

2008-2010年中国加油站市 场深度分析及项目投资行业报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2008-2010年中国加油站市场深度分析及项目投资行业报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/shiyou1101/4832719JSM.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2024-12-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

2008-2010年中国加油站市场深度分析及项目投资行业报告 内容介绍：

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
- 三、加油站的安全管理

第二节 加油站的组成分析

- 一、加油机
- 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、加油站的发展阶段分析
- 三、中国加油站发展史概述

第二章 加油站行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境分析

- 一、世界经济发展概况
- 二、中国经济发展概况

第二节 政策环境分析

- 一、中国原油与成品油市场作价机制
- 二、出口退税的影响分析
- 三、成品油市场管理暂行办法影响分析

第三节 加入WTO对我国出口退税的影响

- 一、加入WTO对我国出口退税产生的影响
- 二、出口退税政策的完善

第四节 2007年汽车工业的发展情况

第三章 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、欧洲成品油零售很有特色值得借鉴

第二节 美国

一、美国加油站特点分析

二、浅析美国加油站发展的成功经验

三、美国加油站经营特色及对中国的启示

四、美国加油站政府约束少公司管理严

第三节 德国

一、德国加油站经营情况及对我们的启示

二、德国加油站数量呈递减趋势

三、德国加油站的配套服务分析

四、解析德国加油站的商战策略

第四节 日本

一、日本加油站发展概述

二、日本加油站经营情况及启示

三、日本加油站非油品销售经验借鉴

四、浅述日本防灾型加油站的建设

五、日本的加油站兼具多种功能

第五节 其他国家

一、英国加油站

二、阿根廷加油站

三、意大利加油站

第四章 中国加油站行业分析

第一节 国内外加油站相关数据对比与分析

一、国内外加油站相关数据对比

二、中国加油站数量偏多的原因分析

三、结论以及建议

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、中国加油站数量明显偏多

三、中国加油站进入总量过剩时期

四、中国外资加油站建设数量概况

五、外资加油站加快进军中国行动步伐

第三节 加油站行业面临的问题及建议

- 一、加油站便利店建设亟待提速
- 二、加油站定期盘点有弊端
- 三、中国加油站石油渗漏污染问题需引起重视
- 四、国道加油站消费需求透视与对策
- 五、小加油站改革应注意的问题

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
- 二、推进加油站服务综合化和品牌多元化的发展
- 三、推进加油站设施的自动化和自助化
- 四、健康、安全、环保、节能的发展方向

第五章 成品油销售策略分析

第一节 2007年国内市场成品油的销售情况

- 一、两大集团频举价格杠杆
- 二、民营油企的乐与忧
- 三、外资低调策略悄改变

第二节 成品油零售条件

- 一、从事成品油零售经营应当具备条件
- 二、国内成品油市场态势
- 三、外资缘何关注成品油销售
- 四、成品油零售加油站增值税征收管理办法

第三节 前瞻成品油批发市场

- 一、市场竞争主体多样化
- 二、企业改革发展当自强
- 三、政府法制监管要跟上

第四节 信息化在成品油销售中的作用

- 一、用信息化提升企业核心竞争力
- 二、用信息化支撑专业化营销体系建设
- 三、用信息化加强对销售业务的控制
- 四、用信息化促进销售业务流程增值

第五节 成品油零售市场竞争分析

一、零售竞争

二、跨国石油巨头在华成品油零售渠状况

第六节 壳牌大规模介入加油站

一、壳牌捷足先登

二、三大石油巨头的野心

第六章 2008-2010年我国成品油需求及价格预测分析

第一节 2008-2010年成品油需求预测分析

第二节 2008-2010年成品油价格预测分析

一、投机因素主导原油价格

二、2008-2010年需求及供给预测

三、2007年原油价格继续回落

四、中国油价走势

五、2008-2010年美油价预测

第三节 2008-2010年成品油消费量预测

第四节 2008-2010年美国轻质原油期货平价预测

第五节 我国油品分销分析

一、目前我国油品分销领域存在的问题

二、打破油品分销垄断格局

第七章 中国油品市场分析

第一节 成品油市场

一、2006-2007年中国成品油市场现状分析

二、2007年中国成品油进出口数据分析

三、2007年国内成品油市场供销情况

四、中国成品油价格改革分析

五、国内成品油价格改革方向分析

第二节 汽油市场

一、中国汽车汽油生产与消费分析

二、2007年中国汽油市场供需回顾

三、2007年中国汽油进出口现状

四、2007年中国汽油首次实现净进口

第三节 柴油市场

一、2007年中国柴油供需状况回顾

二、中国柴油进出口特点分析

三、开放背景下中国柴油市场发展展望

第四节 燃料油市场

一、近年中国燃料油市场变化回顾

二、2007年中国燃料油市场发展回顾

三、中国燃料油行业发展策略

四、2007年国内外燃料油价格分析及发展走势

五、未来中国燃料油市场分析

第八章 中国各地区加油站发展规划

第一节 2008-2010年上海市加油站行业发展规划

一、制定规划的相关事项

二、上海加油站现状分析与评价

三、加油站布局规划

四、规划实施保证措施

第二节 2010年河北省加油站行业发展规划

一、制定规划的相关问题

二、加油（气）站现状调查及分析

三、河北省加油（气）站需求总量预测

四、加油（气）站布局规划

五、加油（气）站规划实施保证措施

第三节 2010年湖北省水上加油站行业发展规划

一、制定规划的相关问题

二、水上加油站现状分析及评价

三、水上加油站需求预测

四、水上加油站布局规划

五、规划实施保证措施及附件

第四节 其他地区

一、甘肃启动加油站建设发展规划

二、未来3年克拉玛依将新建20座加油站

三、2010年重庆将新增加油站近800座

四、2010年江苏省加油站行业发展规划

五、2008-2010年广州加油站布点规划

第九章 加油站竞争分析

第一节 国内外加油站的竞争现状

- 一、国内外巨头抢滩加油站市场竞争加剧
- 二、市场开放多方资本角力加油站
- 三、跨国巨头在华成品油零售渠剖析
- 四、合资加油站勾画战略图外资意在市场链
- 五、俄石油公司计划在中国设加油站

第二节 提高加油站竞争能力的对策

- 一、加油站挺立潮头的战略方法
- 二、有效提升加油站竞争力的建议
- 三、中国加油站行业竞争的新思路
- 四、提高加油站竞争力的策略

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
- 四、加油站实施顾客满意战略的内容
- 五、实施顾客满意战略的定位点

第十章 国外加油站行业的经营模式

第一节 德国加油站的特色便利店

- 一、经营方式
- 二、经营特色
- 三、独具特色的德国加油站便利店

第二节 英国加油站

- 一、科学合理的建设
- 二、规范高效的管理
- 三、游刃有余的营销策略
- 四、对中国加油站发展的几点思考
- 五、英德加油站管理启示

第三节 欧洲加油站经营策略

- 一、欧洲加油站特点
- 二、加油站降本增收策略

三、超市经营商进入油品零售业务

四、积分制盛行

五、开展油品集中配送

六、自动化、信息化引领

第四节 欧洲加油站对我国的启示

一、网络化观念

二、市场化观念

三、信息化观念

四、细节服务观念

五、HSE观念

第五节 日本加油站经营策略

一、加油站经营之道

二、启示和建议

第六节 美国和日本的油品定价机制

一、美国行业发展预测

第一节 2007年经济发展预测

一、中国经济发展预测

二、英国经济形势及2008年经济展望

三、俄罗斯社会经济发展预测

第二节 2007年中国经济发展的政策选择思考

一、中国经济面临潜在通货紧缩和投资增长速度反弹的双重压力

二、保持稳健财政政策的连续性

三、适时把握稳健的货币政策

四、汇率政策与改革

第三节 加油站布局规划

一、张家港市加油站规划

二、加油站规范化

第十三章 加油站投资策略

第一节 宏观环境分析

一、人口因素

二、经济环境

三、社会文化

四、政府政策

第二节 2008-2010年市场机会分析

一、认识市场特征

二、进行市场细分

三、分析市场因素

四、评估市场潜力

第三节 行业竞争分析

一、行业分析

二、竞争者及其策略的分析

三、竞争性市场营销组合审计

四、竞争策略和资源分析

第四节 行业市场选择分析

第五节 行业财务分析

一、收入预测

二、成本预测

三、获利能力分析

四、风险分析

第十四章 加油站经营策略建议

第一节 细分客户档案

第二节 开展多元化服务

第三节 精心策划特色化促销

一、加油站为抢客源送豆浆

二、着眼未来促销也是为提前练兵

第四节 加油站连锁经营模式及策略

一、加油站连锁经营模式条件

二、加油站连锁经营策略

第十五章 加油站销售网络营建策略

第一节 加油站销售网络发展战略

第二节 加油站销售网络实施策略

一、买断收购

二、兼并联营

三、租赁或特许经营

四、挖潜改造

五、征地新建

第三节 研究中心观点

附图：略、 、 、 、 、 、 、

详细请访问：<http://www.bosidata.com/shiyou1101/4832719JSM.html>