

2016-2022年中国加油站行业发展专项调研及十三五竞争战略研究报告

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《2016-2022年中国加油站行业发展专项调研及十三五竞争战略研究报告》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/zixun/243500243500.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

20世纪90年代以来，我国加油站快速发展。1992年国内零售市场试验性开放，成品油价格实行“双轨制”以后，由于经营成品油批零差价大、利润丰厚，国内社会各业和各种经济成份纷纷涉足加油站，数量急剧增加。从此，审批、兴建加油站成为社会各业追逐的利润增长点。到目前为止，社会各业加油站数量约占社会总量的一半左右，其中一些经营管理比较规范的加油站加入到了两大集团特许加油站体系，成为特许加油站。在此期间，国外几大石油公司也以各种方式进入国内市场。

截止2013年，全国加油站总量达到9.7万多家。其中，国有企业加油站占总数的50%以上。民营企业发展迅速，外资企业加快进入，我国加油站行业呈现国企、民企、外企“三足鼎立”的发展态势。

全球经济呈现一体化趋势，这就意味着中国石油、石化行业将直接面临国际市场竞争。面对全球性跨国公司的重组及全球战略的变化，加之这些公司在成品油分销业务上先进的管理方式和技术，国际油市的动荡不安，未来国内成品油市场的竞争将十分激烈，国内成品油销售行业将面临严峻的挑战。

审视国内成品油市场环境，一个微妙的变化日益清晰，那就是作为成品油销售最前端的加油站被推到了市场最前沿。作为石油工业链条中的重要一环，加油站行业同样维系着国民经济命脉。

《2016-2022年中国加油站行业发展专项调研及十三五竞争战略研究报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

第一章 加油站行业相关概述

1.1 加油站

1.1.1 加油站定义

1.1.2 加油加气站相关术语

1.1.3 加油站的分类

1.2 加油站各组成部分介绍

1.2.1 加油机

1.2.2 油枪

1.2.3 机器设备

1.2.4 油罐

1.3 加油站设备管理

1.3.1 设备管理的重要性

1.3.2 设备管理的重要原则

1.3.3 设备管理的基本要求

1.4 加油站建设相关规定

1.4.1 加油站设置标准

1.4.2 新建加油站须具备的条件

1.4.3 加油站建设的安全监督工作规定

第二章 2013-2015年国际加油站发展概况

2.1 美国

2.1.1 发展阶段回顾

2.1.2 技术应用状况

2.1.3 加油站发展特点

2.1.4 加油站经营策略

2.1.5 非油品业务发展

2.2 欧洲

2.2.1 欧洲发展经验

2.2.2 经营管理模式

2.2.3 加油站安全工作

2.2.4 非油品业务特点

2.3 英国

2.3.1 建设与经营概况

2.3.2 市场管理与审批

2.3.3 市场竞争情况

2.4 德国

2.4.1 发展经验借鉴

2.4.2 配套服务及启示

2.4.3 市场竞争及管理制度

2.5 日本

2.5.1 乡村加油站面临困境

2.5.2 服务质量表现出色

2.5.3 汽车维修业务发展迅速

2.5.4 防灾型加油站建设成就

2.5.5 非油品业务分析

第三章 2013-2015年中国成品油市场发展状况

3.1 2013-2015年中国成品油市场总体状况

3.1.1 2013年成品油市场特点

3.1.2 2014年成品油行业概况

3.1.3 2015年成品油发展概况

3.1.4 成品油行业趋势特征分析

3.2 汽油

3.2.1 2013年汽油行业供需状况

3.2.2 2014年汽油行业供需状况

3.2.3 2015年汽油行业供需状况

3.3 柴油

3.3.1 2013年柴油行业供需状况

3.3.2 2014年柴油行业供需状况

3.3.3 2015年柴油行业供需状况

3.4 燃料油

3.4.1 2013年燃料油市场供需状况

3.4.2 2014年燃料油市场供需状况

3.4.3 2015年燃料油市场供需状况

第四章 2013-2015年中国加油站行业分析

4.1 2013-2015年中国加油站行业整体发展状况

4.1.1 发展演变及其特征

4.1.2 规模现状及其增势

4.1.3 单站经营规模现状

4.1.4 国内主要分布现状

4.1.5 行业热点动向分析

4.1.6 行业新标准的影响

4.2 2013-2015年自助加油站的发展分析

4.2.1 自助加油站的发展

4.2.2 主要制约因素分析

4.2.3 用户影响因素分析

4.2.4 石油企业的新机遇

4.3 加油站布局问题

4.3.1 加油站布局现存的问题

4.3.2 优化加油站布局的建议

4.3.3 加油站合理布局要点分析

4.3.4 加油站选址建议

4.4 加油站环保问题

4.4.1 加油站对环境的污染

4.4.2 我国加油站地下藏污隐患

4.4.3 我国加油站污染防治迫在眉睫

4.4.4 加油站实施油气回收势在必行

4.4.5 建设安全环保加油站是必然趋势

4.5 加油站油品质量问题

4.5.1 加油站油品质量亟需提高

4.5.2 加油站油品升级障碍及对策

4.5.3 加油站油品数量与质量问题的建议

4.6 加油站行业发展对策

4.6.1 我国加油站发展策略与重点

4.6.2 中国加油站建设和发展建议

4.6.3 创新型加油站改造分析

第五章 2013-2015年加油站经营模式分析

5.1 加油站经营模式概述

5.1.1 全资（租赁）加油站

5.1.2 控股加油站

5.1.3 参股加油站

5.1.4 特许经营加油站

5.1.5 国外加油站经营模式特点

5.1.6 加油站经营模式选择建议

5.2 加油站连锁经营

5.2.1 加油站连锁经营的必备条件

5.2.2 加油站连锁经营的几种形式

5.2.3 加油站连锁经营优势与不足之处

5.2.4 加油站连锁经营发展策略

5.2.5 加油站连锁经营控制与整合建议

5.3 加油站特许经营发展状况

5.3.1 加油站特许经营的特征

5.3.2 我国加油站特许经营政策动态分析

5.3.3 对加油站特许经营模式的思考

5.3.4 加油站特许经营存在的不足

5.3.5 加油站特许经营发展的阻碍

5.4 加油站特许经营发展对策

5.4.1 加油站特许经营发展战略

5.4.2 特许经营加油站规范方法

5.4.3 加油站特许经营指导原则和规范程序

5.4.4 加油站特许经营应向标准化方向发展

第六章 2013-2015年加油站内部管理分析

6.1 我国加油站管理情况整体分析

6.1.1 加油站建设管理的主要问题

6.1.2 加强加油站建设管理的对策

6.1.3 加油站管理系统建设的分析

6.1.4 加油站有效管理方法探讨

6.1.5 加油站管理者应具备的素质

6.1.6 国内加油站管理发展方向

6.2 加油站安全管理

6.2.1 加油站安全管理存在的问题

6.2.2 加油站设计施工安全的管理

6.2.3 加强加油站安全管理的对策

6.2.4 加油站安全问题的解决措施

6.3 加油站建设项目管理

6.3.1 加油站建设项目管理的重要性

6.3.2 加油站建设项目管理的主要问题

6.3.3 改进加油站建设项目管理的建议

6.4 加油站财务管理

6.4.1 加油站财务管理概括分析

6.4.2 加油站资金管理的运用与操作

6.4.3 加油站资金管理的问题及解决方法

6.4.4 加强加油站资金管理的思路

6.4.5 加油站资金风险防控办法

6.5 加油站的信息化管理

6.5.1 加油站人工管理的不便

6.5.2 加油站信息管理系统介绍

6.5.3 加油站信息管理系统推广阻碍

6.5.4 加油站信息管理系统推广思路

6.5.5 加油站信息化管理发展的设想

6.6 自助式加油站的管理

6.6.1 自助式加油站特点及优势

6.6.2 自助式加油站加油业务存在隐患

6.6.3 自助式加油站应防范的安全问题

6.6.4 自助式加油安全管理建议

第七章 2013-2015年非油品业务发展分析

7.1 2013-2015年非油品业务发展概况

7.1.1 非油业务成利润增长点

7.1.2 市场规模分析

7.1.3 政策指导意见

7.1.4 经营模式分析

7.1.5 配送模式选择

7.2 国外加油站非油品业务发展借鉴

7.2.1 加油站非油品业务发展历程

7.2.2 韩国加油站非油业务发展迅速

7.2.3 南非加油站非油业务突出一体化服务

7.2.4 意大利加油站非油品业务注重人性化

7.2.5 加拿大加油站非油业务彰显实惠

7.2.6 德国加油站便利店市场分析

7.3 加油站便利店

7.3.1 加油站便利店的特点

7.3.2 加油站便利店的服务内容

7.3.3 加油站便利店发展环境

7.3.4 加油站零售市场竞争格局

7.3.5 中石化加速便利店业务

7.3.6 加油站便利店发展思路

7.3.7 对加油站便利店经营的思考

7.4 加油站经营汽车维修保养业务分析

7.4.1 加油站汽车服务业务介绍

7.4.2 加油站经营汽车服务定位分析

7.4.3 开展汽车服务业务策略

7.4.4 发展汽车服务业务前景看好

7.5 非油品业务存在的问题

7.5.1 与发达国家的差距

7.5.2 非油品业务体制缺陷

7.5.3 非油品业务市场障碍

7.6 发展加油站非油业务的对策

7.6.1 非油业务发展方向

7.6.2 非油品业务发展思路

7.6.3 非油品业务发展建议

7.6.4 非油品服务需因地制宜

7.6.5 非油品业务经营策略

7.6.6 经营风险与防范对策

第八章 2013-2015年外资及民营加油站分析

8.1 外资加油站

8.1.1 外资油企建加油站历程

8.1.2 外资油企下游布局动态

8.1.3 国有和外资加油站优势对比

8.1.4 国有和外资加油站全方位比较

8.2 民营加油站生存状况

8.2.1 民营油企发展大事记

8.2.2 民营加油站数量规模

8.2.3 民营加油站生存现状

8.2.4 油价下跌挤压民营加油站利润

8.3 民营加油站存在的问题及对策

8.3.1 民营油企难符合资格审批要求

8.3.2 民营加油站受垄断之苦

8.3.3 创新民营加油站发展模式

8.3.4 民营加油站不可依赖减税政策

第九章 2013-2015年三大国有油企及其加油站分析

9.1 中国石油化工股份有限公司

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 经营效益分析

9.1.3 业务经营分析

9.1.4 加油站业务总体情况

9.1.5 加油站业务战略动向

9.2 中国石油天然气股份有限公司

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 经营效益分析

9.2.3 业务经营分析

9.2.4 加油站业务分析

9.2.5 加油站改造成就

9.3 中国海洋石油总公司

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 经营效益分析

9.3.3 业务经营分析

9.3.4 加油站业务布局

9.3.5 加油站资产分析

第十章 2013-2015年加油站行业竞争分析

10.1 加油站行业垄断现象研究

10.1.1 垄断权利义务

10.1.2 反垄断法作用

10.1.3 打破垄断途径

10.2 2013-2015年加油站行业竞争格局

10.2.1 排挤民营油企

10.2.2 第四桶油布局

10.2.3 管网资产分拆

10.2.4 非油业务竞争

10.3 提升加油站竞争力策略分析

10.3.1 竞争思路转变

10.3.2 经营方式指导

10.3.3 管理方式指导

10.3.4 提高创效能力

第十一章 2013-2015年加油站营销分析

11.1 加油站行业营销概述

11.1.1 加油站市场营销环境分析

11.1.2 提高加油站销量的关键因素

11.1.3 加油站营销中的八大关系分析

11.1.4 加油站营销加速升级

11.1.5 加油站“俱乐部”式营销理念

11.1.6 加油站创新营销发展思路

11.2 加油站营销策略

11.2.1 加油站分时段销售控制

11.2.2 加油站折扣销售策略研究

11.2.3 加油站多种营销策略并举

11.2.4 国道加油站消费需求与营销策略

11.2.5 社会加油站成功营销策略

11.3 加油站服务式营销

11.3.1 对加油站服务式营销的内涵

11.3.2 加油站服务式营销的特点

11.3.3 提升加油站销量的同时加强服务

11.3.4 提高加油站服务质量的途径

11.4 加油站客户满意度的提高

11.4.1 加油站体验式营销加强与顾客的沟通

11.4.2 加油站实施顾客满意战略分析

11.4.3 加油站需妥善处理顾客投诉

11.4.4 加油站培育客户忠诚度的措施

11.5 加油站营销发展建议

11.5.1 加油站营销建议

11.5.2 整治低效加油站提高经营效益

11.5.3 加油站需培育专业营销人员

第十二章 2013-2015年成品油价格分析

12.1 2013-2015年国际油价运行状况

12.1.1 定价机制分析

12.1.2 国际油价分析

12.1.3 油价走势分析

12.2 2013-2015年中国成品油价格分析

12.2.1 市场价格分析

12.2.2 国内油价调整

12.2.3 油价排名分析

12.2.4 油价趋势预测

12.3 中国成品油价格管理与形成机制分析

12.3.1 税费改革历程

12.3.2 税费改革方案

12.3.3 定价机制分析

12.3.4 存在的问题

12.3.5 市场化建议

第十三章 加油站行业投资分析

13.1 加油站地产投资与收益分析

13.1.1 加油站地产估价一般特点

13.1.2 加油站地产估价技术要点

13.1.3 加油站地产估价技术思路

13.1.4 加油站地产投资案例分析

13.2 加油站投资可行性分析

13.2.1 投资项目评价的方法

13.2.2 投资的主要指标参数变量

13.2.3 便利店收入

13.2.4 投资可行性方法研究

13.3 加油站投资及运营审计分析

13.3.1 投资及运营审计的概念

13.3.2 投资及运营审计的主要内容

13.3.3 投资及运营审计的主要方法

13.4 加油站行业投资策略

13.4.1 把握宏观环境

13.4.2 评估市场机会

13.4.3 分析行业竞争

13.4.4 市场评估与选择

13.4.5 投资的财务分析

13.4.6 投资能力及可行性分析

第十四章 加油站行业发展前景展望

14.1 国外加油站行业发展趋势分析

14.1.1 加油站单站规模大型化与网络布局合理化趋势

14.1.2 加油站服务综合化与品牌多元化趋势

14.1.3 加油站设备设施自动化与加油服务自助化趋势

14.1.4 国外加油站的健康安全环保趋势

14.2 中国加油站发展的前景趋势

14.2.1 加油站未来发展展望

14.2.2 自助加油站前景可观

14.2.3 加油站行业的绿色趋势

14.2.4 加油站向非油业务转型

14.3 国内部分地区加油站发展规划

14.3.1 新疆

14.3.2 安徽省

14.3.3 海南省

14.3.4 北京市

14.3.5 石嘴山

14.3.6 晋城市

14.3.7 铜陵市

14.3.8 咸宁市

14.3.9 长沙市

附录

附录一：《成品油市场管理办法》

附录二：《石油价格管理办法（试行）》

附录三：《关于规范加油站特许经营的若干意见》

附录四：《关于“十二五”期间石油流通行业发展的指导意见》

图表目录

图表 加油站规模划分

图表 加油站的等级划分

图表 德国加油站数量回顾

图表 2013年国内汽油、煤油、柴油产量月度走势

图表 2013年国内成品油表观消费量月度走势

图表 2014年中国汽油产量与消费量统计

图表 2014年我国柴油消费结构

图表 2015年中国柴油产量与消费量统计

图表 2006-2012年我国燃料油产量及产出率

图表 2006年至2012年我国燃料油表观消费情况

图表 2012年我国燃料油国内消费结构

图表 2014年燃料油产销总量平衡表

图表 2013年国内加油站主要分布情况

图表 2014年国内加油站主要分布情况

图表 加油加气站等级划分

图表 CNG站与重要公共建筑物距离

图表 变量名称及其对应的评价内容

图表 信度分析表

图表 各层面的描述统计分析

图表 性别与接受意愿的影响因素方差分析表

图表 2009-2012年开展非油品业务加油站数量及销售收入

图表 汽车服务企业竞争力比较分析

图表 2013年全国民营加油站数量及占比

图表 2013-2015年末中国石油化工股份有限公司总资产和净资产

图表 2013-2014年中国石油化工股份有限公司营业收入和净利润

图表 2015年中国石油化工股份有限公司营业收入和净利润

图表 2013-2014年中国石油化工股份有限公司现金流量

图表 2015年中国石油化工股份有限公司现金流量

图表 2014年中国石油化工股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2013-2015年末中国石油天然气股份有限公司总资产和净资产

图表 2013-2014年中国石油天然气股份有限公司营业收入和净利润

图表 2015年中国石油天然气股份有限公司营业收入和净利润

图表 2013-2014年中国石油天然气股份有限公司现金流量

图表 2015年中国石油天然气股份有限公司现金流量

图表 2014年中国石油天然气股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2014年中国石油天然气股份有限公司分区域情况表

图表 国内成品油销售业务布局

图表 2013-2015年末中海油田服务股份有限公司总资产和净资产

图表 2013-2014年中海油田服务股份有限公司营业收入和净利润

图表 2015年中海油田服务股份有限公司营业收入和净利润

图表 2013-2014年中海油田服务股份有限公司现金流量

图表 2015年中海油田服务股份有限公司现金流量

图表 2014年中海油田服务股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2014年中海油田服务股份有限公司主营业务收入分区域

图表 选取案例加油站基本状况一览表

图表 案例加油站经济指标分析汇总表

图表 加油站及构筑物限值

图表 各级别加油站用地基准价格

图表 评估具体加油站房地产价格的影响因素及修正指标

图表 北京市加油站规划思路

图表 北京市机动车保有量及增长情况

图表 北京市道路交通构成

图表 北京市成品油消费及零售情况

图表 北京市经营性和非经营性加油站统计

图表 北京市加油站按地理位置分布情况

图表 北京市加油站在各区县的发展情况

图表 北京市各区县加油站分布水平

图表 2016-2022年北京市社会经济发展情景分析

图表 2015年北京市汽车保有量结构分布预测

- 图表 北京中心城道路网络规划格局图
- 图表 咸宁市公路里程统计表
- 图表 咸宁市仓储设施基本情况
- 图表 咸宁市2011-2015年加油站发展规划汇总表
- 图表 2006-2010年安徽省水上成品油年销售总量
- 图表 铜陵市成品油零售企业现状汇总表
- 图表 “十二五”铜陵市加油站（点）规划表
- 图表 “十二五”期末海南各市县城区加油站单站年均销售量目标
- 图表 2010年底海南省现有加油站点基本情况表
- 图表 2015年海南各市县城区和非城区加油站销售量预测表
- 图表 各市县加油站迁建规划表
- 图表 海南省各市县城区加油站站点数量控制表
- 图表 海南省非城区加油站控制数量表
- 图表 海南省城区加油站布局方案表
- 图表 海南省非城区加油站布局方案表
- 图表 “十二五”海南省加油站总体布局情况
- 图表 “十二五”海南省加油、加气联合站布局方案
- 图表 海南省各市县加油站建设计划时序安排表
- 图表 海南省各市县加油站迁建规划表
- 图表 海南省各市县加油加气站规划表
- 图表 详见正文 (GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zixun/243500243500.html>