

2019年中国加油站行业分析报告- 市场运营态势与发展潜力评估

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-市场运营态势与发展潜力评估》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/411567411567.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

加油站是指为汽车和其它机动车辆服务的、零售汽油和机油的补充站，一般为添加燃料油、润滑油等。由于加油站所销售的石油商品具有易燃爆、易挥发、易渗漏、易集聚静电荷的特性，故加油站以“安全”为第一准则。在加油站内严禁烟火，严禁从事可能产生火花性质的作业，严禁向汽车的汽化器及兼桶内加注汽油，所有车站进站加油时须先熄火，严禁一切危险品入站。

加油机是直接为机动车加油的输油计量设备。它与油罐、管线、管件阀门等构成了一个完整的供油系统。加油机是由油泵、油气分离器、计量器、计数器四大总成以及电动机、油枪等其他一些部件构成，任何各类加油机都可看作是由这大总成和其他一些简单的部件构成。

目前，加油站所采用的加油机的规模种类很多，从机械式、电子式直到电脑自动加油机。加油机的流量可分为50-60升/分和80-90升/分两种。小流量的加油机适用于小轿车、面包车加油；大流量的加油机适用于大型客车和集装箱货车的加油。各种加油机的基本结构（机械传动部分）是一致的。机械式和电子式的区别在于数字显示装置的不同，电子式的可与微机配合使用，达到自动操作的目的。

在中国，加油站经历了一个由少到多、由分散经营到规模经营、由单一经济成分向多种经济成分、由经验型管理向专业化管理、由单品种经营向多种经营转化的发展过程。

根据分析，随着中国国民经济的快速发展、交通基础设施的不断改善和机动车保有量的快速增加，加油站已成为民众生活中不可或缺的一部分。根据公安部交通管理局的统计，2018年全国新注册登记机动车3172万辆，机动车保有量已达3.27亿辆，并且还有上升的空间。不断攀升的机动车保有量对加油站的需求越来越大。截止到2018年，我国加油站数量已经超过10万座。

2014-2018年中国机动车保有量 数据来源：公安交通部

2010-2018年中国加油站数量情况

数据来源：公安交通部

目前我国加油站的经济类型有国营、民营和外资经营。当中国有企业加油站占比达到53.8%，民营占比为44.1%。

我国加油站经济类型划分 数据来源：公安交通部（GYWWJP）

【报告大纲】

第一部分 加油站行业发展分析

第一章 加油站产业概述

第一节 加油站

一、加油站的定义

二、加油站的安全要求

1、加油站的分级

2、加油站的功能

3、加油站的设立位置

4、加油站的防火防爆

第二节 加油站的组成分析

一、加油机

1、加油机的类型

2、加油机的整机工作原理

3、加油机的构造

4、加油机四大总成的作用

二、油枪

三、加油站的机器设备

四、油罐

第三节 加油站的发展史分析

一、世界加油站的诞生史

二、中国加油站的发展阶段

1、由分散经营到集约化经营

2、加油站在竞争中相互促进

3、从单一品种向多种经营延伸

4、由价格竞争向品牌竞争转化

第二章 世界各国加油站产业现状分析

第一节 欧洲

一、欧洲加油站管理窥探

二、欧洲加油站便利店发展特色

三、欧洲加油站借鉴与思考

第二节 美国

一、美国加油站概况

1、加油站统计数据

2、加油站分类

二、美国加油站主要特点

1、数量多、品牌多、经营地点多

2、外观简洁

3、加油卡手段丰富

4、零售价格市场化程度高

5、细致的服务设施和发达的信息系统

6、油品配送、存储和结算

7、服务项目多样化

8、加油站利润来源

三、美国加油站经营特色及对中国的启示

1、加强细节管理

2、进一步提高信息化水平

3、进一步拓宽合作经营的渠道和方式，探索不同经营模式和成本的关联度

4、推进自助加油，提高人均劳效

5、提高品牌建设的力度

6、在创新经营上下工夫

第三节 德国

一、德国加油站经营情况

二、德国加油站的配套服务分析

三、解析德国加油站的商战策略

第三章 中国油品市场分析

第一节 成品油市场

一、2018年成品油批发价格发展情况

二、2018年成品油消费情况

三、2018年成品油零售市场情况

四、2018年成品油零售利润情况

五、2018年成品油质量升级情况

六、2018年成品油市场发展状况

第二节 汽油市场

一、2018年中国汽车汽油生产与消费分析

二、2018年中国汽油市场供需回顾

第四章 中国加油站行业分析

第一节 国内外加油站布局特点分析

第二节 中国加油站发展概况

一、国内加油站行业发展回顾

二、中国各类加油站建设数量概况

三、国有和外资加油站的经营管理比较分析

1、加油站站长的比较

2、加油站管理模式的比较

3、加油站用工机制的比较

4、油站监督机制比较

第三节 加油站行业面临的问题

一、非油品业务进展缓慢

二、营销方式和服务功能单一

三、经营管理水平相对落后

第四节 推进中国加油站发展的策略

一、推进大型化、高效加油站的建设

1、加油站行业发展到特定阶段的必然规律

2、动力来源于经营主体间的激烈竞争

二、推进加油站服务综合化和品牌多元化的发展

1、服务综合化是提升加油站盈利能力和抗风险能力的必然选择

2、品牌多元化是推进加油站服务综合化的重要途径

三、推进加油站设施的自动化和自助化

1、外部动力——满足顾客对便利性与快捷性的追求

2、内在动力——企业对高效率与低成本的追求

四、健康、安全、环保、节能的发展方向

1、以法规形式确保加油站的安全和环保

2、优化加油站设计，推广应用环保型设备，全面提升加油站建设标准

3、提高油品技术参数，发展油品添加剂，实现高清洁油品的品牌销售

第五章 民营加油站分析

第一节 民营加油站发展现状分析

一、发展情况

二、竞争优劣

三、民营加油站动态

第二节 民营加油站经营情况

一、民营加油站利润情况

二、制约民营加油站发展的关键因素

三、民营加油站发展格局

第三节 民营加油站发展策略分析

一、产品策略

二、定价策略

三、渠道策略

四、促销策略

五、人员和人力资源管理策略

六、过程策略

七、服务环境策略

第二部分 加油站经营管理与营销策略

第六章 加油站经营管理分析

第一节 加油站连锁经营分析

一、组织机构的合理化

二、配送系统的合理化

三、经营网络的合理化

第二节 加油站特许经营现状分析

第三节 发展加油站特许经营的建议

一、网络扩张需要借力特许经营

二、维护品牌形象需要放缓特许经营

三、正确认识特许经营双方的关系，妥善处理存在的问题

第四节 加油站经营管理策略

一、非油品业务存在的问题及改进策略

二、加油站营销、服务问题及改进策略

三、加油站经济管理问题及改进策略

第五节 我国加油站横向多元化经营分析

一、加油站横向多元化经营是趋势

二、发达国家加油站横向多元化经营模式

1、美国的“汽车服务区”模式

2、德国的“Service Station”模式

3、日本的TBA销售模式

4、韩国的SK模式

三、我国加油站横向多元化经营现状

四、我国加油站横向多元化经营影响因素

五、我国加油站横向多元化经营措施建议

1、转变观念，灵活经营

2、因地制宜，凸显特色

3、规范管理，稳步发展

4、创新思维，合作共赢

第七章 加油站营销分析

第一节 加油站营销管理及营销策略

一、我国加油站在营销方面存在的问题

二、加油站营销策略

第二节 成品油销售企业市场占有率分析

一、成品油销售企业市场营销的背景和特征

二、成品油销售企业提高市场占有率的有效途径

1、巩固现有的市场占有率

2、加强市场营销

3、不断提高竞争强度

4、整合市场资源

5、调整产品结构满足市场需求

第三节 顾客满意策略在加油站管理中的应用

一、企业实行顾客满意的意义

1、使企业转变为顾客为导向

2、保持顾客忠诚，为企业盈利

3、减少价格波动，节约销售成本

4、提高企业竞争优势

二、企业导入顾客满意流程

1、顾客满意导入

2、顾客满意度研究

3、顾客满意诊断

4、企业内部流程诊断

5、改进计划与执行

三、加油站顾客满意度指标建设

第四节 加油站用户忠诚度培养分析

一、加油站培养用户忠诚度的功能

- 1、口碑功能
- 2、示范功能
- 3、盈利功能
- 4、降低成本功能
- 5、经营安全功能
- 6、竞争优势功能

二、客户忠诚度提高的思考

- 1、用户满意的经营理念
- 2、新老并重的用户观念
- 3、优先对待核心用户
- 4、亲和友善、真诚守信的用户关系
- 5、让利于人的用户策略
- 6、打造有“魅力”的产品
- 7、优质完善的服务体系
- 8、卓有成效的促销手段
- 9、鲜明感人的企业形象
- 10、优先对用户忠诚的经营原则

第三部分 加油站竞争及企业分析

第八章 加油站竞争分析

第一节 国内加油站竞争态势和发展

第二节 提高加油站竞争能力的对策

- 一、提高油品科技含量
 - 二、提高服务效率
 - 三、开展非油品业务组合
 - 1、外国跨国石油公司非油品业务概览
 - 2、加油站的非油品业务营销策略分析
 - 四、良好的有形展示和场景设计差异化的营销
 - 五、良好的员工服务及流程化差异竞争
- #### 第三节 实行顾客满意战略以提升加油站竞争力
- 一、顾客满意战略概述
 - 二、顾客满意战略的内容
 - 三、加油站的产品属性与顾客满意分析

第九章 加油站非油品业务市场

第一节 非油品业务概述

- 一、非油品业务的定义
- 二、国外加油站非油品业务发展历程
- 三、世界各国非油品业务简介
 - 1、美国
 - 2、日本
 - 3、欧洲

第二节 中国加油站非油品市场现状

- 一、非油品业务现状
 - (一) 便利店
 - (二) 加换润滑油脂
 - (三) 汽车美容
 - (四) 汽车修理
 - (五) 其他
- 二、中油BP非油品业务情况

第三节 加油站便利店

- 一、国内加油站便利店发展必要条件
 - 1、汽车
 - 2、高速公路
- 二、中美加油站便利店发展不同之处
 - 1、形成原因
 - 2、进店率
 - 3、消费习惯
- 三、中国加油站便利店发展方向
 - 1、提供24小时各种服务的营业场所
 - 2、营造归家氛围提升品牌效应

第四节 非油品业务发展的的问题及策略

- 一、中国加油站非油品业务存在的问题分析
- 二、加油站非油品业务发展策略
 - 1、规范业务发展
 - 2、使功能设计更标准
 - 3、采用多样的经营策略
 - 4、经营管理要更加专业
 - 5、提升品牌形象

第十章 中国三大企业分析

第一节 中国石油化工股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 中国石油天然气股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 中海油

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四部分 加油站政策环境及投资策略

第十一章 加油站产业政策环境分析

第一节 加油站发展政策环境分析

一、成品油消费税上调政策出台

二、加快成品油质量升级政策出台

第二节 加油站行业税收管理现状及措施

一、加油站税收征管的问题及措施

二、监控加油站税收流失的措施

第三节 加油站建设相关规定

- 一、加油站的功能要求
- 二、加油站建设交通运输要求
- 三、加油站安全、防火、防爆要求

第十二章 加油站投资策略探讨

第一节 2019-2025年加油站投资形势分析

- 一、加油站前景良好
- 二、注意选择区域

第二节 加油站收购中的投资现象分析

- 一、投资可行性目标分析
 - 1、投资项目评价的方法
 - 2、加油站投资的主要指标参数变量
 - 3、便利店收入

- 二、投资可行性方法解析

- 1、测算参数确定
- 2、加油站投资模型
- 3、敏感性与风险分析

第三节 加油站的投资策略

- 一、宏观环境分析
- 二、市场机会分析
- 三、竞争分析
 - 1、行业分析
 - 2、竞争者及其策略的分析
 - 3、竞争策略和资源分析
- 四、市场选择
- 五、财务分析
- 六、可行性分析

第五部分 加油站行业发展前景及规划

第十三章 加油站发展前景预测

第一节 国外加油站行业发展趋势预测

- 一、单站规模大型化 + 网络布局合理化
 - 1、加油站行业发展到特定阶段的必然规律
 - 2、动力来源于经营主体间的激烈竞争
- 二、服务综合化 + 品牌多元化

1、服务综合化是提升加油站盈利能力和抗风险能力的必然选择

2、品牌多元化是推进加油站服务综合化的重要途径

三、设备设施自动化 + 加油服务自助化

四、更健康 + 更安全 + 更环保

第二节 加油站未来发展展望

图表目录：

图表：2015-2018年国内汽柴油批发均价对比表

图表：2018年中国汽柴油批发价格走势

图表：2018年中国汽油表观消费量数据表

图表：2018年全国加油站数量占比

图表：2018年成品油经营企业所有制数量情况表

图表：2018年中国石化主营业务收入构成

图表：2018年中国石化营销及分销事业部业务经营情况

图表：2018年中国石化加油站经营情况

图表：2018年中国石化加油站经营情况

图表：中国石油主要产品对外销售数量

图表：2018年中国石油加油站业务经营数据

图表详见报告正文 (GYZQPT)

【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-市场运营态势与发展潜力评估》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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shiyou/411567411567.html>