

2013-2017年中国润滑油市场分析预测及发展前景 研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国润滑油市场分析预测及发展前景研究报告》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://www.huaon.com/detail/132244.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。

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，才能与国际大牌一较高下。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。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年中国润滑油市场分析预测及发展前景研究报告》共九章。首先介绍了润滑油行业的相关概念及全球润滑油行业发展现状，接着分析了中国润滑油行业发展环境，然后对中国润滑油行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国润滑油行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国润滑油行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 润滑油的相关概述

第一节 润滑油的介绍

一、润滑油的定义

二、润滑油的构成

三、润滑油的作用

四、润滑油脂的基本性能

第二节 工业润滑油的简介

一、工业润滑油的概念

二、工业润滑油的种类

三、工业润滑油应用领域

第三节 润滑油相关分类及产业链

一、润滑油分类及规范

二、润滑油基础油分类

三、润滑油产业链分析

第二章 2011-2012年全球润滑油发展分析

第一节 2011-2012年全球润滑油行业概况

一、全球润滑油总体发展状况

二、全球润滑油的发展特点分析

三、全球润滑油技术的发展特点

第二节 2011-2012年世界润滑油基础油的发展

一、国外润滑油基础油分类及构成

二、全球润滑油基础油生产情况

三、全球润滑油基础油的生产趋势

第三节 美国润滑油

一、美国润滑油的市场构成

二、美国润滑油市场需求预测

三、美国合成润滑油基础油市场分析及展望

第四节 俄罗斯润滑油

一、俄罗斯润滑油市场生产及消费概况

二、2009年俄罗斯润滑油市场发展分析

三、2010年俄罗斯润滑油市场稳定复苏

四、2011年俄罗斯上调基础油出口关税

五、2012年俄罗斯润滑油市场发展态势

第五节 其他地区润滑油发展分析

一、亚洲高品质润滑油市场需求增长迅速

二、墨西哥润滑油市场发展状况

三、印度润滑油市场发展预测

第三章 2011-2012年中国润滑油发展分析

第一节 2011-2012年中国润滑油的发展概况

一、我国润滑油发展的影响因素

二、我国润滑油市场的发展现状

三、我国润滑油市场的发展格局

四、润滑油市场销售终端浅析

第二节 2009-2012年中国润滑油市场分析

一、2009年我国润滑油市场的发展

二、2010年我国润滑油市场供需分析

三、2011年我国润滑油市场发展分析

四、2012年我国润滑油市场发展态势

第三节 2009-2012年润滑油进出口分析

一、2009年润滑油进出口分析

二、2010年润滑油进出口情况

三、2011年我国润滑油进出口情况

四、2012年1-8月我国润滑油进出口情况

第四节 2011-2012年国外润滑油公司在中国投资状况

一、国外润滑油公司在华投资的历程

二、国外润滑油公司在华投资策略

三、跨国润滑油企业在华投资不断加快

四、马石油向中国高端润滑油市场发力

第五节 2011-2012年我国润滑油行业技术创新的综述

一、润滑油行业发展面临的技术环境

二、国内外润滑油行业技术发展概况

三、我国润滑油行业的技术创新

第六节 润滑油行业存在的问题及对策

一、中外品牌润滑油存在的差距

二、我国润滑油行业有待规范

三、国产润滑油面临的挑战

四、中国润滑油发展关键靠科技和服务

五、我国润滑油行业的发展策略

第四章 2010-2012年全国及主要地区润滑油产量分析

第一节 2010-2012年全国总产量分析

第二节 2010-2012年东北地区分析

第三节 2010-2012年华北地区分析

第四节 2010-2012年华东地区分析

第五节 2010-2012年华中地区分析

第六节 2010-2012年华南地区分析

第七节 2010-2012年西南地区分析

第八节 2010-2012年西北地区分析

第五章 2011-2012年润滑油主要产品分析

第一节 车用润滑油

一、中国车用润滑油的发展情况

二、我国车用润滑油发展取得进展

三、我国车用润滑油生产工艺发展综述

四、影响中国车用润滑油市场发展的因素

第二节 内燃机油

- 一、中国内燃机油的规格与牌号介绍
- 二、高档内燃机油质量标准需尽快制定
- 三、内燃机油规格的发展探讨

第三节 齿轮油

- 一、中国齿轮油的分类
- 二、汽车齿轮油的发展分析
- 三、工业齿轮油的发展方向
- 四、稠化型工业齿轮油应用前景广阔

第四节 液压油

- 一、中国液压油的分类和产品标准
- 二、液压油的几大关键要素
- 三、液压油管理应关注的问题

第六章 2011-2012年润滑油上游产品分析

第一节 润滑油基础油

- 一、我国润滑油基础油市场概况
- 二、2010年我国润滑油基础油市场发展概述
- 三、2010年我国润滑油基础油进出口情况
- 四、2011年我国基础油市场发展分析
- 五、2011年我国基础油进出口总体情况
- 六、2011年我国各地区基础油进口情况
- 七、2012年我国润滑油基础油市场的发展

第二节 润滑油添加剂

- 一、中国润滑油添加剂概况
- 二、中国润滑油添加剂研究取得新进展
- 三、我国成立首个润滑油添加剂行业性组织

第七章 2011-2012年润滑油品牌营销与竞争分析

第一节 2011-2012年润滑油行业品牌分析

- 一、润滑油品牌传播分析
- 二、润滑油品牌规划及市场推广分析
- 三、润滑油品牌国际化分析
- 四、高端品牌润滑油的战略分析

第二节 2011-2012年润滑油行业营销分析

- 一、润滑油行业的专业化营销分析

二、润滑油行业的服务营销分析

三、润滑油行业的营销渠道探讨

四、润滑油星级销售代表制的思考

第三节 2011-2012年润滑油市场竞争分析

一、我国润滑油市场竞争的现况

二、润滑油企业国际化竞争的经营战略

三、国内润滑油企业提高竞争力的建议

四、我国润滑油市场竞争将不断加剧

第八章 2010-2012年润滑油行业重点企业分析

第一节 壳牌润滑油

一、公司简介

二、2010年壳牌公司经营状况

三、2011年壳牌公司经营状况

四、2012年壳牌公司经营状况

五、壳牌润滑油的营销策略

第二节 BP润滑油

一、公司简介

二、2010年BP经营状况

三、2011年BP经营状况

四、2012年BP经营状况

第三节 美孚润滑油

一、公司简介

二、2010年埃克森美孚经营状况

三、2011年埃克森美孚经营状况

四、2012年埃克森美孚经营状况

五、埃克森美孚中国的策略分析

第四节 长城润滑油

一、公司简介

二、十一五期间长城润滑油市场发展情况

三、十一五期间长城润滑油市场发展特点

四、2011年长城润滑油市场发展情况

五、2012年长城润滑油市场发展情况

六、长城润滑油的竞争策略解析

第五节 昆仑润滑油

一、公司简介

二、昆仑润滑油技术创新取得佳绩

三、2010年昆仑润滑油加大国际市场发展力度

四、2011年昆仑润滑油自主研发创新的发展道路

五、2012年昆仑润滑油实施差异化战略

第九章 我国润滑油行业的发展预测

第一节 2020年我国将成为世界最大的润滑油市场

第二节 我国润滑油市场发展将迎来国产时代

第三节 我国润滑油产品未来市场营销走向

通过《2013-2017年中国润滑油市场分析预测及发展前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/132244.html>