

2020年中国加油站行业分析报告- 行业运营现状与投资商机研究

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年中国加油站行业分析报告-行业运营现状与投资商机研究》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/shiyou/478258478258.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。

石油、石化两大集团在国内南北地区形成各自的加油站分销网络后，开始相互渗透，双方在竞争中加强联合，相互促进，共同提高，对促进双方提高竞争力和营销管理水平产生了重要的作用。

近年来，国外跨国石油公司通过各种途径进入国内成品油零售市场，与各地方、中国石油合资经营的加油站相继在国内亮相，目前世界几大石油公司在国内都有加油站。他们将国外加油站先进的经营理念，营销策略、服务方式引入国内，对两大集团和社会加油站经营管理水平的提高起了重要的推动作用。

社会各业加油站经过十几年的竞争，已成为国内加油站的一支重要的组成部分，对活跃和繁荣国内成品油零售市场，促进国民经济的发展，方便广大消费者，促进国内加油站经营管理水平提高起了重要的作用。

社会各业加油站以其特有的营销方式与两大集团展开竞争，特别是在国省道加油站竞争中，采用了消费者喜闻乐见的营销方式，具有一定的竞争力，对两大集团国省道加油站形成了一定的冲击。

截止2019年我国加油站行业市场规模已经达到19462.9亿元。具体如下：

2015-2019年中国加油站行业市场规模

资料来源：观研天下数据中心整理 2019年，我国加油站有3.0%分布于高速公路，有32.6%分布于省道国道，有26.6%分布于县乡道，有25.5%分布于城区，有11.0%分布于农村，有1.3%分布于水域及其他。

2019年我国加油站布局现状 资料来源：观研天下数据中心整理

随着国家逐步放开民营资本和外资在加油站建设方面的限制，加油站的市场化竞争格局日趋激烈。在中国，行业内企业分为国企、民营、外企三大类。国有企业，代表企业有石油集团、石化集团等大型国有企业；外资企业，代表企业有BP、埃克森美孚、壳牌等跨国企业；民营企业大部分规模较小，受区域限制明显。

2019年我国加油站行业企业分布中，中国石化加油站数量占比最高，达到30.9%，其次是中国石油，占比21.1%，中国海油占比0.8%。具体如下：

2019年中国加油站行业企业分布 资料来源：观研天下数据中心整理

2019年我国加油站行业国企加油站数量占比达到52.8%，民企加油站数量占比46%，外企加油站数量占比为1.2%。具体如下：

2019年中国加油站行业不同企业性质分布 资料来源：观研天下数据中心整理

【报告大纲】

第一章 中国加油站行业发展综述

1.1 加油站行业概述

1.1.1 加油站的定义

1.1.2 加油站的构成

（1）加油机

（2）油枪

（3）机器设备

（4）油罐

1.2 加油站行业政策环境分析

1.3 加油站行业经济环境分析

1.3.1 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

1.3.2 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

1.4 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

（2）摩托车市场分析

（3）拖拉机市场分析

（4）其他机动车市场分析

第二章 中国成品油流通市场分析

2.1 成品油零售市场分析

2.1.1 汽油市场分析

（1）汽油产量分析

（2）汽油量表观消费量分析

（3）汽油进出口分析

（4）汽油价格走势分析

（5）汽油细分产品市场分析

（6）汽油市场前景分析

2.1.2 柴油市场分析

- (1) 柴油产量分析
- (2) 柴油表观消费量分析
- (3) 柴油进出口分析
- (4) 柴油价格走势分析
- (5) 柴油细分产品市场分析
- (6) 柴油市场前景分析
- 2.2 成品油仓储市场分析
 - 2.2.1 成品油库存分析
 - 2.2.2 成品油油库布局分析
- 2.3 成品油批发市场分析
 - 2.3.1 成品油批发市场格局分析
 - (1) 成品油批发经营权分析
 - (2) 成品油批发市场格局分析
 - 2.3.2 成品油批发市场价格分析
 - (1) 成品油批发定价机制分析
 - (2) 成品油批发价格分析

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
 - (1) 国外加油站发展特点
 - (2) 国外加油站呈现减少趋势
 - 3.1.2 国外加油站行业发展特点
 - (1) 加油站数量呈减少趋势
 - (2) 自有他营为加油站的主流经营模式
 - (3) 自动化、信息化程度高
 - (4) 加油站多功能化
 - (5) 油品销售业务与非油品销售业务并重
 - (6) 重视企业文化建设，以优质服务占领市场
 - (7) 重视品牌形象和品牌管理
 - 3.1.3 全球加油站行业发展现状
- 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) 美国加油站便利店经营分析
- (7) 美国加油站管理特征分析
- 3.2.2 英国加油站行业发展分析
 - (1) 英国加油站数量规模
 - (2) 英国加油站种类分析
 - (3) 英国加油站经营管理分析
 - (4) 英国加油站营销策略分析
 - (5) 英国加油站管理特征分析
- 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) 德国加油站管理对我国的指导意义
- 3.2.4 日本加油站行业发展分析
 - (1) 日本加油站数量规模
 - (2) 日本加油站行业竞争分析
 - (3) 日本加油站非油品销售分析
 - (4) 日本加油站管理特征分析
- 3.3 国外加油站行业发展趋势分析
 - 3.3.1 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
 - 3.3.2 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
 - 3.3.3 设备自动化 + 服务自助化
 - (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追求
 - 3.3.4 更健康 + 更安全 + 更环保
 - (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

第四章 中国加油站行业经营模式及策略分析

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

(1) 利润较高

(2) 非油品业务发展空间大

4.1.3 中国加油站经营存在的问题

(1) 管理水平低

(2) 零售业态落后

4.1.4 中国加油站行业竞争分析

4.2 中国加油站建设布局分析

4.2.1 中国加油站布局现状

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

(1) 城市规划协调因素

(2) 环保监督因素

(3) 与区域空间的协调因素

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

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
 - (1) 适度的多种经营是加油站获取差异化竞争优势的必由之路
 - (2) 加油站规模将两极分化
 - (3) 加油站的技术含量不断提高
 - (4) 加油站将实现网络化管理和远程集中管理

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 北京市道路建设现状分析
 - 5.1.2 北京市机动车保有量分析
 - 5.1.3 北京市加油站发展现状
 - (1) 北京市加油站数量规模
 - (2) 北京市加油站行业发展趋势
 - 5.1.4 北京市加油站行业存在的问题
 - (1) 加油站数量分布不均衡
 - (2) 加油站建设速度缓慢
 - (3) 加油站占地面积较大
 - (4) 加油站建设标准及相关法规仍需完善
 - 5.1.5 北京市加油站行业发展规划

5.1.6 北京市加油站行业发展预测

- (1) 道路建设规划
- (2) 机动车保有量预测
- (3) 成品油及加油站需求预测

5.2 天津市加油站行业发展分析

5.2.1 天津市道路建设现状分析

5.2.2 天津市民用汽车保有量分析

5.2.3 天津市加油站发展现状

- (1) 天津市加油站数量规模
- (2) 天津市加油站发展规划

5.2.4 天津市加油站行业发展规划

- (1) 规划原则
- (2) 布局原则

5.2.5 天津市加油站行业发展预测

- (1) 道路建设规划
- (2) 民用汽车保有量预测
- (3) 成品油及加油站需求预测

5.3 上海市加油站行业发展分析

5.3.1 上海市道路建设现状分析

5.3.2 上海市民用汽车保有量分析

5.3.3 上海市加油站行业现状分析

5.3.4 上海市加油站行业发展规划

5.3.5 上海市加油站行业发展预测

- (1) 道路建设规划
- (2) 民用汽车保有量预测
- (3) 成品油及加油站需求预测

5.4 重庆市加油站行业发展分析

5.4.1 重庆市道路建设现状分析

5.4.2 重庆市民用汽车保有量分析

5.4.3 重庆市加油站行业现状分析

- (1) 重庆市加油站数量规模
- (2) 重庆市加油站行业发展情况

5.4.4 重庆市加油站行业存在的问题

- (1) 部份加油站存在安全隐患
- (2) 存在少量违规建设加油站

(3) 部份加油站(点)手续不全,建设不规范

5.4.5 重庆市加油站行业发展规划

(1) 总体目标

(2) 布局原则

5.4.6 重庆市加油站行业发展预测

(1) 道路建设规划

(2) 民用汽车保有量预测

(3) 成品油及加油站需求预测

5.5 广东省加油站行业发展分析

5.5.1 广东省道路建设现状分析

5.5.2 广东省民用汽车保有量分析

5.5.3 广东省加油站行业现状分析

5.5.4 广东省加油站行业发展预测

(1) 道路建设规划

(2) 民用汽车保有量预测

(3) 成品油及加油站需求预测

5.6 江苏省加油站行业发展分析

5.6.1 江苏省道路建设现状分析

5.6.2 江苏省民用汽车保有量分析

5.6.3 江苏省加油站行业现状分析

(1) 江苏省加油站数量规模

(2) 江苏省加油站行业发展情况

5.6.4 江苏省加油站行业存在的问题

5.6.5 江苏省加油站行业发展预测

(1) 道路建设规划

(2) 民用汽车保有量预测

(3) 成品油及加油站需求预测

5.7 浙江省加油站行业发展分析

5.7.1 浙江省道路建设现状分析

5.7.2 浙江省民用汽车保有量分析

5.7.3 浙江省加油站行业现状分析

(1) 浙江省加油站数量规模

(2) 浙江省加油站行业发展情况

5.7.4 浙江省加油站行业存在的问题

5.7.5 浙江省加油站行业发展规划

- (1) 规划总目标
- (2) 加油站布局原则和设置标准
- 5.7.6 浙江省加油站行业发展预测
 - (1) 道路建设规划
 - (2) 民用汽车保有量预测
 - (3) 成品油及加油站需求预测
- 5.8 山东省加油站行业发展分析
 - 5.8.1 山东省道路建设现状分析
 - 5.8.2 山东省民用汽车保有量分析
 - 5.8.3 山东省加油站行业现状分析
 - 5.8.4 山东省加油站行业发展规划
 - (1) 规划目标
 - (2) 加油站布局及规划要求
 - 5.8.5 山东省加油站行业发展预测
 - (1) 道路建设规划
 - (2) 民用汽车保有量预测
 - (3) 成品油及加油站需求预测
- 5.9 河北省加油站行业发展分析
 - 5.9.1 河北省道路建设现状分析
 - 5.9.2 河北省民用汽车保有量分析
 - 5.9.3 河北省加油站行业现状分析
 - (1) 河北省加油站数量规模
 - (2) 河北省加油站布局分析
 - (3) 河北省加油站行业存在的问题
 - 5.9.4 河北省加油站行业发展预测
 - (1) 道路建设规划
 - (2) 民用汽车保有量预测
 - (3) 成品油及加油站需求预测
- 5.10 四川省加油站行业发展分析
 - 5.10.1 四川省道路建设现状分析
 - 5.10.2 四川省民用汽车保有量分析
 - 5.10.3 四川省加油站行业现状分析
 - 5.10.4 四川省加油站行业发展预测
 - (1) 道路建设规划
 - (2) 民用汽车保有量预测

(3) 成品油及加油站需求预测

5.11 贵州省加油站行业发展分析

5.11.1 贵州省道路建设现状分析

5.11.2 贵州省民用汽车保有量分析

5.11.3 贵州省加油站行业现状分析

(1) 贵州省加油站数量规模及分布情况

(2) 贵州省加油站行业经营分析

(3) 贵州省加油站行业存在的问题

5.11.4 贵州省加油站行业发展预测

(1) 道路建设规划

(2) 民用汽车保有量预测

(3) 成品油及加油站需求预测

5.12 内蒙古加油站行业发展分析

5.12.1 内蒙古道路建设现状分析

5.12.2 内蒙古民用汽车保有量分析

5.12.3 内蒙古加油站行业现状分析

(1) 内蒙古加油站数量规模分析

(2) 内蒙古成品油发展现状

(3) 内蒙古加油站行业存在的问题

5.12.4 内蒙古加油站行业发展预测

(1) 道路建设规划

(2) 民用汽车保有量预测

(3) 成品油及加油站需求预测

5.13 广西加油站行业发展分析

5.13.1 广西道路建设现状分析

5.13.2 广西民用汽车保有量分析

5.13.3 广西加油站行业现状分析

(1) 广西加油站数量规模

(2) 广西加油站布局分析

(3) 广西省加油站行业存在的问题

5.13.4 广西加油站行业发展预测

(1) 道路建设规划

(2) 民用汽车保有量预测

(3) 成品油及加油站需求预测

5.14 湖南省加油站行业发展分析

5.14.1 湖南省道路建设现状分析

5.14.2 湖南省民用汽车保有量分析

5.14.3 湖南省加油站行业现状分析

(1) 湖南省加油站数量规模

(2) 湖南省加油站行业存在的问题

5.14.4 湖南省加油站行业发展规划

5.14.5 湖南省加油站行业发展预测

(1) 道路建设规划

(2) 民用汽车保有量预测

(3) 成品油及加油站需求预测

5.15 湖北省加油站行业发展分析

5.15.1 湖北省道路建设现状分析

5.15.2 湖北省民用汽车保有量分析

5.15.3 湖北省加油站现状分析

(1) 湖北省加油站数量规模

(2) 湖北省加油站布局分析

(3) 湖北省加油站行业存在的问题

5.15.4 湖北省加油站行业发展预测

(1) 道路建设规划

(2) 民用汽车保有量预测

(3) 成品油及加油站需求预测

5.16 黑龙江省加油站行业发展分析

5.16.1 黑龙江省道路建设现状分析

5.16.2 黑龙江省民用汽车保有量分析

5.16.3 黑龙江省加油站行业现状分析

(1) 黑龙江省加油站数量规模

(2) 黑龙江省加油站行业存在的问题

5.16.4 黑龙江省加油站行业发展预测

(1) 道路建设规划

(2) 民用汽车保有量预测

(3) 成品油及加油站需求预测

5.17 河南省加油站行业发展分析

5.17.1 河南省道路建设现状分析

5.17.2 河南省民用汽车保有量分析

5.17.3 河南省加油站行业现状分析

(1) 河南省加油站数量规模

(2) 河南省加油站布局分析

5.17.4 河南省加油站行业发展规划

(1) 新建城区（工业园区、产业聚集区）加油站

(2) 公路沿线加油站

(3) 乡镇（农村）加油站

(4) 加油站的搬迁

(5) 整体规划加油站非油品业务

5.17.5 河南省加油站行业发展预测

(1) 道路建设规划

(2) 民用汽车保有量预测

(3) 成品油及加油站需求预测

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

(2) 中国石油化工股份有限公司经营情况分析

(3) 中国海洋石油集团有限公司经营情况分析

(4) 陕西延长石油（集团）有限责任公司经营情况分析

(5) 深圳市广聚能源股份有限公司经营情况分析

(6) 中国石化山东泰山石油股份有限公司经营情况分析

(7) 中国航油集团石油有限公司经营情况分析

(8) 中化石油有限公司经营情况分析

6.2 民营加油站经营企业分析

6.2.1 民营加油站发展情况

6.2.2 民营加油站存在的问题

(1) 经营规模小，发展受制多

(2) 地域经营，客户发展受限

(3) 无油可卖，油源混杂

6.2.3 民营加油站发展策略分析

6.2.4 民营加油站重点经营企业分析

(1) 长联石油控股有限公司经营情况分析

(2) 南京蓝燕石化储运实业有限公司经营情况分析

(3) 深圳市庆鹏实业集团有限公司经营情况分析

(4) 厦门海澳集团有限公司经营情况分析

(5) 中球冠集团有限公司有限公司经营情况分析

(6) 江苏川东石油化工有限公司经营分析

6.3 外资加油站经营企业分析

6.3.1 外资加油站发展情况

(1) 20世纪80年代至90年代

(2) 20世纪90年代至今

6.3.2 外资加油站品牌

6.3.3 外资加油站主要经营企业分析

(1) 英国BP公司分析

(2) 埃克森美孚石油公司分析

(3) 荷兰皇家壳牌石油公司分析

(4) 法国道达尔石油公司分析

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历程

7.2.2 国外加油站非油品业务盈利水平分析

7.2.3 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

7.2.4 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

7.2.5 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

7.2.6 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

(1) 中国石化集团加油站非油品业务发展概况

(2) 中国石油集团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盈利水平分析

7.3.3 中国加油站非油品业务发展难点

7.3.4 中国加油站发展非油品业务的必要性

7.3.5 中国加油站非油品业务存在的问题

(1) 加油站布局不合理，客户进店率偏低

(2) 商品管理不到位，物流体系未建立

(3) 对非油品业务认识不够，经营意识较差

(4) 管理基础薄弱，运营水平较低

(5) 激励机制未建立，员工积极性较低

(6) 市场环境不成熟，消费习惯有待培养

7.3.6 中国加油站非油品业务发展策略

(1) 建立非油品运营和管理体系

(2) 准确定位、合理定价

(3) 因地制宜，开展特色营销

(4) 完善考核，充分调动员工的积极性

(5) 建立配送物流体系，保障商品供应

7.3.7 中国加油站非油品业务发展趋势分析

7.3.8 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

(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机会分析

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

（1）机动车保有量快速增长

（2）国民经济的持续稳定发展

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

（1）作业中的安全隐患

（2）非作业情况下的安全隐患

8.2.3 加油站行业竞争风险

8.2.4 加油站行业关联行业风险

8.2.5 加油站行业其他风险

（1）货款结算过程中的应收账款风险

（2）资金停留期间被攻击的风险

（3）内部管理风险

8.3 中国加油站行业投资机会

8.3.1 中国公路建设规划分析

（1）高速公路建设规划

（2）二级及以上等级公路建设规划

（3）农村公路建设规划

8.3.2 中国加油站市场需求预测

（1）高速公路加油站需求预测

（2）等级公路加油站需求预测

（3）农村公路加油站需求预测

图表目录

图表1：加油站组成图

图表2：加油机类型及优缺点分析

图表3：加油机四大总成及作用

图表4：加油站机器设备种类

图表5：加油站行业主要政策汇总

图表6：2017-2020年美国国内生产总值变化趋势图（单位：亿美元，%）

图表7：2017-2020年美国消费者信心指数走势

图表8：2017-2020年美国失业率走势（单位：%）

图表9：2017-2020年欧盟GDP变化情况（单位：万亿欧元，%）

图表10：2017-2020年欧元区PPI走势（单位：%）

图表11：2017-2020年欧元区失业率趋势（单位：%）

图表12：2017-2020年日本GDP变化情况（单位：万亿日元，%）

图表13：2017-2020年日本制造业PMI指数走势

图表14：2017-2020年日本失业率月度走势（单位：%）

图表15：2020年俄罗斯GDP同比增速走势（单位：%）

图表16：2017-2020年巴西GDP同比增速走势（单位：%）

图表17：2017-2020年印度GDP同比增速走势（单位：%）

图表18：2021-2026年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）

图表19：2017-2020年中国国内生产总值及其增长（单位：万亿元，%）

图表20：2017-2020年全国规模以上工业增加值同比增速（单位：%）

图表详见报告正文 （GYSYL）

【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。《2020年中国加油站行业分析报告-行业运营现状与投资商机研究》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、阿里巴巴、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/478258478258.html>