令2006年第23号）第四条称成品油是指汽油、煤油、柴油及其他符合国家产品质量标准、具有相同用途的乙醇汽油和生物柴油等替代燃料。

成品油是经过原油的生产加工而成，可分为石油燃料、石油溶剂与化工原料、润滑剂、石蜡、石油沥青、石油焦6类。其中，石油燃料产量最大，约占总产量的90%；各种润滑剂品种最多，产量约占5%。各国都制定了产品标准，以适应生产和使用的需要。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国成品油行业深度调查与投资潜力分析报告》共十七章。首先介绍了成品油行业市场发展环境、成品油整体运行态势等，接着分析了成品油行业市场运行的现状，然后介绍了成品油市场竞争格局。随后，报告对成品油做了重点企业经营状况分析，最后分析了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 2016-2020年国际原油和成品油市场现状

#### 1.1 国际原油及成品油市场发展分析

##### 1.1.1 原油市场供给状况

##### 1.1.2 世界石油储量排名

##### 1.1.3 石油企业并购市场

##### 1.1.4 国际原油价格走势

##### 1.1.5 原油贸易发展态势

#### 1.2 欧洲

##### 1.2.1 欧洲原油储量规模

##### 1.2.2 欧洲原油消费市场

##### 1.2.3 挪威成品油市场管理

##### 1.2.4 俄罗斯原油产量规模

##### 1.2.5 俄罗斯石油出口状况

#### 1.3 美国

- 1.3.1 美国成品油消费状况
- 1.3.2 美国成品油质量监管
- 1.3.3 美国成品油安全监管
- 1.3.4 美国成品油税收监管
- 1.3.5 成品油销售资质监管
- 1.3.6 美国原油出口规模
- 1.4 日本
  - 1.4.1 日本石油资源储备
  - 1.4.2 日本成品油消费结构
  - 1.4.3 日本柴油汽车销量睡眠
  - 1.4.4 日本成品油所属行业进出口状况

## 第二章 2016-2020年成品油行业发展分析

- 2.1 中国成品油行业整体运行分析
  - 2.1.1 成品油消费特点
  - 2.1.2 成品油供应能力
  - 2.1.3 成品油供给侧改革
  - 2.1.4 成品油质量升级
- 2.2 2016-2020年中国成品油市场总体状况
  - 2.2.1 国内成品油产销情况
  - 2.2.2 成品油市场所属行业进出口情况
  - 2.2.3 成品油市场发展热点
- 2.3 2016-2020年中国成品油价格分析
  - 2.3.1 市场价格变化
  - 2.3.2 批零价差走势
  - 2.3.3 国内油价调整
  - 2.3.4 油价调整动态
- 2.4 中国成品油现货交易发展分析
  - 2.4.1 秦皇岛能源交易中心运营
  - 2.4.2 上海成品油现货交易上线
  - 2.4.3 推动市场竞争形成价格
- 2.5 中国成品油市场发展变化思考

- 2.5.1 市场增长幅度下降
- 2.5.2 解决原油进口问题
- 2.5.3 积极参与国际竞争

### 第三章 2016-2020年成品油零售与批发市场分析

- 3.1 2016-2020年中国成品油零售市场运行状况
  - 3.1.1 市场主体发展状况
  - 3.1.2 零售市场竞争加剧
  - 3.1.3 零售价格调整动态
  - 3.1.4 非油零售业务增加
- 3.2 2016-2020年中国成品油批发市场发展动态
  - 3.2.1 批发资质企业
  - 3.2.2 批发价格指数
  - 3.2.3 批发价格走势
- 3.3 中国“互联网+”成品油零售创新模式研究
  - 3.3.1 模式发展背景
  - 3.3.2 具体实践案例
  - 3.3.3 创新模式分析
  - 3.3.4 模式存在问题
- 3.4 中国成品油零售企业新商业模式探索
  - 3.4.1 零售企业面临危机
  - 3.4.2 构建大数据信息库
  - 3.4.3 内部组织架构重构
  - 3.4.4 “O2O+平台”模式
  - 3.4.5 促进平台跨境融合
  - 3.4.6 零售新商业模式成效

### 第四章 2016-2020年成品油所属行业产量数据分析

- 4.1 2016-2020年全国汽油所属行业产量分析
  - 4.1.1 2016-2020年全国汽油所属行业产量趋势
  - 4.1.2 2019年全国汽油所属行业产量情况
  - 4.1.3 2020年全国汽油所属行业产量情况

- 4.1.4 2020年汽油所属行业产量分布情况
- 4.2 2016-2020年全国柴油所属行业产量分析
  - 4.2.1 2016-2020年全国柴油所属行业产量趋势
  - 4.2.2 2019年全国柴油所属行业产量情况
  - 4.2.3 2020年全国柴油所属行业产量情况
  - 4.2.4 2020年柴油所属行业产量分布情况
- 4.3 2016-2020年全国煤油所属行业产量分析
  - 4.3.1 2016-2020年全国煤油所属行业产量趋势
  - 4.3.2 2019年全国煤油所属行业产量情况
  - 4.3.3 2020年全国煤油所属行业产量情况
  - 4.3.4 2020年煤油所属行业产量分布情况
- 4.4 2016-2020年全国燃料油所属行业产量分析
  - 4.4.1 2016-2020年全国燃料油所属行业产量趋势
  - 4.4.2 2019年全国燃料油所属行业产量情况
  - 4.4.3 2020年全国燃料油所属行业产量情况
  - 4.4.4 2020年燃料油所属行业产量分布情况

## 第五章 2016-2020年汽油行业分析

- 5.1 汽油相关概述
  - 5.1.1 汽油定义与分类
  - 5.1.2 汽油重要性能
  - 5.1.3 汽油行业标准
- 5.2 2016-2020年中国汽油市场供需分析
  - 5.2.1 汽油价格分析
  - 5.2.2 汽油供需情况
  - 5.2.3 汽油供给侧分析
  - 5.2.4 汽油需求侧分析
  - 5.2.5 汽油供需量预测
- 5.3 2016-2020年中国汽油所属行业进出口概况
  - 5.3.1 2019年汽油所属行业进出口分析
  - 5.3.2 2020年汽油所属行业进出口分析
  - 5.3.3 2020年汽油所属行业进出口趋势

- 5.4 2016-2020年中国甲醇汽油发展状况
  - 5.4.1 甲醇汽油概述
  - 5.4.2 甲醇汽油特点
  - 5.4.3 发展制约因素
  - 5.4.4 市场发展分析
  - 5.4.5 产品研究进展
- 5.5 2016-2020年中国乙醇汽油发展分析
  - 5.5.1 乙醇汽油概述
  - 5.5.2 市场发展优势
  - 5.5.3 应用情况分析
  - 5.5.4 市场发展空间
- 5.6 中国汽油技术进展情况
  - 5.6.1 FRS催化裂化全馏分汽油加氢脱硫技术
  - 5.6.2 FCC汽油加氢精制生产乙烯原料技术
  - 5.6.3 OCT-M催化裂化汽油选择性加氢脱硫技术
  - 5.6.4 OTA催化裂化汽油烯烃芳构化技术
  - 5.6.5 增产汽油技术措施分析

## 第六章 2016-2020年柴油行业分析

- 6.1 柴油相关概述
  - 6.1.1 柴油的来源
  - 6.1.2 柴油的型号及定义
  - 6.1.3 柴油的组成与性能
  - 6.1.4 柴油的分类与指标
- 6.2 2016-2020年中国柴油所属行业市场运行分析
  - 6.2.1 柴油质量特征
  - 6.2.2 市场发展现状
  - 6.2.3 行业消费规模
  - 6.2.4 市场供需形势
  - 6.2.5 所属行业进出口情况分析
- 6.3 2016-2020年生物柴油发展状况综述
  - 6.3.1 生物柴油概述

- 6.3.2 市场发展现状
- 6.3.3 行业发展特点
- 6.3.4 所属行业进出口市场分析
- 6.3.5 政策扶持及推广
- 6.3.6 生产技术及应用
- 6.3.7 发展存在问题
- 6.3.8 对策建议分析
- 6.4 柴油相关技术的研究进展
  - 6.4.1 柴油技术发展状况
  - 6.4.2 柴油加氢脱芳烃技术
  - 6.4.3 柴油加氢改质降凝技术
  - 6.4.4 柴油添加剂研究进展

## 第七章 2016-2020年煤油行业分析

- 7.1 煤油相关概述
  - 7.1.1 煤油的概念
  - 7.1.2 煤油的分类
  - 7.1.3 中国煤油交易历史
- 7.2 2016-2020年中国煤油行业发展状况
  - 7.2.1 消费市场表现
  - 7.2.2 行业市场需求
  - 7.2.3 行业进出口市场分析
- 7.3 2016-2020年航空煤油行业发展概况
  - 7.3.1 航空煤油的性质与成分
  - 7.3.2 航空煤油消费市场状况
  - 7.3.3 航空煤油生产技术分析
  - 7.3.4 航空煤油企业发展对策
  - 7.3.5 航空煤油市场发展预测

## 第八章 2016-2020年燃料油行业分析

- 8.1 燃料油相关概述
  - 8.1.1 燃料油的定义



- 8.1.2 燃料油的分类
- 8.1.3 燃料油主要技术指标
- 8.2 2016-2020年中国燃料油市场发展分析
  - 8.2.1 燃料油收率分析
  - 8.2.2 表观消费量情况
  - 8.2.3 燃料油消费结构
  - 8.2.4 燃料油需求分析
- 8.3 2016-2020年中国燃料油所属行业进出口概况
  - 8.3.1 2020年所属行业进出口市场分析
  - 8.3.2 2020年燃料油所属行业进口规定
  - 8.3.3 2020年行业进出口市场分析
- 8.4 中国燃料油行业存在的问题分析
  - 8.4.1 炼油企业产品结构不合理
  - 8.4.2 税收政策以及法规不合理
  - 8.4.3 内贸船用燃料油运行不规范
- 8.5 中国燃料油市场发展方向及对策
  - 8.5.1 积极调整产品结构
  - 8.5.2 实行灵活税收政策
  - 8.5.3 完善体系质量标准
  - 8.5.4 简化海关监管手续
  - 8.5.5 完善港口服务设施
  - 8.5.6 营造良好市场环境

## 第九章 2016-2020年成品油区域市场分析

- 9.1 广东省
  - 9.1.1 市场供给现状
  - 9.1.2 市场发展特点
  - 9.1.3 产能过剩原因
- 9.2 陕西省
  - 9.2.1 市场销量规模
  - 9.2.2 市场秩序政治
- 9.3 山东省

- 9.3.1 成品油价格变化
- 9.3.2 成品油利润波动
- 9.3.3 乙醇汽油生产情况
- 9.3.4 成品油市场整治
- 9.4 江苏省
  - 9.4.1 成品油销售业绩
  - 9.4.2 成品油价格策略
  - 9.4.3 成品油精细化管理
  - 9.4.4 成品油市场整治
- 9.5 其他各省动态
  - 9.5.1 云南省
  - 9.5.2 湖南省

## 第十章 2016-2020年成品油流通市场发展分析

- 10.1 中国成品油管道建设发展状况
  - 10.1.1 中国成品油管道建设的重要意义
  - 10.1.2 成品油管道建设特点分析
  - 10.1.3 成品油管道建设存在的问题
  - 10.1.4 成品油管道建设发展策略
- 10.2 中国成品油储备发展状况
  - 10.2.1 成品油应急储备的必要性
  - 10.2.2 成品油应急储备存在的问题
  - 10.2.3 成品油应急储备发展建议
- 10.3 中国成品油物流运输发展分析
  - 10.3.1 成品油物流基本特点
  - 10.3.2 运输方式与运输流程
  - 10.3.3 RFID技术应用探析
  - 10.3.4 第三方物流发展分析
  - 10.3.5 成品油物流优化路径
- 10.4 中国成品油仓储发展分析
  - 10.4.1 成品油仓储概念及特点
  - 10.4.2 仓库类型及优缺点

10.4.3 仓储各环节事故分析

10.4.4 成品油仓储发展建议

## 第十一章 2016-2020年成品油相关机制改革分析

11.1 中国成品油税制改革对炼化企业发展的影响分析

11.1.1 消费税改革对于炼化企业的影响

11.1.2 成品油消费税发展改革建议

11.1.3 营改增政策对炼化企业的影响

11.1.4 税制改革后炼油企业应对策略

11.2 2020年中国成品油价格改革机制分析

11.2.1 定价方法及改革目标

11.2.2 机制改革创新之处

11.2.3 定价机制改革评析

11.3 中国成品油零售价格规制发展分析

11.3.1 我国成品油定价机制分析

11.3.2 成品油零售价格规制不足之处

11.3.3 成品油零售价格规制完善建议

11.4 成品油定价机制改革背景下成品油销售企业发展分析

11.4.1 成品油销售企业面临的挑战

11.4.2 成品油销售企业发展机遇

11.4.3 成品油销售企业应对策略

11.5 中国成品油市场行政性垄断行为的规制分析

11.5.1 行政性垄断行为及其危害

11.5.2 行政性垄断行为表征及成因

11.5.3 行政性垄断行为法律规制路径

## 第十二章 2016-2020年成品油行业竞争分析

12.1 2016-2020年成品油市场竞争现状分析

12.1.1 炼油业竞争格局分析

12.1.2 石油替代品发展加快

12.1.3 成品油市场竞争分析

12.1.4 成品油零售市场竞争情况

- 12.1.5 成品油国际竞争力分析
- 12.2 成品油市场竞争策略分析
  - 12.2.1 战略定位竞争策略
  - 12.2.2 营销竞争策略分析
  - 12.2.3 整合价值链竞争策略
  - 12.2.4 营销体制改革竞争策略
- 12.3 成品油销售企业市场占有率分析
  - 12.3.1 对成品油市场占有率的认识过程
  - 12.3.2 市场占有率增长空间集中度分析
  - 12.3.3 提高成品油市场占有率的措施
  - 12.3.4 提高市场占有率应注意的问题
- 12.4 未来成品油市场竞争趋势分析
  - 12.4.1 石油市场供给格局趋势分析
  - 12.4.2 炼油市场进入转型升级阶段
  - 12.4.3 成品油市场竞争越发激烈

### 第十三章 2016-2020年成品油营销分析

- 13.1 成品油营销概述
  - 13.1.1 国内外成品油营销管理探析
  - 13.1.2 成品油营销目标市场及定位
  - 13.1.3 农村成品油市场营销模式探析
- 13.2 成品油营销策略
  - 13.2.1 推进成品油营销的策略措施
  - 13.2.2 买方经济下的成品油营销策略
  - 13.2.3 针对成品油消费心理的营销策略
  - 13.2.4 成品油销售企业营造策略的应用
- 13.3 成品油企业市场营销的相关可行性建议
  - 13.3.1 灵活贴近市场价格政策
  - 13.3.2 发展多元化的销售渠道
  - 13.3.3 开展油非互促策略分析
  - 13.3.4 认真做好客户管理工作
  - 13.3.5 开展特色服务提升品质

- 13.4 成品油营销中应注意的问题
  - 13.4.1 认识市场开发在营销中的作用
  - 13.4.2 重视营销中的客户价值识别
  - 13.4.3 成品油营销中须注意的事项

## 第十四章 2016-2020年加油站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分析
  - 14.1.2 英国加油站管理运营分析
  - 14.1.3 美国加油站管理情况分析
  - 14.1.4 意大利加油站运营管理分析
  - 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概述
  - 14.2.2 中国加油站发展规模分析
  - 14.2.3 中国加油站行业盈利情况
  - 14.2.4 中国加油站零售业态分析
  - 14.2.5 加油站行业主体竞争力分析
- 14.3 中国加油站经营模式分析
  - 14.3.1 全资（租赁）加油站
  - 14.3.2 控股加油站介绍
  - 14.3.3 参股加油站介绍
  - 14.3.4 特许经营加油站
  - 14.3.5 国外经营模式特点
  - 14.3.6 经营模式选择建议
- 14.4 中国主要油企加油站经营管理分析
  - 14.4.1 中国石油化工股份有限公司
  - 14.4.2 中国石油天然气股份有限公司
  - 14.4.3 中海油田服务股份有限公司
- 14.5 中国加油站特许经营情况分析
  - 14.5.1 加油站特许经营的特征
  - 14.5.2 我国加油站特许经营动态

- 14.5.3 对加油站特许经营模式的思考
- 14.5.4 加油站特许经营存在的不足
- 14.5.5 加油站特许经营发展的阻碍
- 14.5.6 加油站特许经营发展对策
- 14.6 部分省市加油站发展状况及规划
  - 14.6.1 广东省高速公路加油站发展规划
  - 14.6.2 荆州市加油站行业发展规划
  - 14.6.3 阜阳城区新增加油站建设规划
  - 14.6.4 太原市加油站建设发展规划
- 14.7 中国加油站营销难点及策略分析
  - 14.7.1 加油站营销工作现状分析
  - 14.7.2 加油站营销工作难点解析
  - 14.7.3 加油站实际营销工作解析
  - 14.7.4 强化加油站市场营销的对策

## 第十五章 成品油重点企业经营状况分析

- 15.1 中国石油化工股份有限公司
  - 15.1.1 企业发展概况
  - 15.1.2 经营效益分析
  - 15.1.3 业务经营分析
  - 15.1.4 财务状况分析
- 15.2 中国石油天然气股份有限公司
  - 15.2.1 企业发展概况
  - 15.2.2 经营效益分析
  - 15.2.3 业务经营分析
  - 15.2.4 财务状况分析
- 15.3 中国海洋石油有限公司
  - 15.3.1 企业发展概况
  - 15.3.2 经营效益分析
  - 15.3.3 业务经营分析
  - 15.3.4 财务状况分析
- 15.4 中国石化山东泰山石油股份有限公司

- 15.4.1 企业发展概况
- 15.4.2 经营效益分析
- 15.4.3 业务经营分析
- 15.4.4 财务状况分析
- 15.5 中国石化上海石油化工股份有限公司
  - 15.5.1 企业发展概况
  - 15.5.2 经营效益分析
  - 15.5.3 业务经营分析
  - 15.5.4 财务状况分析
- 15.6 浙江海越股份有限公司
  - 15.6.1 企业发展概况
  - 15.6.2 经营效益分析
  - 15.6.3 业务经营分析
  - 15.6.4 财务状况分析
- 15.7 深圳市广聚能源股份有限公司
  - 15.7.1 企业发展概况
  - 15.7.2 经营效益分析
  - 15.7.3 业务经营分析
  - 15.7.4 财务状况分析

## 第十六章 2016-2020年中国成品油市场投资分析

- 16.1 行业投资机遇
  - 16.1.1 行业投资环境
  - 16.1.2 行业投资机会
  - 16.1.3 海外投资机遇
- 16.2 行业投资动态
  - 16.2.1 行业投资面临短缺
  - 16.2.2 中石油投资成品油
  - 16.2.3 中石化成品油管道

## 第十七章 2022-2028年中国成品油市场发展前景预测（）

- 17.1 成品油市场发展趋势分析

- 17.1.1 成品油市场发展展望
- 17.1.2 成品油未来发展方向
- 17.1.3 成品油行业发展趋势
- 17.2 2022-2028年中国成品油市场预测分析
  - 17.2.1 行业影响因素分析
  - 17.2.2 成品油消费量预测

## 附录

附录一：成品油市场管理办法

附录二：成品油批发企业管理技术规范

附录三：成品油仓储企业管理技术规范

附录四：成品油零售企业（加油站）市场准入标准

附录五：石油价格管理办法

附录六：关于成品油消费税征收管理有关问题的公告

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202208/314513.html>