

# 2017-2022年中国完井液产 品市场调研及发展战略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2017-2022年中国完井液产品市场调研及发展战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201709/141775.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

完井液是新井从钻开产层到正式投产前，由于作业需要而使用的任何接触产层的液体。

新井从钻开产层到正式投产前，由于作业需要而使用的任何接触产层的液体都称之为完井液。

油气井完井的目的是要最大限度地沟通地层间的通道，从而保证油气井获得最高的产率。钻进时对地层的损害主要表现为钻井液侵入地层，泥浆滤液渗入使生产层中的粘土成分产生膨胀形成水锁效应；滤液中的化学处理剂与生产层的矿物成分产生胶状物或沉淀物；泥浆中的粘土的侵入，这些都会堵塞生产层的孔隙，影响产率。因此，在钻开低压或某些不明情况的生产层以前，必须更换洗井液，使用保护生产层的专门完井液。选择完井液的类型与组成时，既要考虑在钻井作业全过程中保证油气井的稳定，又必须保护生产层使其不受损害。一般裂隙性油气层，为防止围相堵塞裂缝，应考虑用清水，可溶性盐溶液；对于水敏性易塌的油气层，使用防塌性强的水基泥浆或油包水乳化泥浆；为平衡地层需加重时，用碳酸钙、重晶石作加重剂；对低压油气层，需用油基泥浆、原油、空气或天然气钻进。

报告目录：

### 第一章 完井液产品生命周期策略

#### 第一节 完井液产品生命周期研究

##### 一、产品生命周期模型及分类

##### 二、完井液产品生命周期判定

#### 第二节 完井液产品生命周期营销策略

##### 一、引入期营销策略

##### 二、成长期营销策略

##### 三、成熟期营销策略

##### 四、衰退期营销策略

### 第二章 完井液产品组合优化策略

#### 第一节 产品组合概述

##### 一、产品组合的广度

##### 二、产品组合的深度

##### 三、产品组合的关联度

#### 第二节 完井液产品组合策略

#### 第三节 完井液产品组合优化方法

##### 一、波士顿矩阵法

## 二、通用矩阵法

## 三、ABC法

## 第三章 完井液产品定位策略

### 第一节 完井液产品的界定

### 第二节 完井液产品开发策略

#### 一、冒险或创业策略

#### 二、进取战略

#### 三、紧跟战略

#### 四、保持低位或防御战略

### 第三节 完井液产品定位策略

## 第四章 完井液产品价格策略研究

### 第一节 完井液产品价格机制形成及特征

### 第二节 完井液产品定价程序研究

#### 一、选择定价目标

#### 二、确定需求

#### 三、估计成本

#### 四、分析竞争者的成本、价格和历史价格行为

#### 五、选择定价方法

##### 1、成本导向定价策略

##### 2、竞争导向定价策略

##### 3、需求导向定价策略

### 第三节 完井液产品定价策略

#### 一、产品成本构成确定

#### 二、产品厂家利润确定

#### 三、产品出厂价定价策略

#### 四、产品零售价定价策略

## 第五章 完井液产品品牌策略

### 第一节 客户对完井液产品的品牌认知格局调查

### 第二节 客户选择完井液产品品牌的影响因素分析

### 第三节 完井液产品品牌决策

### 第四节 完井液产品品牌延伸策略

## 第六章 同类典型产品对标分析

## 第一节 典型产品一

### 一、产品差异化分析

### 二、投放区域格局

### 三、产品市场占有率

### 四、销售策略比较分析

## 第二节 典型产品二

### 一、产品差异化分析

### 二、投放区域格局

### 三、产品市场占有率

### 四、销售策略比较分析

## 第三节 典型产品三

### 一、产品差异化分析

### 二、投放区域格局

### 三、产品市场占有率

### 四、销售策略比较分析

## 第七章 完井液独家策略建议

### 第一节 完井液产品策略应用要点及注意事项

### 第二节 完井液产品策略建议

#### 一、对拟进入企业建议

#### 二、对已进入企业建议

### 图表目录：

图表 产品生命周期模型

图表 完井液产品生命周期营销策略

图表 完井液产品组合策略

图表 波士顿矩阵法

图表 通用矩阵法

图表 ABC法

图表 完井液产品的界定

图表 完井液产品开发策略

图表 完井液产品定位策略

图表 完井液产品价格机制

图表 完井液产品定价方法

图表 完井液产品定价策略

图表 完井液产品品牌决策

图表 产品差异化分析

图表 产品市场占有率

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201709/141775.html>