

# 2021年中国天然气市场调研报告- 行业竞争格局与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国天然气市场调研报告-行业竞争格局与发展前景预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/ranqi/525973525973.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

随着全球经济的迅速发展，能源需求持续上涨，其中热值高又具有清洁能源特性的天然气能源日益受到重视，发展天然气也已成为各国改善环境与促进经济可持续发展的重要途径。天然气产业链分为上、中、下游三部分，上游主要是勘探开采，中游为储存运输，下游则是应用到终端用户市场。

天然气行业产业链资料来源：观研天下整理

### 一、上游分析

1.全球天然气储量 2019年全球天然气勘探取得了多个重大发现，新增天然气可开采储量2.1万亿立方米，约71%分布在海域。截至2020年底，全球天然气剩余可开采储量为188.1万亿立方米，储采比为49.8%。

2016-2020年全球天然气储量变化情况数据来源：观研天下整理

2.我国天然气储量 根据观研报告网发布的《2021年中国天然气市场调研报告-行业竞争格局与发展前景预测》显示。我国沉积岩分布面积广，天然气资源丰富。2019年，全国天然气探明储量为5.97万亿立方米；从全国天然气新增探明地质储量来看，2019年，全国天然气新增探明地质储量为0.81万亿立方米。由此可见，我国天然气资源勘探潜力巨大。

2016-2019年我国天然气储量变化情况数据来源：观研天下整理

3.我国天然气产量 目前，国内天然气生产增速放缓。根据观研报告网发布的资料显示，2019年我国天然气产量达1736.2亿立方米，2020年我国天然气产量达1888.5亿立方米，同比增长9.8%；2021年1-8月天然气产量为1360.5亿立方米，较上年同期同比增长10.8%。

2016-2021年1-8月我国天然气产量及增速 数据来源：观研天下整理

4.企业优势分析 现阶段，我国天然气行业产业链上游优秀企业主要包括中国燃气控股有限公司、中国石油天然气集团公司、港华投资有限公司、中国华润总公司等。

我国天然气行业产业链上游代表企业优势分析

企业名称

优势分析

中国燃气控股有限公司

企业规模优势：中国燃气是中国最大的跨区域综合能源服务商之一，是中国燃气获得国内唯一拥有开采权的地方性天然气公司股权，总部分别位于香港和深圳。

中国石油天然气集团公司

产能优势：2015年国内生产原油11143万吨，生产天然气954.8亿立方米，加工原油15132万吨，生产成品油10369万吨；同时在海外获取权益原油产量1642.3万吨、天然气产量25.9亿立方米。全年实现销售收入20168亿元，实现利润825亿元。全年国内新增探明石油地质储量72817万吨、新增探明天然气地质储量5702亿立方米，新增探明油气储量当量连续9年

超过10亿吨。

#### 港华投资有限公司

企业规模优势：港华投资有限公司（简称港华燃气集团）是一家以市场为主导的大型能源集团，属下的燃气合资公司及项目已超过120家，遍布珠三角、长三角及山东等地区，为广大居民和工商客户供应安全可靠的燃气，提供亲切、专业和高效率的服务，并致力于保护及改善环境。

#### 中国华润总公司

企业规模优势：华润集团下设7大战略业务单元、19家一级利润中心，有实体企业2,300多家，在职员工40万人（2011年数据为：下设7大SBU，21家一级BU，实体企业1,200家，在职员工35万人）。华润在香港共有5家上市公司，在内地总有6家上市公司。旗下“蓝筹三杰”，华润创业（现更名为华润啤酒）、华润电力、华润置地位列香港的恒生指数成份股。华润燃气、华润水泥位列香港的恒生综合指数成份股和香港的恒生中资企业指数成份股。华润集团是全球500强企业之一，2012年排名居全球第233位，自2005年起连续获国资委A级央企称号，2011年在央企业绩考核中位居第7。华润零售、华润燃气经营规模全国第一。华润电力在中国是业绩增长最快、运营成本最低、经营效率最好的独立发电企业；华润置地是中国内地综合地产开发商最具实力的企业之一；雪花啤酒、怡宝矿泉水、万家超市、万象城是享誉全国乃至国外的著名品牌。资料来源：观研天下整理

## 二、中游分析

1.天然气管道分类 近年来，随着我国对环境保护的重视，天然气作为重要的清洁能源之一，国家积极推进全国天然气的使用。但是，由于我国天然气存在供需分布不均衡问题，因此天然气管道建设成为了重中之重的任务，国家加紧规划布局天然气管道建设。从用途上划分，可将天然气管道分为集气管道、输气管道、配气管道等三种，输气管道是整个输气系统的主体。从分布范围上分类，天然气管道可分为骨干管道、省级管道和市级管道三种。

### 天然气管道建设分类

#### 分类依据

#### 分类

#### 主要功能

#### 按管道用途分类

#### 集气管道

从气田井口装置经集气站到气体处理厂或起点压气站的管道，主要用于收集从地层中开采出来未经处理的天然气

#### 输气管道

从气源的气体处理厂或起点压气站到各大城市的配气中心、大型用户或储气库的管道，以及气源之间相互连通的管道，输送经过处理符合管道输送质量标准的天然气，是整个输气系统的主体部分

## 配气管道

从城市调压计量站到用户支线的管道，压力低、分支多，管网稠密，管径小，除大量使用钢管外，低压配气管道也可用塑料管或其他材质的管道

### 按管道分布范围分类

#### 骨干管道

天然气由井口到各省之间的长输管道

#### 省级管道

天然气进省后到城市分销管道之间的区域短途管道

#### 市级管道

天然气的城市分销管道资料来源：观研天下整理

2.天然气管道里程数 从建设里程数上看，2016-2020年，我国天然气管道里程数逐年增长，但增速有所放缓，其主要原因是受到天然气管网改革等因素的影响。根据数据显示，2020年我国天然气管道里程数达到8.34万千米，较2019年同比增长3%；据推测，2021年我国天然气管道里程数将达8.55万千米。

2016-2021年我国天然气管道里程数、增速及预测数据来源：观研天下整理

3.天然气加气站 天然气加气站分为CNG和LNG，也有部分合建站，既可以加CNG，又可以加LNG，称为L-CNG站。根据数据显示，2019年我国天然气加气站保有量达9600座，2020年我国天然气加气站保有量达10200座，同比增长6.25%；预计2021年我国天然气加气站保有量将达10800座。

2016-2021年我国天然气加气站保有量、增速及预测数据来源：观研天下整理

4.企业优势分析 现阶段，我国天然气行业产业链中游优秀企业主要包括国新能源、富瑞特装、新奥股份、广汇能源、金卡智能等。

我国天然气行业产业链中游代表企业优势分析

### 类型

#### 企业名称

#### 优势分析

#### 天然气管道

#### 国新能源

产能优势：2008年，集团公司主营及其它业务实现销售收入84亿元；实现利润总额1.45亿元；总资产44亿元，全系统共完成煤炭发运量2241万吨，比2007年同期增加633万吨，同比增长39.4%。集团公司绝对控购的山西天然气股份公司2008年销售天然气5.1亿立方米，较2007年同比增长45.7%。天然气管道铺设累计近1000公里，累计完成投资16.8亿元，覆盖全省9市40余县区，管输能力超过30亿立方米/年。

#### 富瑞特装

企业规模优势：公司作为一家专业从事LNG产业链成套设备供应科技型企业，现已实现了从LNG液化、运输、储存、LNG汽车加气站、LNG车船用供气系统整个产业链的系统设备制造能力，主要产品有LNG汽车加气站、LNG车用瓶及供气系统、LNG船用供气系统、LNG储罐、低温运输罐车、半挂车、及低温阀门、真空管、加气枪等零配件

LNG接收站

新奥股份

企业规模优势：新奥天然气股份有限公司是河北省最早上市企业之一，经过持续战略升级，已形成覆盖天然气全场景的业务布局，致力成为天然气产业智能生态运营商。基于天然气产业全场景，新奥股份打造产业智能平台，通过智能产品充分赋能生态伙伴，构建数字化全国，及区域性天然气需求生态、资源生态、储运生态、贸易生态、资金生态、工程能力生态，实现全方位技术智能匹配，促进天然气生态共创共荣。

广汇能源

产能优势：截止2012年6月底，公司拥有总股本35.04亿股，总资产191.6亿元，员工5700余名。自上市以来，广汇能源立足新疆本土及中亚丰富的石油、天然气和煤炭资源，确立了以能源产业为经营中心的产业发展格局，做强资源获取与资源转换，目前已形成了以LNG、煤炭、煤化工、石油为核心产品，能源物流为支撑的天然气液化、煤化工、石油天然气勘探开发三大业务板块。拥有一个油气田（哈国斋桑油气区块）、两个原煤和煤基燃料基地（新疆淖毛湖和富蕴）、三个LNG工厂（新疆鄯善LNG、淖毛湖LNG、吉木乃LNG）。

加气站

金卡智能

企业规模优势：公司追随物联网和移动互联网的时代潮流，努力构建全新的公用事业行业生态体系，持续开拓新的技术、产品与服务，深度融合5G物联网、移动互联网、云计算、大数据与人工智能技术，为公用事业客户提供从智能终端、通讯网络、软件系统平台到互联网应用的高价值、高性能的产品及端到端整体解决方案。同时，公司与各大公用事业企业、华为、阿里巴巴、电信运营商建立了长期战略合作伙伴关系，共同推动传统公用事业行业的数字化转型。资料来源：观研天下整理

### 三、下游分析

1.消费量 近年来，天然气作为清洁能源被越来越广泛的接受和使用，其消费量逐年上升。根据数据显示，我国天然气表观消费量从2016年的2058亿立方米增长至2020年的3240亿立方米，复合增长率为12%；2021年1-7月我国天然气需求快速增长，总表观消费量达到2112亿立方米，较上年同期同比增幅17.1%。

2016-2021年1-7月我国天然气表观消费量及增速数据来源：观研天下整理

2.进口情况 近几年，我国天然气进口量逐年递增。根据数据显示，2020年我国天然气进口量达10166万吨，较2019年同比增长%；2021年1-8月我国天然气进口量达7931万吨，较上年同期同比增长22.2%。

2016-2021年1-8月我国天然气进口量及增速数据来源：观研天下整理

3.消费渠道 受“煤改气”政策的推动、供给侧改革、社会用电需求增长等政策导向和经济驱动的多重因素影响，我国城镇居民、工业及发电用天然气的需求增长显著。根据数据显示，2020年我国城市燃气板块的天然气消费量占比仍位居首位，达38%；其次是工业燃料和发电用气，分别占比33%和19%。

2020年我国天然气消费结构分布情况数据来源：观研天下整理

4.居民燃气 随着城市发展和环境保护的需要，天然气利用迅速扩大，中国城市天然气用气人数从2016年的3.08亿人增加至2020年的4.21亿人。伴随着我国经济持续发展，城市化率稳步提升，预计2021年中国城市天然气用气人数将达4.48亿人。

2016-2021年我国城市天然气用气人口及预测数据来源：观研天下整理

5.天然气汽车 天然气具有来源丰富、燃料经济性好、污染物排放量少、安全性好等特点，是理想的汽车代用燃料之一。天然气汽车又细分为压缩天然气（CNG）汽车和液化天然气（LNG）汽车。根据数据显示，我国天然气商用车产量由2016年1.06万辆增长至2021年的14.27万辆，年均复合增长率为91%；预计2021年我国天然气商用车产量将达16.09万辆。

2016-2021年我国天然气商用车产量、增速及预测数据来源：观研天下整理（TJL）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国天然气市场调研报告-行业竞争格局与发展前景预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型

分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国天然气行业发展概述

#### 第一节 天然气行业发展情况概述

- 一、天然气行业相关定义
- 二、天然气行业基本情况介绍
- 三、天然气行业发展特点分析

#### 第二节 中国天然气行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、天然气行业产业链条分析
- 三、中国天然气行业上游环节分析
- 四、中国天然气行业下游环节分析

#### 第三节 中国天然气行业生命周期分析

- 一、天然气行业生命周期理论概述
- 二、天然气行业所属的生命周期分析

#### 第四节 天然气行业经济指标分析

- 一、天然气行业的赢利性分析
- 二、天然气行业的经济周期分析
- 三、天然气行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国天然气行业进入壁垒分析

- 一、天然气行业资金壁垒分析
- 二、天然气行业技术壁垒分析
- 三、天然气行业人才壁垒分析
- 四、天然气行业品牌壁垒分析
- 五、天然气行业其他壁垒分析

### 第二章 2017-2020年全球天然气行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球天然气行业发展历程回顾

#### 第二节 全球天然气行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲天然气行业地区市场分析

- 一、亚洲天然气行业市场现状分析

二、亚洲天然气行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲天然气行业市场前景分析

第四节 北美天然气行业地区市场分析

一、北美天然气行业市场现状分析

二、北美天然气行业市场规模与市场需求分析

三、北美天然气行业市场前景分析

第五节 欧盟天然气行业地区市场分析

一、欧盟天然气行业市场现状分析

二、欧盟天然气行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟天然气行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界天然气行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球天然气行业市场规模预测

第三章 中国天然气产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品天然气总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国天然气行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国天然气产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国天然气行业运行情况

第一节 中国天然气行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

## 二、行业创新情况分析

## 三、行业发展特点分析

## 四、行业发展动态

### 第二节 中国天然气行业市场规模分析

### 第三节 中国天然气行业供应情况分析

### 第四节 中国天然气行业需求情况分析

### 第五节 中国天然气行业供需平衡分析

### 第六节 中国天然气行业发展趋势分析

## 第五章 中国天然气所属行业运行数据监测

### 第一节 中国天然气所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国天然气所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国天然气所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2017-2020年中国天然气市场格局分析

### 第一节 中国天然气行业竞争现状分析

#### 一、中国天然气行业竞争情况分析

#### 二、中国天然气行业主要品牌分析

### 第二节 中国天然气行业集中度分析

#### 一、中国天然气行业市场集中度分析

#### 二、中国天然气行业企业集中度分析

### 第三节 中国天然气行业存在的问题

### 第四节 中国天然气行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国天然气行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国天然气行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国天然气行业需求特点与动态分析

第一节 中国天然气行业消费者基本情况

第二节 中国天然气行业消费者属性及偏好调查

第三节 天然气行业成本分析

第四节 天然气行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国天然气行业价格现状分析

第六节 中国天然气行业平均价格走势预测

一、中国天然气行业价格影响因素

二、中国天然气行业平均价格走势预测

三、中国天然气行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国天然气行业区域市场现状分析

第一节 中国天然气行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区天然气市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区天然气市场规模分析

四、华东地区天然气市场规模预测

第三节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区天然气市场规模分析

四、华北地区天然气市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区天然气市场规模分析

四、华南地区天然气市场规模预测

第九章 2017-2020年中国天然气行业竞争情况

第一节 中国天然气行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国天然气行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国天然气行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 天然气行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

#### 第三节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营业务

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第四节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营业务

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第五节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营业务

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第六节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营业务

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第七节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营业务

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第八节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营业务

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第九节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营业务

### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

#### 第十节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营业务

##### 三、运营情况

##### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国天然气行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国天然气行业未来发展前景分析

#### 一、天然气行业国内投资环境分析

#### 二、中国天然气行业市场机会分析

#### 三、中国天然气行业投资增速预测

### 第二节 中国天然气行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国天然气行业市场发展预测

#### 一、中国天然气行业市场规模预测

#### 二、中国天然气行业市场规模增速预测

#### 三、中国天然气行业产值规模预测

#### 四、中国天然气行业产值增速预测

#### 五、中国天然气行业供需情况预测

### 第四节 中国天然气行业盈利走势预测

#### 一、中国天然气行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国天然气行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国天然气行业投资机遇、风险与营销分析

### 第一节 天然气产业投资面临的机遇

#### 一、政策机遇

#### 二、技术创新机遇

#### 三、市场机遇

#### 四、其他机遇

### 第二节 天然气行业投资风险分析

#### 一、天然气行业政策风险分析

#### 二、天然气行业技术风险分析

#### 三、天然气行业竞争风险

#### 四、天然气行业其他风险分析

### 第三节 天然气行业企业经营发展分析及建议

- 一、天然气行业经营模式
- 二、天然气行业销售模式
- 三、天然气行业创新方向

### 第四节 天然气行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国天然气行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国天然气行业品牌战略分析

- 一、天然气企业品牌的重要性
- 二、天然气企业实施品牌战略的意义
- 三、天然气企业品牌的现状分析
- 四、天然气企业的品牌战略
- 五、天然气品牌战略管理的策略

### 第二节 中国天然气行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国天然气行业战略综合规划分析

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

## 第十四章 2021-2026年中国天然气行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国天然气行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略

### 三、目标市场的选择

#### 第二节 中国天然气行业定价策略分析

#### 第三节 中国天然气行业营销渠道策略

##### 一、天然气行业渠道选择策略

##### 二、天然气行业营销策略

#### 第四节 中国天然气行业价格策略

#### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

##### 一、中国天然气行业重点投资区域分析

##### 二、中国天然气行业重点投资产品分析

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/ranqi/525973525973.html>