

2008-2010年中国成品油市 场前景及成品油定价机制研究报告

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

《2008-2010年中国成品油市场前景及成品油定价机制研究报告》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/U5271984K8.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

2008-2010年中国成品油市场前景及成品油定价机制研究报告 内容介绍：

在市场经济中，价格是市场经济的核心，市场配置资源的基础性作用主要是通过价格信号的引导作用实现的。在我国成品油定价机制中却难以体现这一点，目前我国成品油定价还是处于政府的严格管制中。在国际油价持续下跌时，国内成品油价格并没有下降，导致国内成品油价格高于国际油价，而在国际油价大幅上涨或高位徘徊时，我国成品油价格却没有相应的上调成品油价格，导致了炼油企业亏损，生产企业积极性不高。2008年1-4月我国CPI高企，这使得我国成品油价格改革陷入了两难的境地，一方面由于CPI价格高，使得政府不得不延迟成品油价格调整，另一方面，我国成品油成本上涨，成品油价格处于亏损状态。

图表：成品油定价机制主要影响因素

资料来源：**

我国成品油需求量很大，市场机会也比较多。目前，中国成品油行业发展环境分析

第一节 政策环境分析

- 一、成品油批发市场开放与石油流通体制改革
- 二、成品油国内经营权放开
- 三、成品油等实行出口许可证管理
- 四、中国调整成品油消费税
- 五、国家油品进口关税先征后返影响分析

第二节 国际环境分析

- 一、2007-2008年国际市场成品油月平均价格
- 二、国外成品油行业现状
- 一、2007-2008年中国柴油产量
- 二、2007-2008年中国柴油消费量
- 三、2007-2008年中国柴油价格分析

第三节 2007年中国柴油行业的发展趋势

- 一、高端润滑油市场的份额将进一步扩大
- 二、国产品牌润滑油将掀起树立品牌的热潮
- 三、润滑油的质量和价格将会两极分化
- 四、国内的润滑油市场将逐步采取连锁经营的形式

第四节 未来中国润滑油行业的发展对策

- 一、要在润滑油的质量上下功夫
- 二、选定目标市场，搞好市场定位
- 三、做好品牌的规划和推广
- 四、在营销手段上做文章
- 五、发挥本土优势细化市场
- 六、制定统一标准，提高质量检测
- 七、搞好外包和广告宣传
- 八、加强售前、售后服务工作

第六节 中国润滑油生产面临的挑战及发展方向

- 一、中国润滑油生产面临的大环境
- 二、加氢技术生产润滑油基础油
- 三、生物技术在润滑油（脂）中的应用
- 四、纳米材料与技术在润滑油领域的应用
- 五、中国润滑油标准的发展方向

第八章 中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: 成品油定价原油占55%
- 四、比利时: 高税收从容应对高油价

第二节 中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

第三节 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

第四节 中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

第五节 中国成品油定价机制改革回顾与前瞻

一、中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

第六节 推进成品油价格形成机制改革的分析

一、成品油价格形成机制改革进入了关键时期

二、中国现行的成品油定价机制及存在的问题

三、成品油价格形成机制的国际比较

四、完善成品油价格形成机制的思路和建议

第九章 中国区域成品油(区域成品油市场分析)市场分析

第一节 华北地区成品油情况分析

一、华北地区成品油生产情况

1.煤油生产

2.汽油生产

3.柴油生产

4.燃料油生产

二、华北地区成品油市场分析

1.成品油价格走势

2.成品油消费特点

第二节 华南地区成品油情况分析

一、华南地区成品油生产情况

1.煤油生产

2.汽油生产

3.柴油生产

4.燃料油生产

二、华南地区成品油市场分析

1.成品油价格走势

2.成品油消费特点

第三节 华东地区成品油情况分析

一、华东地区成品油生产情况

1.煤油生产

2.汽油生产

3.柴油生产

4.燃料油生产

二、华东地区成品油市场分析

1.成品油价格走势

2.成品油消费特点

第四节 华中地区成品油情况分析

一、华中地区成品油生产情况

1.煤油生产

2.汽油生产

3.柴油生产

4.燃料油生产

二、华中地区成品油市场分析

1.成品油价格走势

2.成品油消费特点

第五节 东北地区成品油情况分析

一、东北地区成品油生产情况

1.煤油生产

2.汽油生产

3.柴油生产

4.燃料油生产

二、东北地区成品油市场分析

1.成品油价格走势

2.成品油消费特点

第六节 西北地区成品油情况分析

一、西北地区成品油生产情况

1.煤油生产

2.汽油生产

3.柴油生产

二、西北地区成品油市场分析

1.成品油价格走势

2.成品油消费特点

第七节 西南地区成品油情况分析

一、西南地区成品油生产情况

1.煤油生产

2.汽油生产

3.柴油生产

二、西南地区成品油市场分析

1.成品油价格走势

2.成品油消费特点

第十章 中国成品油企业分析

第一节 中国石油天然气集团

一、2008年中石油销售成品油分析

二、2008年中石油集团炼油业务分析

三、2008年中石油经营业绩

四、2008年中国石油天然气集团成品油预测

第二节 中国石油化工股份有限公司

一、2008年中石化石油产品生产销售情况

二、2008年中国石化年成品油管输量分析

三、2008年中国石化润滑油业务分析

四、2008年中石化成品油分析

第三节 中国海洋石油总公司

一、2008年中海油新增油田分析

二、中海油正逐渐加大炼油规模

三、中海油圈定海外并购目标区域

四、2008年中海油油气产量计划

第十一章 2008-2010年中国成品油预测

第一节 2008-2010年中国成品油宏观形势

一、国内经济保持较快增长

二、各行业对成品油需求预测

三、国际油价预测

四、中国成品油政策预测

五、国际成品油运行预测

第二节 2008-2010年中国成品油运行预测

一、成品油产量预测

二、成品油消费量预测

三、成品油价格预测

四、成品油进出口预测

第十二章 成品油物流配送分析

第一节 中国成品油物流存在的问题

一、物流节点布局不合理

二、成品油储运未实现优化

三、整体信息化程度不高

第二节 促进成品油物流发展的措施

一、建立成品油配送体制

二、实行供应链管理

三、加大库存优化管理

四、加大物流设施设备的投入力度

五、引入现代物流信息手段

六、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

第十三章 国际成品油营销管理体制分析

第一节 国外石油公司成品油经营成功策略总结

- 一、创建高质量的零售网络
- 二、制定行之有效的营销策略
- 三、拥有完善的人力资源策略
- 四、建立高效的油品配送体系
- 五、实施“标准化”的加油站建设
- 六、实行组织结构扁平化
- 七、营造独具特色的企业文化

第二节 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

第三节 埃克森美孚在亚太地区加油站经营的策略分析

- 一、经营策略
- 二、管理体制
- 三、“安思”理念

第四节 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

第十四章 中国成品油营销管理体制分析

第一节 中国加油站连锁经营之模式及策略

- 一、加油站连锁经营模式条件
- 二、加油站连锁经营策略

第二节 应对国际竞争的对策

- 一、建立专业化的业务管理体系
- 二、转变加油站经营模式
- 三、开展具有特色的非油品业务

第三节 成品油市场销售战略

一、国内市场整合策略

二、强化竞争力策略

三、市场拓展策略

第四节 成品油品牌建设

一、竞争呼唤品牌建设

二、品牌培育的实施步骤

图表目录

图表 成品油(燃料油)非国营贸易进口经营备案企业名单(第七批)

图表 2007年成品油(汽油、柴油、煤油、燃料油、润滑油)产量统计

图表 加工贸易禁止类商品目录

图表 2007年原油相关数据

图表 2007年中国汽油供需情况

图表 2007年中国汽油主要生产地区

图表 2007年中国汽油生产10大省市

图表 2007年中国汽油(汽油出口数据)出口量

图表 2005-2007年中国汽油(汽油出口数据)出口方式

图表 2005-2007年中国汽油(汽油出口数据)出口主要省市

图表 2006-2007年汽油产量统计

图表 2007年份中国汽油分别(汽油分别出口数据)出口量

图表 2007年份中国汽油分国别/地区出口量值表

图表 2007年份中国汽油分境内发货地(汽油分境内发货地出口数据)出口量值表

图表 2007年份中国汽油分关别(汽油分关别进口数据)进口量表

图表 2007年份中国汽油分国别/地区进口量表

图表 2007年份中国汽油分境内收货地(汽油分境内收货地进口数据)进口量表

图表 2000-2007年中国柴油供需情况

图表 2007年中国柴油生产10大省市

图表 2005-2007年中国柴油(柴油进口数据)进口量

图表 2005-2007年中国柴油(柴油出口数据)出口量

图表 2006-2008年柴油产量走势图

图表 2006-2007年柴油出口数量对比

图表 2006-2007年柴油进口数量对比

图表 2006-2008年国家柴油价格

图表 2006-2008年柴油出厂价格指数走势

图表 2007年中国煤油产品分关别(煤油产品分关别进口数据)进口量统计

图表 2007年中国煤油产品分境内发货地出口量统计

图表 2007年中国煤油产品分国别 / 地区出口量统计

图表 2007年中国煤油产品分关别(煤油产品分关别出口数据)出口量统计

图表 API基础油分类

图表 中国润滑油基础油系列标准

图表 国内主要的基础油生产装置

图表 2006-2007年煤油产量走势

图表 2006-2007年中国煤油进(煤油进出口数据)出口数量对比

图表 1950-2007美国石油消费、生产和炼厂情况

图表 2007年华北地区煤油生产统计

图表 2007年华北地区汽油生产统计

图表 2007年华北地区柴油生产统计

图表 2007年华北地区燃料油生产统计

图表 2007年华南地区煤油产量统计

图表 2007年华南地区汽油产量统计

图表 2007年华南地区柴油产量统计

图表 2007年华南地区燃料油产量统计

图表 2007年华东地区煤油产量统计

图表 2007年华东地区汽油产量统计

图表 2007年华东地区柴油产量统计

图表 2007年华东地区燃料油产量统计

图表 2007年华中地区煤油产量统计

图表 2007年华中地区汽油产量统计

图表 2007年华中地区柴油产量统计

图表 2007年华中地区燃料油产量统计

图表 2007年东北地区煤油产量统计

图表 2007年东北地区汽油产量统计

图表 2007年东北地区柴油产量统计

图表 2007年东北地区煤油产量统计

图表 2007年西北地区煤油产量统计

图表 2007年西北地区汽油产量统计

图表 2007年西北地区柴油产量统计

图表 2007年西北地区燃料油产量统计

图表 2007年西南地区煤油产量统计

图表 2007年西南地区汽油产量统计

图表 2007年西南地区柴油产量统计

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shiyou/U5271984K8.html>