

中国加油站市场动向调研及未来五年发展商机研究报告

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《中国加油站市场动向调研及未来五年发展商机研究报告》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/shiyou/204350204350.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

中国报告网发布的《中国加油站市场动向调研及未来五年发展商机研究报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。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

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。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。

报告大纲

第一章：中国加油站行业背景分析

1.1 加油站行业概述

1.1.1 加油站的定义

1.1.2 加油站各组成部分简介

(1) 加油机

(2) 油枪

(3) 机器设备

(4) 油罐

1.2 加油站行业经济环境分析

1.2.1 国际宏观经济环境分析

(1) 国际宏观经济现状

(2) 国际宏观经济预测

1.2.2 国内宏观经济环境分析

(1) 国内宏观经济现状

(2) 国内宏观经济预测

1.3 加油站行业政策环境分析

1.3.1 《关于促进加油站非油品业务发展的指导意见》

1.3.2 《石油价格管理办法（试行）》

1.3.3 《石化产业调整和振兴规划》

1.3.4 《关于实施成品油价格和税费改革的通知》

1.3.5 《关于民营成品油企业经营有关问题的通知》

1.3.6 《成品油市场管理办法》

1.3.7 《关于完善加油站行业发展规划的意见》

1.3.8 《汽车加油加气站设计与施工规范》

1.3.9 《关于规范加油站特许经营的若干意见》

1.3.10 《关于严格控制新建加油站问题的通知》

1.4 加油站消费环境分析

1.4.1 机动车保有量分析

1.4.2 机动车细分市场分析

(1) 汽车市场分析

1) 汽车产量分析

2) 汽车销量分析

3) 汽车保有量现状

4) 汽车保有量预测

(2) 摩托车市场分析

1) 摩托车产量分析

2) 摩托车销量分析

3) 摩托车保有量现状

4) 摩托车保有量预测

(3) 拖拉机市场分析

1) 拖拉机产量分析

2) 拖拉机销量分析

3) 拖拉机保有量现状

4) 拖拉机保有量预测

(4) 其他机动车市场分析

1.5 加油站安全管理分析

1.5.1 加油站安全管理的重要性

1.5.2 加油站发生事故的主要原因

1.5.3 加油站建设安全管理分析

1.5.4 加油站防火防爆管理分析

1.5.5 加油站安全管理建议

第二章：中国原油及成品油市场分析

2.1 原油市场分析

2.1.1 原油市场供需分析

(1) 世界原油市场供需分析

- (2) 中国原油市场供需分析
- 2.1.2 原油价格分析
 - (1) 原油价格走势分析
 - (2) 原油价格走势预测
- 2.1.3 中国原油进口分析
 - (1) 原油进口量分析
 - (2) 原油进口价格分析
 - (3) 原油对外依存度分析
- 2.2 成品油价格分析
 - 2.2.1 成品油价格机制分析
 - (1) 成品油价格管理机制分析
 - (2) 成品油价格形成机制分析
 - (3) 国外成品油价格形成机制分析
 - 1) 国外成品油价格形成机制现状
 - 2) 主要国家成品油价格形成机制
 - 1、美国成品油价格机制分析
 - 2、日本成品油价格机制分析
 - 3、韩国成品油价格机制分析
 - 3) 全球成品油价格形成机制趋势
 - (4) 成品油定价市场化进程将会提速
 - 2.2.2 成品油价格调整分析
 - (1) 成品油价格调整历程
 - (2) 成品油税费改革现状
 - (3) 国内外成品油价格比较
 - (4) 成品油价格国际接轨探讨
 - (5) 成品油价格调控趋势
 - 2.2.3 成品油运输价格分析
- 2.3 汽油市场分析
 - 2.3.1 汽油产量分析
 - 2.3.2 汽油销量分析
 - 2.3.3 汽油价格走势分析
 - 2.3.4 汽油进出口分析
 - 2.3.5 汽油细分产品市场分析
 - (1) 90#汽油市场分析
 - (2) 93#汽油市场分析

(3) 97#汽油市场分析

(4) 98#汽油市场分析

2.3.6 汽油市场前景分析

2.4 柴油市场分析

2.4.1 柴油产量分析

2.4.2 柴油销量分析

2.4.3 柴油价格走势分析

2.4.4 柴油进出口分析

2.4.5 柴油细分产品市场分析

(1) 20#柴油市场分析

(2) 10#柴油市场分析

(3) 0#柴油市场分析

(4) 10#柴油市场分析

(5) 20#柴油市场分析

2.4.6 柴油市场前景分析

第三章：国外加油站行业发展状况分析

3.1 国外加油站行业发展分析

3.1.1 国外加油站行业发展概况

3.1.2 国外加油站行业发展特点

3.2 主要国家加油站行业发展分析

3.2.1 美国加油站行业发展分析

(1) 美国加油站数量规模

(2) 美国加油站种类分析

(3) 美国加油站布局分析

(4) 美国加油站技术应用分析

(5) 美国加油站行业竞争分析

(6) 美国加油站与便利店组合模式分析

(7) 中美加油站差异对比

3.2.2 英国加油站行业发展分析

3.2.3 德国加油站行业发展分析

(1) 德国加油站数量规模

(2) 德国加油站经营形式分析

(3) 德国加油站经营特点分析

(4) 德国加油站便利店经营分析

(5) 对我国加油站发展的启示

3.2.4 日本加油站行业发展分析

3.3 国外企业加油站整合分析

3.3.1 英国BP公司加油站整合分析

3.3.2 法国道达尔石油公司加油站整合分析

3.3.3 巴西石油公司加油站整合分析

3.3.4 荷兰皇家壳牌石油公司加油站整合分析

3.3.5 美国埃克森美孚石油公司加油站整合分析

3.4 国外加油站行业发展趋势及对我国的启示

3.4.1 国外加油站行业发展趋势分析

- (1) 单站规模大型化 + 网络布局合理化
- (2) 服务综合化 + 品牌多元化
- (3) 设备设施自动化 + 加油服务自助化
- (4) 更健康 + 更安全 + 更环保

3.4.2 国外加油站行业发展对我国的启示

- (1) 推进大型化高效站建设
- (2) 推进加油站服务综合化和品牌多元化发展
- (3) 推进加油站设备设施的自动化和自助化水平
- (4) 向更健康、更安全、更环保、更节能的方向发展

第四章：中国加油站行业发展状况分析

4.1 中国加油站行业发展现状

4.1.1 中国加油站规模分析

4.1.2 中国加油站经营现状分析

4.1.3 中国加油站经营存在的问题

- (1) 经营规模小
- (2) 管理水平低
- (3) 零售业态落后

4.1.4 中国加油站行业竞争格局分析

4.2 加油站建设布局分析

4.2.1 加油站布局现状

4.2.2 加油站布局存在的问题

- (1) 加油站布局结构不合理
- (2) 缺乏行业统一规划和管理

4.2.3 影响加油站布局的因素

4.2.4 加油站合理布局的原则

- (1) 合理确定加油站的数量

- (2) 正确选择加油站的地址
- 4.2.5 加油站合理布局的策略
 - (1) 优化加油站数量
 - (2) 优化加油站地理位置
- 4.3 中国加油站行业经营模式分析
 - 4.3.1 加油站连锁经营模式分析
 - (1) 加油站连锁经营模式简介
 - (2) 加油站发展连锁经营模式条件
 - (3) 加油站建立连锁经营模式策略
 - 1) 组织机构合理化
 - 2) 配送系统合理化
 - 3) 经营网络合理化
 - 4.3.2 加油站特许经营分析
 - (1) 加油站特许经营的特点
 - (2) 加油站特许经营的作用
 - (3) 加油站特许经营发展现状
 - (4) 加油站特许经营存在的问题
 - (5) 加油站特许经营发展策略
- 4.4 中国加油站行业营销策略分析
 - 4.4.1 加油站行业营销现状分析
 - (1) 营销策略单一
 - (2) 非油品业务滞后
 - (3) 服务欠缺热情
 - 4.4.2 发达国家加油站营销策略分析
 - (1) 美国加油站营销策略分析
 - (2) 德国加油站营销策略分析
 - (3) 韩国加油站营销策略分析
 - 4.4.3 外资企业在华加油站营销策略分析
 - (1) 英国BP公司在华营销策略分析
 - (2) 埃克森美孚石油公司在华营销策略分析
 - (3) 荷兰皇家壳牌石油公司在华营销策略分析
 - 4.4.4 加油站营销策略发展趋势分析
- 4.5 中国加油站行业发展前景分析
 - 4.5.1 中国加油站行业发展趋势分析
 - 4.5.2 中国加油站行业发展前景预测

(1) 机动车保有量预测

(2) 成品油需求预测

(3) 加油站需求预测

第五章：中国主要地区加油站发展分析

5.1 北京市加油站行业发展分析

5.1.1 北京市城市道路现状分析

5.1.2 北京市机动车保有量分析

5.1.3 北京市成品油销售情况分析

5.1.4 北京市加油站行业现状分析

(1) 北京市加油站数量规模

(2) 北京市加油站布局分析

(3) 北京市加油站行业经营情况分析

5.1.5 北京市加油站行业存在的问题

5.1.6 北京市加油站行业发展规划

5.1.7 北京市加油站行业发展预测

(1) 道路发展规划

(2) 机动车保有量预测

(3) 成品油需求预测

(4) 加油站需求预测

5.2 天津市加油站行业发展分析

5.2.1 天津市城市道路现状分析

5.2.2 天津市机动车保有量分析

5.2.3 天津市成品油销售情况分析

5.2.4 天津市加油站行业现状分析

5.2.5 天津市加油站行业发展规划

5.2.6 天津市加油站行业发展预测

(1) 道路发展规划

(2) 机动车保有量预测

(3) 成品油需求预测

(4) 加油站需求预测

5.3 上海市加油站行业发展分析

5.3.1 上海市城市道路现状分析

5.3.2 上海市机动车保有量分析

5.3.3 上海市加油站行业现状分析

5.4 重庆市加油站行业发展分析

5.4.1 重庆市城市道路现状分析

5.4.2 重庆市机动车保有量分析

5.4.3 重庆市成品油销售情况分析

5.4.4 重庆市加油站行业现状分析

5.4.5 重庆市加油站行业发展预测

5.5 广东省加油站行业发展分析

5.5.1 广东省城市道路现状分析

5.5.2 广东省机动车保有量分析

5.5.3 广东省成品油销售情况分析

5.5.4 广东省加油站数量规模

5.5.5 广东省加油站布局分析

5.6 江苏省加油站行业发展分析

5.6.1 江苏省城市道路现状分析

5.6.2 江苏省机动车保有量分析

5.6.3 江苏省成品油销售情况分析

5.6.4 江苏省加油站行业现状分析

5.7 浙江省加油站行业发展分析

5.7.1 浙江省城市道路现状分析

5.7.2 浙江省机动车保有量分析

5.7.3 浙江省成品油销售情况分析

5.7.4 浙江省加油站行业现状分析

5.8 山东省加油站行业发展分析

5.8.1 山东省城市道路现状分析

5.8.2 山东省机动车保有量分析

5.8.3 山东省成品油销售情况分析

5.8.4 山东省加油站行业现状分析

5.9 河北省加油站行业发展分析

5.9.1 河北省城市道路现状分析

5.9.2 河北省机动车保有量分析

5.9.3 河北省成品油销售情况分析

5.9.4 河北省加油站行业现状分析

5.10 四川省加油站行业发展分析

5.10.1 四川省城市道路现状分析

5.10.2 四川省机动车保有量分析

5.10.3 四川省成品油销售情况分析

- 5.10.4 四川省加油站数量规模
- 5.11 贵州省加油站行业发展分析
 - 5.11.1 贵州省城市道路现状分析
 - 5.11.2 贵州省机动车保有量分析
 - 5.11.3 贵州省成品油销售情况分析
 - 5.11.4 贵州省加油站数量规模分析
 - 5.11.5 贵州省加油站行业存在的问题
- 5.12 内蒙古加油站行业发展分析
 - 5.12.1 内蒙古城市道路现状分析
 - 5.12.2 内蒙古机动车保有量分析
 - 5.12.3 内蒙古成品油销售情况分析
 - 5.12.4 内蒙古加油站数量规模分析
 - 5.12.5 内蒙古加油站行业存在的问题
- 5.13 广西省加油站行业发展分析
 - 5.13.1 广西省城市道路现状分析
 - 5.13.2 广西省机动车保有量分析
 - 5.13.3 广西省成品油销售情况分析
 - 5.13.4 广西省加油站行业现状分析
 - 5.13.5 广西省加油站行业存在的问题
- 5.14 湖南省加油站行业发展分析
 - 5.14.1 湖南省城市道路现状分析
 - 5.14.2 湖南省机动车保有量分析
 - 5.14.3 湖南省成品油销售情况分析
 - 5.14.4 湖南省加油站行业存在的问题
 - 5.14.5 湖南省加油站行业发展规划
- 5.15 湖北省加油站行业发展分析
 - 5.15.1 湖北省城市道路现状分析
 - 5.15.2 湖北省机动车保有量分析
 - 5.15.3 湖北省加油站数量规模分析
- 5.16 吉林省加油站行业发展分析
 - 5.16.1 吉林省城市道路现状分析
 - 5.16.2 吉林省机动车保有量分析
 - 5.16.3 吉林省成品油销售情况分析
 - 5.16.4 吉林省加油站数量规模分析
 - 5.16.5 吉林省加油站行业发展预测

5.17 黑龙江省加油站行业发展分析

5.17.1 黑龙江省城市道路现状分析

5.17.2 黑龙江省机动车保有量分析

5.17.3 黑龙江省成品油销售情况分析

5.17.4 黑龙江省加油站数量规模分析

5.17.5 道路发展规划

5.18 河南省加油站行业发展分析

5.18.1 河南省城市道路现状分析

5.18.2 河南省机动车保有量分析

5.18.3 河南省成品油销售情况分析

5.18.4 河南省加油站数量规模分析

5.18.5 河南省道路发展规划

第六章：中国不同性质加油站经营企业分析

6.1 国有加油站经营企业分析

6.1.1 国有加油站发展概况

6.1.2 国有加油站数量规模

6.1.3 国有加油站主要经营企业分析

(1) 中国石油天然气股份有限公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

1、企业产销能力分析

2、企业盈利能力分析

3、企业运营能力分析

4、企业偿债能力分析

5、企业发展能力分析

3) 企业加油站数量规模

4) 企业加油站建设规划

5) 企业加油站非油品业务发展分析

6) 企业加油站营销策略分析

7) 企业经营状况优劣势分析

8) 企业最新发展动向分析

9) 企业投资兼并与重组分析

(2) 中国石油化工股份有限公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

- 1、企业产销能力分析
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业运营能力分析
- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业发展能力分析
- 3) 企业加油站数量规模
- 4) 企业加油站建设规划
- 5) 企业加油站非油品业务发展分析
- 6) 企业加油站营销策略分析
- 7) 企业经营状况优劣势分析
- 8) 企业最新发展动向分析
- 9) 企业投资兼并与重组分析
- (3) 中国海洋石油总公司经营情况分析

- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业经营情况分析
- 1、企业产销能力分析
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业运营能力分析
- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业发展能力分析
- 3) 企业加油站数量规模
- 4) 企业加油站建设规划
- 5) 企业加油站营销策略分析
- 6) 企业经营状况优劣势分析
- 7) 企业最新发展动向分析
- 8) 企业投资兼并与重组分析

- (4) 陕西延长石油(集团)有限责任公司经营情况分析
- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业经营情况分析
- 1、企业产销能力分析
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业运营能力分析
- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业发展能力分析
- 3) 企业加油站建设分析

4) 企业加油站营销策略分析

5) 企业经营状况优劣势分析

6) 企业最新发展动向分析

7) 企业投资兼并与重组分析

(5) 中国首汽石油销售有限公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业销售收入分析

3) 企业成品油销量分析

4) 企业加油站数量规模

5) 企业最新发展动向分析

第七章：加油站非油品业务分析

7.1 加油站非油品业务概述

7.1.1 加油站非油品业务的定义

7.1.2 加油站非油品业务的意义

7.2 国外加油站非油品业务发展分析

7.2.1 国外加油站非油品业务发展概况

7.2.2 国外加油站非油品业务发展历程

7.2.3 国外加油站非油品业务盈利水平分析

7.2.4 主要国家加油站非油品业务发展分析

(1) 美国加油站非油品业务发展分析

(2) 日本加油站非油品业务发展分析

(3) 英国加油站非油品业务发展分析

(4) 德国加油站非油品业务发展分析

(5) 法国加油站非油品业务发展分析

(6) 意大利加油站非油品业务发展分析

7.2.5 国外加油站非油品业务存在的问题

(1) 安全问题

(2) 决策冲突

7.2.6 国外加油站非油品业务发展趋势分析

(1) 网络化连锁经营

(2) 提供多种能源补给方案

(3) 服务更加人性化

7.2.7 国外加油站非油品业务对我国的启示

(1) 注重品牌塑造

(2) 因地制宜，量体裁衣

(3) 科学管理

7.3 中国加油站非油品业务发展分析

7.3.1 中国加油站非油品业务发展概况

7.3.2 中国加油站非油品业务销售收入分析

7.3.3 中国加油站非油品业务盈利水平分析

7.3.4 中国加油站非油品业务发展难点

7.3.5 中国加油站发展非油品业务的必要性

7.3.6 中国加油站非油品业务存在的问题

7.3.7 中国加油站非油品业务发展策略

7.3.8 中国加油站非油品业务发展趋势分析

7.3.9 中国加油站非油品业务市场前景预测

7.4 加油站便利店发展分析

7.4.1 国外站便利店发展现状分析

7.4.2 中国加油站便利店发展分析

(1) 中国加油站便利店发展现状分析

(2) 中国加油站便利店典型企业分析

1) 中油BP简介

2) 中油BP加油站便利店业务分析

1、中油BP加油站便利店收入分析

2、中油BP加油站便利店类别分析

3、中油BP加油站便利店销售策略分析

(3) 中国加油站便利店发展缓慢的原因

(4) 中国加油站便利店发展策略分析

(5) 中国加油站便利店发展前景分析

第八章：中国加油站行业投资分析

8.1 中国加油站行业投资特性

8.1.1 加油站行业进入壁垒分析

8.1.2 加油站行业盈利模式分析

8.1.3 加油站行业盈利因素分析

8.2 中国加油站行业投资风险

8.2.1 加油站行业政策风险

8.2.2 加油站行业安全风险

8.2.3 加油站行业宏观经济波动风险

8.2.4 加油站行业竞争风险

8.2.5 加油站行业关联行业风险

8.2.6 加油站行业其他风险

8.3 中国加油站行业投资建议

8.3.1 中国加油站存在的问题

- (1) 布局不合理，重复建设多
- (2) 营销方式和服务功能单一
- (3) 没有统一、标准的管理模式

8.3.2 中国加油站发展的建议

- (1) 注重加油站选址
- (2) 强化管理，提高管理水平
- (3) 增加便利店等非油品销售业务
- (4) 采取服务营销、联合促销策略
- (5) 开展电动汽车加电业务

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shiyou/204350204350.html>