

2013-2017年中国润滑油市场评估及发展趋势研究 报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国润滑油市场评估及发展趋势研究报告》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/133777.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

2012年1-10月，全国润滑油的产量达699.8万吨，同比下降0.14%。其中，10月份我国生产润滑油69.63万吨，同比下降0.94%。目前，全国润滑油厂至少有4500家，对汽油机油而言，SF级及以下级别会占到80%以上，而SG级及以上油品的占有率还不到20%。而柴油机油，CC级及以下级别占到70%以上，CD级约占20%，而CF-4级及以上油品的占有率不足10%，用油水平不但不能同欧美等发达国家相比，就是同周边的一些国家地区相比，也是比较低的。这同时说明，中国的油品升级换代的速度将会加快。

《2013-2017年中国润滑油市场评估及发展趋势研究报告》依托公司多年来对润滑油的研究，结合润滑油历年供需关系变化规律，对润滑油内的企业群体进行了深入的调查与研究，采用定量及定性的科学研究方法撰写而成。

《2013-2017年中国润滑油市场评估及发展趋势研究报告》对我国润滑油的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

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，进出口数据主要来自海关及商务部，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

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状
- 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年中国润滑油市场评估及发展趋势研究报告》，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、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/133777.html>