

2007年中国成品油市场研究及投资咨询报告

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

《2007年中国成品油市场研究及投资咨询报告》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/shiyou/D84382715Q.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

2007年中国成品油市场研究及投资咨询报告 内容介绍：

第一章 世界原油和成品油市场分析

第一节 2006年世界石油市场分析及2007年预测

- 一、2006年原油供求大体平衡 油价稳中回落
- 二、2007年全球石油总产量将略有上升
- 三、2007年国外石油市场分析及2007年预测

一、2006年国外原油市场分析

一、国外成品油市场分析

一、世界主要原油期货市场简介

二、原油期货在国际石油定价中扮演了主要角色

三、当前期货市场的格局分析

四、纽约商业交易所原油期货合约分析

第四节 国外成品油分销行业发展趋势

- 一、成品油分销行业的开放是主流趋势
- 二、政府的宏观调控和监管不能放松
- 三、大公司在各国成品油分销市场调研市场占主导地位
- 四、做大做强、拓展国际化经营是油品销售企业发展的必由之路

第二章 中国成品油发展主要特点分析

三、我国石油和成品油消费的总体概念

四、中国石油供应结构

五、中国成品油需求趋势

六、中国炼油业发展的主要任务

七、中国炼油业发展中需解决的问题

第十节 全面放开后成品油市场展望

第四章 成品油定价改革和石化资源整合分析

第一节 对国际石油、石化市场走势的基本判断

- 一、2006年国际油价仍将维持高位
- 二、2006年石化景气将继续回落，但仍处于较好盈利水平

第二节 成本油定价机制改革催生炼油毛利回升

- 一、油价上涨直接增加炼油行业成本
- 二、国内外炼油行业“冰火两重天”
- 三、成品油定价改革将提升国内炼油毛利
- 四、中国平均炼油规模提高也将有助于综合毛利提高
- 五、下游需求增长将使国内炼油开工率继续维持在94%以上
- 六、人民币升值也有利于降低炼厂原油进口成本

第三节 关注中国石化资源整合带来的投资和投机性机会

- 一、中石油全面要约收购子公司加速两大集团私有化进程
- 二、中石化下属公司的资源整合方式将多样化，且比较复杂

第五章 国内汽油发展分析

- 一、生物柴油发展契机来临
- 二、发展生物柴油具有战略意义
- 三、中国生物柴油产业化发展面临两大障碍
- 四、我国生物柴油不征消费税
- 五、生物柴油在世界各国发展建议

第七章 国内煤油发展战略思考

第十三节 当前我国炼油工业节能的若干问题讨论

- 一、我国炼油节能潜力分析
- 二、当前条件下如何抓节能

第十一章 我国成品油定价机制分析

第一节 各国成品油定价机制比较和借鉴

- 一、马来西亚: 调高油价减少政府财政赤字
- 二、英国: 零售油价易涨难跌
- 三、美国: 汽油价格并非只涨不跌
- 四、比利时: 油价高涨时“让利于民”

第二节 我国成品油定价机制可能的三种调整模式

第三节 我国成品油定价机制分析

- 一、成品油定价机制的来龙去脉
- 二、现行成品油价格机制的主要内容
- 三、中国成品油定价新机制与政府节能理念一脉相承
- 四、成品油定价机制广受关注

五、由价格起落看成品油定价机制

六、成品油定价机制尚未完全市场化

第四节 成品油定价机制凸显五大弊端

一、油价“只涨不落”

二、误导消费行为

三、零售企业叫苦

四、助长投机行为

五、与现实开始脱节

第五节 我国成品油定价机制存在的问题及改革取向

一、当前成品油定价机制的形成及评价

二、当前成品油定价机制的弊端

三、如何认识成品油定价机制改革

四、成品油定价机制改革的政策取向

第六节 我国成品油定价机制改革回顾与前瞻

一、我国成品油定价机制改革历程回顾

二、三地成品油价格浮动的定价机制存在的问题

三、“原油成本法”定价新机制的特点

四、改革的前景

第十二章 成品油销售策略分析

第一节 成品油零售

一、成品油零售市场仍是巨头天下

二、以新的观念应对成品油零售放开

三、两大集团成品油销售的价格博弈分析

四、成品油零售价格体系和流通体系有待改革

五、成品油零售市场的外资圈地运动 BP再次抢购企业

第二节 成品油批发市场分析

一、批发成品油市场：新规之下的利益生态

二、国家对开放成品油批发市场的政策倾向

三、我国原油成品油批发经营权放开后影响分析

四、成品油批发管理新办法及其影响

五、成品油批发市场放开后的政企对策

第三节 信息化在成品油销售中的作用

- 一、用信息化提升企业核心竞争力
- 二、用信息化支撑专业化营销体系建设
- 三、用信息化加强对销售业务的控制
- 四、用信息化促进销售业务流程增值

第四节 成品油销售企业市场占有率的分析

- 一、对成品油市场占有率的认识过程
- 二、未来市场占有率增长空间主要集中在小额用户
- 三、如何提高市场占有率
- 四、提高市场占有率应注意的问题

第五节 我国成品油销售企业顾客满意战略分析

- 一、成品油销售企业CS战略的必要性与重要性
- 二、成品油销售企业CS战略的基本思想与主要内容

第六节 提高成品油终端销售能力的几点建议

- 一、进一步加强营销网络建设，提高终端市场控制力
- 二、进一步推行加油站承包方式，激活单个加油站的盈利能力
- 三、加强直销配送与服务延伸工作
- 四、成立专门的物流公司

第七节 当前成品油销售企业应注意把握好的几个问题

第八节 成品油销售企业财会管理模式分析

- 一、现行成品油销售核算管理中存在的主要问题
- 二、在销售企业实行会计集中核算管理的尝试
- 三、成品油会计财务集中核算管理模式的运行

第九节 中国省级成品油销售企业营销体制改革分析

- 一、现有成品油营销体制及弊端
- 二、成品油营销体制改革的方向及办法
- 三、改革后的成品油营销体制及业务运行
- 四、结论

第十三章 成品油加油站终端销售及经营策略分析

第一节 中国加油站概述

第二节 加油站建设重要性分析

第三节 境外四国加油站的设置分析

- 一、瑞典
- 二、美国
- 三、阿根廷
- 四、意大利

第四节 境外四国加油站油品销售分析

- 一、瑞典
- 二、美国
- 三、阿根廷
- 四、南非

第五节 美国加油站发展的成功经验

- 一、布局设计以方便车辆加油为原则，加油站外观突出视觉冲击力
- 二、注重应用新技术，使加油更快捷、安全和环保
- 三、积极开展非油品销售，拓宽常规业务领域
- 四、经营理念先进，管理科学、规范

第六节 英国加油站建设运营现状及对我国的启示

- 一、英国成品油零售市场调研市场现状
- 二、科学合理的建设
- 三、规范高效的管理
- 四、游刃有余的营销策略
- 五、对中国加油站发展的几点思考

第七节 日本加油站TBA销售经验借鉴

- 一、日本加油站发展概况
- 二、日本加油站开展非油品销售的经验
- 三、国内开展TBA销售的初步分析和实践

第八节 国外的加油站便利店

- 一、美国：以人为本的特色服务
- 二、德国：安全至关重要
- 三、南非：“四位一体”服务
- 四、意大利：有趣的图标语言

第九节 国外加油站七大发展新趋势

- 一、加油站数量呈减少趋势

- 二、自有他营成为主流经营模式
- 三、自动化、信息化是加油站管理的发展方向
- 四、加油站多功能化，开设便利店成为潮流
- 五、油品销售业务与非油品销售业务并重
- 六、重视企业文化建设，以优质服务占领市场
- 七、重视品牌形象和品牌管理

第十节 加油站连锁经营分析

- 一、连锁经营概述
- 二、连锁经营的优势
- 三、连锁经营的不足
- 四、加油站连锁经营模式条件
- 五、加油站连锁经营策略

第十一节 加油站特许经营分析

- 一、连锁经营的主要形式及特征
- 二、实施特许经营的条件
- 三、国外石油公司特许经营的主要做法
- 四、特许经营双方利害关系互动分析
- 五、加油站特许经营工作现状
- 六、加油站特许经营面临的问题
- 七、对加油站特许经营的四点建议

第十二节 加油站顾客满意战略分析

- 一、顾客满意战略起源
- 二、顾客满意战略内涵
- 三、加油站的产品属性与顾客满意
- 四、加油站实施顾客满意战略的主要内容
- 五、实施顾客满意战略应注意的问题

第十三节 加油站顾客满意度测评分析

- 一、测评意义及目的
- 二、测评指标体系的建立
- 三、测评方法
- 四、实践中应注意的若干问题

第十四节 GIS在成品油经营管理中的实践价值分析

一、SGIS是提高销售企业经营管理水平的有效手段

二、SGIS的功能及特征

第十四章 成品油物流配送分析

第一节 整合成品油配送势在必行

第二节 中国成品油物流发展存在的问题及发展措施建议

一、我国成品油物流存在的问题

1、物流节点布局不合理

2、成品油储运未实现优化

3、整体信息化程度不高

二、促进成品油物流发展的措施

1、建立成品油配送体制

2、实行供应链管理

3、加大库存优化管理

4、加大物流设施设备的投入力度

5、引入现代物流信息手段

6、纳入整体石油物流系统优化工程

第三节 中国石油成品油配送体制改革分析

一、资源整合，凝聚竞争优势

二、科技兴“安”，发挥管理优势

三、高效服务，打造品牌优势

第四节 成品油物流配送体系建设的思考

一、成品油物流配送体系及建设的总体思路

二、“软件”再造

三、“硬件”建设

四、成品油物流配送信息系统建设

第十五章 成品油竞争格局分析

第一节 外资巨头华东突破，成品油市场生变局

第二节 品牌是成品油零售市场竞争主旋律

第三节 成品油批发市场开放后竞争格局短期难以改变

第四节 成品油市场放开格局将呈微调、多元化竞争趋势

第五节 中国成品油行业销售收入和利润率变化趋势

图表 2001-2005年中国石化汽柴油不含税出厂价与布伦特油价对比

图表 2001-2005年中国石化成品油价差变化

图表 1991-2005年中国两大石油集团原油加工量与燃料油产量

图表 2000-2005年中国燃料油供需平衡表

图表 1995-2005年中国燃料油(燃料油进口数据)进口来源

图表 2006年2-12月全国燃料油生产情况

图表 2006年2-12月北京燃料油生产情况

图表 2006年2-12月天津燃料油生产情况

图表 2006年2-12月河北燃料油生产情况

图表 2006年2-12月内蒙古燃料油生产情况

图表 2006年2-12月辽宁燃料油生产情况

图表 2006年2-12月吉林燃料油生产情况

图表 2006年2-12月黑龙江燃料油生产情况

图表 2006年2-12月上海燃料油生产情况

图表 2006年2-12月江苏燃料油生产情况

图表 2006年2-12月浙江燃料油生产情况

图表 2006年2-12月安徽燃料油生产情况

图表 2006年2-12月福建燃料油生产情况

图表 2006年2-12月江西燃料油生产情况

图表 2006年2-12月山东燃料油生产情况

图表 2006年2-12月河南燃料油生产情况

图表 2006年2-12月湖北燃料油生产情况

图表 2006年2-12月湖南燃料油生产情况

图表 2006年2-12月广东燃料油生产情况

图表 2006年2-12月广西燃料油生产情况

图表 2006年2-12月海南燃料油生产情况

图表 2006年2-12月陕西燃料油生产情况

图表 2006年2-12月甘肃燃料油生产情况

图表 2006年2-12月新疆燃料油生产情况

图表 2006年2-12月宁夏燃料油生产情况

图表 2006年2-12月青海燃料油生产情况

图表 2004年全球成品润滑油按地区的需求量分布

图表 2004年全球成品润滑油按产品需求量的分布

图表 2004年全球成品润滑油需求领先的国家所占的份额

图表 1996-2004年我国原油表消费量观及对外依存度变化趋势

图表 1980-2004年世界炼油产能及开工率变化趋势

图表 2004年世界前12家石油公司原油加工能力统计

图表 2004年我国燃料油价格走势

图表 2004年全国各省小炼厂生产统计

图表 1965-2004年世界原油年产量(世界各国总计)

图表 1965-2004年世界原油年消费量(世界总计)

图表 1965-2004年世界原油平均日消费量(世界总计)

图表 1980-2004年世界原油已探明储量(世界总计)

图表 2004年欧佩克剩余产能及原油质量

图表 2000-2004年中国石油需求和(石油需求和进口数据)进口情况

图表 2000-2004年全国成品油分月消费图

图表 2000-2004年全国成品油分月库存图

图表 2004年各行业用油及其对成品油消费增量的贡献

图表 2004年世界各地区及主要国家原油加工能力统计

图表 2003-2004年世界25家主要石油公司原油加工能力

图表 1995-2004年世界油气储量变化情况

图表 2004年世界各地区主要国家石油产量、油气估算探明储量（按顺序排列）

图表 2006年2-12月全国汽油生产情况

图表 2006年2-12月北京汽油生产情况

图表 2006年2-12月天津汽油生产情况

图表 2006年2-12月河北汽油生产情况

图表 2006年2-12月内蒙古汽油生产情况

图表 2006年2-12月辽宁汽油生产情况

图表 2006年2-12月吉林汽油生产情况

图表 2006年2-12月黑龙江汽油生产情况

图表 2006年2-12月上海汽油生产情况

图表 2006年2-12月江苏汽油生产情况

图表 2006年2-12月浙江汽油生产情况

图表 2006年2-12月安徽汽油生产情况

图表 2006年2-12月福建汽油生产情况

图表 2006年2-12月江西汽油生产情况

图表 2006年2-12月山东汽油生产情况

图表 2006年2-12月河南汽油生产情况

图表 2006年2-12月湖北汽油生产情况

图表 2006年2-12月湖南汽油生产情况

图表 2006年2-12月广东汽油生产情况

图表 2006年2-12月广西汽油生产情况

图表 2006年2-12月四川汽油生产情况

图表 2006年2-12月陕西汽油生产情况

图表 2006年2-12月甘肃汽油生产情况

图表 2006年2-12月新疆汽油生产情况

图表 2006年2-12月宁夏汽油生产情况

图表 2006年2-12月青海汽油生产情况

图表 成品油销售市场的调控

图表 我国成品油销售企业CS战略

图表 现有成品油营销体制及业务流程示意图

图表 改革后成品油营销体制及业务流程示意图

图表 加油站顾客满意度CSD评价指标体系的构建路线

图表 加油站顾客需求结构

图表 加油站CSD测评指标体系

图表 加油站CSD测评等级内涵的界定及标准划分

图表 加油站CSD测评因素及项目的权重

图表 不同加油站的销售业绩示意图

图表 中国近期将合资加油站一览表

图表 国内炼厂开工率

图表 最新世界平均炼厂规模比较

图表 国内炼油成本下降对人民币升值率及布伦特油价的敏感性分析

图表 国内主要炼油公司炼油毛利比较

图表 中石油、中石化要约收购子公司情况

图表 中国石化下属子公司情况

图表 国内炼油装置能耗比较

图表 2006年2-12月全国柴油生产情况

图表 2006年2-12月北京柴油生产情况

图表 2006年2-12月天津柴油生产情况

图表 2006年2-12月河北柴油生产情况

图表 2006年2-12月内蒙古柴油生产情况

图表 2006年2-12月辽宁柴油生产情况

图表 2006年2-12月吉林柴油生产情况

图表 2006年2-12月黑龙江柴油生产情况

图表 2006年2-12月上海柴油生产情况

图表 2006年2-12月江苏柴油生产情况

图表 2006年2-12月浙江柴油生产情况

图表 2006年2-12月安徽柴油生产情况

图表 2006年2-12月福建柴油生产情况

图表 2006年2-12月江西柴油生产情况

图表 2006年2-12月山东柴油生产情况

图表 2006年2-12月河南柴油生产情况

图表 2006年2-12月湖北柴油生产情况

图表 2006年2-12月湖南柴油生产情况

图表 2006年2-12月广东柴油生产情况

图表 2006年2-12月广西柴油生产情况

图表 2006年2-12月四川柴油生产情况

图表 2006年2-12月陕西柴油生产情况

图表 2006年2-12月甘肃柴油生产情况

图表 2006年2-12月新疆柴油生产情况

图表 2006年2-12月宁夏柴油生产情况

图表 2006年2-12月青海柴油生产情况

图表 消费者经常使用的润滑油品牌

图表 消费者最倾向使用的润滑油品牌

图表 在同级别产品中，消费者选择润滑油的第一要素

图表 消费者更换汽车润滑油的里程数

图表 消费者通常使用润滑油的价格区间

图表 消费者通常选择购买润滑油的地点

图表 消费者了解润滑油相关信息的渠道

图表 2006年2-12月全国润滑油生产情况

图表 2006年2-12月北京润滑油生产情况

图表 2006年2-12月天津润滑油生产情况

图表 2006年2-12月河北润滑油生产情况

图表 2006年2-12月山西润滑油生产情况

图表 2006年2-12月辽宁润滑油生产情况

图表 2006年2-12月吉林润滑油生产情况

图表 2006年2-12月黑龙江润滑油生产情况

图表 2006年2-12月上海润滑油生产情况

图表 2006年2-12月江苏润滑油生产情况

图表 2006年2-12月浙江润滑油生产情况

图表 2006年2-12月安徽润滑油生产情况

图表 2006年2-12月福建润滑油生产情况

图表 2006年2-12月江西润滑油生产情况

图表 2006年2-12月山东润滑油生产情况

图表 2006年2-12月河南润滑油生产情况

图表 2006年2-12月广东润滑油生产情况

图表 2006年2-12月广西润滑油生产情况

图表 2006年2-12月重庆润滑油生产情况

图表 2006年2-12月四川润滑油生产情况

图表 2006年2-12月云南润滑油生产情况

图表 2006年2-12月陕西润滑油生产情况

图表 2006年2-12月甘肃润滑油生产情况

图表 2006年2-12月新疆润滑油生产情况

图表 2006年2-12月宁夏润滑油生产情况

图表 世界17家主要炼油厂原油加工能力

图表 几种GTL柴油同常规清洁柴油标准比较

图表 Syntroleum 合成柴油同其他三种柴油的排放效果比较

图表 常规炼厂与GTL装置生产的产品比例比较

图表 GTL合成油与美国WTI原油合成产品比较

图表 目前比较可行且极具发展前途的四大GTL公司的技术特点

图表 燃料油期货上市以来交易状况

图表 纽约商业交易所各石油期货交易量所占比重

图表 上海期货交易所燃料油期货交易量与纽约期货交易所
原油期货交易量之比

图表 2006年2-12月全国煤油生产情况

图表 2006年2-12月北京煤油生产情况

图表 2006年2-12月天津煤油生产情况

图表 2006年2-12月河北煤油生产情况

图表 2006年2-12月辽宁煤油生产情况

图表 2006年2-12月黑龙江煤油生产情况

图表 2006年2-12月上海煤油生产情况

图表 2006年2-12月江苏煤油生产情况

图表 2006年2-12月浙江煤油生产情况

图表 2006年2-12月福建煤油生产情况

图表 2006年2-12月江西煤油生产情况

图表 2006年2-12月山东煤油生产情况

图表 2006年2-12月河南煤油生产情况

图表 2006年2-12月湖北煤油生产情况

图表 2006年2-12月湖南煤油生产情况

图表 2006年2-12月广东煤油生产情况

图表 2006年2-12月四川煤油生产情况

图表 2006年2-12月甘肃煤油生产情况

图表 2006年2-12月新疆煤油生产情况

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shiyou/D84382715Q.html>