

2016-2022年中国润滑油行业全景调研及产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国润滑油行业全景调研及产业竞争格局报告》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.abaogao.com/b/huagong/6684770887.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

中国润滑油市场在逐步走向成熟，产业整合将在高水平上进行。在这一大背景之下，中国润滑油市场表现出了两大特点。在产品供应方面，供应主体日益集中在大型厂商之间，从而将原有的分散竞争改变为集中竞争。在市场消费方面，消费群体越来越体现出对汽车生产维护机构的依赖，托付消费的特征日益明显，这与以往的“自主”消费有很大的不同。

发展迅猛的中国润滑油市场，已成为国外润滑油企业群雄逐鹿的竞技场，并在加速进入中国市场。壳牌、BP、美孚等几乎所有跨国石油巨头都加入到瓜分中国润滑油市场的行列。由于洋品牌先入为主，中国本土产品短期内难以立足高端油品市场。民族品牌与外来品牌在高端市场上的博弈，将是中国润滑油行业很长一段时间内的主旋律。进入2012年，中国润滑油市场的格局正在悄然改变。中国润滑油行业在经历了十多年快速增长之后，于2011年出现了增速放缓的趋势，全年产量826.65万吨，比2010年减少30.25万吨，首次出现了负增长。然而，总量增速虽放缓，市场竞争却更加激烈。

国产润滑油企业若想稳固原有市场、进军高端市场获取更大份额，必须发挥本土经验丰富、产品技术本土适应性强的固有优势，洞悉市场先机、掌握市场主动权，才能与国际大牌一决高下。而中国润滑油品牌向高端市场进军的战略，也标志着国内润滑油行业的一次起身试飞，将是国内润滑油行业从渠道竞争逐步转化为品牌竞争的起点。在这场品牌传播对抗战中，市场的竞争会日趋开放和活跃。面对此种态势，中国润滑油行业必须把握时机，加速国际化进程，迎接严峻挑战。国内润滑油企业鲜明地提出了国际化的概念，本土润滑油企业正在迅速崛起，企业和品牌实力不断增强，已具备走上国际化大舞台的能力。

到2020年，中国市场的润滑油需求将会翻一番，消费量将可能超过美国。国内对车用油需求的高速增长和车用油高档化趋势将推动车用润滑油行业进入快速发展期。在车用润滑油需求量逐年上升的同时，用油档次也将实现跨越式发展，高档油品直接与国际接轨。

《2016-2022年中国润滑油行业全景调研及产业竞争格局报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了润滑油行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国润滑油做了重点企业经营状况分析，并分析了中国润滑油行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有

极大的参考价值。

报告目录：

第一章 润滑油的相关概述

1.1 润滑油的介绍

1.1.1 润滑油的定义

1.1.1 润滑油的构成

1.1.2 润滑油的作用

1.1.3 润滑油脂的基本性能

1.2 润滑油相关分类及产业链

1.2.1 润滑油分类及规范

1.2.2 润滑油基础油分类

1.2.3 润滑油产业链分析

1.3 工业润滑油的简介

1.3.1 工业润滑油的概念

1.3.2 工业润滑油的种类

1.3.3 工业润滑油应用领域

第二章 世界润滑油发展分析

2.1 世界润滑油行业概况

2.1.1 全球润滑油总体发展状况

2.1.2 2015年世界润滑油的发展分析

2.1.3 世界主要的润滑油生产商

2.1.4 全球润滑油技术的发展特点

2.2 世界润滑油基础油的发展

2.2.1 国外润滑油基础油分类及构成

2.2.2 世界润滑油基础油的供应状况

2.2.3 2013年全球润滑油基础油生产情况

2.2.4 世界润滑油基础油的生产趋势

2.3 美国润滑油

2.3.1 美国润滑油的市场构成

2.3.2 美国润滑油市场销售回顾

- 2.3.3 美国润滑油市场需求预测
- 2.3.4 美国合成润滑油基础油市场分析及展望
- 2.4 俄罗斯润滑油
 - 2.4.1 俄罗斯润滑油市场生产及消费概况
 - 2.4.2 2014年俄罗斯润滑油市场发展分析
 - 2.4.3 2015年俄罗斯润滑油市场稳定复苏
- 2.5 其他地区润滑油发展分析
 - 2.5.1 亚洲高品质润滑油市场需求增长迅速
 - 2.5.2 亚太地区环烷基润滑油市场状况
 - 2.5.3 日本润滑油市场分析
 - 2.5.4 墨西哥润滑油市场状况分析

第三章 中国润滑油发展分析

- 3.1 中国润滑油的发展概况
 - 3.1.1 我国润滑油发展的影响因素
 - 3.1.2 我国润滑油市场的发展现状
 - 3.1.3 我国润滑油市场的发展格局
 - 3.1.4 润滑油市场销售终端浅析
- 3.2 2013-2015年中国润滑油市场分析
 - 3.2.1 2013年我国润滑油市场的发展
 - 3.2.2 2014年我国润滑油市场的发展
 - 3.2.3 2015年我国润滑油市场的发展
- 3.3 2013-2015年全国及主要省份润滑油产量分析
 - 3.3.1 2013年1-12月全国及主要省份润滑油产量分析
 - 3.3.2 2014年1-12月全国及主要省份润滑油产量分析
 - 3.3.3 2015年1-12月全国及主要省份润滑油产量分析
- 3.4 润滑油进出口分析
 - 3.4.1 2013年1-12月润滑油进出口情况
 - 3.4.2 2014年1-12月润滑油进出口情况
 - 3.4.3 2015年1-12月润滑油进出口情况
- 3.5 国外润滑油公司在中国投资状况
 - 3.5.1 国外润滑油公司在华投资的历程

- 3.5.2 国外润滑油公司在华投资策略
- 3.5.3 跨国润滑油企业在华投资不断加快
- 3.5.4 马石油向中国高端润滑油市场发力
- 3.6 我国润滑油行业技术创新的综述
 - 3.6.1 润滑油行业发展面临的技术环境
 - 3.6.2 国内外润滑油行业技术发展概况
 - 3.6.3 我国润滑油行业的技术创新
- 3.7 润滑油行业存在的问题及对策
 - 3.7.1 中外品牌润滑油存在的差距
 - 3.7.2 我国润滑油行业有待规范
 - 3.7.3 国产润滑油面临的挑战
 - 3.7.4 中国润滑油发展关键靠科技和服务
 - 3.7.5 我国润滑油行业的发展策略
- 3.8 我国润滑油行业的发展预测
 - 3.8.1 2015年我国润滑油行业整体销售趋势
 - 3.8.2 2020年我国将成为世界最大的润滑油市场
 - 3.8.3 我国润滑油市场发展将迎来国产时代
 - 3.8.4 我国润滑油产品未来市场营销走向

第四章 润滑油上游产品分析

- 4.1 润滑油基础油
 - 4.1.1 我国润滑油基础油市场概况
 - 4.1.2 2009年我国实施新版《通用润滑油基础油》标准
 - 4.1.3 2013年中国润滑油基础油进出口情况
 - 4.1.4 2015年我国润滑油基础油市场发展概述
 - 4.1.5 2015年我国润滑油基础油进出口情况
 - 4.1.6 我国润滑油基础油市场需求预测
- 4.2 润滑油添加剂
 - 4.2.1 中国润滑油添加剂概况
 - 4.2.2 中国润滑油添加剂研究取得新进展
 - 4.2.3 2009年我国成立首个润滑油添加剂行业性组织

第五章 润滑油主要产品分析

5.1 车用润滑油

5.1.1 中国车用润滑油的发展情况

5.1.2 我国车用润滑油发展取得进展

5.1.3 我国车用润滑油技术工艺发展综述

5.1.4 影响中国车用润滑油市场发展的因素

5.2 内燃机油

5.2.1 中国内燃机油的规格与牌号介绍

5.2.2 高档内燃机油质量标准需尽快制定

5.2.3 内燃机油规格的发展探讨

5.3 齿轮油

5.3.1 中国齿轮油的分类

5.3.2 汽车齿轮油的发展分析

5.3.3 工业齿轮油的发展方向

5.3.4 稠化型工业齿轮油应用前景广阔

5.4 液压油

5.4.1 中国液压油的分类和产品标准

5.4.2 液压油的几大关键要素

5.4.3 液压油管理应关注的问题

第六章 重点企业分析

6.1 壳牌润滑油

6.1.1 公司简介

6.1.2 2013年壳牌公司经营状况

6.1.3 2014年壳牌公司经营状况

6.1.4 2015年壳牌公司经营状况

6.1.5 壳牌润滑油的营销策略

6.2 BP润滑油

6.2.1 公司简介

6.2.2 2013年BP经营状况

6.2.3 2014年BP经营状况

6.2.4 2015年BP经营状况

- 6.3 美孚润滑油
 - 6.3.1 公司简介
 - 6.3.2 2013年埃克森美孚经营状况
 - 6.3.3 2014年埃克森美孚经营状况
 - 6.3.4 2015年埃克森美孚经营状况
 - 6.3.5 埃克森美孚中国的策略分析
- 6.4 长城润滑油
 - 6.4.1 公司简介
 - 6.4.2 十二五期间长城润滑油市场发展情况
 - 6.4.3 十二五期间长城润滑油市场发展特点
 - 6.4.4 长城润滑油的竞争策略解析
- 6.5 昆仑润滑油
 - 6.5.1 公司简介
 - 6.5.2 2014年昆仑润滑油技术创新取得佳绩
 - 6.5.3 2015年昆仑润滑油加大国际市场发展力度
 - 6.5.4 昆仑润滑油的自主研发解析

第七章 润滑油品牌营销与竞争分析

- 6.1 润滑油行业品牌分析
 - 6.1.1 润滑油品牌传播分析
 - 6.1.2 润滑油品牌规划及市场推广分析
 - 6.1.3 润滑油品牌国际化分析
 - 6.1.4 高端品牌润滑油的战略分析
- 6.2 润滑油行业营销分析
 - 6.2.1 润滑油行业的专业化营销分析
 - 6.2.2 润滑油行业的服务营销分析
 - 6.2.3 润滑油行业的营销渠道探讨
 - 6.2.4 润滑油星级销售代表制的思考
- 6.3 润滑油市场竞争分析
 - 6.3.1 我国润滑油市场竞争的现况
 - 6.3.2 润滑油企业国际化竞争的经营战略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/huagong/6684770887.html>