



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国加油站市场分 析及市场分析预测报告

一、调研说明

《2015-2020年中国加油站市场分析及市场分析预测报告》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/262412.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

加油站，通常指的是为汽车和其它机动车辆服务的、零售汽油和机油的补充站，一般为添加燃料油、润滑油等。在中国，加油站经历了一个由少到多、由分散经营到规模经营、由单一经济成分向多种经济成分、由经验型管理向专业化管理、由单品种经营向多种经营转化的发展过程。

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家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 2014-2015年国际加油站发展动态分析

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

2.4 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 2014-2015年中国加油站行业运行环境分析

3.1 2014-2015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 2014-2015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 关于规范加油站特许经营的若干意见

3.3 2014-2015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

第四章 2014-2015年中国成品油市场发展状况研究

4.1 2014-2015年中国成品油市场总体状况

4.1.1 中国成品油行业"十一五"发展综述

4.1.2 2012年中国成品油市场特点分析

4.1.3 2014-2015年1-5月国内成品油市场供需分析

4.1.4 "十二五"我国成品油行业趋势特征分析

4.1.5 稳定国内成品油市场的对策

4.2 汽油

4.2.1 2009年中国汽油产需分析

4.2.2 2012年中国汽油市场供需分析

4.2.3 2014-2015年1-6月中国汽油产销情况

4.3 柴油

4.3.1 2009年中国柴油产需分析

4.3.2 2012年中国柴油市场供需分析

4.3.3 2014-2015年1-6月中国柴油产销情况

4.4 燃料油

4.4.1 燃料油行业的政策环境

4.4.2 2009年中国燃料油市场供需简况

4.4.3 2012年我国燃料油市场解析

第五章 2014-2015年中国加油站行业运行态势分析

5.1 2014-2015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 我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 加油站环保问题

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 2014-2015年中国加油站油品质量问题分析

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 2014-2015年中国加油站行业发展对策

5.5.1 我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 2014-2015年中国加油站经营模式深度探讨

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 加油站特许经营发展状况

6.3.1 加油站特许经营的特征

6.3.2 我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 加油站特许经营发展对策

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2014-2015年中国加油站内部管理深度剖析

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 加油站安全管理

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 加油站财务管理

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 加油站的信息化管理
 - 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 自助式加油站的管理
 - 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 2014-2015年中国非油品业务市场走势分析

- 8.1 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 我国鼓励加油站开设非油品业务
 - 8.1.4 非油品业务经营模式分析
 - 8.1.5 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 加油站便利店
 - 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 我国加油站便利店发展环境分析

- 8.3.4 我国加油站便利店发展现状
- 8.3.5 我国加油站便利店发展缓慢原因分析
- 8.3.6 我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 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 非油品业务存在的问题及对策
 - 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 2014-2015年中国外资及民营加油站市场分析

- 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 民营加油站生存状况
 - 9.2.1 民营油企发展大事记
 - 9.2.2 重庆涪陵民营加油站发展案例分析
 - 9.2.3 中国民营加油站的生存现状解析
- 9.3 民营加油站存在的问题及对策
 - 9.3.1 民营油企难合资格审批要求
 - 9.3.2 对民营加油站受垄断之苦的思考
 - 9.3.3 中国加油站网创新民营加油站发展模式

9.3.4 民营加油站不可寄希望于减税政策

9.3.5 民营加油站结盟寻找新油源

第十章 2014-2015年三大国有油企及其加油站运营竞争力分析

10.1 中国石油化工股份有限公司

10.1.1 中国石油化工股份有限公司简介

10.1.2 中石化加油站管理和服务水平大幅提升

10.1.3 中石化非油品业务发展迅速

10.1.4 中石化创新加油站营销模式

10.1.5 2012年中石化生产经营情况

10.1.6 中石化加大力度收编民营加油站

10.2 中国石油天然气股份有限公司

10.2.1 中国石油天然气股份有限公司简介

10.2.2 2012年中国石油生产经营状况

10.2.3 中石油销售业务信息化建设步入新阶段

10.2.4 中石油加快建立和完善销售体系

10.2.5 中石油加油站明确非油品业务发展规划

10.3 中国海洋石油总公司

10.3.1 中国海洋石油总公司简介

10.3.2 中海油立足珠三角进军成品油市场

10.3.3 中海油联合民营油企布局内陆市场

10.3.4 中海油加强与中石化合作关系

10.3.5 2012年中海油生产经营状况

第十一章 2014-2015年中国加油站行业竞争格局分析

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 我国加油站行业竞争格局

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 中石化与中石油角力加油站网络建设和信息化管理
 - 11.3.2 中石化与中石油加紧向对方销售区渗透
 - 11.3.3 三大国有油企抢夺广东市场
 - 11.3.4 中石油中石化纷纷投资扩建加油站加强垄断
- 11.4 提高加油站竞争力的策略
 - 11.4.1 加油站竞争思路转变
 - 11.4.2 全面提高加油站竞争能力的策略
 - 11.4.3 提升加油站竞争力的举措
 - 11.4.4 提高加油站创效能力的建议

第十二章 2014-2015年中国加油站营销策略分析

- 12.1 2014-2015年加油站行业营销概述
 - 12.1.1 加油站市场营销环境分析
 - 12.1.2 提高加油站销量的关键因素
 - 12.1.3 加油站营销中的八大关系分析
 - 12.1.4 加油站营销加速升级
 - 12.1.5 加油站"俱乐部"式营销理念
 - 12.1.6 加油站创新营销发展思路
- 12.2 加油站营销策略
 - 12.2.1 加油站分时段销售控制
 - 12.2.2 加油站折扣销售策略研究
 - 12.2.3 加油站多种营销策略并举
 - 12.2.4 国道加油站消费需求与营销策略
 - 12.2.5 社会加油站成功营销策略
- 12.3 加油站服务式营销
 - 12.3.1 对加油站服务式营销的内涵
 - 12.3.2 加油站服务式营销的特点
 - 12.3.3 提升加油站销量的同时加强服务
 - 12.3.4 提高加油站服务质量的途径
- 12.4 加油站客户满意度的提高

- 12.4.1 加油站体验式营销加强与顾客的沟通
- 12.4.2 加油站需妥善处理顾客投诉
- 12.4.3 加油站培育客户忠诚度的措施
- 12.5 加油站营销发展建议
 - 12.5.1 加油站营销建议
 - 12.5.2 整治低效加油站提高经营效益
 - 12.5.3 加油站需培育专业营销人员

第十三章 2014-2015年中国成品油价格走势分析

- 13.1 国际油价运行状况
 - 13.1.1 国际原油及成品油市场定价机制分析
 - 13.1.2 2012年国际油价发展态势分析
 - 13.1.3 2014-2015年国际油价波动形势分析
 - 13.1.4 未来国际油价走势分析
- 13.2 中国成品油市场价格分析
 - 13.2.1 中国成品油价格历史调整情况回顾
 - 13.2.2 2012年我国成品油价格走势分析
 - 13.2.3 2014-2015年关税政策调整对成品油价格的影响分析
 - 13.2.4 国内成品油市场价格形势分析
- 13.3 中国成品油价格管理与形成机制分析
 - 13.3.1 我国成品油价格调整及税费改革历程
 - 13.3.2 我国成品油税价机制逐步完善
 - 13.3.3 我国成品油定价机制存在的问题分析
 - 13.3.4 我国成品油定价机制或将有大变革
 - 13.3.5 对成品油价格管理市场化的建议

第十四章 2015-2020年中国加油站行业投资及发展前景

- 14.1 2015-2020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 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 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 北京市加油站行业发展规划（2009年-2015年）
 - 14.4.2 六安市加油站发展布点规划2009-2015
 - 14.4.3 咸宁市加油站行业发展规划（2014-2015年-2015年）
 - 14.4.4 长沙市加油站布点专项规划（2012-2020）
 - 14.4.5 石嘴山市"十二五"加油站建设规划

图表目录：（部分）

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：2012年国家成品油调价明细表

图表：2012年12月与2009年12月长岭石化汽、柴油出厂价对比

图表：2012年中国成品油出口量统计

图表：中国石化2012年生产经营数据

图表：2008-2012年两大集团汽柴油产销量变化一览表

图表：2009年中国汽油产量统计数据表

图表：2012年全国成品油产量分类统计表

图表：2012年国内汽油表观消费量表

图表：2012年全国柴油产量月度统计表

图表：2012年国内柴油表观消费量表

图表：2009年中国燃料油表观消费量增长情况

图表：汽车服务企业竞争力比较分析

图表：历年来国际油价波动幅度情况

图表：2014-2015年国际市场原油价格走势

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：2005-2012年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2012年中国三产业增加值结构图

图表：2009-2012年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2012年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2012年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2009-2012年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2012年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2012年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2012年我国财政收入支出走势图

图表：2009年-2012年人民币兑美元汇率中间价

图表：2009-2012年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2012年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2008-2014-2015年央行利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2012年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2012年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2012年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

- 图表：2005-2012年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图
- 图表：2001-2012年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图
- 图表：1978-2009年中国城镇化率走势图
- 图表：2005-2012年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图
- 图表：北京市加油站规划思路
- 图表：北京市机动车保有量及增长情况
- 图表：2008年北京市城镇道路分类示意图
- 图表：2008年北京市道路交通构成
- 图表：北京市成品油消费及零售情况
- 图表：2008年北京市经营性和非经营性加油站统计
- 图表：北京市加油站按地理位置分布情况
- 图表：北京市加油站在各区县的发展情况
- 图表：北京市各区县加油站分布水平
- 图表：2015年和2020年北京市社会经济发展情景分析
- 图表：2015年北京市汽车保有量结构分布预测
- 图表：北京中心城道路网络规划格局图
- 图表：六安市公路里程年末实有数（2008年）
- 图表：六安市民用车辆拥有量（2008）年底
- 图表：六安市道路交通情况现状表（高速、国道、省道、重要县道）
- 图表：2008年六安市加油站县区分布表
- 图表：六安市加油站规划汇总表（县区分布）
- 图表：六安市加油站规划汇总表（道路分布）
- 图表：咸宁市公路里程统计表
- 图表：咸宁市仓储设施基本情况
- 图表：咸宁市2015-2020年加油站发展规划汇总表
- 图表：略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/262412.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。