

2019年中国加油站行业分析报告- 行业深度调研与投资前景预测

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《2019年中国加油站行业分析报告-行业深度调研与投资前景预测》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/shiyou/458432458432.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

【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 2016-2019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 加油站知名品牌

2.1.5 加油站经营策略

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 建设与经营情况

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 加油站规模分析

2.5.2 加油站发展动态

2.5.3 服务质量表现出色

2.5.4 非油品业务分析

2.5.5 汽车维修业务分析

第三章 2016-2019年中国成品油市场发展状况

3.1 2016-2019年中国成品油市场总体状况

3.1.1 国内成品油市场回顾

3.1.2 国内成品油产销情况

3.1.3 成品油市场进出口情况

3.1.4 成品油市场发展热点

3.1.5 成品油消费税管理情况

3.1.6 成品油市场竞争分析

3.1.7 成品油行业趋势特征分析

3.2 2016-2019年全国柴油产量分析

3.2.1 2016-2019年全国柴油产量趋势

3.3 2016-2019年全国汽油产量分析

3.3.1 2016-2019年全国汽油产量趋势

3.4 2016-2019年全国燃料油产量分析

3.4.1 2016-2019年全国燃料油产量趋势

第四章 2016-2019年中国加油站行业分析

4.1 2016-2019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 行业发展规模分析

- 4.1.3 行业盈利情况分析
- 4.1.4 行业零售业态分析
- 4.1.5 行业主体竞争力分析
- 4.2 2016-2019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 2016-2019年加油站支付方式发展情况
 - 4.3.1 竞争状况
 - 4.3.2 支付宝
 - 4.3.3 中海油
 - 4.3.4 中石油
 - 4.3.5 北京壳牌
- 4.4 智慧加油站发展综述
 - 4.4.1 内涵及特点
 - 4.4.2 发展动态
 - 4.4.3 发展方向
 - 4.4.4 发展建议
- 4.5 加油站布局问题
 - 4.5.1 加油站布局现存的问题
 - 4.5.2 优化加油站布局的建议
 - 4.5.3 加油站合理布局要点分析
 - 4.5.4 加油站选址建议
- 4.6 加油站环保问题
 - 4.6.1 加油站对环境的污染
 - 4.6.2 我国加油站污染防治迫在眉睫
 - 4.6.3 加油站地下油罐防渗改造情况
 - 4.6.4 加油站实施油气回收势在必行
 - 4.6.5 建设安全环保加油站是必然趋势
- 4.7 加油站油品质量问题
 - 4.7.1 加油站油品质量亟需提高
 - 4.7.2 加油站油品升级障碍及对策
 - 4.7.3 油品数量质量出现问题及建议
 - 4.7.4 改善成品油质量政策出台

4.8 加油站行业发展对策

4.8.1 我国加油站发展策略与重点

4.8.2 中国加油站建设和发展建议

4.8.3 创新型加油站改造分析

第五章 2016-2019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

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动态

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 2016-2019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 2016-2019年非油品业务发展分析

- 7.1 国外加油站非油品业务发展借鉴
 - 7.1.1 加油站非油品业务发展历程
 - 7.1.2 美国非油品业务的发展演变

- 7.1.3 加拿大加油站非油业务彰显实惠
- 7.1.4 欧洲非油品业务的发展起源
- 7.1.5 德国加油站便利店市场分析
- 7.1.6 日本非油品业务的发展特点
- 7.1.7 南非加油站非油业务一体化服务
- 7.1.8 意大利加油站非油品业务注重人性化
- 7.2 2016-2019年国内非油品业务分析
 - 7.2.1 国内非油业务相关概述
 - 7.2.2 我国非油业务发展综况
 - 7.2.3 中美非油业务内容对比
 - 7.2.4 非油业务成利润增长点
 - 7.2.5 中石化非油品业务规模
 - 7.2.6 中石油非油品业务动态
 - 7.2.7 非油业务配送模式分析
- 7.3 加油站便利店业务发展分析
 - 7.3.1 加油站便利店的特点
 - 7.3.2 加油站便利店发展背景
 - 7.3.3 国际非油品便利店公司
 - 7.3.4 中石化布局便利店业务
 - 7.3.5 中石油便利店业务动态
 - 7.3.6 中化道达尔的便利店业务
 - 7.3.7 加油站便利店O2O模式
 - 7.3.8 加油站便利店经营的问题
 - 7.3.9 加油站便利店经营的对策
- 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 加油站汽车服务业发展背景
 - 7.4.4 加油站洗车服务产业概况
 - 7.4.5 开展汽车服务业务策略
 - 7.4.6 汽车服务业务前景向好
- 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 非油品业务发展建议

7.6.3 非油品业务经营策略

7.6.4 经营风险与防范对策

7.6.5 非油品业务创新发展模式

第八章 2016-2019年外资及民营加油站分析

8.1 外资加油站

8.1.1 外资油企加油站建设历程

8.1.2 外资加油站发展机遇分析

8.1.3 外资加油站发展状况分析

8.1.4 外资油企国内发展动态

8.1.5 国有和外资加油站优势对比

8.1.6 国有和外资加油站全方位比较

8.1.7 外资加油站未来发展趋势分析

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 民营加油站区域格局

8.2.3 民营加油站数量规模

8.2.4 民营加油站油价分析

8.2.5 民营加油站利润分析

8.2.6 民营加油站发展动态

8.3 互联网+民营加油站

8.3.1 民营加油站发展痛点

8.3.2 互联网应用的契合度

8.3.3 互联网应用案例分析

8.3.4 民营加油站O2O模式分析

8.3.5 民营加油站网络营销模式

8.4 民营加油站存在的问题及对策

8.4.1 民营油企资格审批困难

8.4.2 民营加油站发展困境

8.4.3 民营加油站发展对策

8.4.4 民营加油站发展方向

第九章 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

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

9.2 中国石油天然气股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

9.3 中海油田服务股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

第十章 2016-2019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 2016-2019年加油站行业竞争格局

- 10.2.1 竞争环境优化
- 10.2.2 市场竞争格局
- 10.2.3 地炼企业布局
- 10.2.4 第四桶油分析
- 10.2.5 管网资产分拆
- 10.2.6 竞争态势分析

10.3 加油站行业竞争领域分析

- 10.3.1 油价竞争状况
- 10.3.2 支付场景竞争
- 10.3.3 非油业务竞争

10.4 提升加油站竞争力策略分析

- 10.4.1 竞争思路转变

- 10.4.2 经营方式指导
- 10.4.3 管理方式指导
- 10.4.4 提高创效能力
- 10.5 加油站差异化竞争路径分析
 - 10.5.1 核心产品的差异化竞争
 - 10.5.2 加油方式的差异化竞争
 - 10.5.3 外延产品的差异化竞争
 - 10.5.4 场景展示的差异化竞争
 - 10.5.5 服务流程的差异化竞争

第十一章 2016-2019年加油站营销分析

- 11.1 加油站行业营销概述
 - 11.1.1 市场营销环境分析
 - 11.1.2 提高销量的关键因素
 - 11.1.3 加油站营销关系分析
 - 11.1.4 加油站营销加速升级
 - 11.1.5 “俱乐部”式营销理念
 - 11.1.6 加油站创新营销发展思路
- 11.2 加油站营销管理策略
 - 11.2.1 开展促销活动
 - 11.2.2 拓展业务范围
 - 11.2.3 提高员工素质
 - 11.2.4 注重品牌形象
- 11.3 加油站便利店营销分析
 - 11.3.1 发展加油站便利店的必要性
 - 11.3.2 加油站便利店营销的影响因素
 - 11.3.3 加油站便利店营销的主要措施
 - 11.3.4 加油站便利店市场营销策略
- 11.4 “互联网+”时代加油站营销分析
 - 11.4.1 加油站传统营销模式
 - 11.4.2 “互联网+”加油站营销状况
 - 11.4.3 “互联网+”加油站营销对策
 - 11.4.4 加油站微信营销策略分析
- 11.5 加油站客户满意度的提高
 - 11.5.1 体验式营销加强与顾客的沟通

11.5.2 加油站实施顾客满意战略分析

11.5.3 加油站需妥善处理顾客投诉

11.5.4 加油站培育客户忠诚度措施

11.6 加油站营销发展建议

11.6.1 加油站营销建议

11.6.2 整治低效加油站

11.6.3 培育专业营销人员

第十二章 2016-2019年成品油价格分析

12.1 2016-2019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 2016-2019年中国成品油价格分析

12.2.1 市场价格分析

12.2.2 批零价差分析

12.2.3 国内油价调整

12.2.4 油价调整动态

12.3 中国成品油价格管理与形成机制分析

12.3.1 税费改革方案

12.3.2 税费改革动态

12.3.3 定价机制分析

12.3.4 价格机制问题

12.3.5 价格市场化进程

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 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 加油站市场竞争趋势

14.1.2 加油站服务与品牌趋势

14.1.3 加油站设备自动化趋势

14.1.4 加油站安全环保趋势

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 加油站行业绿色趋势

14.2.4 “加油站+互联网”前景

14.3 国内部分地区加油站发展规划

14.3.1 广州市

14.3.2 武汉市

14.3.3 长沙市

14.3.4 福州市

14.3.5 铜川市

14.3.6 铜陵市

14.3.7 鹤壁市

14.3.8 合肥市

14.3.9 阜阳市

14.3.10 六安市

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》

附录三：《关于规范加油站特许经营的若干意见》

附录四：《关于成品油消费税征收管理有关问题的公告》

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 2019年国内成品油批发/仓储经营资质列表

图表 2019年具有成品油批发资质企业的数据统计表

图表 2016-2019年全国柴油产量趋势图

图表 2019年全国柴油产量数据

图表 2019年主要省份柴油产量占全国产量比重情况

图表 2019年全国柴油产量数据

图表 2019年主要省份柴油产量占全国产量比重情况

图表 2019年全国柴油产量数据

图表 2019年主要省份柴油产量占全国产量比重情况

图表 2019年柴油产量集中程度示意图

图表 2016-2019年全国汽油产量趋势图

图表 2019年全国汽油产量数据

图表详见报告正文.....（GY YXY）

【简介】

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。《2019年中国加油站行业分析报告-行业深度调研与投资前景预测》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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shiyou/458432458432.html>