

2015-2020年中国加油站市 场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国加油站市场竞争力分析及投资前景研究报告》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/shiyou1411/T12853SQL0.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-11-07

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国加油站市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十六章。介绍了加油站行业相关概述、中国加油站产业运行环境、分析了中国加油站行业的现状、中国加油站行业竞争格局、对中国加油站行业做了重点企业经营状况分析及中国加油站产业发展前景与投资预测。您若想对加油站产业有个系统的了解或者想投资加油站行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

加油站分为民营加油站，国有加油站，跨国公司加油站。民营加油站是民营社会力量企业参与建设与经营的加油站，特点是规模小，数量多，较分散。国有加油站是国有两家大型石油企业中国石油化工股份有限公司（简称“中石油”）和中国石油天然气股份有限公司（简称“中石化”）自己开发和建设的国有加油站。

到2013年，全国加油站总量达到9万多家。其中，中石油自营及特许加油站占全国加油站总数近两成；中石化自营及特许加油站数量占全国加油站总数的1/3左右；其他国有、民营、外资加油站约占全国加油站总数的50%。民营企业发展迅速，外资企业加快进入，中国加油站行业呈现国企、民企、外企“三足鼎立”的发展态势。

全球经济呈现一体化趋势，这就意味着中国石油、石化行业将直接面临国际市场竞争。不但要面对全球性跨国公司的重组及全球战略的变化，而且这些公司在成品油分销业务上有着先进的管理方式和技术，国际油市也动荡不安。可见，未来国内成品油市场的竞争将十分激烈，国内成品油销售行业将面临严峻的挑战。审视国内成品油市场环境，一个微妙的变化日益清晰，那就是作为成品油销售最前端的加油站被推到了市场最前沿。作为石油工业链条中的重要一环，加油站行业同样维系着国民经济命脉。

报告目录：

第一章 加油站产业相关概述 14

第一节 加油站主要经济类型 14

第二节 加油站的经营模式 15

一、国外经营模式 15

二、国内经营模式 15

三、对比分析 16

第三节 中国加油站发展历程演进 16

- 一、由分散经营到集约化经营 16
- 二、加油站在竞争中相互促进 16
- 三、从单一品种向多种经营延伸 17
- 四、由价格竞争向品牌竞争转化 17
- 五、由单一竞争向多样化竞争转变 17

第四节 加油站设备管理 18

- 一、设备管理的重要性 18
- 二、设备管理的重要原则 18
- 三、设备管理的基本要求 19

第五节 加油站建设相关规定 20

- 一、加油站设置标准 20
- 二、新建加油站须具备的条件 20
- 三、加油站建设的安全监督工作规定 21

第二章 2013-2014年国际加油站产业运行透析及经验借鉴 22

第一节 美国 22

- 一、美国加油站各发展阶段回顾 22
- 二、美国加油站的非油品业务 22
- 三、美国加油站技术应用状况 23
- 四、美国加油站政府约束少公司管理严 24
- 五、美国加油站经营特色及对中国的启示 25
- 六、美国加油站与便利店结合的趋势 26
- 七、美国加油站的经营策略 27

第二节 欧洲 27

- 一、欧洲加油站的安全工作 27
- 二、欧洲加油站经营管理模式分析 28
- 三、欧洲加油站便利店业务发展特点 29
- 四、欧洲加油站管理窥探 29
- 五、欧洲加油站便利店发展特色 30
- 六、欧洲成品油零售很有特色值得借鉴 30

第三节 英国 31

- 一、英国加油站建设与经营概况 31

二、英国加油站的管理与审批 31

三、英国加油站竞争情况分析 32

四、英国加油站的营销策略 33

第四节 德国 34

一、德国加油站数量呈递减趋势 34

二、德国加油站的经营方式分析 34

三、德国加油站的经营特点分析 36

四、德国加油站的配套服务特点 37

五、解析德国加油站的商战策略 38

六、德国加油站发展经验借鉴 39

第五节 日本 40

一、日本加油站发展概况分析 40

二、日本加油站主营业务分析 41

三、日本防灾型加油站建设成就 42

四、日本加油站石油销售业分析 42

五、日本加油站非油品销售业务 43

六、日本加油站服务质量表现出色 43

七、日本加油站开始销售生物燃油 45

八、日本加油站TBA销售管理经验 45

第六节 澳洲 47

一、澳洲石油资源概述 47

二、澳洲成品油市场分析 47

三、澳洲加油站主营业务分析 48

四、澳洲零售巨头进军加油站服务业 48

第三章 2014年中国加油站产业运行环境解析 50

第一节 2014年中国宏观经济发展环境分析 50

一、2014年中国GDP增长情况分析 50

二、2014年工业经济发展形势分析 51

三、2014年全社会固定资产投资分析 55

四、2014年社会消费品零售总额分析 56

五、2014年城乡居民收入与消费分析 57

六、2014年对外贸易的发展形势分析	58
第二节 2014年中国加油站业政策环境分析	59
一、《加油站服务技术规范》行业标准	59
二、中国成品油价格调整政策及影响分析	60
三、实施成品油增值税政策汇总	60
四、《成品油市场管理办法》	61
五、国务院关于实施成品油价格和税费改革的通知	62
（一）关于成品油税费改革	62
（二）关于完善成品油价格形成机制	63
（三）关于完善成品油价格配套措施	64
（四）妥善解决改革的相关问题	65
（五）实施时间	65
六、石油价格管理办法（试行）	66
七、关于严格控制新建加油站问题的通知	67
八、关于规范加油站特许经营的若干意见	67
第三节 2013-2014年中国汽车行业运行状况对加油站的影响分析	68
一、汽车行业调整和振兴规划解析	68
二、中国汽车行业产销情况	69
三、中国汽车保有量分析	71
（一）、中国民用汽车保有量	71
（二）、中国私人汽车保有量	71
第四章 2013-2014年中国成品油市场发展状况透析	73
第一节 中国成品油市场分析	73
一、中国成品油供给情况统计	73
二、中国成品油市场消费统计	73
三、成品油市场发展问题与对策	74
（一）中国成品油市场存在的问题	74
（二）成品油价格新规市场发展建议	76
四、中石化成品油销售未来或成副业	77
五、五省完成成品油质量升级	78
第二节 中国汽油市场分析	80

一、全球汽油市场发展总况	80
二、中国汽油生产消费状况	81
三、中国汽油进出口现状分析	82
四、中国汽油市场价格行情	83
五、甲醇汽油市场发展情况	85
六、甲醇汽油产业最新近况	86
七、乙醇汽油市场发展分析	87
第三节 中国柴油市场分析	89
一、中国柴油生产与消费状况	89
二、中国柴油进出口数据统计	89
三、中国柴油价格状况	90
四、生物柴油行业发展分析	91
五、生物柴油产业的发展思路	92
第四节 中国煤油市场分析	96
一、中国煤油交易历史回顾	96
二、中国煤油市场运行概况	96
三、中国煤油行业供需形势剖析	97
四、中国煤油生产与消费状况	97
五、中国煤油进出口数据统计	98
第五节 中国燃料油市场分析	99
一、中国燃料油市场发展综述	99
二、中国燃料油市场供需状况	103
三、中国燃料油进出口情况	104
四、中国燃料油期货发展成效	105
五、影响燃料油期货价格的因素	108
六、燃料油市场发展对策及措施	109
七、2014年燃料油市场行情概述	111
第五章 2013-2014年中国加油站行业运行新形势透析	113
第一节 中国加油站产业运行总况分析	113
一、国内加油站发展特点	113
二、加油站行业进入质量提升阶段	113

三、中国加油站进入总量过剩时期	114
四、外资加油站加快在中国业务渗透整合	115
第二节 中国加油站的布局情况分析	117
一、国内加油站的布局情况	117
二、国内加油站布局现存问题	118
三、加油站合理布局要点分析	119
四、加油站选址规划设计要求	119
五、国内加油站布局建议分析	120
第三节 加油站行业面临的问题及建议	123
一、加油站便利店建设亟待提速	123
二、加油站定期盘点有弊端情况	125
三、石油渗漏污染问题需引起重视	125
四、国道加油站消费需求透视分析	127
五、加油站实施油气回收势在必行	131
六、国内加油站油品质量问题分析	131
第四节 推进中国加油站发展的策略探讨	132
一、推进大型化高效加油站的建设	132
二、推进服务综合化和品牌多元化发展	133
三、推进加油站设施的自动化和自助化	133
四、健康、安全、环保、节能发展方向	134
第六章 2013-2014年中国加油站经营与成品油市场分析	135
第一节 2013-2014年中国加油站现状综述	135
一、加油站数量情况	135
二、民营加油站数量情况	135
三、加气站数量情况	135
第二节 2013-2014年中国成品油市场运行分析	140
一、成品油市场运行	140
二、成品油供应情况	140
三、成品油进出口情况	142
（一）成品油进口统计	142
（二）成品油出口统计	143

四、成品油销售、消费情况 144

（一）成品油消费增长情况 144

（二）成品油区域消费结构 145

五、成品油价格情况 145

（一）总体价格情况 145

（二）价格波动情况 146

（三）价格市场化改革 146

第七章 2013-2014年中国加油站经营模式研究 149

第一节 加油站经营模式概述 149

一、全资（租赁）加油站 149

二、控股加油站 150

三、参股加油站 150

四、特许经营加油站 150

五、国外加油站经营模式发展特点 151

六、加油站经营模式选择建议 152

第二节 加油站连锁经营 152

一、加油站连锁经营的必备条件 152

二、加油站连锁经营的几种形式 153

三、加油站连锁经营优势与不足之处 154

四、加油站连锁经营发展策略 156

五、加油站连锁经营控制与整合建议 156

第三节 2013-2014年中国加油站特许经营发展状况分析 157

一、加油站特许经营的特征 157

二、中国加油站特许经营发展现状 158

三、对加油站特许经营模式的思考 159

四、加油站特许经营存在的不足 160

五、加油站特许经营发展的阻碍 161

第四节 2013-2014年中国加油站特许经营发展对策分析 162

一、特许经营双方利害关系互动分析 162

二、加油站特许经营发展战略 163

三、特许经营加油站规范方法 164

- 四、加油站特许经营指导原则和规范程序 165
- 五、加油站特许经营应向标准化方向发展 166

第八章 2013-2014年中国加油站内部管理解析 168

第一节 加油站管理概述 168

- 一、中国加油站经营管理问题 168
- 二、提高加油站经营管理建议 169
- 三、加油站有效管理方法探讨 171
 - (一) 建立独到管理考核机制 171
 - (二) 推行加油站经理竞聘制 172
 - (三) 重视落实“一站一策” 173
- 四、国内加油站管理发展方向 174

第二节 2013-2014年加油站安全管理分析 176

- 一、加油站设计与施工安全的管理 176
 - (一) 加油站施工安全管理现状 176
 - (二) 加油站施工安全管理对策 178
- 二、加油站常见安全问题及解决措施 179
 - (一) 加油站常见安全问题 179
 - (二) 加油站安全解决措施 181
- 三、加油站安全管理须严守重要关口 182
- 四、确保加油站安全的建议 184

第三节 2013-2014年加油站财务管理分析 186

- 一、加油站财务管理概括分析 186
- 二、加油站财务管理问题及特点 189
 - (一)、加油站财务管理问题 189
 - (二)、加油站财务管理特点 190
- 三、加油站资金管理运用与操作 191
 - (一) 加油站资金管理运用 191
 - (二) 加油IC卡资金管理操作流程 193
 - (三) 小额配送业务资金管理工作流程 194
 - (四) 非油品业务资金管理工作流程 195
- 四、加油站资金管理风险及措施 195

(一)	加油站资金管理风险	195
(二)	加油站资金管理措施	196
五、	加强加油站资金管理的思路	197
(一)	加油站现金控制	197
(二)	加油站应收帐款的控制	198
(三)	加油站库存商品的控制	199
六、	加油站资金风险防控办法	200
第四节	2013-2014年加油站的信息化管理分析	201
一、	加油站人工管理的不便	201
二、	加油站信息管理系统介绍	201
(一)	加油站信息管理系统概述	201
(二)	加油站信息管理系统优点	202
(三)	加油站信息管理系统特点	203
三、	国内外加油站信息管理系统应用情况	204
(一)	国外加油站信息管理系统应用	204
(二)	国内加油站信息管理系统应用	205
四、	加油站信息管理系统推广阻碍及解决思路	207
(一)	加油站信息管理系统推广阻碍	207
(二)	加油站信息管理系统解决思路	209
(三)	加油站库存信息化建设的建议	209
五、	促进加油站信息化管理发展的设想	211
第五节	2013-2014年自助式加油站的管理分析	213
一、	自助式加油站概述及优点	213
二、	自助式加油站的安全问题	215
三、	自助式加油安全管理建议	215
四、	自助式加油经营管理策略	217
(一)	自助加油发展模式的选择	217
(二)	自助加油站位置的选择	217
(三)	自助加油零售管理强化	217
第九章	中国非油品业务运营态势分析	219
第一节	非油品业务发展概况	219

- 一、加油站产异化竞争催生多元化经营 219
- 二、国内外加油站非油品业务现状 222
- 三、非油品业务经营模式分析 224
- 四、加油站非油品业务配送模式分析 225
- 五、中国非油品业务配送现状分析 227
- 六、加油站非油品业务配送模式选择 228
- 第二节 国外加油站非油品业务发展借鉴 230
 - 一、韩国加油站非油业务发展迅速 230
 - 二、南非加油站非油业务突出一体化服务 232
 - 三、法国和意大利加油站非油品业务状况 233
 - 四、加拿大加油站非油业务彰显实惠 235
- 第三节 加油站便利店分析 236
 - 一、加油站便利店的发展特点 236
 - 二、中国加油站便利店发展环境 238
 - 三、中国加油站便利店发展现状 240
 - 四、加油站便利店发展缓慢原因 240
 - 五、中国加油站便利店发展思路 241
 - 六、对加油站便利店经营的思考 242
 - 七、加油站便利店市场细分策略 243
 - (一) 城区加油站便利店营销策略 243
 - (二) 农村加油站便利店营销策略 244
 - (三) 高速路加油便利店营销策略 245
- 第四节 加油站经营汽车维修保养业务分析 245
 - 一、中国加油站发展汽车服务业务前景看好 245
 - 二、加油站经营汽车服务的定位分析 247
 - 三、加油站汽车服务业务详解 251
 - 四、加油站开展汽车服务业务销售策略 254
- 第五节 非油品业务存在的问题及对策分析 255
 - 一、中国加油站非油业务相比国外的差距 255
 - 二、中国加油站非油品业务现存问题 257
 - 三、对加中国油站非油品业务的思考 259
 - 四、加油站非油品业务发展建议 261

五、非油品服务项目需因地制宜	261
六、加油站非油品业务经营策略	262
七、加油站非油业务风险防范对策	264
第十章 2013-2014年中国加油站市场营销策略分析	268
第一节 2013-2014年加油站行业营销概述	268
一、加油站市场营销环境分析	268
二、提高加油站销量的关键因素	270
三、加油站营销中的八大关系分析	274
四、加油站营销加速升级	275
五、加油站“俱乐部”式营销理念	277
六、加油站创新营销发展思路	278
第二节 加油站营销策略	279
一、加油站分时段销售控制	279
二、加油站折扣销售策略研究	279
三、加油站多种营销策略并举	280
四、国道加油站消费需求与营销策略	281
五、社会加油站成功营销策略	284
第三节 加油站服务式营销	285
一、对加油站服务式营销的内涵	285
二、加油站服务式营销的特点	286
三、提升加油站销量的同时加强服务	287
四、提高加油站服务质量的途径	288
第四节 加油站客户满意度的提高	289
一、加油站体验式营销加强与顾客的沟通	289
二、加油站需妥善处理顾客投诉	290
三、加油站培育客户忠诚度的措施	292
第五节 2013-2014年加油站营销发展建议分析	295
一、加油站营销建议	295
二、整治低效加油站提高经营效益	296
三、加油站需培育专业营销人员	297

第十一章 2013-2014年中国外资及民营加油站运营情况分析 298

第一节 外资加油站 298

- 一、外资石油公司在中国广建加油站 298
- 二、国有和外资加油站各具优势 300
- 三、国有和外资加油站全方位比较 301
- 四、国际石油巨头加紧在华加油站布局 306

第二节 民营加油站 306

- 一、民营油企发展大事记 306
- 二、民营油企发展状况回顾 307
- 三、成品油零售价上调扭转民营加油站颓势 308
- 四、民营加油站在夹缝中生存 309

第三节 2013-2014年国内部分民营加油站发展状况 310

- 一、重庆商投联合韩国GS整编民营加油站 310
- 二、上海民营加油站保持价格优势 311
- 三、深圳民营加油站经营灵活 311
- 四、北京民营加油站降价促销最有力 311
- 五、广州民营加油站促销让利抢市场 312
- 六、东莞民营加油站降价促销受欢迎 312
- 七、佛山民营加油站油价更实惠 312

第四节 2013-2014年中国民营加油站存在的问题及对策分析 313

- 一、民营油企难合资格审批要求 313
- 二、对民营加油站受垄断之苦的思考 313
- 三、中国加油站网创新民营加油站发展模式 315
- 四、民营加油站不可寄希望于减税政策 315
- 五、民营加油站结盟寻找新油源 316

第十二章 2013-2014年中国主要地区加油站运行状况及投资潜力分析 318

第一节 广东省 318

- 一、汽车保有量 318
- 二、加油站情况 319
- 三、成品油市场情况 319

第二节 北京市 321

- 一、汽车保有量 321
- 二、加油站情况 322
- 三、成品油市场情况 326
- 第三节 上海市 326
 - 一、汽车保有量 326
 - 二、加油站情况 327
 - 三、成品油市场情况 328
- 第四节 山东省 329
 - 一、汽车保有量 329
 - 二、加油站情况 329
 - 三、成品油市场情况 331
- 第五节 河北省 331
 - 一、汽车保有量 331
 - 二、加油站情况 332
 - 三、成品油市场情况 332
- 第六节 四川省 333
 - 一、汽车保有量 333
 - 二、加油站情况 334
 - 三、成品油市场情况 334
- 第七节 浙江省 335
 - 一、汽车保有量 335
 - 二、加油站情况 335
 - 三、成品油市场情况 337
- 第八节 江西省 338
 - 一、汽车保有量 338
 - 二、加油站情况 338
 - 三、成品油市场情况 339
- 第九节 山西省 339
 - 一、汽车保有量 339
 - 二、加油站发展动态 340
 - 三、成品油市场情况 341
- 第十节 辽宁省 341

一、汽车保有量 341

二、加油站发展动态 342

三、成品油市场情况 342

第十三章 2013-2014年中国加油站产业市场竞争新格局分析 344

第一节 加油站行业垄断现象研究 344

一、国内石油企业垄断权利与义务平衡性问题分析 344

二、反垄断法难以制约石油行业 349

三、打破加油站行业垄断需扶持民营油企 349

第二节 中国加油站行业竞争格局 350

一、加油站行业竞争日益激烈 350

二、国内石油行业形成“三足鼎立”竞争格局 351

三、加油站促销是竞争结果 351

第三节 三大国有加油站的内部竞争 352

一、中石化与中石油大打价格战 352

二、中石化与中石油角力加油站网络建设和信息化管理 353

三、中石化与中石油加紧向对方销售区渗透 353

四、三大国有油企抢夺广东市场 356

第四节 提高加油站竞争力的策略 359

一、加油站竞争思路转变 359

二、全面提高加油站竞争能力的策略 362

三、新形势下加油站差异化竞争策略 364

四、提高加油站创效能力的建议 367

第十四章 2013-2014年中国三大国有油企及其加油站经营动态分析 368

第一节 中国石油化工股份有限公司 368

一、公司的发展情况 368

二、公司成品油生产情况 369

三、公司加油站网络分析 369

四、成品油营销及分销营运情况 370

五、公司加油站投资建设情况 371

六、公司非油品业务发展分析 371

七、公司加油站发展动态分析 372

第二节 中国石油天然气股份有限公司 372

- 一、公司的发展情况 372
- 二、公司成品油生产情况 373
- 三、服务及销售体系 373
- 四、成品油营销及分销营运情况 374
- 五、公司成品油的发展规划分析 374

第三节 中国海洋石油总公司 375

- 一、公司的发展情况 375
- 二、公司的经营情况 377
- 三、公司原油销售分析 377
- 四、公司加油站数量及销售网络 378
- 五、公司加油站发展动态分析 378

第十五章 2013-2014年外资加油站在华发展情况 380

第一节 壳牌石油 380

- 一、公司简介 380
- 二、经营情况 381
- 三、在华发展情况 381
- 四、公司在华动态 382

第二节 BP石油 383

- 一、公司简介 383
- 二、经营情况 383
- 三、在华发展情况 384
- 四、公司在华动态 385

第三节 埃克森美孚 385

- 一、公司简介 385
- 二、经营情况 386
- 三、在华发展情况 387

第四节 道达尔 387

- 一、公司简介 387
- 二、经营情况 388

三、在华发展情况 389

四、公司在华动态 391

第十六章 博思数据关于中国加油站行业投资与发展前景预测 392

第一节 2013-2014年中国加油站行业投资分析 392

一、加油站投资环境分析 392

二、加油站投资机会分析 392

三、加油站投资竞争分析 394

四、加油站投资成本收益分析 396

五、加油站投资可行性分析 397

六、自助加油站经营投资与管理 397

七、加油站投资项目风险及防范 399

第二节 2013-2014年国外加油站行业发展趋势分析 401

一、加油站单站规模大型化与网络布局合理化趋势 401

二、加油站服务综合化与品牌多元化趋势 402

三、加油站设备设施自动化与加油服务自助化趋势 403

四、国外加油站的健康安全环保趋势 404

第三节 2013-2014年中国加油站的变化趋势 405

一、加油站行业掀起“绿色革命” 405

二、加油站的信息化潮流 406

三、加油站向非油业务转型 406

第四节 “十二五”中国部分地区加油站发展规划 407

一、上海市加油站行业发展规划 407

二、安徽省加油站行业发展规划 410

三、山东省加油站及仓储油库发展规划 411

图表目录

图表 1 ORVR与第二阶段油气回收系统不兼容协调引起过量排放示意图 25

图表 2 2013-2014年国内生产总值构成及增长速度统计 52

图表 3 2009-2014年国内生产总值及增长变化趋势图 53

图表 4 2009-2013年中国人均国内生产总值变化趋势图 53

图表 5 2009-2014年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 55

图表 6 2013年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图 56

图表 7 2014年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图 57

图表 8 2009-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图 58

图表 9 2009-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 59

图表 10 2009-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 60

图表 11 2009-2014年中国进出口总额增长趋势图 61

图表 12 2008-2014年中国汽车产量统计 71

图表 13 2008-2014年中国汽车产量增长趋势图 72

图表 14 2008-2014年中国汽车销量统计 72

图表 15 2008-2014年中国汽车销量增长趋势图 72

图表 16 2000-2013年中国民用汽车保有量统计 73

图表 17 2000-2013年中国私人汽车保有量和增长率统计 74

图表 18 2008-2014年中国成品油产量增长趋势图 75

图表 19 2009-2014年中国成品油表观消费量增长趋势图 76

图表 20 2008-2014年中国汽油产量变化趋势图 83

图表 21 2008-2014年中国汽油表观消费量变化趋势图 84

图表 22 2008-2014年中国汽油进口量统计 84

图表 23 2007-2014年中国汽油出口量变化趋势图 85

图表 24 中国成品油价格近一年历次调整一览 86

图表 25 2008-2014年中国柴油生产与表观消费量统计 91

图表 26 2008-2014年中国柴油进口数据统计 92

图表 27 2008-2014年中国柴油出口数据统计 92

图表 28 2008-2014年中国煤油生产与表观消费量统计 100

图表 29 2008-2014年中国煤油进口数据统计 100

图表 30 2008-2014年中国煤油出口数据统计 101

图表 31 2008-2014年中国燃料油产量变化趋势图 105

图表 32 2008-2014年中国燃料油表观消费量变化趋势图 106

图表 33 2010-2014年中国燃料油进口量变化趋势图 106

图表 34 2010-2014年中国燃料油出口量变化趋势图 107

图表 35 2008-2014年中国成品油供给规模统计 143

图表 36 2013年中国成品油供给结构图 143

图表 37 2014年中国成品油供给结构图 143

图表 38 2013-2014年中国成品油进口情况及累计平均总价统计 144

图表 39 2013-2014年中国成品油出口情况及累计平均总价统计 145

图表 40 特许经营本质特征 156

图表 41 维护良好特许经营关系的重要方法 165

图表 42 汽车服务企业竞争力比较分析 253

图表 43 营销策略实现步骤图 270

图表 44 加油站在中国的发展历程 271

图表 45 跨国大石油石化公司其在华业务的进展情况 300

图表 46 2009-2013年广东省汽车保有量统计 320

图表 47 2010-2014年广东省成品油生产情况 321

图表 48 2009-2013年广东省成品油消费量情况 321

图表 49 2009-2013年北京市汽车保有量统计 322

图表 50 北京市经营性和非经营性加油站统计 323

图表 51 北京市加油站按地理位置分布情况 324

图表 52 北京市加油站在各区县的发展情况 324

图表 53 北京市各区县加油站分布水平 325

图表 54 2010-2014年北京市成品油生产情况 327

图表 55 2009-2013年北京市成品油消费量情况 327

图表 56 2009-2013年上海市汽车保有量统计 327

图表 57 2010-2014年上海市成品油生产情况 329

图表 58 2009-2013年上海市成品油消费量情况 329

图表 59 2009-2013年山东省汽车保有量统计 329

图表 60 2010-2015年山东省加油站新增数量及分布（不含青岛） 330

图表 61 2010-2014年山东省成品油生产情况 331

图表 62 2009-2013年山东省成品油消费量情况 331

图表 63 2009-2013年河北省汽车保有量统计 332

图表 64 2010-2014年河北省成品油生产情况 333

图表 65 2009-2013年河北省成品油消费量情况 333

图表 66 2009-2013年四川省汽车保有量统计 333

图表 67 2010-2014年四川省成品油生产情况 334

图表 68 2009-2013年四川省成品油消费量情况 334

图表 69 2009-2013年浙江省汽车保有量统计 335

图表 70	2010-2014年浙江省成品油生产情况	336
图表 71	2009-2013年浙江省成品油消费量情况	337
图表 72	2009-2013年江西省汽车保有量统计	337
图表 73	2010-2014年江西省成品油生产情况	338
图表 74	2009-2013年江西省成品油消费量情况	338
图表 75	2009-2013年山西省汽车保有量统计	339
图表 76	2010-2014年山西省成品油生产情况	340
图表 77	2009-2013年山西省成品油消费量情况	340
图表 78	2009-2013年辽宁省汽车保有量统计	340
图表 79	2010-2014年辽宁省成品油生产情况	341
图表 80	2009-2013年辽宁省成品油消费量情况	342
图表 81	2012-2014年中国石油化工股份有限公司炼油生产情况	368
图表 82	2009-2014年中国石油化工股份有限公司成品油营销及分销营运情况	370
图表 83	2012-2014年中国石油天然气股份有限公司炼油生产情况	372
图表 84	2011-2014年中国石油天然气股份有限公司成品油营销及分销营运情况	373
图表 85	2014年中国海洋石油总公司分行业情况表	376
图表 86	2014年中国海洋石油总公司业务结构情况	376
图表 87	2010-2014年壳牌石油集团公司销售收入增长趋势图	380
图表 88	2010-2014年壳牌石油集团公司营业利润增长趋势图	380
图表 89	2010-2014年BP石油集团公司销售收入增长趋势图	383
图表 90	2011-2014年BP石油集团公司利润总额增长趋势图	383
图表 91	2010-2014年埃克森美孚公司总收入增长趋势图	385
图表 92	2010-2014年埃克森美孚公司净利润增长趋势图	385
图表 93	2010-2014年道达尔公司销售收入增长趋势图	388
图表 94	2010-2014年道达尔公司净利润增长趋势图	388
图表 95	2012-2015年山东省加油站新增数量及分布	

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/shiyou1411/T12853SQL0.html>