

# 2011-2015年中国加油站行业市场态势分析与投资可行性研究报告

## 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年中国加油站行业市场态势分析与投资可行性研究报告》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/shiyou1101/4832719JCM.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】2024-12-24

【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

2011-2015年中国加油站行业市场态势分析与投资可行性研究报告 内容介绍：

## 第一章 加油站行业相关概述

### 1.1 加油站

#### 1.1.1 加油站定义

#### 1.1.2 加油加气站相关术语

#### 1.1.3 加油站的分类

### 1.2 加油站各组成部分介绍

#### 1.2.1 加油机

#### 1.2.2 油枪

#### 1.2.3 机器设备

#### 1.2.4 油罐

### 1.3 加油站设备管理

#### 1.3.1 设备管理的重要性

#### 1.3.2 设备管理的重要原则

#### 1.3.3 设备管理的基本要求

### 1.4 加油站建设相关规定

#### 1.4.1 加油站设置标准

#### 1.4.2 新建加油站须具备的条件

#### 1.4.3 加油站建设的安全监督工作规定

## 第二章 2010年世界重点国家加油站发展现状综述

### 2.1 美国

#### 2.1.1 美国加油站各发展阶段回顾

#### 2.1.2 美国加油站技术应用状况

#### 2.1.3 美国加油站发展特点

#### 2.1.4 美国加油站的经营策略

#### 2.1.5 美国加油站与便利店结合的趋势

### 2.2 欧洲

#### 2.2.1 欧洲加油站发展经验

#### 2.2.2 欧洲加油站经营管理模式分析

#### 2.2.3 欧洲加油站的安全工作

#### 2.2.4 欧洲加油站便利店业务发展特点

### 2.3 英国

#### 2.3.1 英国加油站建设与经营概况

#### 2.3.2 英国加油站的管理与审批

#### 2.3.3 英国加油站竞争情况分析

#### 2.3.4 英国加油站将推行预付款方式

### 2.4 德国

#### 2.4.1 德国加油站发展经验借鉴

#### 2.4.2 德国加油站的配套服务及启示

#### 2.4.3 德国加油站在有序竞争中谋发展

### 2.5 日本

#### 2.5.1 日本乡村加油站面临困境

#### 2.5.2 日本加油站大力推广生物燃油销售

#### 2.5.3 日本加油站服务质量表现出色

#### 2.5.4 日本加油站汽车维修业务发展迅速

#### 2.5.5 日本防灾型加油站建设成就

## 第三章 2010年中国加油站行业运行环境分析

### 3.1 2010年中国宏观经济环境分析

#### 3.1.1 中国GDP分析

#### 3.1.2 消费价格指数分析

#### 3.1.3 城乡居民收入分析

#### 3.1.4 社会消费品零售总额

#### 3.1.5 全社会固定资产投资分析

#### 3.1.6 进出口总额及增长率分析

### 3.2 2010年中国加油站行业政策环境分析

#### 3.2.1 《成品油市场管理办法》

#### 3.2.2 国务院关于实施成品油价格和税费改革的通知

#### 3.2.3 石油价格管理办法（试行）

#### 3.2.4 关于严格控制新建加油站问题的通知

#### 3.2.5 关于规范加油站特许经营的若干意见

### 3.3 2010年中国加油站行业社会环境分析

#### 3.3.1 人口环境分析

### 3.3.2 教育环境分析

### 3.3.3 文化环境分析

### 3.3.4 生态环境分析

## 3.4 2010年中国加油站行业技术环境分析

# 第四章 2010年中国成品油市场发展状况透析

## 4.1 2010年中国成品油市场分析

### 4.1.1 国内成品油产销情况

### 4.1.2 年国内成品油市场变化原因探析

### 4.1.3 稳定国内成品油市场的对策

## 4.2 汽油

### 4.2.1 汽车产业汽油消费量增长迅速

### 4.2.2 中国大规模推广乙醇汽油

### 4.2.3 中国汽柴油市场供需特点

### 4.2.4 中国汽油产量分析

### 4.2.5 中国汽油表观消费量增长情况

## 4.3 柴油

### 4.3.1 中国柴油消费量增幅“先增后减”

### 4.3.2 中国柴油市场运行状况

### 4.3.3 国内柴油市场需求低迷将持续

### 4.3.4 生物柴油行业遭遇挫折

## 4.4 燃料油

### 4.4.1 中国燃料油行业发展迅猛

### 4.4.2 中国燃料油表观消费量分析

### 4.4.3 国内燃料油消费情况

# 第五章 2010年中国加油站行业态势分析

## 5.1 2010年中国加油站行业发展概况

### 5.1.1 中国加油站行业发展综述

### 5.1.2 中国加油站发展特点

### 5.1.3 中国加油站行业将进入质量提升阶段

## 5.2 加油站的布局

### 5.2.1 国外加油站布局特点

### 5.2.2 我国加油站布局现存的问题

- 5.2.3 加油站合理布局要点分析
- 5.2.4 加油站选址建议
- 5.3 2010年加油站环保问题分析
  - 5.3.1 加油站对环境的污染
  - 5.3.2 国外环保型加油站取得长足发展
  - 5.3.3 我国提高加油站环保要求
  - 5.3.4 建设安全环保加油站是必然趋势
  - 5.3.5 加油站实施油气回收势在必行
- 5.4 2010年加油站油品质量问题研究
  - 5.4.1 加油站油品质量亟需提高
  - 5.4.2 加油站油品升级障碍及对策
  - 5.4.3 解决加油站油品数量与质量问题的建议
- 5.5 2010年中国加油站行业发展对策分析
  - 5.5.1 中国加油站发展策略与重点
  - 5.5.2 中国加油站建设和发展建议
  - 5.5.3 创新型加油站改造分析
- 第六章 2010年中国加油站经营模式研究
  - 6.1 加油站经营模式概述
    - 6.1.1 全资（租赁）加油站
    - 6.1.2 控股加油站
    - 6.1.3 参股加油站
    - 6.1.4 特许经营加油站
    - 6.1.5 国外加油站经营模式发展特点
    - 6.1.6 加油站经营模式选择建议
  - 6.2 加油站连锁经营
    - 6.2.1 加油站连锁经营的必备条件
    - 6.2.2 加油站连锁经营的几种形式
    - 6.2.3 加油站连锁经营优势与不足之处
    - 6.2.4 加油站连锁经营发展策略
    - 6.2.5 加油站连锁经营控制与整合建议
  - 6.3 2010年中国加油站特许经营发展状况分析
    - 6.3.1 加油站特许经营的特征

- 6.3.2 中国加油站特许经营发展现状
- 6.3.3 对加油站特许经营模式的思考
- 6.3.4 加油站特许经营存在的不足
- 6.3.5 加油站特许经营发展的阻碍
- 6.4 2010年中国加油站特许经营发展对策分析
  - 6.4.1 加油站特许经营发展战略
  - 6.4.2 特许经营加油站规范方法
  - 6.4.3 加油站特许经营指导原则和规范程序
  - 6.4.4 加油站特许经营应向标准化方向发展
- 第七章 2010年中国加油站内部管理解析
  - 7.1 加油站管理概述
    - 7.1.1 加油站管理者应具备的素质
    - 7.1.2 我国加油站经营管理存在的问题
    - 7.1.3 提高加油站经营管理水平的建议
    - 7.1.4 加油站有效管理方法探讨
    - 7.1.5 国内加油站管理发展方向
  - 7.2 2010年加油站安全管理分析
    - 7.2.1 加油站设计与施工安全的管理
    - 7.2.2 加油站常见安全问题的解决措施
    - 7.2.3 加油站安全管理须严守重要关口
    - 7.2.4 确保加油站安全的建议
  - 7.3 2010年加油站财务管理分析
    - 7.3.1 加油站财务管理概括分析
    - 7.3.2 加油站资金管理的运用与操作
    - 7.3.3 加油站资金管理的问题及解决方法
    - 7.3.4 加强加油站资金管理的思路
    - 7.3.5 加油站资金风险防控办法
  - 7.4 2010年加油站的信息化管理分析
    - 7.4.1 加油站人工管理的不便
    - 7.4.2 加油站信息管理系统介绍
    - 7.4.3 国内外加油站信息管理系统应用情况
    - 7.4.4 加油站信息管理系统推广阻碍及解决思路

#### 7.4.5 促进加油站信息化管理发展的设想

### 7.5 2010年自助式加油站的管理分析

#### 7.5.1 自助式加油站特点及优势

#### 7.5.2 自助式加油站加油业务存在隐患

#### 7.5.3 自助式加油站应防范的安全问题

#### 7.5.4 自助式加油安全管理建议

## 第八章 2010年中国非油品业务运营态势分析

### 8.1 2010年非油品业务发展概况

#### 8.1.1 加油站产异化竞争催生多元化经营

#### 8.1.2 国内外加油站非油品业务现状

#### 8.1.3 非油品业务经营模式分析

#### 8.1.4 加油站非油品业务配送模式的选择

### 8.2 国外加油站非油品业务发展借鉴

#### 8.2.1 韩国加油站非油业务发展迅速

#### 8.2.2 南非加油站非油业务突出一体化服务

#### 8.2.3 意大利加油站非油品业务注重人性化

#### 8.2.4 加拿大加油站非油业务彰显实惠

### 8.3 2010年加油站便利店分析

#### 8.3.1 加油站便利店的特点

#### 8.3.2 加油站便利店的服务内容

#### 8.3.3 中国加油站便利店发展环境分析

#### 8.3.4 中国加油站便利店发展现状

#### 8.3.5 中国加油站便利店发展缓慢原因分析

#### 8.3.6 中国加油站便利店发展思路

#### 8.3.7 对加油站便利店经营的思考

### 8.4 2010年加油站经营汽车维修保养业务分析

#### 8.4.1 国内加油站发展汽车服务业务前景看好

#### 8.4.2 加油站经营汽车服务的定位分析

#### 8.4.3 加油站汽车服务业务详解

#### 8.4.4 加油站开展汽车服务业务销售策略

### 8.5 2010年非油品业务存在的问题及对策分析

#### 8.5.1 我国加油站非油业务相比国外的差距



- 8.5.2 国内加油站非油品业务现存问题
- 8.5.3 对加我国油站非油品业务的思考
- 8.5.4 加油站非油品业务发展建议
- 8.5.5 非油品服务项目需因地制宜
- 8.5.6 加油站非油品业务经营策略
- 8.5.7 加油站非油业务经营风险与防范对策

## 第九章 2010年外资及民营加油站走势分析

### 9.1 外资加油站

- 9.1.1 外资石油公司在我国广建加油站
- 9.1.2 国有和外资加油站各具优势
- 9.1.3 国有和外资加油站全方位比较
- 9.1.4 国际石油巨头加紧在华加油站布局

### 9.2 2010年民营加油站生存状况分析

- 9.2.1 民营油企发展大事记
- 9.2.2 民营油企发展状况回顾
- 9.2.3 成品油零售价上调扭转民营加油站颓势
- 9.2.4 民营加油站在夹缝中生存

### 9.3 国内部分民营加油站发展状况分析

- 9.3.1 重庆民营加油站迎来黄金期
- 9.3.2 上海民营加油站保持价格优势
- 9.3.3 深圳民营加油站经营灵活
- 9.3.4 北京民营加油站降价促销最有力

### 9.4 2010年中国民营加油站存在的问题及对策分析

- 9.4.1 民营油企难合资格审批要求
- 9.4.2 对民营加油站受垄断之苦的思考
- 9.4.3 中国加油站网创新民营加油站发展模式
- 9.4.4 民营加油站不可寄希望于减税政策
- 9.4.5 民营加油站结盟寻找新油源

## 第十章 2010年中国加油站市场营销策略分析

### 10.1 2010年加油站行业营销概述

- 10.1.1 加油站市场营销环境分析
- 10.1.2 提高加油站销量的关键因素

- 10.1.3 加油站营销中的八大关系分析
- 10.1.4 加油站营销加速升级
- 10.1.5 加油站“俱乐部”式营销理念
- 10.1.6 加油站创新营销发展思路
- 10.2 加油站营销策略
  - 10.2.1 加油站分时段销售控制
  - 10.2.2 加油站折扣销售策略研究
  - 10.2.3 加油站多种营销策略并举
  - 10.2.4 国道加油站消费需求与营销策略
  - 10.2.5 社会加油站成功营销策略
- 10.3 加油站服务式营销
  - 10.3.1 对加油站服务式营销的内涵
  - 10.3.2 加油站服务式营销的特点
  - 10.3.3 提升加油站销量的同时加强服务
  - 10.3.4 提高加油站服务质量的途径
- 10.4 加油站客户满意度的提高
  - 10.4.1 加油站体验式营销加强与顾客的沟通
  - 10.4.2 加油站需妥善处理顾客投诉
  - 10.4.3 加油站培育客户忠诚度的措施
- 10.5 2010年加油站营销发展建议分析
  - 10.5.1 加油站营销建议
  - 10.5.2 整治低效加油站提高经营效益
  - 10.5.3 加油站需培育专业营销人员

## 第十一章 2010年中国加油站行业市场竞争格局分析

- 11.1 加油站行业垄断现象研究
  - 11.1.1 国内石油企业垄断权利与义务平衡性问题分析
  - 11.1.2 反垄断法难以制约石油行业
  - 11.1.3 打破加油站行业垄断需扶持民营油企
- 11.2 2010年中国加油站行业竞争格局分析
  - 11.2.1 加油站行业竞争日益激烈
  - 11.2.2 国内石油行业形成“三足鼎立”竞争格局
  - 11.2.3 加油站行业竞争体现立体化

- 11.3 三大国有加油站的内部竞争
  - 11.3.1 中石化与中石油大打价格战
  - 11.3.2 中石化与中石油角力加油站网络建设和信息化管理
  - 11.3.3 中石化与中石油加紧向对方销售区渗透
  - 11.3.4 三大国市场定价机制分析
- 12.1.4 国际油价波动加大我国油价调整压力
- 12.2 中国成品油价格调整状况
  - 12.2.1 我国成品油价格调整及税费改革历程
  - 12.2.2 国内外成品油价格比较分析
  - 12.2.3 我国成品油价格相关问题详解
  - 12.2.4 我国成品油价格调控趋势
  - 12.2.5 国内成品油价格调整将更灵活
  - 12.2.6 中国须积极应对国际油价上涨压力
- 12.3 中国成品油价格管理与形成机制分析
  - 12.3.1 我国油价调整由政府管理与市场调节同时进行
  - 12.3.2 对我国成品油定价机制改革的思考
  - 12.3.3 油价症结在于缺乏公平竞争机制
  - 12.3.4 成品油定价机制市场化有待进一步发展
  - 12.3.5 成品油价格市场化有赖于竞争主体多元化
  - 12.3.6 成品油价格市场化尚需配套政策
  - 12.3.7 成品油定价机制将在微调中趋于完善
- 12.4 油价国际接轨分析
  - 12.4.1 油价与国际接轨结果与消费者期望相反
  - 12.4.2 我国油价未与国际接轨的原因分析
  - 12.4.3 中国应主动影响国际油价调整
- 第十四章 2011-2015年中国加油站行业投资及发展前景分析
  - 14.1 2011-2015年中国加油站行业投资分析
    - 14.1.1 加油站用地投资与收益分析
    - 14.1.2 加油站投资可行性分析
    - 14.1.3 加油站行业投资策略
  - 14.2 2011-2015年国外加油站行业发展趋势分析
    - 14.2.1 加油站单站规模大型化与网络布局合理化趋势

- 14.2.2 加油站服务综合化与品牌多元化趋势
- 14.2.3 加油站设备设施自动化与加油服务自助化趋势
- 14.2.4 国外加油站的健康安全环保趋势
- 14.3 2011-2015年中国加油站的变化趋势
  - 14.3.1 加油站行业掀起“绿色革命”
  - 14.3.2 加油站的信息化潮流
  - 14.3.3 加油站向非油业务转型
- 14.4 国内部分地区加油站发展规划
  - 14.4.1 2005-2010年上海市加油站行业发展规划
  - 14.4.2 2006-2010年安徽省加油站行业发展规划
  - 14.4.3 海南省加油站行业“十一五”发展规划
  - 14.4.4 2007-2015年山东省加油站及仓储油库发展规划

图表目录：

图表：加油站规模划分

图表：加油站的等级划分

图表：1970-2001年德国加油站数量

图表：2008年1-12月中国汽油表观消费量数据表

图表：2008年1-12月中国柴油表观消费量

图表：中国燃料油表观消费量数据表

图表：汽车服务企业竞争力比较分析

图表：近年国内成品油调价一览

图表：选取案例加油站基本状况一览表

图表：案例加油站经济指标分析汇总表

图表：加油站及构筑物限值

图表：各级别加油站用地基准价格

图表：评估具体加油站房地产价格的影响因素及修正指标

图表：上海市机动车保有量情况

图表：上海市加油站基本情况

图表：山东省加油站数量分布及仓储库容（截至2006年底）

图表：2007-2015年山东省加油站新增数量及分布

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