

# 2011-2015年中国加油站市 场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2011-2015年中国加油站市场分析与投资前景研究报告》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/shiyou1011/A150437CYJ.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】2010-11-03

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国加油站市场分析与投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了中国加油站行业的概念，接着分析了中国加油站行业发展环境，然后对中国加油站行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国加油站行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国加油站行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

国际油价近日重拾升势，并推动国内成品油批发价走高，但一些地区加油站降价促销的势头依然不减，此前鲜有价格松动的中石油、中石化加油站也早已加入降价大军。业内人士表示，目前我国成品油市场竞争格局已基本形成，在市场供应充足的前提下，各成品油销售商纷纷降价促销以占领市场份额。

## 第一章 加油站产业基本概述

### 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 世界各国加油站产业现状综述

### 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、美国加油站的非油品业务

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、日本加油站经营情况及启示

二、日本加油站非油品销售经验借鉴

三、浅述日本防灾型加油站的建设

四、日本加油站开始销售生物燃油

## 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

# 第三章 中国油品市场运行态势分析

## 第一节 成品油市场

一、2009年中国成品油市场现状分析

二、2007-2009年国内成品油市场供销情况

三、2009年国内成品油价格调整一览

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

六、2010年国内成品油市场供需展望

## 第二节 汽油市场

一、中国汽车汽油生产与消费分析

二、2009年中国汽油市场供需回顾

三、2009年车用汽油产品质量合格率94.3%

### 第三节 柴油市场

一、2009年中国柴油消费负增长 年来首次下降

二、2009年中国柴油市场分析回顾及展望

### 第四节 燃料油市场

一、近年中国燃料油市场变化回顾

二、燃料油走出低迷尚需时日

四、2010年燃料油市场展望

五、2010年3月国产燃料油供应缺口不断扩大

## 第四章 中国加油站行业运营情况分析

### 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

### 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、中国加油站进入总量过剩时代

三、中国外资加油站建设数量概况

四、国有和外资加油站的经营管理比较分析

### 第三节 中国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、小加油站应因地制宜放开经营

六、合理调节加油站数量

### 第四节 推进中国加油站发展的策略分析

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 中国民营加油站行业近况分析

### 第一节 2009-2010年民营加油站发展现状分析

- 一、民营油企在夹缝中生存
- 二、油源难保证 民营加油站面临或卖或租的两难选择
- 三、民营加油站数量猛增 逼迫中石化降价
- 四、数万民营加油站复苏 可能改变全国供应格局
- 五、民营油企7700亿资产借机闯关

## 第二节2009-2010年各大油企民营加油站发展现状分析

- 一、中国石油缩编民营加油站
- 二、中海油加紧收购广东民营油站 将开展建油站计划
- 三、中化与道达尔合资布局民营加油站

## 第三节2009-2010年国内部分省市民营加油站分析

- 一、泉州民营加油站
- 二、厦门民营加油站
- 三、山东民营加油站
- 四、海南民营加油站

## 第四节2009-2010年中国民营加油站发展策略分析

- 一、中国民营油企生存与发展战略剖析
- 二、民营加油站以降价来寻发展
- 三、民营加油站油荒问题的解决之道
- 四、民营加油站呼唤平等地位

## 第六章 中国加油站经营管理分析

### 第一节 加油站连锁经营分析

- 一、中国加油站连锁经营模式及策略
- 二、加油站连锁经营管理的优势
- 三、加油站连锁经营面临的问题及措施
- 四、加油站连锁经营管理的利与弊

### 第二节 加油站特许经营及存在的问题

- 一、加油站特许经营探究
- 二、加油站特许经营的相关规定
- 三、中国加油站特许经营现状
- 四、加油站特许经营遭遇尴尬
- 五、加油站特许经营存在的问题

### 第三节 年发展加油站特许经营的建议分析

一、发展加油站特许经营是加强行业管理的有效途径

二、加强对特许经营加油站的监管

三、加油站特许经营权待规范管理

四、发展加油站特许经营的新思路

五、发展加油站特许经营的战略思考

#### 第四节 加油站经营管理策略分析

一、加强油站的资金管理

二、解析加油站资金风险防范要点

三、中国加油站管理要面向未来

四、提高加油站经营管理水平

#### 第五节 中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

三、中国加油站横向多元化经营现状

四、中国加油站横向多元化经营影响因素

五、中国加油站横向多元化经营措施建议

### 第七章 中国加油站市场营销策略分析

#### 第一节 加油站营销管理及营销策略

一、国内外成品油营销管理探究

二、加油站运营及营销模式剖析

三、浅析加油站营销策略

四、解析社会加油站的营销策略

五、如何做好加油站营销

#### 第二节 成品油销售企业市场占有率分析

一、对成品油市场占有率的认识过程

二、市场占有率增长空间集中在小额用户

三、提高市场占有率的措施

四、提高市场占有率应注意的问题

#### 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

二、企业导入顾客满意流程

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

##### 二、客户忠诚度提高的思考

#### 第五节 市场催生自助式加油站

##### 一、自助式加油站的特点及功效

##### 二、建立自助式加油站的必然性

##### 三、正视现实把握时机

#### 第六节 科学营建加油站销售网络

##### 一、加油站销售网络发展战略

##### 二、加油站销售网络实施策略

##### 三、加油站销售网络建设与创新

#### 第七节 整治低效加油站提高销售业竞争力分析

##### 一、低效加油站成因解析

##### 二、低效加油站的消极影响不可小视

##### 三、整治低效加油站提高经营效益

#### 第八节 提高加油站销售能力的措施和方法分析

##### 一、提高加油站油品销量的策略

##### 二、加油站可采取的促销策略

##### 三、加油站提高创效力分析

##### 四、加油站提高销售竞争力战略

##### 五、提高成品油终端销售能力的方法

### 第八章 中国加油站市场竞争格局分析

#### 第一节 国内外加油站的竞争现状分析

##### 一、国内外巨头抢滩加油站市场竞争加剧

##### 二、国有民营加油站“角力”加剧

##### 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、俄石油公司与中石油联手在中国建加油站

#### 第二节 提高加油站竞争能力的对策分析

##### 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



### 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、顾客满意战略的延伸

## 第九章 中国加油站非油品业务市场分析

### 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的特点分析
- 三、世界各国非油品业务简介

### 第二节 中国加油站非油品市场现状分析

- 一、非油品业务成为中国加油站赢利新亮点
- 二、中国加油站非油品业务大有作为
- 三、商务部发文力促加油站发展非油品业务
- 四、加油站非油品业务将迎来大发展

### 第三节 加油站便利店

- 一、加油站便利店的管理模式
- 二、便利店在加油站的地位与作用
- 三、中国加油站便利店的盈利模式分析
- 四、加油站开设便利店拉动油品销售
- 五、阻碍国内加油站便利店发展的因素

### 第四节 中国非油品业务发展的的问题及策略分析

- 一、中国加油站非油品业务存在的问题分析
- 二、非油品业务如何突破地域经济局限
- 三、非油品业务需因地制宜

### 第五节 两大企业加油站非油品发展分析

- 一、石化巨头布局拓展加油站非油品业务
- 二、中油BP
- 三、中石化

## 第十章 中国三大企业加油站运营态势与财务指标分析

### 第一节 中国石油化工股份有限公司

- 一、企业简介及财务指标分析
- 二、中石化特许经营加油站在规范中逐渐完善
- 三、2009年中国石化成品油销量微增
- 四、中石化2009年业绩翻倍
- 四、中石化大降价点对点围剿民营加油站 上演贴身肉搏战
- 六、中石化明确2010年零售暨非油品工作目标

## 第二节 中国石油天然气股份有限公司

- 一、企业简介及财务指标分析
- 二、中石油开拓非油业务谋加油站转型综合服务
- 三、中石油成品油销售体系集权化过程正式收官
- 四、中石油加油站经营模式探究
- 五、2009年中石油总体经营点评
- 六、中石油加油站内斗 北京油价出现一地一价

## 第三节 中海油

- 一、公司简介
- 二、2008、2009年中国海油总公司经营状况分析
- 二、2010年建1000个加油站中海油加紧登陆拓终端
- 三、中海油竞争活动的边际效应分析
- 四、中海油油品营销突破难题
- 五、中海油加速完成布局加油站
- 六、中海油挟成品油牌照抢滩珠三角 加油站三国演义
- 七、中海油进军南海深水区20年内建成“深海大庆”

## 第十一章 中国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、商务部力促加油站“搞副业”
- 二、《成品油市场管理暂行办法》解析

### 第二节 加油站行业税收管理现状及措施

- 一、加油站收入及税收管理
- 二、加油站税收征管的问题及措施
- 三、浅析加油站税收管理中存在的弊端及对策
- 四、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、加油站设置标准
- 二、成品油零售企业应具备的条件
- 三、加油站建设的监督程序
- 四、新建加油站必备的条件

## 第十二章 中国加油站投资策略探讨

### 第一节 加油站投资形势分析

- 一、社会资金积极投资加油站
- 二、政策出台投资加油站门槛将降低

### 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
- 二、投资可行性方法解析

### 第三节 加油站的投资策略

## 第十三章 中国加油站发展前景预测分析

### 第一节 2011-2015年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
- 二、服务综合化 + 品牌多元化
- 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 2011-2015年中国加油站发展展望分析

- 一、中国加油站将面临改造
- 二、从成品油零售市场变化看加油站的发展力
- 三、未来两大集团仍将主导加油站市场
- 四、农村石油终端销售市场潜力大

## 第十四章 2011-2015年中国各地区加油站发展规划分析

### 第一节 2005-2010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年浙江省加油站行业发展规划

- 一、概述
- 二、加油站现状分析与评价

三、加油站需求预测

四、加油站布局规划

五、规划实施保证措施

### 第三节 2010年江苏省加油站行业发展规划

一、制定规划的相关问题

二、加油站现状分析及评价

三、加油站需求预测

四、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、北京市加油站行业发展规划（2009年-2015年）出台

三、温州启动加油站发展规划

四、广州加油站布点规划

图表名称：部分

图表 1970-2001年德国加油站数量

图表 2009年12月-2010年1月国际原油期货市场价格

图表 2009年12月份中国汽油产量统计数据表

图表 2004-2009年中国原油和石油表观消费量情况

图表 2007-2009年中国原油表观消费量月度变化情况

图表 中国主要油品表观消费量增长率比较

图表 2007-2009年各月中国原油加工量

图表 车用汽油产品质量国家监督抽查部分质量较好的产品及其企业名单

图表 车用汽油产品质量国家监督抽查部分质量较差的产品及其企业名单

图表 2000-2006年中国柴油自给率

图表 2009年1-12月柴油产量表

图表 2009年柴油表观消费量表

图表 2009年柴油价格表

图表 全球燃料油分地区供应量

图表 近几年全球燃料油供需情况

图表 中国燃料油产业链示意图

图表 中国燃料油消费分行业情况

图表 中国交通运输行业燃料油消费量

图表 中国燃料油供需情况

图表 沪燃料油期价与原油期价（除去汇率因素）比价关系

图表 美国和OECD所有国家的领先指标对比图——经济进入下行周期

图表 美元步入上涨周期

图表 中国经济指标-里昂采购经理人指数：跌破50

图表 NYMEX的WTI原油期价的长期走势（月线图）

图表 IPE布伦特原油（FOB）长期走势（月线图）

图表 CFTC公布的NYMEX原油周度持仓分析

图表 沪燃料油总持仓的季节性比较

图表 上海市现有加油站分布情况

图表 浙江省公路网总里程汇总表（2003年）

图表 沿海主要港口泊位数和吞吐量

图表 内河主要港口现状表

图表 2008-2009年中国石油化工股份有限公司成长性分析

图表 2008-2009年中国石油化工股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2009年中国石油化工股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2009年中国石油化工股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2009年中国石油化工股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2009年中国石油化工股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2009年中国石油化工股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2009年中国石油天然气股份有限公司成长性分析

图表 2008-2009年中国石油天然气股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2009年中国石油天然气股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2009年中国石油天然气股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2009年中国石油天然气股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2009年中国石油天然气股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2009年中国石油天然气股份有限公司盈利能力分析

图表 浙江省各市加油站情况统计表

图表 2010年江苏省加油站数量表

图表 江苏省2004-2010年成品油消费增幅表

图表 江苏省各地区2004-2010年成品油消费预测量

图表 江苏省民用车辆拥有量(2004年)

图表 江苏省民用汽车保有量预测表

图表 江苏省成品油零售量预测表

图表 江苏省加油站规模划分

图表 加油站以油罐容积来划分为以下三个等级

图表 江苏省加油站规划布局

图表 2005-2010年国省道加油站规划汇总表

图表 江苏省国道主干线加油站规划图(高速公路部分)

图表 江苏省高速公路省道路线表

图表 江苏省普通省道路线及加油站规划图

图表 略。。。。。。。。。。。

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/shiyou1011/A150437CYJ.html>