



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国石油行业市场分析及 发展前景预测报告

# 一、调研说明

《2009年中国石油行业市场分析及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/10278.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

简介：

历时三月，本研究中心的《高油价背景下可替代能源行业研究及投资分析报告系列》系列论证，修改，终于定稿面世。

在这短短三个月中，国际石油价格在短暂的徘徊后，又开始一路上扬，在我们封稿的6月26日，全球主要石油交易中心原油期货价格已经登上了138美元的历史高位。毋庸置疑，全球已经进入高油价时代，而且，高油价将成为一种长期趋势。

面对这种趋势，过去为解决传统能源不足而发展起来的新能源（包括核能、风能、太阳能以及生物质能等）开始重新被重视起来，尤其对于我国这样一个缺乏石油，而又处于重工业化发展阶段的国家，发展新能源、已成为牵涉到国家安全和经济可持续发展的重要问题。

我国在“十一五”规划中明确提出“加快发展风能、太阳能、生物质能等可再生能源”，预计到2010年，新能源发电比例占我国发电总量的比例将从目前的0.2%上升到3.5%。根据相关规划，到2010年和2020年我国可再生能源开发利用量将分别达到2.7亿吨标准煤和5.3亿吨标准煤，分别约占届时一次能源消费量的10%和16%。到2010年可再生能源将占到能耗总量的10%，到2020年这一比例将提高到16%。

《可再生能源产业发展指导目录》中也将风能、太阳能、生物质能、地热能、海洋能、水能等6大类88个指导项目列入其中，这些可再生能源和新能源将获重点支持。

本研究中心的《高油价背景下可替代能源行业研究及投资分析报告系列》包括《高油价背景下的可替代能源投资机会及可行性分析报告》、《油价背景下核电行业研究及投资可行性分析报告》、《高油价背景下水电行业研究及投资可行性分析报告》、《高油价背景下石油行业研究及投资可行性分析报告》、《高油价背景下风力发电行业研究及投资可行性分析报告》、《高油价背景下氢能源行业研究及投资可行性分析报告》、《高油价背景下煤化工行业投资机会及可行性分析报告》、《高油价背景下乙醇汽油行业投资机会及可行性分析报告》、《高油价背景下二甲醚行业投资机会及可行性分析报告》、《高油价背景下光伏太阳能行业投资机会及可行性分析报告》十份产品，全景的分析了高油价背景下各种新能源的发展情况和投资机会，指出了投资前景和可行性分析，是新能源企业和机构投资者掌握行业情况，把握这一高油价背景下历史投资机遇最佳和最全面参考资料。

目录：

第一章 石油行业运行宏观环境分析 1

第一节 国内宏观经济环境及与石油行业关联性分析 1

一、2007年中国宏观经济运行情况 1

二、2008年经济增长趋势预测	9
三、2008年5月PPI涨幅8.2%	12
四、石油行业经济敏感性分析	13
五、持续高油价对中国经济的影响	14
(一) 我国石油对外依存度较高	14
(二) 通过行业传导制约经济高速增长	15
(三) 高油价会引发输入型通货膨胀	15
六、重化工业化将带动石油石化产品需求高速增长	16
第二节 全球经济环境分析	17
一、2008年全球经济展望	17
二、世界经济对油价的承受能力	21
三、高油价威胁全球经济复苏	22
第三节、产业政策分析	23
一、八家企业获成品油批发经营资格	23
二、消费税调整提升国产乙烯竞争力	24
三、发布《关于民营成品油企业经营有关问题的通知》	25
四、发布《关于成品油进口税收问题的通知》	27

## 第二章 2008年石油市场需求及价格分析 28

### 第一节 2007年国际油价持续高位运行 28

### 第二节 促使国际油价长期高位运行的主要因素 29

#### 一、2010后石油供应前景堪忧 29

#### 二、美元贬值及降息因素 30

#### 三、炼油瓶颈因素 31

#### 四、石油库存减少因素 31

#### 五、OPEC集团控制因素 32

### 第三节 2008年石油价格走势预测及影响 33

## 第三章 2008年国际石油市场分析及预测 36

### 第一节 世界能源市场格局分析 36

#### 一、高油价影响下的世界能源市场 36

#### 二、世界石油工业形势分析及预测 38

### 三、国际能源秩序的酝酿与调整 45

#### 第二节 2007年国际石油市场回顾和2008年预测 47

##### 一、2007年国际石油市场回顾与分析 47

##### 二、2008年国际石油市场预测 48

#### 第三节 俄罗斯与中国的油气合作 50

##### 一、中俄扩大油气合作的有利条件 50

##### 二、制约中俄油气合作的主要因素 50

#### 第四节 相关地区石油市场分析 52

##### 一、中东地区石油市场分析 52

##### 二、大中亚地区的石油市场态势 52

##### 三、加拿大油气工业现状 59

### 第四章 2007年中国石油市场回顾及2008年石油天然气行业运行情况分析 60

#### 第一节 2006年我国石化工业发展情况 60

##### 一、生产增速有所放缓 60

##### 二、石化产品进出口贸易活跃 60

##### 三、乙烯工业加速发展 60

##### 四、投资主体多元化 62

##### 五、投资项目集中在煤甲醇、PVC装置建设 63

#### 第二节 2007年我国石化工业发展情况 63

#### 第三节 2008年一季度中国石油天然气行业产销分析 65

##### 一、中国一季度原油生产情况分析 65

##### 二、中国一季度精炼石油产品生产情况分析 67

###### （一）原油加工量 67

###### （二）成品油生产量 69

###### （三）液化石油气生产量 77

##### 三、中国一季度天然气生产情况分析 78

##### 四、中国一季度石油天然气行业进出口分析 80

###### （一）全国原油进口呈增加的趋势 80

###### （二）我国成品油进口持续增长 82

###### （三）全国成品油出口基本保持平稳 83

##### 五、中国一季度石油天然气行业价格分析 84

(一) 国际原油价格持续上涨 84

(二) 国内成品油价格稳步上涨 86

(三) 天然气市场价格变化情况分析 88

#### 第四节 中国石油天然气行业一季度经营情况分析 88

##### 一、中国石油天然气开采行业一季度经营情况分析 88

(一) 成长能力分析 88

(二) 营运能力分析 89

(三) 盈利能力分析 89

(四) 偿债能力分析 91

##### 二、中国精炼石油产品的制造行业一季度经营情况分析 91

(一) 成长能力分析 91

(二) 营运能力分析 92

(三) 盈利能力分析 93

(四) 偿债能力分析 94

### 第五章 我国成品油细分市场现状与未来走势分析 95

#### 第一节 我国成品油市场消费特点回顾 95

#### 第二节 2007年中国成品油市场分析 98

##### 一、生产情况 98

##### 二、主要产品产量分析 101

##### 三、进出口情况 103

#### 第三节 成品油市场放开影响分析 105

##### 一、市场参与主体将逐渐变化 105

##### 二、民营企业面临巨大考验 106

##### 三、跨国石油公司将大量涌入 107

##### 四、政府管理面临巨大挑战 107

### 第六章 海洋石油工业分析 109

#### 第一节 世界海洋石油工业现状及发展趋势分析 109

##### 一、未来油气产量增长主要来自海洋 109

##### 二、深水油气产量所占比重越来越大 109

##### 三、亚太将成为全球海洋油气工业的引擎 110

## 第二节 中国海洋石油工业发展分析 111

### 一、我国海洋石油工业成就卓著 111

### 二、当前我国与世界海洋石油工程技术的主要差距 112

### 三、世界最新海洋石油钻井机械与我国钻井机械的参数对比 114

### 四、发展我国海洋石油工业的建议 115

## 第七章 应对石油风险与建立石油期货市场 117

### 第一节 我国石油风险分析与预测 117

#### 一、我国石油安全存在的主要问题 117

#### 二、主要石油消费国家规避国际油价波动的政策和措施 118

### 第二节 石油期货市场分析 121

#### 一、世界石油期货市场简况 121

##### （一）石油期货市场崛起并开始发挥主导作用 121

##### （二）影响石油期货发展的因素 122

#### 二、我国石油期货的发展 123

##### （一）我国石油期货的兴起和发展 123

##### （二）石油期货与中远期市场的争论 124

## 第八章 各国成品油定价机制分析 125

### 第一节 马来西亚 调高油价减少政府财政赤字 125

### 第二节 英国 零售油价易涨难跌 126

### 第三节 美国 汽油价格并非只涨不跌 126

### 第四节 比利时 油价高涨时"让利于民" 127

## 第九章 国外加油站的发展趋势及启示 129

### 第一节 国外加油站行业发展趋势 129

#### 一、单站规模大型化 网络布局合理化 129

#### 二、服务综合化 品牌多元化 130

#### 三、设备设施自动化 加油服务自助化 131

#### 四、更健康 更安全 更环保 132

### 第二节 国外加油站的发展给我们的启示 133

#### 一、积极调整网络布局，推进大型化、高效站建设 133

- 二、积极推进加油站服务综合化和品牌多元化发展 134
- 三、稳步推进加油站设备设施的自动化和自助化水平 135
- 四、主动向更健康、更安全、更环保、更节能的方向发展 135

## 第十章 重点企业分析 136

### 第一节 中国石油石化公司分析 136

#### 一、中国石油和化工业三大公司2007年运营业绩及竞争能力分析 136

- (一) 中国石油2007年运营业绩及其优势分析 136
- (二) 中国石化2007年运营业绩及其优势分析 137
- (三) 中海油2008-2010年的经营业绩分析及预测 140

#### 二、我国石油石化公司与国外公司的差距分析 140

### 第二节 国外大石油石化公司进军中国市场现状与策略分析 141

#### 一、跨国石油石化公司进军中国市场现状 141

#### 二、国外大石油公司在华发展的主要业务情况 144

- (一) 发展LPG、LNG和天然气管道业务 144
- (二) 加速建立油品分销网络 144
- (三) 扩大下游石化业务 145
- (四) 开发炼油业务 145
- (五) 积极开展勘探开发项目 146
- (六) 积极涉足电力和新能源领域 146

#### 三、跨国石油石化公司进军中国市场策略和对华业务发展的特点 147

#### 四、跨国石油石化公司在华今后发展趋势及对策思考 154

### 第三节 外资石油公司在华业务发展的动向分析 156

#### 一、外资石油公司在华业务的新表现 156

- (一) 技术与资本合作——上下游生产全面协作 156
- (二) 战略支持——利用战略投资者身份加快在华发展 157
- (三) 终端渗透——建立合资加油站 157
- (四) 油品仓储物流建设——特别的投资 158

#### 二、外资石油公司在华业务发展新趋势 159

- (一) 产业链构建与调整——轻上游开发，重下游建设和终端控制 159
- (二) 投资方式转变——趋于以独资代替合资，收购兼并出现 159



## 第十一章 我国石油行业管理体制分析 161

### 第一节 我国石油行业管理体制现状 161

#### 一、石油勘探开采业 161

#### 二、石油炼制造业 162

#### 三、石油进出口贸易管理 163

#### 四、成品油流通领域 164

#### 五、石油价格的管理 166

### 第二节 我国石油行业的市场化发展方向 170

#### 一、政府应转变职能 170

#### 二、制定非歧视性的市场准入政策 171

#### 三、石油来源多样化 171

#### 四、市场开放的关键是石油进口权的逐步放开 172

#### 五、石油价格市场化的前提是破除垄断 172

## 第十二章 2008年高油价背景下替代能源的发展现状与策略 174

### 第一节 发展替代能源的经济可行性 174

### 第二节 天然气 174

### 第三节 清洁电力 175

#### 一、核电 175

#### 二、风力发电 175

#### 三、水力发电 176

### 第四节 其他新能源 176

#### 一、太阳能 176

#### 二、煤液化油 176

#### 三、燃料乙醇 177

#### 四、生物柴油 177

### 第五节 我国应对油价高涨的中长期对策 178

## 表目录

### 表格1：1995年-2007年全国粮食总产量分析 1

### 表格2：1995年-2007年全国工业增加值分析 2

### 表格3：1995年-2007年全国固定资产投资分析 3

表格4：1995年-2007年社会消费品零售总额分析 4

表格5：2007年1-12月CPI指数表 5

表格6：1995年-2007年进出口总额 6

表格7：1995年-2007年农民人均纯收入 7

表格8：1995年-2007年城镇居民人均可支配收入 8

表格9：不同行业对国民经济的敏感性 13

表格10：2008年经济增长预测表 18

表格11：IMF最新经济（贸易）增长预测及调整幅度（%） 19

表格 12：2003-2009年世界石油供需情况表 29

表格 13：2006-2010年中国陆续投产的乙烯生产装置情况（万吨） 61

表格 14：2006年-2008年全国各月石油产量统计表 65

表格 15：2008年1-3月各省份产品产量统计表（吨） 66

表格 16：2008年1-3月全国各省份原油加工量统计表 67

表格 17：2008年1-3月各省份汽油产量统计表 69

表格 18：2008年1-3月各省份柴油产量统计表 71

表格 19：2008年1-3月各省份煤油产量统计表 73

表格 20：2008年1-3月各省份燃料油产量统计表 75

表格 21：2008年1-3月各省份液化气统计表 77

表格 22：2008年1-3月各省份天然气产量统计表 79

表格 23：2006年-2008年第一季度全国各月累计原油进口量统计表 81

表格 24：2006年-2008年第一季度全国累计成品油进口量统计表 82

表格 25：2006-2008年第一季度年全国各月成品油出口量统计表 83

表格 26：2004-2008年全国天然原油和天然气开采行业成长性指标统计表（%） 88

表格 27：2004年-2008年全国天然原油和天然气开采营运能力指标统计表（次） 89

表格 28：2004-2008年全国天然原油和天然气开采盈利能力指标统计表（1） 90

表格 29：2004-2008年全国天然原油和天然气开采盈利能力指标统计表（2）（%） 90

表格 30：2004-2008年全国天然原油和天然气开采偿债能力指标统计表（%） 91

表格 31：2004-2008年全国精炼石油产品的制造行业成长性指标统计表（%） 92

表格 32：2004-2008年全国精炼石油产品的制造营运能力指标统计表（次） 92

表格 33：2004-2008年全国精炼石油产品的制造盈利能力指标统计表（1） 93

表格 34：2004-2008年全国精炼石油产品的制造盈利能力指标统计表（2）（%） 93

表格 35：2004年-2008年全国精炼石油产品的制造偿债能力指标统计表（%） 94

表格 36：2007年我国成品油产品出口情况表（吨、万美元）	103
表格 37：2007年我国成品油产品进口情况表（吨、万美元）	104
表格 38：各种新型能源油价与对应表	174

## 图目录

图表1：2007年1-12月CPI指数图	5
图表 2：2007年1月-2008年5月CPI及PPI走势图	13
图表 3：2000-2006年中国石油和化学工业占GDP比重	17
图表4：主要国家宏观经济展望	18
图表 5：1986-2008年全球石油消费增速与GDP增速相关性分析	21
图表 6：1978-2007年国际原油期货价格走势	28
图表 7：2007年国际原油期货价格走势（美元/桶）	28
图表 8：2003-2012年世界石油供需状况预测	30
图表 9：2002-2006年美国原油月度库存情况	31
图表 10：1986-2008年全球石油消费增速与GDP增速关系	33
图表 11：2007国际原油现货价格走势（美元/桶）	33
图表 12：1995-2005年中国乙烯产量与当量需求趋势	61
图表 13：2006年-2008年全国各月石油产量	65
图表 14：2008年1-3月石油产量前10位省份	67
图表 15：2008年1-3月中国原油加工量前10位省份	69
图表 16：2008年1-3月中国汽油产量前10位省份	71
图表 17：2008年1-3月中国柴油产量前10位省份	73
图表 18：2008年1-3月中国煤油产量前10位省份	74
图表 19：2008年1-3月中国燃料油产量前10位省份	76
图表 20：2008年1-3月中国燃料油产量前10位省份	78
图表 21：2008年1-3月中国天然气产量前10位省份	80
图表 22：2006-2008年第一季度全国累计原油进口量	81
图表 23：2006年-2008年第一季度全国累计成品油进口量	83
图表 24：2006-2008年第一季度全国累计成品油出口量	84
图表 25：2007年3月-2008年3月纽约商品交易所-WTI价格走势	86
图表 26：2006年1月-2008年3月国际原油价格走势	86
图表 27：2006年-2008年3月国内外汽油价格走势	87

图表 28：2006年-2008年3月国内外柴油价格走势 87

图表 29：2004-2006年国内成品油消费变化情况 95

图表 30：1980-2005年国内成品油消费行业变化图 96

图表 31：2001-2005年我国汽油生产标号的变化情况图 96

图表 32：2001-2005年我国煤油消费结构变化趋势图 97

图表 33：1995-2005年国内柴油消费行业变化趋势图 98

图表 34：2006-2007年华北地区原油加工量变化图 98

图表 35：2006-2007年东北地区原油加工量变化图 99

图表 36：2006-2007年华东地区原油加工量变化图 99

图表 37：2006-2007年华中地区原油加工量变化图 100

图表 38：2006-2007年华南地区原油加工量变化图 100

图表 39：2006-2007年西北地区原油加工量变化图 101

图表 40：2006-2007年我国汽油分省市产量比较图 101

图表 41：2006-2007年我国柴油产量分地区变化图 102

图表 42：2006-2007年我国煤油产量分地区变化图 102

图表 43：2006-2007年我国燃料油产量分省市变化图 103

图表 44：2006-2007年我国润滑油产量分省市变化图 103

图表 45：中石油2007年各板块收入与利润 136

图表 46：2002-2007年中国石化原油生产毛利率走势图 137

图表 47：2002-2007年中国石化炼油毛利率走势图 138

图表 48：2002-2007年中国石化销售毛利率走势图 138

图表 49：2002-2007年中国石化化工毛利率走势图 139

图表 50：2006-2007年中国石化经营数据比较表 139

图表 51：1990-2006年世界天然气储量变化情况 174

图表 52：2006年世界主要国家天然气剩余探明可采储量 175

图表 53：我国现有燃料乙醇生产企业产能情况 177

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10278.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。