



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年中国加油站市场运营态势专项调研与投资前景预测报告

# 一、调研说明

《2011-2015年中国加油站市场运营态势专项调研与投资前景预测报告》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/181982.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

近年来，随着中国国民经济的快速发展、交通基础设施的不断改善和机动车保有量的快速增加，加油站已成为民众生活中不可或缺的一部分。面对全球经济一体化趋势，这就意味着中国石油、石化行业将直接面临国际市场竞争。面对全球性跨国公司的重组及全球战略的变化，加之这些公司在成品油分销业务上先进的管理方式和技术，加之国际油市的动荡不安，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。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国加油站市场运营态势专项调研与投资前景预测报告》共十六章。首先介绍了加油站相关概述、中国加油站市场运行环境等，接着分析了中国加油站市场发展的现状，然后介绍了中国加油站重点区域市场运行形势。随后，报告对中国加油站重点企业经营状况分析，最后分析了中国加油站行业发展趋势与投资预测。您若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。

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。

### 第一章 加油站产业相关概述

#### 第一节 加油站主要经济类型

#### 第二节 加油站的经营模式

##### 一、国外经营模式

##### 二、国内经营模式

##### 三、对比分析

#### 第三节 中国加油站发展历程演进

##### 一、由分散经营到集约化经营

##### 二、加油站在竞争中相互促进

##### 三、从单一品种向多种经营延伸

##### 四、由价格竞争向品牌竞争转化

#### 第四节 加油站设备管理

##### 一、设备管理的重要性

##### 二、设备管理的重要原则

##### 三、设备管理的基本要求

## 第五节 加油站建设相关规定

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

## 第二章 国际加油站产业运行透析及经验借鉴

### 第一节 美国

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

### 第二节 欧洲

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

### 第三节 英国

- 一、英国加油站建设与经营概况
- 二、英国加油站的管理与审批
- 三、英国加油站竞争情况分析
- 四、英国加油站将推行预付款方式

### 第四节 德国

- 一、德国加油站数量呈递减趋势
- 二、德国加油站的配套服务分析
- 三、德国加油站在有序竞争中谋发展
- 四、德国加油站的配套服务及启示
- 五、分析德国加油站的商战策略

## 六、德国加油站发展经验借鉴

### 第五节 日本

- 一、日本乡村加油站面临困境
- 二、日本加油站大力推广生物燃油销售
- 三、日本加油站服务质量表现出色
- 四、日本加油站汽车维修业务发展迅速
- 五、日本防灾型加油站建设成就
- 六、浅述日本防灾型加油站的建设
- 七、日本加油站开始销售生物燃油
- 八、日本加油站非油品销售经验借鉴

## 第三章 加油站产业运行环境分析

### 第一节 国内加油站经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国加油站经济发展预测分析

### 第二节 中国加油站行业政策环境分析

## 第四章 中国成品油市场发展状况透析

### 第一节 中国成品油市场分析

- 一、国内成品油产销情况
- 二、国内成品油市场变化原因探析
- 三、稳定国内成品油市场的对策

### 第二节 汽油

- 一、汽车产业汽油消费量增长迅速
- 二、中国大规模推广乙醇汽油
- 三、中国汽柴油市场供需特点
- 四、中国汽油产量分析
- 五、中国汽油表观消费量增长情况

### 第三节 柴油

- 一、中国柴油消费量增幅"先增后减"
- 二、我国柴油市场运行状况

三、国内柴油市场需求低迷将持续

四、生物柴油行业遭遇挫折

#### 第四节 燃料油

一、中国燃料油行业发展迅猛

二、中国燃料油表观消费量分析

三、国内燃料油消费情况

### 第五章 中国加油站行业运行新形势透析

#### 第一节 中国加油站产业运行总况

一、中国加油站发展特点

二、我国加油站行业将进入质量提升阶段

三、中国加油站进入总量过剩时期

四、外资加油站加快进军中国行动步伐

#### 第二节 中国加油站的布局分析

一、国外加油站布局特点

二、我国加油站布局现存的问题

三、加油站合理布局要点分析

四、加油站选址建议

#### 第二节 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、小加油站改革应注意的问题

六、加油站实施油气回收势在必行

七、加油站油品质量问题

#### 第三节 推进中国加油站发展的策略探讨

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

## 第六章 中国加油站经营与成品油市场分析

### 第一节 中国加油站现状综述

- 一、加油站数量情况
- 二、民营加油站数量情况
- 三、加气站情况

### 第二节 中国成品油市场运行分析

- 一、成品油供应情况
- 二、成品油销售、消费情况
- 三、成品油价格情况

## 第七章 中国加油站经营模式研究

### 第一节 加油站经营模式概述

- 一、全资（租赁）加油站
- 二、控股加油站
- 三、参股加油站
- 四、特许经营加油站
- 五、国外加油站经营模式发展特点
- 六、加油站经营模式选择建议

### 第二节 加油站连锁经营

- 一、加油站连锁经营的必备条件
- 二、加油站连锁经营的几种形式
- 三、加油站连锁经营优势与不足之处
- 四、加油站连锁经营发展策略
- 五、加油站连锁经营控制与整合建议

### 第三节 2010年中国加油站特许经营发展状况分析

- 一、加油站特许经营的特征
- 二、我国加油站特许经营发展现状
- 三、对加油站特许经营模式的思考
- 四、加油站特许经营存在的不足
- 五、加油站特许经营发展的阻碍

### 第四节 2010年中国加油站特许经营发展对策分析

- 一、加油站特许经营发展战略

- 二、特许经营加油站规范方法
- 三、加油站特许经营指导原则和规范程序
- 四、加油站特许经营应向标准化方向发展

## 第八章 中国加油站内部管理分析

### 第一节 加油站管理概述

- 一、加油站管理者应具备的素质
- 二、我国加油站经营管理存在的问题
- 三、提高加油站经营管理水平的建议
- 四、加油站有效管理方法探讨
- 五、国内加油站管理发展方向

### 第二节 加油站安全管理分析

- 一、加油站设计与施工安全的管理
- 二、加油站常见安全问题的解决措施
- 三、加油站安全管理须严守重要关口
- 四、确保加油站安全的建议

### 第三节 加油站财务管理分析

- 一、加油站财务管理概括分析
- 二、加油站资金管理的运用与操作
- 三、加油站资金管理的问题及解决方法
- 四、加强加油站资金管理的思路
- 五、加油站资金风险防控办法

### 第四节 加油站的信息化管理分析

- 一、加油站人工管理的不便
- 二、加油站信息管理系统介绍
- 三、国内外加油站信息管理系统应用情况
- 四、加油站信息管理系统推广阻碍及解决思路
- 五、促进加油站信息化管理发展的设想

### 第五节 自助式加油站的管理分析

- 一、自助式加油站特点及优势
- 二、自助式加油站加油业务存在隐患
- 三、自助式加油站应防范的安全问题



## 四、自助式加油安全管理建议

## 第九章 中国非油品业务运营态势分析

### 第一节 非油品业务发展概况

#### 一、加油站产异化竞争催生多元化经营

#### 二、国内外加油站非油品业务现状

#### 三、非油品业务经营模式分析

#### 四、加油站非油品业务配送模式的选择

### 第二节 国外加油站非油品业务发展借鉴

#### 一、韩国加油站非油业务发展迅速

#### 二、南非加油站非油业务突出一体化服务

#### 三、意大利加油站非油品业务注重人性化

#### 四、加拿大加油站非油业务彰显实惠

### 第三节 加油站便利店分析

#### 一、加油站便利店的特点

#### 二、加油站便利店的服务内容

#### 三、我国加油站便利店发展环境分析

#### 四、我国加油站便利店发展现状

#### 五、我国加油站便利店发展缓慢原因分析

#### 六、我国加油站便利店发展思路

#### 七、对加油站便利店经营的思考

### 第四节 加油站经营汽车维修保养业务分析

#### 一、国内加油站发展汽车服务业务前景看好

#### 二、加油站经营汽车服务的定位分析

#### 三、加油站汽车服务业务详解

#### 四、加油站开展汽车服务业务销售策略

### 第五节 非油品业务存在的问题及对策分析

#### 一、我国加油站非油业务相比国外的差距

#### 二、国内加油站非油品业务现存问题

#### 三、对加我国油站非油品业务的思考

#### 四、加油站非油品业务发展建议

#### 五、非油品服务项目需因地制宜

六、加油站非油品业务经营策略

七、加油站非油业务经营风险与防范对策

## 第十章 中国加油站市场营销策略分析

### 第一节 加油站行业营销概述

一、加油站市场营销环境分析

二、提高加油站销量的关键因素

三、加油站营销中的八大关系分析

四、加油站营销加速升级

五、加油站"俱乐部"式营销理念

六、加油站创新营销发展思路

### 第二节 加油站营销策略

一、加油站分时段销售控制

二、加油站折扣销售策略研究

三、加油站多种营销策略并举

四、国道加油站消费需求与营销策略

五、社会加油站成功营销策略

### 第三节 加油站服务式营销

一、对加油站服务式营销的内涵

二、加油站服务式营销的特点

三、提升加油站销量的同时加强服务

四、提高加油站服务质量的途径

### 第四节 加油站客户满意度的提高

一、加油站体验式营销加强与顾客的沟通

二、加油站需妥善处理顾客投诉

三、加油站培育客户忠诚度的措施

### 第五节 加油站营销发展建议分析

一、加油站营销建议

二、整治低效加油站提高经营效益

三、加油站需培育专业营销人员

## 第十一章 中国外资及民营加油站运营情况分析

## 第一节 外资加油站

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

## 第二节 民营加油站

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

## 第三节 国内部分民营加油站发展状况

- 一、重庆民营加油站迎来黄金期
- 二、上海民营加油站保持价格优势
- 三、深圳民营加油站经营灵活
- 四、北京民营加油站降价促销最有力

## 第四节 中国民营加油站存在的问题及对策分析

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

## 第十二章 中国主要地区加油站运行状况及投资潜力分析

### 第一节 广东省

- 一、汽车保有量
- 二、加油站情况
- 三、成品油市场情况

### 第二节 北京市

- 一、汽车保有量
- 二、加油站情况
- 三、成品油市场情况

### 第三节 上海市

一、汽车保有量情况

二、加油站情况

三、成品油市场情况

#### 第四节 山东省

一、机动车保有量情况

二、加油站发展情况

三、成品油市场情况

#### 第五节 河北省

一、汽车保有量情况

二、加油站发展情况

三、成品油市场情况

#### 第六节 四川省

一、机动车保有量情况

二、加油站发展情况

三、成品油市场情况

#### 第七节 浙江省

一、机动车保有量情况

二、加油站发展情况

三、成品油市场情况

#### 第八节 江西省

一、汽车保有量情况

二、加油站发展情况

三、成品油市场情况

#### 第九节 山西省

一、汽车保有量情况

二、加油站发展情况

三、成品油市场情况

#### 第十节 辽宁省

一、汽车保有量情况

二、加油站情况

三、成品油市场情况

## 第十三章 中国加油站产业市场竞争新格局分析

### 第一节 加油站行业垄断现象研究

- 一、国内石油企业垄断权利与义务平衡性问题分析
- 二、反垄断法难以制约石油行业
- 三、打破加油站行业垄断需扶持民营油企

### 第二节 我国加油站行业竞争格局

- 一、加油站行业竞争日益激烈
- 二、国内石油行业形成"三足鼎立"竞争格局
- 三、加油站行业竞争体现立体化

### 第三节 三大国有加油站的内部竞争

- 一、中石化与中石油大打价格战
- 二、中石化与中石油角力加油站网络建设和信息化管理
- 三、中石化与中石油加紧向对方销售区渗透
- 四、三大国有油企抢夺广东市场

### 第四节 提高加油站竞争力的策略

- 一、加油站竞争思路转变
- 二、全面提高加油站竞争能力的策略
- 三、提升加油站竞争力的举措
- 四、提高加油站创效能力的建议

## 第十四章 中国三大国有油企及其加油站经营动态分析

### 第一节 中国石油化工股份有限公司

- 一、中国石油化工股份有限公司简介
- 二、中石化生产经营情况
- 三、中石化统一下属炼厂成品油价格
- 四、中石化规范旗下特许加油站经营
- 五、中石化加油站管理和服务水平大幅提升
- 六、中石化非油品业务发展迅速
- 七、中石化创新加油站营销模式

### 第二节 中国石油天然气股份有限公司

- 一、中国石油天然气股份有限公司简介
- 二、中石油业绩分析

三、中石油销售业务信息化建设步入新阶段

四、中石油加快建立和完善销售体系

五、中石油加油站明确非油品业务发展规划

### 第三节 中国海洋石油总公司

一、中国海洋石油总公司简介

二、中海油盈利实现连续8年增长

三、中海油立足珠三角进军成品油市场

四、中海油联合民营油企布局内陆市场

五、中海油加强与中石化合作关系

## 第十五章 外资加油站在华发展情况

### 第一节 壳牌石油

一、公司简介

二、经营情况

三、在华发展情况

四、公司在华动态

### 第二节 BP 石油

一、公司简介

二、经营情况

三、在华发展情况

四、中油BP公司文化

### 第三节 埃克森美孚

一、公司简介

二、经营情况

三、在华发展情况

### 第四节 道达尔

一、公司简介

二、经营情况

三、在华发展情况

四、公司在华动态

## 第十六章 2011-2015年中国加油站行业投资与发展前景预测

## 第一节 2011-2015年中国加油站行业投资分析

### 一、加油站用地投资与收益分析

### 二、加油站投资可行性分析

### 三、加油站行业投资策略

## 第二节 2011-2015年国外加油站行业发展趋势分析

### 一、加油站单站规模大型化与网络布局合理化趋势

### 二、加油站服务综合化与品牌多元化趋势

### 三、加油站设备设施自动化与加油服务自助化趋势

### 四、国外加油站的健康安全环保趋势

## 第三节 2011-2015年中国加油站的变化趋势

### 一、加油站行业掀起"绿色革命"

### 二、加油站的信息化潮流

### 三、加油站向非油业务转型

## 第四节 中国部分地区加油站发展规划

### 一、上海市加油站行业发展规划

### 二、安徽省加油站行业发展规划

### 三、山东省加油站及仓储油库发展规划

## 图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

通过《2011-2015年中国加油站市场运营态势专项调研与投资前景预测报告》，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、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/181982.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。