

# 中国汽柴油清净剂市场现状规模及销售策略分析报告2021-2026年

产品名称	中国汽柴油清净剂市场现状规模及销售策略分析报告2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

## 产品详情

中国汽柴油清净剂市场现状规模及销售策略分析报告2021-2026年【报告编号】：338113【出版时间】：2021年7月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递  
【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/338113.html>  
免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

### 【报告目录】

第一部分行业运行现状第一章汽柴油清净剂市场发展概况1第一节汽柴油清净剂市场及产品介绍1一、汽柴油清净剂简介1二、汽柴油清净剂发展情况2三、汽柴油清净剂市场概述2第二节2021年汽柴油清净剂市场发展概况2一、汽柴油清净剂品牌现状2二、汽油添加剂的现状与发展趋势3三、汽油添加剂的发展动向9第三节汽柴油清净剂市场相关政策法规11一、国内外燃油添加剂标准11二、汽柴油新标准13三、汽车尾气排放标准17四、《轻型汽车污染物排放限值及测量方法（中国第五阶段）》21第四节2021-2026年汽柴油清净剂市场发展前景预测25一、机动车保有量以及汽柴油消费量趋势25二、我国车用汽油标准的清洁化发展历程及展望25第五节行业技术水平35一、汽油清净剂技术发展历程35二、汽油添加剂技术的应用36三、新型汽油清净剂主剂为环保添绿39四、多功能汽油添加剂使用性能评价40五、车用柴油添加剂的发展现状及开发方向49第六节市场推广在汽柴油清净剂行业的重要性55第七节营销渠道建设是汽柴油清净剂市场竞争的关键57一、汽柴油添加剂营销的形势57二、深度营销渠道理论的形成及其基本内涵59三、销售渠道的重要性61四、深度营销渠道是获取竞争优势的重要因素62五、深度营销渠道理论对企业营销实践的启示65第二章汽柴油清净剂市场容量/市场规模分析68第一节2011-2021年汽柴油清净剂市场容量/市场规模统计68一、汽柴油产销量68二、汽柴油清净剂产量72三、汽柴油清净剂市场规模73四、汽柴油清净剂潜在市场需求量74第二节汽柴油清净剂下游应用市场结构74一、汽油车与柴油车比较74二、乘用车消费结构76三、汽车品牌结构76四、各品牌汽车销量排名76第三节影响汽柴油清净剂市场容量/市场规模增长的因素77第四节2021-2026年我国汽柴油清净剂市场容量/市场规模预测77一、汽柴油产销量预测78二、汽柴油清净剂产量预测82三、汽柴油清净剂消费量预测82四、汽柴油清净剂潜在市场需求量预测83

五、汽车消费量及预测83第二部分市场推广策略与盈利模式第三章汽柴油清净剂市场推广策略研究86第一节汽柴油清净剂行业新品推广模式研究86一、2021年zui有效的新品推广模式86二、新产品的推广差异化87三、新品推广的具体形式88四、新品上市推广方案91五、如何用推广提升产品销量93第二节汽柴油清净剂市场终端产品发布特点94一、企业介绍94二、产品介绍94三、品牌介绍100第三节汽柴油清净剂市场中间商、代理商参与机制100一、中间商的重要性100二、选择中间商的原则101三、选择中间商的条件101四、合格中间商的判别标准103五、中间商的功能103六、中间商参与机制104第四节汽柴油清净剂市场网络推广策略研究105一、网络推广介绍105二、网络推广方法106三、网络推广工具与形式108四、网络推广方案110五、网络推广站117六、网络推广分析119七、B2B推广120八、企业推广126第五节汽柴油清净剂市场广告宣传策略127一、广告宣传要选择适当的时间127二、广告宣传要选择适当的地点128三、广告宣传要选择适当的操体129四、广告宣传要适应消费者的心理129五、广告宣传要结合产品本身的特点130第六节汽柴油清净剂市场推广与配套供货渠道建立131一、市场推广131二、配套供货渠道建立136第七节汽柴油清净剂新产品推广常见问题138一、新产品推广误区138二、新产品推广需要做的工作142第八节直销模式在汽柴油清净剂推广过程中的应用144一、直销模式二、汽柴油清净剂直销模式147第九节国外汽柴油清净剂市场推广经验介绍148一、美国市场汽柴油清净剂市场推广148二、欧洲市场汽柴油清净剂市场推广148三、日本市场汽柴油清净剂市场推广148第四章汽柴油清净剂盈利模式研究150第一节汽柴油清净剂市场盈利模式的分类150一、市场盈利模式150二、盈利模式分类150三、汽柴油清净剂盈利模式151第二节汽柴油清净剂生产企业的盈利模式研究151一、研发生产企业的盈利模式151二、无技术研发的生产企业盈利模式151第三节汽柴油清净剂经销代理商盈利模式研究152一、经销商的赢利模式152二、代理商赢利模式策略162三、中国经销商的赢利模式164四、中国汽柴油清净剂经销商盈利模式171五、燃油添加剂“加油站”销售模式误区171第四节盈利模式对市场推广策略选择的影响173第五节独立经销网络盈利模式改进研究173第六节第三方经销网络优化管理研究174一、选择第三方网络销售平台的优势174二、汽柴油清净剂第三方经销商175第三部分市场营销渠道与企业分析第五章汽柴油清净剂营销渠道建立策略176第一节汽柴油清净剂市场营销渠道结构176一、主力型渠道176二、紧凑型渠道176三、伙伴型渠道176四、松散型渠道176第二节汽柴油清净剂市场伙伴型渠道研究177一、伙伴型营销关系的概念177二、伙伴型营销渠道的特点177三、伙伴型营销渠道的层次分析179四、伙伴型营销渠道的优势分析179五、伙伴型营销渠道存在的问题180六、伙伴型营销渠道关系的构建机制181七、伙伴型营销渠道关系综述184第三节汽柴油清净剂市场直接分销渠道与间接分销渠道管理184一、直接分销渠道184二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）194第四节大客户直供销售渠道建立策略197第五节网络营销渠道优化199一、营销渠道监测和优化199二、客户关系管理200三、客户关系管理zui大化201四、营销规律总结202第六节渠道经销管理问题203一、现金流管理203二、货品进出物流管理205三、售后服务205四、销售渠道管理缺乏效率206五、专业化渠道企业发展缺乏稳定性206六、企业过分依赖中间商206七、渠道冲突严重207八、渠道经销管理五种手段207第六章汽柴油清净剂市场客户群研究与渠道匹配分析216第一节汽柴油清净剂主要客户群消费特征分析216一、职业特征216二、年龄特征217三、性别特征217四、经济条件特征218五、区域分布特征218第二节汽柴油清净剂主要销售渠道客户群稳定性分析219一、消费量稳定219二、消费比例稳定219三、消费周期稳定219四、消费品牌习惯稳定219第三节大客户经销渠道构建研究220一、如何建立自己的销售渠道220二、大客户开发的八个核心问题224三、大客户维护227四、大客户管理228第四节网络客户渠道化发展建议243第五节渠道经销商维护策略研究245一、做好渠道维护的意义245二、如何进行渠道维护才会有效246三、经销商如何做好渠道维护248四、渠道维护的几个维度248五、渠道维护的三个原则249六、渠道维护的策略与技巧探讨250第六节汽柴油清净剂市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向253一、客户群消费趋势253二、营销渠道发展方向254三、分销渠道的发展趋势254四、分销渠道系统的发展259第七章重点企业产品市场推广策略与营销渠道规划案例261第一节好顺261一、企业介绍与汽柴油清净剂相关业务261二、2011-2021年产销统计数据261三、企业汽柴油清净剂市场推广策略与渠道管理262四、汽柴油清净剂营销体系布局与商务政策设计分析262第二节中国石油化工集团公司263一、企业介绍与汽柴油清净剂相关业务263二、2011-2021年产销统计数据266三、企业汽柴油清净剂市场推广策略与渠道管理267四、汽柴油清净剂营销体系布局与商务政策设计分析267第三节深圳市非凡天下科技有限公司267一、企业介绍与汽柴油清净剂相关业务267二、2011-2021年产销统计数据273三、企业汽柴油清净剂市场推广策略与渠道管理274四、汽柴油清净剂营销体系布局与商务政策设计分析275第四节阿拉丁275一、企业介绍与汽柴油清净剂相关业务275二、2011-2021年产销统计数据277三、企业汽柴油清净剂市场推广策略与渠道管理278四、汽柴油清净剂营销体系布局与商务政策设计分析278第五节尼德尔（香港）实业有限公司278一、企业介绍与汽柴油清净剂相关业务278二、2011-2021年产销统计数据280三、企业汽柴油清净剂市场推广策略与渠道管理281四、汽柴油清净剂营销体系布局与商务政策设计分析281第六节广州力柯倍环保

科技有限公司281一、企业介绍与汽柴油清净剂相关业务281二、产品推广282第七节中国石油天然气集团公司283一、企业介绍与汽柴油清净剂相关业务283二、2011-2021年产销统计数据286第八节维环节油宝287一、企业介绍与汽柴油清净剂相关业务287二、产品推广290第九节临沂大洋石化有限公司290一、企业介绍与汽柴油清净剂相关业务290二、2011-2021年产销统计数据292三、企业汽柴油清净剂市场推广策略与渠道管理293四、汽柴油清净剂营销体系布局与商务政策设计分析293【图表目录】图表：GB17930—1999标准与欧II汽油标准的指标差别26图表：DB11/238—2004与EN228—99标准的主要技术指标差异28图表：DB11/238—2007地方标准与EN228—2005标准的主要技术要求30图表：SZJG12—2007地方标准的部分指标要求33图表：我国现行符合国 汽油标准的车用汽油地方标准和国家标准部分技术要求对比34图表：发动机试验台架42图表；试验用发动机基本参数42图表：HFRR试验条件43图表：加入HL6618前后车用汽油的HFRR试验结果对比45图表：加入HL6618前后车用汽油的M111台架测试结果45图表：加入HL6618前后车用汽油燃料消耗量台架试验结果46图表：加入HL6618前后车用汽油的双怠速污染物排放台架试验结果46图表：加入HL6618前后车用汽油的发动机净功率台架试验结果47图表：发动机石效燃油消耗率对比试验结果47图表：发动机燃油消耗量对比试验结果48图表：发动机有效功率对比试验结果48图表：发动机有效扭矩对比试验结果49图表：2011-2021年中国汽油产量及同比增长68图表：2011-2021年中国汽油消费量及同比增长69图表：2011-2021年中国汽油消费量及同比增长69图表：2011-2021年中国柴油产量及同比增长70图表：2011-2021年中国柴油消费量及同比增长70图表：2011-2021年中国车用柴油消费量及同比增长71图表：2011-2021年中国汽柴油消费量及同比增长71图表：2011-2021年中国车用汽柴油消费量及同比增长72图表：2011-2021年中国汽柴油清净剂产量及同比增长72图表：2011-2021年中国汽柴油清净剂市场规模及同比增长73图表：2011-2021年中国汽柴油清净剂潜在市场需求量及同比增长74图表：2021-2026年中国汽油产量及同比增长预测78图表：2021-2026年中国汽油消费量及同比增长预测78图表：2021-2026年中国车用汽油消费量及同比增长预测79图表：2021-2026年中国柴油产量及同比增长预测79图表：2021-2026年中国柴油消费量及同比增长预测80图表：2021-2026年中国车用柴油消费量及同比增长预测80图表：2021-2026年中国汽柴油消费量及同比增长预测81图表：2021-2026年中国车用汽柴油消费量及同比增长预测81图表：2021-2026年中国汽柴油清净剂产量及同比增长预测82图表：2021-2026年中国汽柴油清净剂市场规模及同比增长预测82图表：2021-2026年中国汽柴油清净剂潜在市场需求量及同比增长83图表：2021年主要国家和地区汽车保有量84图表：2021年汽车保有量排名前十的城市85图表：2011-2021年中国汽车保有量及同比增长85图表：伙伴型营销渠道的特点177图表：大客户渠道合作模式198图表：中国汽柴油清净剂客户职业分布216图表：中国汽柴油清净剂客户性别分布217图表：中国汽柴油清净剂客户收入分布218图表：中国汽柴油清净剂客户地区分布218图表：2011-2021年中国市场好顺牌汽柴油清净剂产量及同比增长261图表：2011-2021年中国市场好顺牌汽柴油清净剂销量及同比增长262图表：中国石油化工股份有限公司相关资料表格264图表：2011-2021年中国石油化工集团公司汽柴油清净剂产量及同比增长266图表：2011-2021年中国石油化工集团公司汽柴油清净剂销量及同比增长266图表：2011-2021年中深圳市非凡天下科技有限公司汽柴油清净剂产量及同比增长273图表：2011-2021年深圳市非凡天下科技有限公司汽柴油清净剂销量及同比增长274图表：2011-2021年中国市场阿拉丁汽柴油清净剂产量及同比增长277图表：2011-2021年中国市场阿拉丁汽柴油清净剂销量及同比增长278图表：2011-2021年中国市场尼德尔汽柴油清净剂产量及同比增长280图表：2011-2021年中国市场尼德尔汽柴油清净剂销量及同比增长280图表：广州市力柯倍环保科技有限公司数据282图表：2011-2021年中石油汽柴油清净剂产量及同比增长286图表：2011-2021年中石油汽柴油清净剂销量及同比增长286图表：维环节油宝权威检测290图表：2011-2021年山东临沂大洋石油化工有限公司汽柴油清净剂产量及同比增长292图表：2011-2021年山东临沂大洋石油化工有限公司营业收入及同比增长292