

2022-2028年广西成品油产业发展态势及市场发展策略报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年广西成品油产业发展态势及市场发展策略报告》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.chyxx.com/research/202109/973506.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

智研咨询发布的《2022-2028年广西成品油产业发展态势及市场发展策略报告》共九章。首先介绍了广西成品油行业市场发展环境、广西成品油整体运行态势等，接着分析了广西成品油行业市场运行的现状，然后介绍了广西成品油市场竞争格局。随后，报告对广西成品油做了重点企业经营状况分析，最后分析了广西成品油行业发展趋势与投资预测。您若想对广西成品油产业有个系统的了解或者想投资广西成品油行业，本报告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 中国成品油行业运行形势分析

第一节 中国成品油行业发展现状分析

一、中国成品油行业政策环境分析

- (一) 资源税改革进一步深化
- (二) 航空煤油价格市场化改革
- (三) 石油流通行业发展政策
- (四) 成品油价改取得新进展

二、中国成品油企业能耗问题

三、2021年石油制品行业发展概况

第二节 中国成品油价税费改革分析

- 一、中国成品油价税费改革历程
- 二、中国成品油价税费改革方案
- 三、2021年中国成品油调价情况

第三节 中国成品油市场供需分析

一、中国成品油供给规模

- (一) 汽油
- (二) 柴油
- (三) 煤油

二、中国成品油消费规模

- (一) 汽油
- (二) 柴油

（三）煤油

三、中国成品油价格走势

（一）汽油

（二）柴油

（三）煤油

第四节 中国成品油管道建设运行情况分析

一、成品油管道建设的重要性

二、成品油管道技术发展状况

三、成品油管道发展现状分析

四、成品油管道线网建设分析

五、成品油管道运输规模分析

六、成品油管道未来发展重点

第五节 中国成品油物流分析

一、成品油物流环节的主要介绍

二、成品油物流管理现状与对策分析

三、RFID技术在成品油配送中的应用

四、成品油企业物流信息化管理分析

五、成品油第三方物流发展情况分析

第二章 广西成品油行业发展环境分析

第一节 广西宏观经济发展现状

一、广西GDP增长情况分析

二、广西工业经济发展形势

三、广西全社会固定资产投资

四、广西城乡居民收入与消费

第二节 广西能源生产与消费

一、生产与消费总量

（一）能源生产分析

（二）能源消费分析

二、煤炭生产与消费

（一）煤炭生产情况

（二）煤炭消费情况

三、电力生产与消费

（一）电力生产情况

（二）电力消费情况

第三节 广西石油资源分析

- 一、广西石油储量规模
- 二、广西石油产量规模
- 三、广西石油消费规模

第三章 广西成品油产业链分析

第一节 广西成品油产业链结构

第二节 广西成品油产业链上游分析

一、中石油

- (一) 原油加工量
- (二) 汽油产量与销售量
- (三) 煤油产量与销售量
- (四) 柴油产量与销售量

二、中石化

(一) 中石化成品油产量分析

- 1、原油加工量
- 2、汽油产量分析
- 3、柴油产量分析

(二) 中石化成品油销量分析

- 1、成品油销售量分析
- 2、成品油零售量分析

三、中海油

第三节 广西成品油产业链下游分析

一、成品油流通环节

- (一) 成品油批发企业
- (二) 成品油零售企业
- (三) 成品油仓储企业

二、加油站

- (一) 加油站数量
- (二) 加油站市场现状

第四章 广西成品油需求领域分析

第一节 广西汽车行业发展现状

- 一、广西汽车生产情况
- 二、广西汽车销售情况

三、广西民用汽车保有量情况

- (一) 广西民用汽车保有量
- (二) 广西载客汽车保有量
- (三) 广西载货汽车保有量

四、广西私人用汽车数量

五、广西公路营运车辆数

六、广西新注册民用汽车数量

第二节 广西机场建设情况分析

- (一) 广西机场分布情况
- (二) 广西机场旅客数量
- (三) 广西机场货运规模
- (四) 广西航空运输前景

第三节 广西公路

- (一) 广西公路建设规模
- (二) 广西公路旅客数量
- (三) 广西公路货运规模
- (四) 广西公路运输前景

第五章 2017-2021年广西成品油所属行业经济运行分析

第一节 2017-2021年广西成品油所属行业发展分析

第二节 2021年广西成品油所属行业经济运行状况

- 一、成品油行业企业数量分析
- 二、成品油所属行业资产规模分析
- 三、成品油所属行业销售收入分析
- 四、成品油所属行业利润总额分析

第三节 2021年广西成品油所属行业运营效益分析

- 一、成品油所属行业盈利能力分析
- 二、成品油所属行业的毛利率分析
- 三、成品油所属行业运营能力分析
- 四、成品油所属行业偿债能力分析
- 五、成品油所属行业成长能力分析

第四节 2021年广西成品油所属行业成本费用分析

- 一、成品油所属行业销售成本分析
- 二、成品油所属行业销售费用分析
- 三、成品油所属行业管理费用分析

四、成品油所属行业财务费用分析

第六章 广西成品油细分市场分析

第一节 广西汽油市场

一、广西汽油市场供需分析

（一）广西汽油产量分析

（二）广西汽油消费分析

二、广西汽油消费结构分析

三、广西汽油价格情况分析

第二节 广西柴油市场

一、广西柴油市场供需分析

（一）广西柴油产量分析

（二）广西柴油消费分析

二、广西柴油消费结构分析

三、广西柴油价格情况分析

第三节 广西煤油市场

一、广西煤油市场供需分析

（一）广西煤油产量分析

（二）广西煤油消费分析

二、广西煤油消费结构分析

第七章 广西重点成品油企业竞争力分析

第一节 中国石油天然气股份有限公司广西石化分公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

五、企业竞争优势分析

第二节 中国石化北海炼化有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第三节 中油广西田东石油化工总厂有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业最新动态分析

第四节 钦州天恒石化有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

第五节 中海油广西能源有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

四、企业销售网络分布

四、企业竞争优势分析

第八章 2022-2028年广西成品油行业发展前景与趋势预测分析

第一节 2022-2028年广西成品油行业发展环境分析

第二节 2022-2028年广西成品油行业走势预测分析

一、广西成品油市场供给规模预测

（一）汽油供给规模预测

（二）柴油供给规模预测

（三）煤油供给规模预测

二、广西成品油市场消费规模预测

（一）汽油消费规模预测

（二）柴油消费规模预测

（三）煤油消费规模预测

第三节 2022-2028年广西成品油行业投资前景分析

一、广西成品油行业投资机会分析

二、广西成品油行业投资壁垒分析

三、广西成品油行业投资风险分析

（一）行业政策风险

（二）原料供应风险

（三）信息滞后风险

（四）环保安全风险

第九章 2022-2028年广西成品油企业营销与投资战略规划分析

第一节 成品油企营销管理现状分析

- 一、国内外成品油营销管理探析
- 二、中国成品油营销服务现状分析
- 三、中国成品油营销服务特征分析

第二节 广西成品油企营销管理策略建议

- 一、成品油营销中应注意的问题分析
 - (一) 正确认识市场开发在营销中的作用
 - (二) 应当重视营销中的客户价值识别
 - (三) 成品油营销中须注意的事项
- 二、成品油销售企业服务营销策略
- 三、买方经济下的成品油营销策略
- 四、成品油产品市场营销策略分析

第三节 广西成品油企业战略规划策略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第四节 广西成品油企业重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、企业重点客户的鉴别与确定
- 三、企业重点客户的开发与培育
- 四、企业重点客户战略问题解决
- 五、企业重点客户市场营销策略 (ZY ZS)