



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国加油站产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国加油站产业发展现状及市场监测报告》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/275316.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。

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。

截至2006年底，全国93879座加油站中，中石油自营及特许加油站数量为18207座（其中自营站16906座，特许站1301座），较2005年增加43座，占全国加油站总数的19.4%；中石化自营及特许加油站数量为28801座（其中自营站28001座，特许站800座），较2005年减少846座，占全国加油站总数的30.7%；其他国有、民营、外资加油站共计46871座，占全国加油站总数的49.9%。

全国公路网总里程已经达到435万公里，加油站密度已由2001年的5.7座/百公里降到2013年底的4.48座/百公里。 2009-2013年我国加油站行业数量统计

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

报告目录：

第1章：中国加油站行业发展背景分析 20

1.1 加油站行业概述 20

1.1.1 加油站的定义 20

1.1.2 加油站的构成 20

1.1.3 加油站的社会意义 24

1.2 加油站行业政策环境分析 25

1.3 加油站行业经济环境分析 27

1.3.1 国际宏观经济环境分析 27

（1）国际宏观经济现状 27

1) 美国宏观经济环境分析 27

2) 欧洲宏观经济环境分析 28

3) 日本宏观经济环境分析 29

(2) 国际宏观经济预测 30

1.3.2 国内宏观经济环境分析 31

(1) 国内宏观经济现状 31

1) 国内GDP增长分析 31

2) 固定资产投资情况 32

(2) 国内宏观经济预测 33

1.4 加油站消费环境分析 34

1.4.1 机动车保有量分析 34

(1) 机动车保有量分析 34

(2) 机动车保有量车型结构分析 34

1.4.2 机动车细分市场分析 35

(1) 汽车市场分析 35

2014年1月份全国汽车产销数据显示,1月,乘用车市场需求总体稳定,月度销量超过180万辆,创历史新高,但中国品牌乘用车市场占有率明显下降。

1) 汽车产量分析 35

2) 汽车销量分析 36

3) 汽车产销结构分析 36

4) 汽车产销品牌竞争 37

1月,中国品牌乘用车共销售70.94万辆,环比下降6.63%,同比下降5.07%,占乘用车销售总量的38.41%,占有率比上月下降4.35个百分点,比上年同期下降4.90个百分点。在外国品牌中,日系品牌比上月大幅下降,共销售25.14万辆,环比下降28.10%,同比增长12.25%,占乘用车销售总量的13.61%,占比较上月有所下降,较上年同期略有增长;德系、美系、韩系和法系乘用车销量环比和同比均呈一定增长,分别销售39.75万辆、24.23万辆、17.52万辆和6.60万辆,分别占乘用车销售总量的21.52%、13.12%、9.49%和3.57%,占比较上月和上年同期均呈增长。乘用车系别市场份额比较

5) 汽车保有量分析 38

6) 汽车保有量预测 39

7) 汽车耗油量预测 40

(2) 摩托车市场分析 41

1) 摩托车产量分析 41

2) 摩托车销量分析 41

3) 摩托车保有量现状 42

4) 摩托车保有量预测 42

5) 摩托车耗油量预测 43

(3) 拖拉机市场分析 44

1) 拖拉机产量分析 44

2) 拖拉机销量分析 44

3) 拖拉机品牌竞争 45

4) 拖拉机保有量现状 46

5) 拖拉机保有量预测 46

6) 拖拉机耗油量预测 47

(4) 其他机动车市场分析 47

1) 专用车市场现状 47

2) 专用车市场前景 48

第2章：中国成品油流通市场分析 49

2.1 成品油零售市场分析 49

2.1.1 汽油市场分析 49

(1) 汽油产量分析 49

(2) 汽油销量分析 49

(3) 汽油进出口分析 50

(4) 汽油价格走势分析 52

(5) 汽油细分产品市场分析 53

(6) 汽油市场前景分析 54

2.1.2 柴油市场分析 55

(1) 柴油产量分析 55

(2) 柴油销量分析 55

(3) 柴油进出口分析 56

(4) 柴油价格走势分析 58

(5) 柴油细分产品市场分析 59

(6) 柴油市场前景分析 60

2.2 成品油仓储市场分析 60

2.2.1 成品油库存分析 60

(1) 汽油库存分析 60

(2) 柴油库存分析 62

(3) 煤油库存分析 62

2.2.2 成品油油库布局分析 63

(1) 油库布局现状 63

(2) 油库容量预测 72

(3) 油库建设动向 73

2.3 成品油批发市场分析 73

2.3.1 成品油批发市场格局分析 73

(1) 成品油批发经营权分析 73

(2) 成品油批发市场格局分析 74

2.3.2 成品油批发市场价格分析 74

(1) 成品油批发定价机制分析 74

(2) 成品油批发价格走势分析 75

第3章：国外加油站行业发展状况分析 76

截至目前英国加油站数量为8455座，较2012年减少153座。自上世纪末以来英国境内加油站数量延续下降趋势。 1997-2013年英国加油站数量统计表

年份	数量(座)
2013	8,455
2012	8,608
2011	8,706
2010	8,787
2009	8,921
2008	9,264
2007	9,430
2006	9,526
2005	9,726
2004	10,351
2003	10,535
2002	11,425
2001	12,201
2000	13,043
1999	13,716
1998	13,758
1997	14,824

3.1 国外加油站行业发展分析 76

3.1.1 国外加油站行业发展概况 76

(1) 国外加油站发展特点 76

(2) 国外加油站呈现减少趋势 76

3.1.2 国外加油站行业发展特点 76

(1) 加油站数量呈减少趋势 76

(2) 自有他营为加油站的主流经营模式 77

(3) 自动化、信息化程度高 77

- (4) 加油站多功能化 77
- (5) 油品销售业务与非油品销售业务并重 77
- (6) 重视企业文化建设，以优质服务占领市场 77
- (7) 重视品牌形象和品牌管理 78
- 3.2 主要国家加油站行业发展分析 78
- 3.2.1 美国加油站行业发展分析 78
 - (1) 美国加油站数量规模 78
 - (2) 美国加油站种类分析 78
 - (3) 美国加油站布局分析 79
 - 1) 加油站的布局 80
 - 2) 加油站的外观 80
 - 3) 标志牌和价格牌 80
 - 4) 加油站的建筑 80
 - (4) 美国加油站技术应用分析 80
 - 1) 自助式加油机应用普遍，付款方式以信用卡支付为主 80
 - 2) 加油站大多没有独立的卸油区 80
 - 3) 加油站大多数环节通过电子设备监控或自动完成 81
 - 4) 用技术手段确保HSH 81
 - (5) 美国加油站行业竞争分析 81
 - (6) 美国加油站便利店经营分析 81
 - (7) 美国加油站管理特征分析 83
- 3.2.2 英国加油站行业发展分析 85
 - (1) 英国加油站数量规模 86
 - (2) 英国加油站种类分析 86
 - (3) 英国加油站经营管理分析 86
 - (4) 英国加油站营销策略分析 87
 - (5) 英国加油站管理特征分析 88
- 3.2.3 德国加油站行业发展分析 88
 - (1) 德国加油站数量规模 88
 - (2) 德国加油站经营形式分析 89
 - 1) 自有自营型 89
 - 2) 自有他营型 89

- 3) 特许经营型 89
 - 4) 代理经营型 89
 - 5) 他有自营型 89
 - (3) 德国加油站经营特点分析 90
 - (4) 德国加油站便利店经营分析 90
 - 1) 经营方式 91
 - 2) 经营特色 91
 - 3) 外部环境 92
 - (5) 德国加油站管理对我国的指导意义 92
 - 1) 加油站须在数量和质量找好平衡点 92
 - 2) 逐步建立、健全和完善服务体系 92
 - 3) 实现经营方式多样化 92
 - 4) 强强联合, 实现整体和规模优势 92
 - 3.2.4 日本加油站行业发展分析 93
 - (1) 日本加油站数量规模 93
 - (2) 日本加油站行业竞争分析 93
 - 1) 严格的市场监管制度 93
 - 2) 抢占高利润市场 93
 - 3) 服务向多元化发展 93
 - 4) 注重销售人员能力提升 94
 - (3) 日本加油站非油品销售分析 94
 - 1) 日本的国情与美国存在很大的差异 94
 - 2) 遍布全国的加油站TBA销售服务 94
 - (4) 日本加油站管理特征分析 95
 - 1) 灵活的用工制度 95
 - 2) 时时处处为顾客考虑的企业文化 95
 - 3) 将免费服务与销售业务有机地结合起来 95
 - 4) 认真细致蔚然成风 95
 - 5) 不断总结好经验 96
- ### 3.3 国外加油站行业发展趋势分析 96
- #### 3.3.1 规模大型化 + 网络布局合理化 96
- (1) 加油站行业发展到特定阶段的必然规律 96

(2) 动力来源于经营主体间的激烈竞争 96

3.3.2 服务综合化 + 品牌多元化 96

(1) 服务综合化是提升加油站盈利能力和抗风险能力的必然选择 96

(2) 品牌多元化是推进加油站服务综合化的重要途径 97

3.3.3 设备自动化 + 服务自助化 97

(1) 外部动力——满足顾客对便利性与快捷性的追求 98

(2) 内在动力——企业对高效率与低成本追求 98

3.3.4 更健康 + 更安全 + 更环保 98

(1) 以法规形式确保加油站的安全和环保 98

(2) 优化加油站设计，推广应用环保型设备，全面提升加油站建设标准 99

(3) 提高油品技术参数，发展油品添加剂，实现高清洁油品的品牌销售 99

第4章：中国加油站行业经营模式及策略分析 100

4.1 中国加油站行业发展现状 100

我国目前共有加油站9.2万座，其中中石油、中石化两家全资和控股的约占44%，其他加油站约占56%。国际三大石油巨头仅仅通过合资建立了3000座加油站，数量上不及中石化、中石油，拥有加油站总量的5%。

2006年12月11日中国已完全开放国内成品油批发市场，外资公司可在国内营建油库、码头和销售网络。但是中国加油站市场未来仍将以中国石油化工集团公司（中石化）和中国石油天然气集团公司（中石油）为主，其连锁经营与集中配送的发展尤其会得到政府的鼓励与支持；同时，他们亦会加快与跨石油公司合资经营加油站的步伐。

2013年，在我国96313座加油站中，有3.0%分布于高速公路，有32.6%分布于省道国道，有26.6%分布于县乡道，有25.5%分布于城区，有11.0%分布于农村，有1.2%分布于水域及其他。
2013年我国加油站分布位置图

4.1.1 中国加油站规模分析 100

中国的加油站已经形成多种所有制并存的格局。全部加油站中，国有加油站占53.3%，其他所有制形式的占46.7%，非国有加油站中，外商投资企业占2%。

4.1.2 中国加油站经营现状分析 100

4.1.3 中国加油站经营存在的问题 101

(1) 经营规模小 101

(2) 管理水平低 101

- (3) 零售业态落后 101
- 4.1.4 中国加油站行业竞争分析 102
- 4.2 中国加油站建设布局分析 102
 - 4.2.1 中国加油站布局现状 102
 - 4.2.2 加油站布局存在的问题 102
 - (1) 加油站布局结构不合理 102
 - (2) 缺乏行业统一规划和管理 102
 - 4.2.3 影响加油站布局的因素 103
 - (1) 城市规划协调因素 103
 - (2) 环保监督因素 103
 - (3) 与区域空间的协调因素 103
 - 4.2.4 加油站合理布局的原则 103
 - (1) 合理确定加油站的数量 104
 - (2) 正确选择加油站的地址 104
 - 1) 市场需求及周边 104
 - 2) 与人流聚散点和重要设施安全距离要求 104
 - 3) 环境保护要求 105
 - 4) 与道路交叉口的距离要求 105
 - 5) 出入口的行车视距要求 105
 - 4.2.5 加油站合理布局的策略 105
 - (1) 优化加油站数量 105
 - 1) 根据燃油日需求量推算 105
 - 2) 按照规范计算 106
 - 3) 采用调查法核算 106
 - (2) 优化地理位置 108
 - 1) 规划重点路段 108
 - 2) 对网点进行优化提高网络的整体功能 108
 - 3) 利用信息技术营造加油站的经营网络，发挥整体布局功能 109
- 4.3 中国加油站行业经营模式分析 109
 - 4.3.1 加油站连锁经营模式分析 109
 - (1) 加油站连锁经营模式简介 109
 - (2) 加油站发展连锁经营模式条件 109

- 1) 直营连锁经营模式 110
- 2) 特许连锁经营模式 110
 - (3) 加油站建立连锁经营模式策略 110
- 4.3.2 加油站特许经营分析 112
 - (1) 加油站特许经营的特点 112
 - (2) 加油站特许经营的作用 112
 - (3) 加油站特许经营发展现状 112
 - (4) 加油站特许经营存在的问题 113
 - (5) 加油站特许经营发展策略 115
- 4.4 中国加油站行业营销策略分析 116
 - 4.4.1 加油站行业营销现状分析 116
 - (1) 营销策略单一 116
 - (2) 非油品业务滞后 116
 - (3) 服务欠缺热情 116
 - 4.4.2 发达国家加油站营销策略分析 116
 - (1) 美国加油站营销策略分析 116
 - (2) 德国加油站营销策略分析 117
 - 1) 统筹规划，科学选址 117
 - 2) 立站之本，安全为先 117
 - 3) 多种经营，广开财源 117
 - (3) 韩国加油站营销策略分析 117
 - 4.4.3 外资企业在华加油站营销策略分析 118
 - (1) 英国BP公司在华营销策略分析 118
 - 1) 选址卡位——并不是只有车流量大才叫位置优越 118
 - 2) 便利店布网——移植成品油物流经验 118
 - 3) 出色的HSE管理 119
 - (2) 埃克森美孚石油公司在华营销策略分析 119
 - (2) 经营模式多种化 119
 - (2) 经营商品多元化 119
 - (3) 高度的社会责任意识 119
 - (3) 荷兰皇家壳牌石油公司在华营销策略分析 120
 - 1) 差异化的产品策略和出色的营销组合 120

- 2) 公益活动提升品牌形象 120
- 3) 完备的服务设施和规范的服务 120
- 4) 高素质的人员结构 120
- 4.4.4 加油站营销策略发展趋势分析 120
 - (1) 适度的多种经营是加油站获取差异化竞争优势的必由之路 120
 - (2) 加油站规模将两极分化 121
 - (3) 加油站的技术含量不断提高 121
 - (4) 加油站将实现网络化管理和远程集中管理 121

第5章：中国主要地区加油站发展分析 122

- 5.1 北京市加油站行业发展分析 122
 - 5.1.1 北京市道路建设现状分析 122
 - 5.1.2 北京市机动车保有量分析 122
 - 5.1.3 北京市加油站行业现状分析 123
 - (1) 北京市加油站数量规模 123
 - (2) 北京市加油站布局分析 123
 - (3) 北京市加油站行业发展趋势 124
 - 5.1.4 北京市加油站行业存在的问题 124
 - (1) 加油站数量分布不均衡 124
 - (2) 加油站建设速度缓慢 124
 - (3) 加油站占地面积较大 124
 - (4) 加油站建设标准及相关法规仍需完善 124
 - 5.1.5 北京市加油站行业发展规划 125
 - 5.1.6 北京市加油站行业发展预测 126
 - (1) 道路建设规划 126
 - (2) 机动车保有量预测 127
 - (3) 成品油需求预测 127
 - (4) 加油站需求预测 127
- 5.2 天津市加油站行业发展分析 127
 - 5.2.1 天津市道路建设现状分析 127
 - 5.2.2 天津市机动车保有量分析 128
 - 5.2.3 天津市加油站行业现状分析 129

- (1) 天津市加油站数量规模 129
- (2) 天津市加油站布局分析 129
- (3) 天津市加油站行业经营分析 129
- 5.2.4 天津市加油站行业发展规划 130
- 5.2.5 天津市加油站行业发展预测 130
 - (1) 道路建设规划 130
 - (2) 机动车保有量预测 130
 - (3) 成品油需求预测 130
 - (4) 加油站需求预测 131
- 5.3 上海市加油站行业发展分析 131
 - 5.3.1 上海市道路建设现状分析 131
 - 5.3.2 上海市机动车保有量分析 131
 - 5.3.3 上海市加油站行业现状分析 132
 - (1) 上海市加油站数量规模 132
 - (2) 上海市加油站布局分析 133
 - 5.3.4 上海市加油站行业发展规划 133
 - 5.3.5 上海市加油站行业发展预测 133
 - (1) 道路建设规划 133
 - (2) 机动车保有量预测 134
 - (3) 成品油需求预测 134
 - (4) 加油站需求预测 134
- 5.4 重庆市加油站行业发展分析 134
 - 5.4.1 重庆市道路建设现状分析 134
 - 5.4.2 重庆市机动车保有量分析 135
 - 5.4.3 重庆市加油站行业现状分析 136
 - (1) 重庆市加油站数量规模 136
 - (2) 重庆市加油站布局分析 136
 - (3) 重庆市加油站行业发展情况 136
 - 5.4.4 重庆市加油站行业存在的问题 137
 - (1) 部份加油站存在安全隐患 137
 - (2) 存在少量违规建设加油站 137
 - (3) 部份加油站(点)手续不全,建设不规范 137

5.4.5 重庆市加油站行业发展规划	137
(1) 总体目标	137
(2) 布局原则	137
5.4.6 重庆市加油站行业发展预测	138
(1) 道路建设规划	138
(2) 机动车保有量预测	139
(3) 成品油需求预测	139
(4) 加油站需求预测	139
5.5 广东省加油站行业发展分析	139
5.5.1 广东省道路建设现状分析	139
5.5.2 广东省机动车保有量分析	140
5.5.3 广东省加油站行业现状分析	141
(1) 广东省加油站数量规模	141
(2) 广东省加油站布局分析	141
5.5.4 广东省加油站行业发展预测	141
(1) 道路建设规划	141
(2) 机动车保有量预测	142
(3) 成品油需求预测	142
(4) 加油站需求预测	142
5.6 江苏省加油站行业发展分析	142
5.6.1 江苏省道路建设现状分析	142
5.6.2 江苏省机动车保有量分析	143
5.6.3 江苏省加油站行业现状分析	143
(1) 江苏省加油站数量规模	143
(2) 江苏省加油站布局分析	144
(3) 江苏省加油站行业发展情况	144
5.6.4 江苏省加油站行业存在的问题	144
5.6.5 江苏省加油站行业发展预测	144
(1) 道路建设规划	145
(2) 机动车保有量预测	145
(3) 成品油需求预测	145
(4) 加油站需求预测	145

5.7 浙江省加油站行业发展分析	145
5.7.1 浙江省道路建设现状分析	145
5.7.2 浙江省机动车保有量分析	146
5.7.3 浙江省加油站行业现状分析	147
(1) 浙江省加油站数量规模	147
(2) 浙江省加油站布局分析	147
(3) 浙江省加油站行业发展情况	147
5.7.4 浙江省加油站行业存在的问题	148
5.7.5 浙江省加油站行业发展规划	148
(1) 规划总目标	148
(2) 加油站布局原则和设置标准	148
5.7.6 浙江省加油站行业发展预测	148
(1) 道路建设规划	149
(2) 机动车保有量预测	149
(3) 成品油需求预测	149
(4) 加油站需求预测	149
5.8 山东省加油站行业发展分析	149
5.8.1 山东省道路建设现状分析	149
5.8.2 山东省机动车保有量分析	150
5.8.3 山东省加油站行业现状分析	151
(1) 山东省加油站数量规模	151
(2) 山东省加油站布局分析	151
(3) 山东省加油站行业经营分析	151
5.8.4 山东省加油站行业发展规划	151
(1) 规划目标	152
(2) 加油站布局及规划要求	152
5.8.5 山东省加油站行业发展预测	153
(1) 道路建设规划	153
(2) 机动车保有量预测	153
(3) 成品油需求预测	153
(4) 加油站需求预测	153
5.9 河北省加油站行业发展分析	153

- 5.9.1 河北省道路建设现状分析 153
- 5.9.2 河北省机动车保有量分析 154
- 5.9.3 河北省加油站行业现状分析 155
 - (1) 河北省加油站数量规模 155
 - (2) 河北省加油站布局分析 155
 - (3) 河北省加油站行业存在的问题 155
- 5.9.4 河北省加油站行业发展预测 156
 - (1) 道路建设规划 156
 - (2) 机动车保有量预测 156
 - (3) 成品油需求预测 156
 - (4) 加油站需求预测 156
- 5.10 川省加油站行业发展分析 156
- 5.10.1 川省道路建设现状分析 156
- 5.10.2 川省机动车保有量分析 157
- 5.10.3 川省加油站行业现状分析 158
 - (1) 四川省加油站数量规模分析 158
 - (2) 四川省加油站行业布局分析 158
- 5.10.4 川省加油站行业发展预测 159
 - (1) 道路建设规划 159
 - (2) 机动车保有量预测 159
 - (3) 成品油需求预测 159
 - (4) 加油站需求预测 159
- 5.11 贵州省加油站行业发展分析 159
- 5.11.1 贵州省道路建设现状分析 159
- 5.11.2 贵州省机动车保有量分析 160
- 5.11.3 贵州省加油站行业现状分析 161
 - (1) 贵州省加油站数量规模分析 161
 - (2) 贵州省加油站行业布局分析 161
 - (3) 贵州省加油站行业经营分析 162
 - (4) 贵州省加油站行业存在的问题 162
- 5.11.4 贵州省加油站行业发展预测 162
 - (1) 道路建设规划 162

- (2) 机动车保有量预测 162
- (3) 成品油需求预测 162
- (4) 加油站需求预测 163
- 5.12 内蒙古加油站行业发展分析 163
 - 5.12.1 内蒙古道路建设现状分析 163
 - 5.12.2 内蒙古机动车保有量分析 164
 - 5.12.3 内蒙古加油站行业现状分析 164
 - (1) 内蒙古加油站数量规模分析 164
 - (2) 内蒙古加油站行业布局分析 165
 - (3) 内蒙古加油站行业经营分析 165
 - (4) 内蒙古加油站行业存在的问题 165
 - 5.12.4 内蒙古加油站行业发展预测 165
 - (1) 道路建设规划 165
 - (2) 机动车保有量预测 166
 - (3) 成品油需求预测 166
 - (4) 加油站需求预测 166
- 5.13 广西加油站行业发展分析 166
 - 5.13.1 广西道路建设现状分析 166
 - 5.13.2 广西机动车保有量分析 167
 - 5.13.3 广西加油站行业现状分析 168
 - (1) 广西加油站数量规模 168
 - (2) 广西加油站布局分析 168
 - (3) 广西省加油站行业存在的问题 168
 - 5.13.4 广西省加油站行业发展预测 169
 - (1) 道路建设规划 169
 - (2) 机动车保有量预测 169
 - (3) 成品油需求预测 169
 - (4) 加油站需求预测 169
- 5.14 湖南省加油站行业发展分析 170
 - 5.14.1 湖南省道路建设现状分析 170
 - 5.14.2 湖南省机动车保有量分析 170
 - 5.14.3 湖南省加油站行业现状分析 171

- (1) 湖南省加油站数量规模 171
- (2) 湖南省加油站布局分析 172
- (3) 湖南省加油站行业存在的问题 172
- 5.14.4 湖南省加油站行业发展规划 172
- 5.14.5 湖南省加油站行业发展预测 172
 - (1) 道路建设规划 172
 - (2) 机动车保有量预测 173
 - (3) 成品油需求预测 173
 - (4) 加油站需求预测 173
- 5.15 湖北省加油站行业发展分析 173
 - 5.15.1 湖北省道路建设现状分析 173
 - 5.15.2 湖北省机动车保有量分析 174
 - 5.15.3 湖北省加油站现状分析 175
 - (1) 湖北省加油站数量规模 175
 - (2) 湖北省加油站布局分析 175
 - (3) 湖北省加油站行业存在的问题 175
 - 5.15.4 湖北省加油站行业发展规划 176
 - 5.15.5 湖北省加油站行业发展预测 176
 - (1) 道路建设规划 176
 - (2) 成品油需求预测 176
 - (3) 加油站需求预测 176
- 5.16 黑龙江省加油站行业发展分析 177
 - 5.16.1 黑龙江省道路建设现状分析 177
 - 5.16.2 黑龙江省机动车保有量分析 177
 - 5.16.3 黑龙江省加油站行业现状分析 178
 - (1) 黑龙江省加油站数量规模 178
 - (2) 黑龙江省加油站布局分析 178
 - (3) 黑龙江省加油站行业存在的问题 179
 - 5.16.4 黑龙江省加油站行业发展预测 179
- 5.17 河南省加油站行业发展分析 179
 - 5.17.1 河南省道路建设现状分析 179
 - 5.17.2 河南省机动车保有量分析 180

5.17.3 河南省加油站行业现状分析 180

(1) 河南省加油站数量规模 181

(2) 河南省加油站布局分析 181

5.17.4 河南省加油站行业发展规划 181

(1) 新建城区(工业园区、产业聚集区)加油站 181

(2) 公路沿线加油站 181

(3) 乡镇(农村)加油站 181

(4) 加油站的搬迁 182

(5) 整体规划加油站非油品业务 182

5.17.5 河南省加油站行业发展预测 182

(1) 道路建设规划 182

(2) 机动车保有量预测 182

(3) 成品油需求预测 183

(4) 加油站需求预测 183

第6章：中国不同性质加油站经营企业分析 184

6.1 国有加油站经营企业分析 184

6.1.1 国有加油站发展概况 184

6.1.2 国有加油站数量规模 184

6.1.3 国有加油站主要经营企业分析 184

(1) 中国石油天然气股份有限公司经营情况分析 184

(2) 中国石油化工股份有限公司经营情况分析 192

(3) 中国海洋石油总公司经营情况分析 200

(4) 陕西延长石油(集团)有限责任公司经营情况分析 204

(5) 深圳市广聚能源股份有限公司经营情况分析 208

(6) 中国石化山东泰山石油股份有限公司经营情况分析 212

(7) 中国航油集团石油有限公司经营情况分析 216

(8) 中化石油有限公司经营情况分析 217

(9) 中国石油天然气股份有限公司上海销售分公司经营情况分析 220

(10) 中国石油西南销售分公司经营情况分析 221

(11) 中国石油天然气股份有限公司四川销售分公司经营情况分析 221

(12) 中国石化销售有限公司经营情况分析 222

(13) 中国石油化工股份有限公司上海石油分公司经营情况分析	223
(14) 中国石油化工股份有限公司广东石油分公司经营情况分析	224
(15) 中国石油化工股份有限公司湖北石油分公司经营情况分析	225
6.2 民营加油站经营企业分析	226
6.2.1 民营加油站发展情况	226
6.2.2 民营加油站数量规模	227
6.2.3 民营加油站存在的问题	227
6.2.4 民营加油站发展策略分析	227
6.2.5 民营加油站重点经营企业分析	228
(1) 长联石油控股有限公司经营情况分析	228
(2) 南京蓝燕石化储运实业有限公司经营情况分析	230
(3) 冠盛集团公司经营情况分析	232
(4) 深圳市庆鹏实业集团有限公司经营情况分析	233
(5) 山西振东集团经营情况分析	235
(6) 厦门海澳集团有限公司经营情况分析	237
(7) 港丰集团经营情况分析	239
(8) 中球冠集团经营情况分析	240
(9) 南通川东石油公司经营分析	241
(10) 东莞市辉明石化产品有限公司经营分析	242
6.3 外资加油站经营企业分析	243
6.3.1 外资加油站发展情况	243
6.3.2 外资加油站数量规模	244
6.3.3 外资加油站主要经营企业分析	245
(1) 英国BP公司分析	245
(2) 埃克森美孚石油公司分析	247
(3) 荷兰皇家壳牌石油公司分析	249
(4) 法国道达尔石油公司分析	251
第7章：加油站非油品业务分析	255
7.1 加油站非油品业务概述	255
7.1.1 加油站非油品业务的定义	255
7.1.2 加油站非油品业务的意义	255

7.2 国外加油站非油品业务发展分析	255
7.2.1 国外加油站非油品业务发展历程	255
7.2.2 国外加油站非油品业务盈利水平分析	256
7.2.3 主要国家加油站非油品业务发展分析	256
(1) 美国加油站非油品业务发展分析	256
1) 第一阶段(20世纪50-70年代)	256
2) 第二阶段(20世纪70-90年代)	256
3) 第三阶段(20世纪90年代至今)	257
(2) 日本加油站非油品业务发展分析	257
1) 第一阶段(20世纪60-90年代)	257
2) 第二阶段(20世纪90年代至今)	257
(3) 英国加油站非油品业务发展分析	258
1) 第一阶段(20世纪70-80年代)	258
2) 第二阶段(20世纪80年代-21世纪)	258
3) 第三阶段(21世纪以来)	258
(4) 德国加油站非油品业务发展分析	258
(5) 法国加油站非油品业务发展分析	259
(6) 意大利加油站非油品业务发展分析	259
7.2.4 国外加油站非油品业务存在的问题	259
(1) 安全问题	259
(2) 决策冲突	259
7.2.5 国外加油站非油品业务发展趋势分析	260
(1) 网络化连锁经营	260
(2) 提供多种能源补给方案	260
(3) 服务更加人性化	260
7.2.6 国外加油站非油品业务对我国的启示	260
(1) 注重品牌塑造	260
(2) 因地制宜,量体裁衣	260
(3) 科学管理	261
7.3 中国加油站非油品业务发展分析	261
7.3.1 中国加油站非油品业务发展概况	261
(1) 中国石化集团加油站非油品业务发展概况	261

- (2) 中国石油集团加油站非油品业务发展概况 262
- 7.3.2 中国加油站非油品业务销售收入分析 263
- 7.3.3 中国加油站非油品业务盈利水平分析 263
- 7.3.4 中国加油站非油品业务发展难点 263
- 7.3.5 中国加油站发展非油品业务的必要性 263
- 7.3.6 中国加油站非油品业务存在的问题 264
 - (1) 加油站布局不合理, 客户进店率偏低 264
 - (2) 商品管理不到位, 物流体系未建立 264
 - (3) 对非油品业务认识不够, 经营意识较差 265
 - (4) 管理基础薄弱, 运营水平较低 265
 - (5) 激励机制未建立, 员工积极性较低 265
 - (6) 市场环境不成熟, 消费习惯有待培养 265
- 7.3.7 中国加油站非油品业务发展策略 265
 - (1) 建立非油品运营和管理体系 265
 - (2) 准确定位、合理定价 265
 - (3) 因地制宜, 开展特色营销 266
 - (4) 完善考核, 充分调动员工的积极性 266
 - (5) 建立配送物流体系, 保障商品供应 266
- 7.3.8 中国加油站非油品业务发展趋势分析 267
- 7.3.9 中国加油站非油品业务市场前景预测 267
- 7.4 加油站便利店发展分析 267
 - 7.4.1 国外站便利店发展现状分析 267
 - 7.4.2 中国加油站便利店发展分析 268
 - (1) 中国加油站便利店发展现状分析 268
 - (2) 中国加油站便利店典型企业分析 268
 - (3) 中国加油站便利店发展缓慢的原因 269
 - 1) 现存的管理体制及管理方式的局限 269
 - 2) 收入水平较低的影响 269
 - 3) 生活消费习惯不同 270
 - 4) 加油站管理体制造成"入店率"低 270
 - 5) 司机群体结构的影响 270
 - 6) 便利店规模小, 商品种类不合理 270

(4) 中国加油站便利店发展策略分析 270

(5) 中国加油站便利店发展前景分析 271

第8章：中国加油站行业投资机会分析 272

8.1 中国加油站行业投资特性 272

8.1.1 加油站行业进入壁垒分析 272

8.1.2 加油站行业盈利模式分析 272

8.1.3 加油站行业盈利因素分析 272

(1) 机动车保有量快速增长 272

(2) 国民经济的持续稳定发展 272

8.2 中国加油站行业投资风险 273

8.2.1 加油站行业政策风险 273

8.2.2 加油站行业安全风险 273

8.2.3 加油站行业竞争风险 273

8.2.4 加油站行业关联行业风险 273

8.2.5 加油站行业其他风险 274

(1) 货款结算过程中的应收账款风险 274

(2) 资金停留期间被攻击的风险 274

(3) 内部管理风险 274

8.3 中国加油站行业投资机会 275

8.3.1 中国公路建设规划分析 275

(1) 高速公路建设规划 275

(2) 等级公路建设规划 276

(3) 农村公路建设规划 277

8.3.2 中国加油站市场需求预测 279

(1) 高速公路加油站需求预测 279

(2) 等级公路加油站需求预测 279

(3) 农村公路加油站需求预测 280 (AK WZY)

图表目录：

图表1：加油站组成图 20

图表2：加油机类型及优缺点分析 21

- 图表3：固定式加油机和悬挂式加油机示意图 21
- 图表4：加油机四大总成及作用 22
- 图表5：加油站机器设备种类 23
- 图表6：加油站行业主要政策汇总 26
- 图表7：2008年以来美国实际GDP环比折年率（单位：%） 28
- 图表8：2001年以来欧元区17国GDP季调折年率（单位：%） 29
- 图表9：2007年以来度日本GDP环比变化情况（单位：%） 30
- 图表10：2016-2022年全球主要经济体经济增速及预测（单位：%） 31
- 图表11：2005年以来中国GDP年增长率走势图（单位：%） 32
- 图表12：2007年以来中国固定资产投资及同比增速（单位：万亿元，%） 33
- 图表13：2007年以来中央经济工作会议主题 33
- 图表14：2008年以来中国机动车保有量变化（单位：亿辆，%） 34
- 图表15：中国机动车保有量结构图（单位：%） 35
- 图表16：2008年以来中国汽车产量及增长率统计（单位：万辆，%） 35
- 图表17：2008年以来中国汽车销量及增长率统计（单位：万辆，%） 36
- 图表18：2007年以来中国汽车产量产品结构图（单位：%） 36
- 图表19：2007年以来中国汽车销量产品结构图（单位：%） 37
- 图表20：中国汽车整车制造行业销量排名前十企业（单位：万辆，%） 38
- 图表21：2007年以来中国民用汽车保有量变化（单位：万辆，%） 39
- 图表22：2016-2022年中国汽车保有量规模预测图（单位：亿辆） 40
- 图表23：2016-2022年我国汽车保有量、耗油量预测（单位：万辆，万吨） 40
- 图表24：2013年以来中国摩托车月度产量（单位：万辆，%） 41
- 图表25：2013年以来中国摩托车月度销量（单位：万辆，%） 42
- 图表26：2016-2022年中国摩托车保有量及增速预测（单位：亿辆，%） 43
- 图表27：2016-2022年中国250cc摩托车耗油量预测（单位：亿升） 43
- 图表28：2008年以来我国拖拉机产量及增长（单位：万台，%） 44
- 图表29：中国拖拉机十强品牌 45
- 图表30：2010年以来中国小型、大中型拖拉机数量（单位：万台） 46
- 图表31：2016-2022年中国拖拉机保有量及增速预测（单位：万台，%） 47
- 图表32：2008年以来我国汽油产量及同比增长（单位：万吨，%） 49
- 图表33：2008年以来我国汽油年度销量及增长（单位：万吨，%） 50
- 图表34：2009年以来我国汽油进口量及增长（单位：万吨，%） 50

图表35：2009年以来我国汽油进口金额及增长（单位：万美元，%） 51

图表36：2008年以来我国汽油出口量及增长（单位：万吨，%） 51

图表37：2008年以来我国汽油出口金额及增长（单位：万美元，%） 52

图表38：我国汽油价格走势（单位：美元/桶） 52

图表39：2008年以来我国柴油产量及同比增长（单位：万吨，%） 55

图表40：2008年以来我国柴油销量及同比增长（单位：万吨，%） 56

图表41：2009年以来我国柴油进口量及增长（单位：万吨，%） 56

图表42：2009年以来我国柴油进口金额及增长（单位：万美元，%） 57

图表43：2009年以来我国柴油出口量及增长（单位：万吨，%） 57

图表44：2009年以来我国柴油出口金额及增长（单位：万美元，%） 58

图表45：我国柴油价格走势（单位：美元/桶） 58

图表46：汽油库存季度变化趋势分析图（单位：万吨，%） 61

图表47：汽油每周库存数量（单位：千桶） 61

图表48：柴油库存季度变化趋势分析图（单位：万吨，%） 62

图表49：煤油库存季度变化趋势分析图（单位：万吨，%） 63

图表50：中国石油主要成品油油库分布图 66

图表51：中国石油主要成品油油库分布图 69

图表52：中国航油主要成品油油库分布图 71

图表53：台湾地区主要成品油油库分布图 71

图表54：其他主要成品油油库分布图 72

图表55：2016-2022年我国成品油库库容情况及预测（单位：万立方米，%） 72

图表56：我国93#汽油及0#柴油批发价格走势（单位：元/吨） 75

图表57：美国加油站经营方式 79

图表58：2000年以来我国加油站数量变化趋势（单位：座） 100

图表59：加油量评价模型 107

图表60：集合覆盖模型 109

图表61：2009年以来中石化特许加油站数量（单位：座） 113

图表62：2007年以来北京市公路里程情况（单位：公里，%） 122

图表63：2007年以来北京市机动车保有量（单位：万辆） 123

图表64：北京市不同性质企业加油站数量（单位：座） 123

图表65：北京市加油站行业发展规划布局原则 125

图表66：2016-2022年北京市机动车保有量预测（单位：万辆） 127

图表67：2007年以来天津市公路里程情况（单位：万公里，%） 128

图表68：2005年以来天津市汽车保有量走势图（单位：万辆） 128

图表69：天津市不同性质企业加油站数量（单位：座） 129

图表70：2007年以来上海市公路里程情况（单位：万公里，%） 131

图表71：上海加油站分类民用车辆拥有量比重（单位：%） 132

图表72：2005年以来上海市民用汽车保有量走势图（单位：万辆） 132

图表73：上海市不同性质企业加油站数量（单位：座） 133

图表74：2007年以来重庆市市公路里程情况（单位：万公里，%） 135

图表75：2005年以来重庆市民用汽车保有量走势图（单位：万辆） 135

图表76：重庆市不同性质企业加油站数量（单位：座） 136

图表77：2007年以来广东省公路里程情况（单位：万公里，%） 140

图表78：2005年以来广东省民用汽车保有量走势图（单位：万辆） 140

图表79：广东省不同性质企业加油站数量（单位：座） 141

图表80：2007年以来江苏省公路里程情况（单位：万公里，%） 142

图表81：2005年以来江苏省民用汽车保有量走势图（单位：万辆） 143

图表82：江苏省不同性质企业加油站数量（单位：座） 144

图表83：2007年以来浙江省公路里程情况（单位：万公里，%） 146

图表84：2005年以来浙江省民用汽车保有量走势图（单位：万辆） 146

图表85：浙江省各企业加油站数量（单位：座） 147

图表86：2007年以来山东省公路里程情况（单位：万公里，%） 150

图表87：2005年以来山东省民用汽车保有量走势图（单位：万辆） 150

图表88：山东省各企业加油站数量（单位：座） 151

图表89：山东省加油站新增数量及分布规划（单位：个） 152

图表90：2007年以来河北省公路里程情况（单位：万公里，%） 154

图表91：2005年以来河北省私人汽车保有量走势图（单位：万辆） 154

图表92：河北省各企业加油站数量（单位：座） 155

图表93：2007年以来四川省公路里程情况（单位：万公里，%） 157

图表94：2005年以来四川省民用汽车保有量走势图（单位：万辆） 158

图表95：四川省不同性质企业加油站数量（单位：座） 158

图表96：2007年以来贵州省公路里程情况（单位：万公里，%） 160

图表97：2005年以来贵州省民用汽车保有量走势图（单位：万辆） 161

图表98：贵州省不同性质企业加油站数量（单位：座） 161

图表99：2007年以来内蒙古公路里程情况（单位：万公里，%） 163
图表100：内蒙古民用汽车保有量及其增长情况（单位：万辆，%） 164
图表101：内蒙古各企业加油站数量（单位：座） 164
图表102：2007年以来广西壮族自治区公路里程情况（单位：万公里，%） 167
图表103：2005年以来广西省民用汽车保有量走势图（单位：万辆） 167
图表104：广西省不同性质企业加油站数量（单位：座） 168
图表105：2007年以来湖南省公路里程情况（单位：万公里，%） 170
图表106：2005年以来湖南省民用汽车保有量走势图（单位：万辆） 171
图表107：湖南省不同性质企业加油站数量（单位：座） 171
图表108：2007年以来湖北省公路里程情况（单位：万公里，%） 174
图表109：2005年以来湖北省民用汽车保有量走势图（单位：万辆） 174
图表110：湖北省不同性质企业加油站数量（单位：座） 175
图表111：2007年以来黑龙江公路里程情况（单位：万公里，%） 177
图表112：2005年以来黑龙江民用汽车保有量走势图（单位：万辆） 178
图表113：黑龙江省不同性质企业加油站数量（单位：座） 178
图表114：2007年以来河南省公路里程情况（单位：万公里，%） 180
图表115：2005年以来河南省民用汽车保有量走势图（单位：万辆） 180
图表116：河南省不同性质企业加油站的数量（单位：座） 181
图表117：中国石油天然气股份有限公司基本信息表 185
图表118：中国石油天然气股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图 185
图表119：2011年以来中国石油天然气股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元） 186
图表120：2012年以来中国石油天然气股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：百万元，%） 186

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/275316.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。