



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国石油工程车市场运行态势及投资前景分析报告

# 一、调研说明

《2015-2020年中国石油工程车市场运行态势及投资前景分析报告》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/253720.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](mailto: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

### 第一章 中国石油工程车行业发展概述

#### 第一节 石油工程车行业发展情况

##### 一、石油工程车定义

##### 二、石油工程车行业发展历程

#### 第二节 石油工程车产业链分析

##### 一、产业链模型介绍

##### 二、石油工程车产业链模型分析

#### 第三节 2011-2014年中国石油工程车行业经济指标分析

##### 一、产品赢利性和成长速度

##### 二、附加值的提升空间

##### 三、进入壁垒/退出机制

##### 四、竞争激烈程度指标

##### 五、当前行业发展所属周期阶段的判断

### 第二章 石油工程车发展环境及政策分析

#### 第一节 中国经济发展环境分析

##### 一、中国宏观经济发展现状

##### 三、中国宏观经济趋势预测

#### 第二节 行业相关政策、法规、标准

### 第三章 中国石油工程车市场运行分析

#### 第一节 石油工程车行业市场发展基本情况

##### 一、市场现状分析

##### 二、市场规模分析

##### 三、市场技术发展状况

#### 第二节 行业市场工业总产值分析

##### 一、2011-2014年市场工业总产值分析

##### 二、2013-2014年不同规模企业工业总产值分析

##### 三、2013-2014年不同所有制企业工业总产值比较

##### 四、2013-2014年行业市场工业总产值地区分布

## 第四章 2013-2014年中国石油工程车行业的国际比较分析

### 第一节 中国石油工程车行业的国际比较分析

#### 一、中国石油工程车行业竞争力指标分析

#### 二、国际石油工程车行业竞争力指标分析

### 第二节 全球石油工程车行业市场需求分析

#### 一、市场规模现状

#### 二、需求结构分析

#### 三、市场前景展望

## 第五章 中国石油工程车行业经济运行指标分析

### 第一节 2013-2014年中国石油工程车行业总体规模分析

### 第二节 2013-2014年中国石油工程车行业产销分析

### 第三节 2014年中国石油工程车行业财务指标总体分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

### 第四节 石油工程车产业链的分析

#### 一、主要环节的增值空间

#### 二、行业进入壁垒和驱动因素

#### 三、上下游行业影响及趋势分析

## 第六章 区域市场情况深度研究

### 第一节 石油工程车行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

#### 一、华北大区市场分析

#### 二、华中大区市场分析

#### 三、华东大区市场分析

#### 四、东北大区市场分析

#### 五、西南大区市场分析

#### 六、西北大区市场分析

### 第二节 石油工程车重点地区销售分析

#### 一、石油工程车华北地区销售分析

- 二、石油工程车华中地区销售分析
- 三、石油工程车华南地区销售分析
- 四、石油工程车华东地区销售分析
- 五、石油工程车东北地区销售分析
- 六、石油工程车西南地区销售分析
- 七、石油工程车西北地区销售分析

## 第七章 石油工程车市场竞争格局分析

### 第一节 2013-2014年行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

### 第二节 行业集中度分析

### 第三节 石油工程车企业竞争策略分析

- 一、2015-2020年我国石油工程车市场竞争趋势
- 二、2015-2020年石油工程车行业竞争格局展望
- 三、2015-2020年石油工程车行业竞争策略分析

## 第八章 石油工程车行业用户度分析

### 第一节 石油工程车产业用户认知程度

### 第二节 石油工程车产业用户关注因素

## 第九章 领先企业发展分析

### 第一节 中国石油宝鸡石油机械有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、企业优劣势分析
- 三、2013-2014年经营状况分析
- 四、公司发展战略分析

### 第二节 中油特种车辆有限公司

- 一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2013-2014年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第三节 南阳二机石油装备（集团）有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2013-2014年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第四节 河北渤海石油装备专用车有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2013-2014年经营状况分析

六、公司发展战略分析

第五节 通化石油化工机械制造有限责任公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2013-2014年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第五节 河南中原总机厂石油设备有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2013-2014年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第六节 四川宏华石油设备有限公司

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2013-2014年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第七节 中国石化集团江汉石油管理局第四机械厂

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2013-2014年经营状况分析

#### 四、公司发展战略分析

#### 第八节 兰州通用机器制造有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业优劣势分析

##### 三、2013-2014年经营状况分析

##### 四、公司发展战略分析

#### 第九节 胜利油田胜机石油装备有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业优劣势分析

##### 三、2013-2014年经营状况分析

##### 四、公司发展战略分析

#### 第十节 新疆第三机床厂

##### 一、企业概况

##### 二、企业优劣势分析

##### 三、2013-2014年经营状况分析

##### 四、公司发展战略分析

### 第十章 2015-2020年石油工程车行业发展趋势及影响因素

#### 第一节 石油工程车市场前景分析

##### 一、石油工程车行业利好利空政策

##### 二、石油工程车行业发展前景分析

#### 第二节 石油工程车未来发展预测分析

#### 第三节 2015-2020年石油工程车行业供需预测

#### 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

##### 一、市场整合成长趋势

##### 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

##### 三、科研开发趋势及替代技术进展

##### 四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

##### 五、石油工程车行业存在问题

### 第十一章 2015-2020年石油工程车行业投资方向与风险分析

#### 第一节 产业发展的空白点分析

## 第二节 石油工程车行业投资潜力与机会

### 第三节 新进入者应注意的障碍因素

## 第四节 2015-2020年中国石油工程车行业投资风险分析

### 一、市场竞争风险

### 二、原材料压力风险分析

### 三、技术风险分析

### 四、政策和体制风险

### 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

## 第十二章 石油工程车行业发展环境与渠道分析

### 第一节 全国经济发展背景分析

#### 一、2014年宏观经济数据分析

#### 二、2014年宏观社会环境分析

#### 三、“十二五”发展规划分析

### 第二节 主要城市发展背景分析

#### 一、主要城市区域市场特点分析

#### 二、主要城市社会经济现状分析

#### 三、未来主要城市经济发展预测

## 第十三章 2015-2020年石油工程车行业市场策略分析

### 第一节 消费者调查研究

### 第二节 营销分析与营销模式推荐

### 第三节 多元化策略分析

#### 一、行业多元化策略研究

#### 二、上下游行业策略分析

### 第四节 广告投放策略分析

#### 一、2011-2014年广告投放方式变化分析

#### 二、2011-2014年广告投放总量变化分析

#### 三、2015-2020年广告投放策略分析

### 第五节 品牌策略分析

图表目录：

图表：产业链模型分析

图表：石油工程车的在产业链运用情况

图表：2010-2014年中国石油工程车行业企业数量变化情况

图表：石油工程车行业产品生命周期曲线

图表：2011-2014年国内生产总值及其增长速度

图表：2013-2014年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2011-2014年公共财政收入及其增长速度

图表：2014年我国汇率变化情况

图表：2011-2014年我国货物进出口总额

图表：2010-2014年中国石油工程车行业资产总额情况分析

图表：2011-2014年我国石油工程车行业主营业务收入情况分析

图表：2011-2014年我国石油工程车行业产值情况分析

图表：2011-2014年我国石油工程车行业不同规模产值分析情况

图表：2011-2014年不同所有制企业工业总产值比较情况分析

图表：2013-2014年中国石油工程车工业总产值地区分布情况

图表：2011-2014年我国石油工程车出口规模情况分析

图表：全球石油工程车市场需求结构分析

图表：2010-2014年我国石油工程车行业市场规模情况分析

图表：2010-2014年我国石油工程车行业产销率情况分析

图表：2010-2014年我国石油工程行业销售净利率青铜矿分析

图表：2011-2014年我国石油工程车行业资产净利率情况分析

图表：2011-2014年我国石油工程车行业全部资产产值率情况分析

图表：2011-2014年我国石油工程车行业全部资产收入率情况分析

图表：2011-2014年我国石油工程车行业净利润率情况分析

图表：2011-2014年中国石油工程车华北地区销售分析

图表：2011-2014年中国石油工程车华中地区销售分析

图表：2011-2014年中国石油工程车华南地区销售分析

图表：2011-2014年中国石油工程车华东地区销售分析

图表：2011-2013中国石油工程车东北地区销售分析

图表：2011-2014年中国石油工程车西南地区销售分析

图表：2011-2014年中国石油工程车西北地区销售分析

图表：2013-2014年我国石油工程车市场集中度分析

图表：2015-2020年中国石油工程车不同规模市场占比情况分析

图表：2015-2020年中国石油工程车不同所有制市场占比情况分析

图表：国内石油工程车品牌知名度情况

图表：通化石油化工机械制造有限责任公司国内营销网络

图表：2010-2014年科研从业人员数量及其增长

图表：2010-2014年R&D人员数量及其增长

图表：2010-2014年科研经费支出情况

图表：2015-2020年我国石油工程车行业供给情况分析

图表：2015-2020年我国石油工程车行业需求情况分析

图表：2013-2014年中国钢材价格指数变化情况表

图表：2014年人口数及其构成

图表：2009-2014年城镇新增就业人数

图表：2009-2014年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2009-2014年农村居民人均纯收入

图表：2009-2014年城镇居民人均可支配收入

图表：2009-2014年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2009-2014年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2009-2014年卫生技术人员人数

图表：2013-2014年中国石油天然气集团公司资本结构

图表：2013-2014年中国石油天然气集团公司现金流量分析

图表：2013-2014年中国石油天然气集团公司投资收益分析

图表：2013-2014年中国石油天然气集团公司盈利能力分析

图表：2013-2014年中国石油天然气集团公司偿债能力分析

图表：2013-2014年中国石油天然气集团公司经营效率分析

图表：2014年中国石油天然气集团公司行业构成

图表：2014年中国石油天然气集团公司产品构成

图表：2014年中国石油天然气集团公司地区构成

图表：2013-2014年中国石油天然气集团公司成长能力分析

图表：2013-2014年中国海洋石油总公司资本结构

图表：2013-2014年中国海洋石油总公司现金流量分析

图表：2013-2014年中国海洋石油总公司投资收益分析

图表：2013-2014年中国海洋石油总公司盈利能力分析

图表：2013-2014年中国海洋石油总公司偿债能力分析

图表：2013-2014年中国海洋石油总公司经营效率分析

图表：2014年中国海洋石油总公司行业构成

图表：2014年中国海洋石油总公司产品构成

图表：2014年中国海洋石油总公司地区构成

图表：2013-2014年中国海洋石油总公司成长能力分析

图表：2013-2014年年中国石油化工集团公司资本结构

图表：2013-2014年年中国石油化工集团公司现金流量分析

图表：2013-2014年年中国石油化工集团公司投资收益分析

图表：2013-2014年年中国石油化工集团公司盈利能力分析

图表：2013-2014年年中国石油化工集团公司偿债能力分析

图表：2013-2014年年中国石油化工集团公司经营效率分析

图表：2014年中国石油化工集团公司行业构成

图表：2014年中国石油化工集团公司地区构成

图表：2013-2014年年中国石油化工集团公司成长能力分析

图表：2013-2014年广汇能源股份有限公司资本结构

图表：2013-2014年广汇能源股份有限公司现金流量分析

图表：2013-2014年广汇能源股份有限公司投资收益分析

图表：2013-2014年广汇能源股份有限公司盈利能力分析

图表：2013-2014年广汇能源股份有限公司偿债能力分析

图表：2013-2014年广汇能源股份有限公司经营效率分析

图表：2014年广汇能源股份有限公司行业构成

图表：2014年广汇能源股份有限公司产品构成

图表：2014年广汇能源股份有限公司地区构成

图表：2013-2014年广汇能源股份有限公司成长能力分析

图表：2013-2014年陕西省天然气股份有限公司资本结构

图表：2013-2014年陕西省天然气股份有限公司现金流量分析

图表：2013-2014年陕西省天然气股份有限公司投资收益分析

图表：2013-2014年陕西省天然气股份有限公司盈利能力分析

图表：2013-2014年陕西省天然气股份有限公司偿债能力分析

图表：2013-2014年陕西省天然气股份有限公司经营效率分析

图表：2014年陕西省天然气股份有限公司行业构成

图表：2014年陕西省天然气股份有限公司产品构成

图表：2014年陕西省天然气股份有限公司地区构成

图表：2013-2014年陕西省天然气股份有限公司成长能力分析

图表：2014年中国各类媒体广告所占份额

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/253720.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。