

2020年中国加油站市场分析报告- 行业现状调查与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国加油站市场分析报告-行业现状调查与发展趋势研究》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/qitafuwu/392539392539.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

由于我国经济发展水平的不断提高、机动车以及汽车保有量不断提升、固定资产资金投入加大、城市交通的不断完善，中国汽油、柴油消费量不断提升，加油站的需求也不断增长。

目前，国内的加油站品牌包括中石化、中石油、中海油、壳牌等，其中中石化、中石油占据加油站行业的一半市场。近年来，国家及有关部门制定了相关的行业政策，一定程度上推动了加油站行业发展。

我国成品油、能源等行业及行业相关政策

政策

内容

发布单位

《国家发改委关于进一步完善成品油价格形成机制有关问题的通知》

设定成品油价格调控下限。下限水平定位每桶40美元，即当国内成品油价格挂靠的国际市场原油价格低于每桶40美元时，国内成品油价格不再下调。并简化成品油调价操作方式，发展改革委不再印发成品油价格调整文件，改为以信息稿形式发布调价信息

国家发改委

《关于推进价格机制改革的若干意见》

推进水、石油、天然气、电力、交通运输等领域价格改革，放开竞争性环节价格，充分发挥市场决定价格作用。择机放开成品油价格，建立主要由市场决定能源价格的机制。

中共中央、国务院

《国家发展改革委关于进口原油使用管理有关问题的通知》

坚持优化结构，严格淘汰落后产能，促进炼油产业结构升级；在本通知发布之日前建成投产、尚未使用进口原油的原油加工企业，经确认符合条件并履行相应文务的前提下，可使用进口原油。

国家发改委

《关于原油加工企业申请非国营贸易进口资格有关工作的通知》

拓宽原油进口渠道，形成参与主体多元、公平透明、竞争有序、富有活力的经营体制，符合条件的原油加工企业可以申请原油进口资格。

商务部

《关于印发<加快成品油质量升级工作方案>的通知》

扩大车用汽、柴油国五标准执行范围。从原定京津冀、长三角、珠三角区域重点城市扩大到整个东部地区11个省市(北京、天津、河北、辽宁，上海、江苏、浙江，福建、山东、广东和海南)；提前国五标准车用汽、柴油供应时间。将全国供应国五标准车用汽、柴油的时间由原定2018年1月1日提前1年；2016年1月1日起，开始在东部地区重点城市供应与国四标

准车用柴油相同碗含量的普通柴油。

国家发改委、财政部、环境保护部、商务部、工商总局、质检总局、国家能源局

《国家能源局关于印发2014年能源工作指导意见的通知》

加快推进油品质量升级。出台成品油质量升级行动计划(2014-2017)，大力推进炼油企业升级改造和先进产能布局，确保2015年底前京津冀、长三角、珠三角等区域内重点城市供应国五标准的车用汽、柴油，2017年底前全国供应国五标准的车用汽、柴油。

国家能源局资料来源：公开资料整理

随着国民经济的快速发展，近年来，国内加油站数量整体保持稳定有小幅上涨趋势。截至2018年底，全国约有10.6万座加油站。其中，中石化、中石油两大集团的加油站分别为3.06万座、2.14万座，分别占比29%、20%；民营加油站约5万座，占比47%；中海油、中化、中外合资等其他加油站合计约4200座，约占4%。

2010-2018年中国加油站数量统计情况 数据来源：商务委

2018年各企业加油站数量分布情况 数据来源：商务委

近年来，随着我国交通设施的不断改善、机动车汽车保有量的快速增加以及经济快速发展，加油站行业竞争呈现三足鼎立局面。根据相关数据显示，2018年中石油和中石化二者拥有的加油站数量，占国内加油站数量的50%，其他的中海油中化民营等加油站占据另外50%。

2018年国内加油站数量占比情况 数据来源：商务委

从加油站分布区域来看，近60%的加油站分布在拥有高车流量的国道省道、高速公路、城区区域。其中省道国道占比达到33%，高速公路占比3%，城区占比25%。

2018年国内加油站地区分布情况 数据来源：商务委

中国石油和中国石化分别在各自的区域市场占有主要的市场份额，泾渭分明。地理布局的区分直接导致两者在不同地区的市场份额优势。数据显示，中国石油在东北、西北地区拥有绝对的市场份额优势，共占据77%的市场份额，在西南地区的市场份额达27%；而中国石化在华东、华南地区拥有极强的市场份额优势，共占据76%的市场份额，华北、华中地区也拥有较高的市场份额，达65%。

2018年中石油、中石化加油站数量区域占比情况

地区

中石油

中石化

其他

东北地区

32%

5%

62%

西北地区

45%

15%

40%

西南地区

27%

22%

50%

华北地区

25%

33%

42%

华中地区

14%

32%

54%

华南地区

22%

43%

35%

华东地区

13%

33%

55%数据来源：商务委

伴随着国内石油化工行业的开放，加油站行业的竞争越来越激烈，在中国炼化行业新一轮的较量中，除了中石化、中石油、中海油等企业，还有诸多外资企业，部分民营企业也加入其中，全部都倾尽全力打造超大型项目。如此看来，未来成品油零售行业也将面临各企业之间的市场竞争。

部分民营企业加油站扩充计划

企业

加油站计划

荣盛石化

子公司浙江石化与浙江省能源集团有限公司共同出资投资设立浙江石油，新公司将在浙江省内自建加油站进行成品油销售，目前在建加油站55座，计划到2022年底前建成加油站700座

。

东明石化

未来几年，将投资500多亿元，在成都周边收购、租赁、新建100座以上的加油加气站。

恒力石化

与中石油、中石化和中化建立合作关系，依托自身以及第三方的销售网络实现成品油销售。

资料来源：公司官网（CT）

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2020年中国加油站市场分析报告-行业现状调查与发展趋势研究》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年中国加油站行业发展概述

第一节 加油站行业发展情况概述

- 一、加油站行业相关定义
- 二、加油站行业基本情况介绍
- 三、加油站行业发展特点分析

第二节 中国加油站行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、加油站行业产业链条分析
- 三、中国加油站行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国加油站行业生命周期分析

- 一、加油站行业生命周期理论概述
- 二、加油站行业所属的生命周期分析

第四节 加油站行业经济指标分析

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

第五节 中国加油站行业进入壁垒分析

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

第二章 2017-2020年全球加油站行业市场发展现状分析

第一节 全球加油站行业发展历程回顾

第二节 全球加油站行业市场区域分布情况

第三节 亚洲加油站行业地区市场分析

- 一、亚洲加油站行业市场现状分析
- 二、亚洲加油站行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲加油站行业市场前景分析

第四节 北美加油站行业地区市场分析

- 一、北美加油站行业市场现状分析
- 二、北美加油站行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美加油站行业市场前景分析

第五节 欧盟加油站行业地区市场分析

- 一、欧盟加油站行业市场现状分析
- 二、欧盟加油站行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟加油站行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界加油站行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球加油站行业市场规模预测

第三章 中国加油站产业发展环境分析

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、全社会消费品加油站总额
- 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 中国加油站行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国加油站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 中国加油站行业运行情况

第一节 中国加油站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

第二节 中国加油站行业市场规模分析

第三节 中国加油站行业供应情况分析

第四节 中国加油站行业需求情况分析

第五节 中国加油站行业供需平衡分析

第六节 中国加油站行业发展趋势分析

第五章 中国加油站所属行业运行数据监测

第一节 中国加油站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 中国加油站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 中国加油站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年中国加油站市场格局分析

第一节 中国加油站行业竞争现状分析

一、中国加油站行业竞争情况分析

二、中国加油站行业主要品牌分析

第二节 中国加油站行业集中度分析

一、中国加油站行业市场集中度分析

二、中国加油站行业企业集中度分析

第三节 中国加油站行业存在的问题

第四节 中国加油站行业解决问题的策略分析

第五节 中国加油站行业竞争力分析

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

第七章 2017-2020年中国加油站行业需求特点与动态分析

第一节 中国加油站行业消费市场动态情况

第二节 中国加油站行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 加油站行业成本分析

第四节 加油站行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国加油站行业价格现状分析

第六节 中国加油站行业平均价格走势预测

一、中国加油站行业价格影响因素

二、中国加油站行业平均价格走势预测

三、中国加油站行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国加油站行业区域市场现状分析

第一节 中国加油站行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地加油站市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区加油站市场规模分析

四、华东地区加油站市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区加油站市场规模分析

四、华中地区加油站市场规模预测

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、华南地区加油站市场规模分析

第九章 2017-2020年中国加油站行业竞争情况

第一节 中国加油站行业竞争结构分析（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 中国加油站行业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 中国加油站行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 加油站行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国加油站行业发展前景分析与预测

第一节 中国加油站行业未来发展前景分析

- 一、加油站行业国内投资环境分析
- 二、中国加油站行业市场机会分析
- 三、中国加油站行业投资增速预测

第二节 中国加油站行业未来发展趋势预测

第三节 中国加油站行业市场发展预测

- 一、中国加油站行业市场规模预测
- 二、中国加油站行业市场规模增速预测
- 三、中国加油站行业产值规模预测
- 四、中国加油站行业产值增速预测
- 五、中国加油站行业供需情况预测

第四节 中国加油站行业盈利走势预测

- 一、中国加油站行业毛利润同比增速预测
- 二、中国加油站行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国加油站行业投资风险与营销分析

第一节 加油站行业投资风险分析

- 一、加油站行业政策风险分析
- 二、加油站行业技术风险分析
- 三、加油站行业竞争风险
- 四、加油站行业其他风险分析

第二节 加油站行业企业经营发展分析及建议

- 一、加油站行业经营模式

二、加油站行业销售模式

三、加油站行业创新方向

第三节 加油站行业应对策略

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年中国加油站行业发展策略及投资建议

第一节 中国加油站行业品牌战略分析

一、加油站企业品牌的重要性

二、加油站企业实施品牌战略的意义

三、加油站企业品牌的现状分析

四、加油站企业的品牌战略

五、加油站品牌战略管理的策略

第二节 中国加油站行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国加油站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年中国加油站行业发展策略及投资建议

第一节 中国加油站行业产品策略分析

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 中国加油站行业定价策略分析

第三节 中国加油站行业营销渠道策略

一、加油站行业渠道选择策略

二、加油站行业营销策略

第四节 中国加油站行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国加油站行业重点投资区域分析

二、中国加油站行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/392539392539.html>