



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国加油站产业运行形势及投资 前景咨询报告

一、调研说明

《中国加油站产业运行形势及投资前景咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/181864.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

据专家介绍，目前影响加油站建设的因素主要有：一是投资成本高（征地成本及拆迁成本）；二是加油站营销方式和服务功能单一，服务多元化建设不足，非油品业务发展缓慢；三是区域优势造就冷热不均，使得部分加油站人满为患，同时偏远地域的加油站单站日销量很低，形成资源浪费。不过，我国汽车工业的高速发展，为加油站带来了新的发展机遇。

《中国加油站产业运行形势及投资前景咨询报告》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，以及我中心对加油站行业的实地调研，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研究分析。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，具有重要的参考价值！

第一章 2009-2010年世界加油站产业运行形势分析 13

第一节 2009-2010年世界加油站产业发展综述 13

一、世界加油站产业特点分析 13

二、世界主要地区加油站管理分析 13

三、世界加油站非油品销售经验借鉴 14

第二节 2009-2010年世界各国加油站产业现状分析 19

一、欧洲 19

二、美国 23

三、德国 26

四、日本 28

第三节 2011-2015年世界加油站产业发展趋势分析 29

第二章 2009-2010年中国加油站产业运行环境分析 34

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析 34

一、中国GDP分析 34

二、消费价格指数分析 34

三、城乡居民收入分析 36

四、社会消费品零售总额 37

第二节 2009-2010年中国加油站产业政策环境分析 38

二、加油站行业税收管理现状及措施 39

三、加油站建设相关规定 43

第三节 2009-2010年中国加油站产业发展社会环境分析 45

第三章	2009-2010年中国加油站行业运行状况分析	46
第一节	2009-2010年中国加油站发展概况	46
一、	中国加油站数量明显偏多	46
二、	中国加油站进入总量过剩时期	46
三、	中国外资加油站建设数量概况	47
四、	外资加油站加快进军中国行动步伐	47
第二节	2009-2010年中国加油站行业面临的问题及建议	48
一、	加油站便利店建设亟待提速	48
二、	加油站定期盘点有弊端	49
三、	中国加油站石油渗漏污染问题需引起重视	50
四、	国道加油站消费需求透视与对策	51
五、	小加油站改革应注意的问题	54
第三节	2009-2010年推进中国加油站发展的策略探讨	55
一、	推进大型化、高效加油站的建设	55
二、	推进加油站服务综合化和品牌多元化的发展	56
三、	推进加油站设施的自动化和自助化	56
四、	健康、安全、环保、节能的发展方向	57
第四章	2009-2010年中国民营加油站产业动态分析	58
第一节	2009-2010年中国民营加油站发展综述	58
一、	中国民营加油站的艰难选择	58
二、	两大石油巨头中断对民营加油站成品油批发	59
三、	民营加油站价格走势分析	59
四、	国内部分省市民营加油站分析	61
第二节	2009-2010年中国各大油企民营加油站发展现状分析	62
一、	中国石油缩编民营加油站	62
二、	中海油洽谈收购广东民营油站	62
三、	中化与道达尔合资布局民营加油站	63
第三节	2009-2010年中国民营加油站发展策略分析	65
一、	中国民营油企生存与发展战略剖析	65
二、	民营加油站以降价来寻发展	66
三、	民营加油站油荒问题的解决之道	66
五、	民营加油站呼唤平等地位	67

第五章	2009-2010年中国加油站经营管理策略分析	69
第一节	2009-2010年中国加油站连锁经营分析	69
一、	中国加油站连锁经营模式及策略	69
二、	加油站连锁经营管理的优势	71
三、	加油站连锁经营面临的问题分析	75
四、	加油站连锁经营的有效措施	76
第二节	2009-2010年中国加油站特许经营及存在的问题	79
一、	加油站特许经营探究	79
二、	加油站特许经营的相关规定	82
三、	中国加油站特许经营现状	82
四、	加油站特许经营遭遇尴尬	83
五、	加油站特许经营存在的问题	86
第三节	2009-2010年中国发展加油站特许经营的建议	87
一、	浅谈发展加油站特许经营战略	88
二、	加强对特许经营加油站的监管	89
三、	加油站特许经营承待规范管理	89
四、	发展加油站特许经营的新思路	90
第四节	2009-2010年中国加油站经营管理策略分析	91
一、	加强油站的资金管理	91
二、	解析加油站资金风险防范要点	93
三、	中国加油站管理要面向未来	95
四、	提高加油站经营管理水平	96
第六章	2009-2010年中国加油站市场营销策略研究	98
第一节	2009-2010年加油站营销管理及营销策略	98
一、	国内外成品油营销管理探究	98
二、	加油站运营及营销模式剖析	103
三、	浅析加油站营销策略	103
四、	解析社会加油站的营销策略	104
五、	实施名牌加油站扩张策略	105
第二节	2009-2010年中国成品油销售企业市场占有率分析	107
一、	对成品油市场占有率的认识过程	107
二、	市场占有率增长空间集中在小额用户	109

- 三、提高市场占有率的措施 110
- 四、提高市场占有率应注意的问题 113
- 第三节2009-2010年中国加油站顾客满意度测评探究 114
 - 一、测评意义及目的 114
 - 二、测评指标体系的建立 114
 - 三、测评方法 116
 - 四、实践中应注意的若干问题 118
- 第四节2009-2010年中国加油站用户忠诚度培养分析 119
 - 一、加油站培养用户忠诚度的功能 119
 - 二、客户忠诚度提高的思考 119
- 第五节2009-2010年中国市场催生自助式加油站 121
 - 一、自助式加油站的特点及功效 121
 - 二、建立自助式加油站的必然性 122
 - 三、正视现实把握时机 123
- 第六节2009-2010年中国科学营建加油站销售网络 123
 - 一、加油站销售网络发展战略 123
 - 二、加油站销售网络实施策略 126
 - 三、加油站销售网络建设与创新 126
- 第七节2009-2010年中国整治低效加油站提高销售业竞争力 127
 - 一、低效加油站成因解析 127
 - 二、低效加油站的消极影响不可小视 129
 - 三、整治低效加油站提高经营效益 129
- 第八节2009-2010年中国提高加油站销售能力的措施和方法 130
 - 一、提高加油站油品销量的策略 130
 - 二、加油站可采取的促销策略 132
 - 三、加油站提高创效力分析 133
 - 四、加油站提高销售竞争力战略 134
 - 五、提高成品油终端销售能力的方法 134
- 第七章 2009-2010年中国加油站产业市场竞争格局分析 136
 - 第一节2009-2010年国内外加油站的竞争现状分析 136
 - 一、国内外巨头抢滩加油站市场竞争加剧 136
 - 二、市场开放多方资本角力加油站 137

- 三、跨国巨头在华成品油零售渠剖析 138
- 四、合资加油站勾画战略图外资意在市场链 139
- 五、俄石油公司计划在中国设加油站 141
- 第二节2009-2010年中国提高加油站竞争能力的对策 142
 - 一、加油站挺立潮头的战略方法 142
 - 二、有效提升加油站竞争力的建议 143
 - 三、中国加油站行业竞争的新思路 147
- 第三节2009-2010年实行顾客满意战略以提升加油站竞争力 148
 - 一、顾客满意战略概述 148
 - 二、顾客满意战略的内容 149
 - 三、加油站的产品属性与顾客满意分析 151
 - 四、加油站实施顾客满意战略的内容 151
 - 五、实施顾客满意战略的定位点 153
- 第八章 2009-2010年中国三大石油企业运行态势及竞争力分析 154
 - 第一节 中国石油化工股份有限公司 154
 - 一、公司概况 154
 - 二、公司主要财务指标分析 155
 - 三、公司盈利能力及偿债能力分析 156
 - 四、公司成长能力 156
 - 五、公司经营效率 157
 - 六、公司竞争力分析 157
 - 第二节 中国石油天然气股份有限公司 158
 - 一、公司概况 158
 - 二、公司主要财务指标分析 158
 - 三、公司盈利能力及偿债能力分析 159
 - 四、公司成长能力 160
 - 五、公司经营效率 161
 - 六、公司竞争力分析 161
 - 第三节 中海油 161
 - 一、公司概况 161
 - 二、公司主要财务指标分析 163
 - 三、公司利润分析 163

四、公司资产负债能力分析	164
五、2010年产量、净利润同创历史新高	164
六、中海油将迎来稳健发展之年	165
第九章 2009-2010年中国油品市场运行动态分析	166
第一节 成品油市场	166
一、中国成品油市场供销情况分析	166
二、2010年中国成品油进出口数据分析	167
三、我国将进一步完善成品油价格形成机制	170
四、国内成品油价格改革方向分析	171
第二节 汽油市场	172
一、中国汽车汽油生产与消费分析	172
二、2010年中国汽油进出口现状	173
三、2011年一季度车用发动机行业产销综述	176
第三节 柴油市场	179
一、中国柴油供需状况回顾	179
二、中国柴油进出口特点分析	182
三、开放背景下中国柴油市场发展展望	185
第四节 燃料油市场	186
一、中国燃料油市场变化回顾	187
二、中国燃料油行业发展策略	190
三、国内外燃料油价格分析及发展走势	190
四、未来中国燃料油市场分析	192
第十章 2009-2010年中国加油站非油品业务市场运行走势分析	194
第一节 2009-2010年中国加油站非油品市场现状分析	194
一、非油品业务成为中国加油站赢利新亮点	194
二、中国加油站非油品业务大有作为	195
三、对中国加油站非油品服务的思考	196
四、非油品业务成为国内加油站的新发展趋势	197
五、中国加油站餐饮业务运营分析	198
第二节 2009-2010年中国加油站便利店运行分析	198
一、加油站便利店提供的商品分析	199
二、便利店在加油站的地位与作用	200

三、中国加油站便利店的盈利模式分析	201
四、加油站便利店成为投资热点	203
五、阻碍国内加油站便利店发展的因素	203
第三节2009-2010年中国非油品业务发展的 问题及策略	204
一、中国加油站非油品业务存在的 问题分析	204
二、加油站非油品业务的战略布局	205
三、非油品业务需因地制宜	205
第四节2009-2010年中国两大企业加 油站非油品发展分析	207
一、中油BP	207
二、中石化	208
第十一章 2010-2012年中国加油站 产业发展前景预测分析	210
第一节 2010-2012年中国加油站产 业发展展望分析	210
一、中国储油库和加油站如约进 行改造	210
二、从成品油零售市场变化看加 油站的发展力	210
三、未来两大集团仍将主导加 油站市场	213
四、农村石油终端销售市场潜 力大	214
第二节2010-2012年中国各地区加 油站发展规划分析	215
一、2005-2010年上海市加油站 行业发展规划	215
二、2010年河北省加油站行业 发展规划	216
三、2010年湖北省水上加油站 行业发展规划	218
四、其他地区	219
第三节2010-2012年中国加油站 产业市场盈利预测分析	219
第十二章 2010-2012年中国加 油站产业投资机会与风险分析	222
第一节2010-2012年中国加油站 投资形势分析	222
一、从资源竞争转向品牌竞争	222
二、加油站业务组合从简单多元 化转向综合多元化	223
三、品牌多元化将成为油品零售 企业的重要差异化营销手段之一	224
四、对网络优化与卓越运营的 重视程度日益提高	224
第二节2010-2012年中国加 油站产业投资机会分析	225
第三节2010-2012年中国加 油站产业投资风险分析	226
一、风险分类和风险管理概述	226
二、单站项目风险剖析与对策	227

三、企业网络风险剖析与对策 229

四、行业整体风险剖析与对策 232

第四节 专家建议 234

第十三章金融危机对成品油市场的影响及企业应对策略分析 238

第一节 金融危机对成品油市场的影响 238

一、2009年金融危机对中国实体经济的影响基本面分析 238

二、金融危机对中国加油站产业的传导机制 240

第二节 我国成品油行业克服金融危机影响实现了持续发展 240

一、国内市场从受到严重冲击转为逐步恢复原有态势 240

二、国内市场环境的改变是导致供求关系变化的主导因素 242

第三节 中国加油站企业海外并购策略 244

图表目录

图表 1 2000-2010年第三季度中国GDP及其增长率统计表 34

图表 2 2008-2010年11月中国价格指数统计表 35

图表 3 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 36

图表 4 2003-2010年11月中国社会消费品零售总额增长趋势图 37

图表 5 国内加油站占比情况 46

图表 6 2011年3月-4月的原油价格走势 59

图表 7 2005年-2011年93号汽油价格走势 60

图表 8 2010年各省市汽油价调整幅度 61

图表 9 加油站服务质量评估流程 115

图表 10 加油站顾客需求结构 115

图表 11 加油站综合用户服务质量评价体系 117

图表 12 2010年中国石油化工股份有限公司财务指标分析 155

图表 13 2010年中国石油化工股份有限公司主营业务收入分布 155

图表 14 2006-2010年中国石油化工股份有限公司盈利能力分析 156

图表 15 2006-2010年中国石油化工股份有限公司偿债能力分析 156

图表 16 2006-2010年中国石油化工股份有限公司成长性分析 156

图表 17 2006-2010年中国石油化工股份有限公司经营能力分析 157

图表 18 2010年中国石油天然气股份有限公司财务指标分析 158

图表 19 2010年中国石油天然气股份有限公司主营业务收入分布 159

图表 20 2006-2010年中国石油天然气股份有限公司盈利能力分析 159

图表 21 2006-2010年中国石油天然气股份有限公司偿债能力分析 160

图表 22 2006-2010年中国石油天然气股份有限公司成长性分析 160

图表 23 2006-2010年中国石油天然气股份有限公司经营能力分析 161

图表 24 2010年中海油公司主要财务指标分析 163

图表 25 2008-2010年中海油公司利润分析 163

图表 26 2008-2010年中海油公司资产负债能力分析 164

图表 27 2010年1-12月我国成品油分省市进口统计表 168

图表 28 2010年1-12月我国成品油分省市出口统计表 169

图表 29 2009-2010年我国汽油产品表观消费量统计 173

图表 30 2010年1-12月中国汽油分省市出口数据表 173

图表 31 2010年1-12月中国汽油分省市进口数据表 175

图表 32 2010年1-12月中国柴油产量分省市统计 179

图表 33 2010年1-3月中国柴油产量分省市统计表 180

图表 34 2010年1-12月中国柴油分省市进口量值表 182

图表 35 2010年1-12月中国柴油分省市出口量值表 183

图表 36 2009年1~2010年12月我国柴油月度产量及同比增长情况 185

图表 37 国内燃料油产量走势 187

图表 38 国内燃料油进出口量趋势 187

图表 39 我国水运货运量图 188

图表 40 广东火力发电量图 188

图表 41 我国平板玻璃产量图 189

图表 42 上海燃料油期货2010年走势图 190

图表 43 上海燃料油期货走势图 191

图表 44 我国燃料油月度累计表观消费量图 192

图表 45 我国燃料油当月表观消费量图 192

图表 46 我国燃料油主要进口国和占比图 193

图表 47 2007-2010中石化和中石油两大公司加油站非油品业务销售额 194

图表 48 2009-2015年成品油供应能力及需求量预测 211

图表 49 影响成品油零售企业品牌形象的主要因素 222

图表 50 中国一二三线城市人口及社会消费品批发零售额分布 225

图表 51 卓越纯净油零售业务管理框架 234

图表 52 成品油零售企业能力总图 236

图表 53 2008-2009年国内成品油逐季消费情况 241

图表 54 2007-2009年国内GDP季度增速变化趋势 242

图表 55 2009年国内汽车月度销量变化情况 242

图表 56 2009年监测主要柴油车型车流量同比增速 243

图表 57 2009年国内成品油月度表观消费量增幅与成品油价格调整 244

图表 58 某国外著名石油公司资源要素评分标准 245

图表 59 加油站资产贴现现金流量构造 248

通过《中国加油站产业运行形势及投资前景咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/181864.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数

名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。