

H 行业战略·管理·运营书系

中国润滑油行业发展 战略研究

■ 屈智煜 著



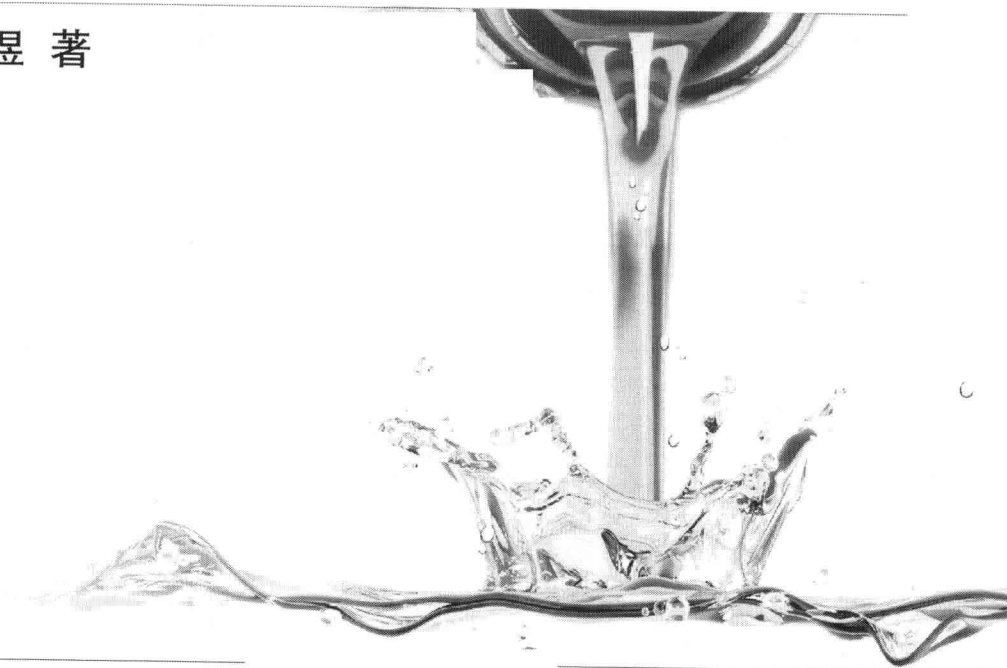
知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

H 行业战略·管理·运营书系

中国润滑油行业发展 战略研究

■ 屈智煜 著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

内容提要

本书通过对润滑油基础油、润滑油添加剂、润滑油成品油、润滑油市场、润滑油企业、润滑油技术等几个方面,对润滑油行业进行了深入细致的分析和研究,总结出了一些发展变化的规律;建立组合预测模型,关注汽车保有量与表观消费量发展变化的相互关系,预测中国润滑油市场发展变化以及走势;对中国润滑油市场竞争主体进行了SWOT分析,找出中国润滑油行业的优势与劣势,分析当前中国润滑油行业的发展环境、现状以及市场需求变化,确定了中国润滑油行业发展的中长期目标,提出了中国润滑油行业的发展战略。

本书可供与润滑油行业相关的人士及感兴趣的读者阅读、参考。

责任编辑:荆成恭

图书在版编目(CIP)数据

中国润滑油行业发展战略研究/屈智煜著. —北京:

知识产权出版社, 2013. 5

ISBN 978-7-5130-1985-9

I. ①中… II. ①屈… III. ①润滑油—石油化工行业—

工业发展战略—研究—中国 IV. ①F426. 22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 065825 号

中国润滑油行业发展战略研究

Zhongguo Runhuayou Hangye Fazhan Zhanlue Yanjiu

屈智煜 著

出版发行: 知识产权出版社

社 址: 北京市海淀区马甸南村 1 号

网 址: <http://www.ipph.cn>

发行电话: 010-82000860 转 8101/8102

责编电话: 010-82000860 转 8341

印 刷: 知识产权出版社电子制印中心

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

版 次: 2013 年 5 月第 1 版

字 数: 172 千字

ISBN 978-7-5130-1985-9/F · 604 (4830)

邮 编: 100088

邮 箱: bjb@cnipr.com

传 真: 010-82005070/82000893

责编邮箱: jingchenggong@cnipr.com

经 销: 新华书店及相关销售网点

印 张: 10.5

印 次: 2013 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 32.00 元

出版版权专有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

序

润滑油作为优质基础油和多功能添加剂的配制产品，属于技术含量很高的石油制品，广泛应用于机械设备；其发展始终与汽车、机械、交通运输等行业发展密切相关，直接关系国计民生和国家安全，具有重要的战略地位。世界各国特别是发达国家高度重视润滑油生产、销售与利用，很多国际知名石油公司都把润滑油作为企业品牌形象的重要载体。

改革开放 30 多年，中国经济持续快速增长，特别是 21 世纪以来，汽车业更是进入高速发展阶段，带动中国润滑油市场需求增长强劲，预计 2015 年消费量将达到 840 万吨左右，市场空间和发展潜力巨大；同时，中国润滑油市场尤其是利润丰厚的汽油机油高端市场，长期被壳牌、埃克森美孚等国际大石油公司占居主导地位。近年来，中国石油、中国石化等企业高举民族品牌大旗，大力实施市场战略，致力于拓展高端润滑油市场份额，强化研发、生产和营销渠道管理，迅速崛起，在中国润滑油市场形成了“昆仑”、“长城”等国内品牌与“壳牌”、“美孚”等国际品牌共同发展的竞争格局。

《中国润滑油行业发展战略研究》的作者屈智煜博士，在中国石油化工行业拥有近 30 年的工作经验。他长期从事国内外润滑油行业发展战略及营销管理等方面的研究，在 2001 ~ 2009 年，负责组织了中国石油华北区域润滑油市场开发、渠道建设、销售代表管理等业务工作，是我国润滑油发展战略研究与市场开发管理方面的专家型经营管理人才。

《中国润滑油行业发展战略研究》对基础油、添加剂、润滑油及企业、技术、管理等方面进行了分析，对国内外润滑油市场、行业发展环境等进行了深入研究，特别是通过 SWOT 分析和组合预测模型的构建，提出了中国润滑油行业发展的中长期目标和发展战略，具有很高的学术和应用价值。



《中国润滑油行业发展战略研究》既有对中国润滑油行业发展的全局性、长远性、方向性战略思考，也有对中国润滑油市场开发与营销管理实践的经验提炼，是一部理论与实践、战略与战术有机结合的专著，许多创新性分析、观点和思考，填补了中国润滑油行业发展战略研究的空白。

我相信，《中国润滑油行业发展战略研究》的出版发行，对从事中国润滑油行业发展战略研究的理论界人士、从事中国润滑油生产与销售的工作人员和经营管理者们以及关心中国润滑油行业发展的广大读者都将大有裨益。

2013 年 5 月 6 日

前 言

润滑油行业是我国支柱产业——石油和化工行业的重要组成部分，与国家宏观经济形势以及汽车、机械、交通运输等行业的发展息息相关。1998 ~ 2008 年 10 年间，中国 GDP 年均增速超过 9%，润滑油消费量年均增长率达 4.1%，而同期全球润滑油消费量年均增长率仅为 1.4%，中国润滑油年消费增长率远高于世界平均水平。按目前中国经济增长情况及汽车工业发展速度估计，今后几年中国润滑油市场需求量仍将以 5% 以上的速度增长。

我国润滑油市场消费量多年来一直保持着持续上升的势头，我国已成为世界润滑油消费的热点地区。2003 年，中国首次超过俄罗斯成为世界第二大润滑油消费国，吸引了全球主要的石油巨头和润滑油厂商在中国投资。以埃克森美孚（Exxon Mobil）、壳牌（Shell）、BP 嘉实多（BP Castrol）、雪佛龙德士古（加德士）（Chevron Texaco（Caltex））、道达尔菲纳埃尔夫（Total Fina Elf）和福斯（FUCHS）为代表的跨国石油公司纷纷加大了在中国的投资力度，使得中国润滑油市场不可避免地受到世界润滑油工业发展的冲击。

经过 2006 年的市场洗牌，2007 年外资与国产润滑油企业的竞争已经明显升级，争夺的重点更加集中到拥有高技术含量的新产品上。“在新一轮升级之战来临之际，国产润滑油企业如何稳固原有市场，并且进军高端市场攫取更大份额”，这是中国润滑油行业当前发展中迫切需要探讨并解答的问题。面对此种形势，研究中国润滑油行业的发展战略显得尤为重要。

本书首先阐述了当前润滑油行业的发展环境，从基础油、添加剂、润滑油成品油、润滑油企业、润滑油市场等方面入手，对国际润滑油行业和国内润滑油行业的现状进行了详细深入的分析，并且运用组合预测模型对 2008 ~ 2012



年五年国内润滑油市场表观消费量进行了测算，与实际表观消费量相比较基本符合国内润滑油市场的发展变化。该模型可以用来确立我国润滑油行业的中长期发展目标，并且为我国润滑油企业的健康发展提出有效措施。

关键词：润滑油行业 战略 发展环境 消费量预测

中国润滑油行业发展战略研究

创新点摘要

1. 本书撰写之前,国内学术界对润滑油行业的研究仅仅停留在某一方面或者某一角度,对润滑油行业没有全面、系统的研究。本书界定了润滑油行业研究的主要内容,主要包括润滑油基础油、润滑油添加剂、润滑油成品油、润滑油企业、润滑油市场、润滑油技术等方面,然后从以上几个方面入手,分析世界润滑油行业和国内润滑油行业现状,这也是本书研究润滑油行业的主线。(第三章)

2. 本书首次从行业角度对世界润滑油行业、国内润滑油行业作了系统的分析和阐述。从润滑油基础油、润滑油添加剂、润滑油成品油、润滑油市场、润滑油企业、润滑油技术等几个方面入手,深入阐述润滑油行业现状,并且针对国内外润滑油技术作了详细的对比和分析,有针对性地提出我国润滑油行业发展中存在的问题。(第四章、第六章)

3. 根据 1992~2007 年中国润滑油市场的年表观消费量、年汽车保有量、年国内生产总值的关联关系,运用组合预测模型,对 2008~2012 年五年内国内润滑油表观消费量作出有效预测。(第七章)

4. 论文站在行业融合、品牌整合、技术创新等战略管理学的国际国内前沿,通过对行业发展战略理论的深入研究和理解,根据目前国内润滑油市场现状,提出未来 20 年中国润滑油行业的发展目标,对我国润滑油行业的发展趋势作了预测和设想,并且提出一系列促使我国润滑油行业健康发展的有效战略措施。(第八章)

目 录

第一章 引言	1
第一节 研究背景	1
一、经济背景	1
二、行业背景	1
第二节 研究意义	2
第三节 国内外研究现状	3
第四节 研究内容及方法	6
一、研究内容	6
二、研究方法	7
第二章 行业发展战略基本理论	9
第一节 产业融合	9
一、理论综述	9
二、产业融合的主要方式	10
三、产业融合的优势及影响	10
第二节 品牌整合	11
一、品牌整合的定义	11
二、品牌整合策略	11
第三节 竞争战略	11
一、竞争结构模型	11
二、基本竞争战略	13



第四节 利基战略	13
一、利基市场策略的运作原理	13
二、利基市场的扩大	15
三、利基市场的巩固	16
第五节 技术创新	16
一、技术创新定义	16
二、技术创新与技术进步、研发、模仿、扩散相互间关系	16
三、影响因素	17
四、技术创新相关极端观点	18
第六节 本章小结	18
第三章 润滑油行业相关概念	19
第一节 润滑油	19
一、润滑油的基本定义	19
二、润滑油的组成	20
三、润滑油的分类	21
四、润滑油的特征	21
五、润滑油市场化	21
第二节 润滑油行业	22
一、行业界定	22
二、润滑油行业的特点	22
三、我国润滑油行业的变革趋势	24
第三节 本章小结	26
第四章 世界润滑油行业现状分析	27
第一节 世界润滑油基础油市场现状	27
一、润滑油基础油国际行业标准	27
二、世界润滑油基础油生产能力状况	28
三、世界各主要地区润滑油基础油供求现状	30
四、世界主要地区对润滑油基础油的技术要求	35

第二节 世界润滑油添加剂市场现状	38
一、世界润滑油添加剂供应状况	38
二、世界主要地区润滑油添加剂消费概况	39
第三节 世界润滑油消费市场现状	41
一、世界润滑油市场总体需求现状	41
二、世界各主要地区润滑油市场消费现状	43
第四节 世界润滑油市场产品结构分析	46
一、世界主要地区车用润滑油供需状况	46
二、世界主要地区车用润滑油产品结构分析	50
第五节 国际润滑油企业发展战略	54
一、国际润滑油公司业务发展战略	54
二、国际润滑油添加剂公司发展战略	58
第六节 本章小结	61
第五章 中国润滑油行业发展环境分析	62
第一节 国内宏观经济	62
一、钢铁行业	63
二、电力行业	63
三、交通运输行业	64
四、其他行业	65
第二节 汽车工业	65
一、汽车工业发展迅速	65
二、汽车技术发展对润滑油要求更高	67
第三节 环保要求	67
第四节 竞争环境	68
一、竞争环境变化	68
二、市场竞争环境对润滑油企业的影响	70
第五节 相关产业政策分析	71
第六节 本章小结	72



第六章 中国润滑油行业发展现状分析	73
第一节 国内润滑油基础油现状	73
一、基础油生产能力	73
二、基础油分类及分布	74
三、基础油供应及进出口	75
四、基础油消费	76
第二节 国内润滑油添加剂现状	77
一、国内添加剂生产概况	77
二、国内润滑油添加剂市场概况	77
三、国内外润滑油添加剂比较	80
四、中国润滑油添加剂存在的问题	84
第三节 中国润滑油市场分析	84
一、中国润滑油市场发展历程及运行特点	84
二、中国润滑油市场供需状况	87
三、国内润滑油主要产品分析	89
四、行业竞争分析	95
五、国内润滑油销售渠道分析	104
第四节 中国润滑油企业现状	108
一、国内润滑油企业分类	108
二、国内润滑油企业形态	111
三、国内润滑油企业的主要特征	114
第五节 中国润滑油生产技术现状分析	116
一、国内润滑油生产技术现状	116
二、国内润滑油技术发展存在的问题	120
第六节 本章小结	121
第七章 中国润滑油市场表观消费量预测	122
第一节 预测的基本方法	122
一、回归分析预测法	122

二、趋势外推法	123
三、组合预测法	123
第二节 润滑油表观消费量预测模型构建	124
一、润滑油表观消费量回归预测模型	124
二、润滑油表观消费量趋势外推模型	128
三、润滑油表观消费量组合预测模型	131
第三节 表观消费量预测的优缺点	133
一、优点	133
二、不足之处	133
第四节 本章小结	134
第八章 中国润滑油行业发展战略	135
第一节 指导思想、基本原则和战略目标	135
一、指导思想	135
二、基本原则	136
三、战略目标	136
第二节 主要任务	137
一、亟须确立我国润滑油行业标准	137
二、保持润滑油产业平稳运行	137
三、积极推动润滑油技术改造	137
四、加快润滑油企业联合重组	137
五、大力提高润滑油企业的管理水平	138
第三节 战略措施	138
一、提高基础油质量水平，改进基础油结构，从而满足市场需求	138
二、积极推动润滑油添加剂行业的发展	139
三、加快技术进步和设备更新	140
四、加快润滑油升级换代和新产品的开发	140
五、建设优秀的人才队伍和健康积极的企业文化	141
六、打造品牌产品，增强品牌理念	142
第四节 战略保障	143



一、加强政府监管	143
二、积极推行质量管理体系	143
三、同行企业必须自律	143
四、大力宣传润滑理念	144
第五节 本章小结	144
第九章 结论	145
参考文献	147
致谢	153

第一章 引言

第一节 研究背景

一、经济背景

润滑油行业是我国支柱产业——石化行业的一个细分行业，与机械、汽车、交通等行业的发展以及国家的宏观经济形势密切相关。

1998~2008 年 10 年间，中国 GDP 年均增速超过 9%，润滑油消费量年均增长率达 4.1%，而同期全球润滑油消费量年均增长率仅为 1.4%，中国润滑油年消费增长率远高于世界平均水平。按目前中国经济增长情况及汽车工业发展速度估计，今后几年中国润滑油市场需求量仍将以 5% 以上的速度增长。

中国经济的大幅增长，人民生活水平的不断提高，强劲购买力使汽车这个多年来被国人视为奢侈的、高档次的消费品，正以年均 20% 的增长速度快速地进入家庭，并由此迎来了国内汽车产业发展的“黄金时代”。中国润滑油市场一直保持高速扩容的态势，消费群体日益扩大，特别是车用润滑油市场保持着旺盛的增长势头。

我国润滑油市场消费量多年来一直保持着持续上升的势头，我国已成为世界润滑油消费的热点地区。2003 年，中国首次超过俄罗斯成为世界第二大润滑油消费国，吸引了全球主要的石油巨头和润滑油商在中国投资，未来几年内中国也将带动亚太地区继续成为全球润滑油消费的主要增长地区。

二、行业背景

润滑油是我国最早对外开放的产品之一。20 世纪 90 年代，外资企业带着



资金、品牌、技术等大举进入中国。2000 年以后，中国润滑油市场竞争更是空前激烈。在市场经济优胜劣汰、适者生存的自主调控下，我国润滑油市场格局呈现三分天下的态势：首先是中国石化长城润滑油和中国石油昆仑润滑油两家国字号企业，凭借其得天独厚的资源优势以及品牌和技术优势占有我国润滑油市场 60% 的份额；其次是以埃克森美孚、壳牌为代表的外资润滑油企业，以其多年积累的强大品牌影响力占据了高端润滑油市场 80% 的份额；再次是以龙蟠、莱克、统士等为代表的中国民营中小润滑油企业，凭借其独特的地方品牌概念和极其灵活的运作机制，逐渐在我国润滑油市场表现出不俗的市场竞争力。2006 年 9 月 22 日，壳牌宣布收购统一石化旗下两家公司 75% 的股份，引起业界关注。壳牌收购统一后，渗透到终端市场，势必将与国内品牌短兵相接；统一石化过去一直是国内润滑油市场最活跃的竞争者，壳牌并购统一，国际品牌与国内民营品牌的结合将造成更加严峻的竞争，对中国自主品牌将造成巨大的竞争压力，未来几年内市场格局也将发生巨大的变化。

国际润滑油企业以其品牌的绝对优势占据了国内高端润滑油市场，但是我国润滑油企业绝不甘心一直停留在中低端润滑油市场，通过不断稳定现有的中低端市场份额，加大宣传力度，打造自己的高端品牌形象，加强与原始设备制造商（OEM）的沟通，取得合作机会，从而向高端市场进军。

2006 年年底，中国按照入世时的承诺，对外资全面开放国内成品油批发市场。毫无疑问，国际石油公司在中国市场新一轮的布局已经拉开大幕，而这必将对我国润滑油市场发展与布局产生影响。可以预见的是，润滑油外资品牌将持续发力，本土中小品牌的发展面临着一个临界点，即实现新飞跃的机遇与挑战。

“在新一轮升级之战来临之际，国产润滑油企业如何稳固原有市场，并且进军高端市场攫取更大份额”，这是中国润滑油行业当前发展中迫切需要探讨并且解答的问题，也是本书撰写动因之所在。

第二节 研究意义

中国润滑油市场正在逐渐走向成熟，市场消费量仍处于持续上升阶段，是

全球润滑油消费的主要增长地区和润滑油业务发展的亮点地区，也是各大润滑油品牌市场竞争的焦点地区；同时，中国的润滑油产品结构也正在向高档化发展，产品质量不断提升，经营模式也在向集约化、规模化方向发展。

根据对过去 10 年市场消费情况的跟踪调查和分析，预计“十一五”期间我国润滑油市场总需求量将以年均 5% 左右的速度持续增长，而高档油增长速度更快，年均增速将保持在 8% 左右。

经过 2006 年的市场洗牌，2007 年外资与国产润滑油企业的竞争已经明显升级，争夺的重点更加集中到拥有高技术含量的新产品上。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。此时中国润滑油行业发展战略研究具有重要的理论价值和现实意义。

本书首先阐述了当前润滑油行业的发展环境，从基础油、添加剂、润滑油成品油、润滑油企业、润滑油市场等方面入手，对国际润滑油行业和国内润滑油行业的现状进行了详细深入的分析，并且对 2008 ~ 2012 年 5 年的国内润滑油市场表观消费量作了实测比较，最后为我国润滑油行业健康发展提出了几点建议。

希望本书的阐述与分析，可以为我国润滑油企业制定正确的发展方向和规划战略提供一些借鉴和参考，从而促进相关企业新的竞争格局中不断增强竞争优势，以获得更大的发展空间。

第三节 国内外研究现状

目前，国内外对润滑油行业发展战略的研究专著很少，只有在一些学术期刊上有一些学者或者业内人士的观点。

近几年来，随着中国经济的快速发展，中国的润滑油产业状况发生了深刻的变革，已基本形成了产业化发展的模式，描述分析了润滑油产业现状，并且提出润滑油行业的变革趋势。（宋云昌，2005）

针对中国基础油现状、成品润滑油生产技术现状和营销现状进行了分析，并从提高基础油质量、提高标准制定水平、提高企业核心竞争力、提高营销水平等方面提出了建议。（吴志华，2004）