



艾凯咨询
ICAN Consulting

2022-2027年中国加油站行业市场评估分析及发展前景调研战略研究报告

一、调研说明

《2022-2027年中国加油站行业市场评估分析及发展前景调研战略研究报告》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/359887.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

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。

报告目录：

第1章：中国加油站行业发展背景分析

1.1 加油站行业概述

1.1.1 加油站的定义

1.1.2 加油站的构成

1.1.3 加油站的社会意义

1.2 加油站行业政策环境分析

1.3 加油站行业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

(1) 国际宏观经济现状

1) 美国宏观经济环境分析

2) 欧洲宏观经济环境分析

3) 日本宏观经济环境分析

(2) 国际宏观经济预测

1.3.2 国内宏观经济环境分析

(1) 国内宏观经济现状

1) 国内GDP增长分析

2) 固定资产投资情况

(2) 国内宏观经济预测

1.4 加油站消费环境分析

1.4.1 机动车保有量分析

(1) 机动车保有量分析

(2) 机动车保有量车型结构分析

1.4.2 机动车细分市场分析

(1) 汽车市场分析

1) 汽车产量分析

2) 汽车销量分析

- 3) 汽车产销结构分析
- 4) 汽车产销品牌竞争
- 5) 汽车保有量分析
- 6) 汽车保有量预测
- 7) 汽车耗油量预测

(2) 摩托车市场分析

- 1) 摩托车产量分析
- 2) 摩托车销量分析
- 3) 摩托车保有量现状
- 4) 摩托车保有量预测
- 5) 摩托车耗油量预测

(3) 拖拉机市场分析

- 1) 拖拉机产量分析
- 2) 拖拉机销量分析
- 3) 拖拉机品牌竞争
- 4) 拖拉机保有量现状
- 5) 拖拉机保有量预测
- 6) 拖拉机耗油量预测

(4) 其他机动车市场分析

- 1) 专用车市场现状
- 2) 专用车市场前景

第2章：中国成品油流通市场分析

2.1 成品油零售市场分析

2.1.1 汽油市场分析

- (1) 汽油产量分析
 - (2) 汽油销量分析
 - (3) 汽油进出口分析
 - (4) 汽油价格走势分析
 - (5) 汽油细分产品市场分析
- 1) 90#汽油市场分析
 - 2) 93#汽油市场分析
 - 3) 97#汽油市场分析

4) 98#汽油市场分析

(6) 汽油市场前景分析

2.1.2 柴油市场分析

(1) 柴油产量分析

(2) 柴油销量分析

(3) 柴油进出口分析

(4) 柴油价格走势分析

(5) 柴油细分产品市场分析

1) 20#柴油市场分析

2) 10#柴油市场分析

3) 0#柴油市场分析

4) -10#柴油市场分析

5) -20#柴油市场分析

(6) 柴油市场前景分析

2.2 成品油仓储市场分析

2.2.1 成品油库存分析

(1) 汽油库存分析

(2) 柴油库存分析

(3) 煤油库存分析

2.2.2 成品油油库布局分析

(1) 油库布局现状

1) 油库建设情况

2) 油库地域布局

3) 各地油库详情

(2) 油库容量预测

(3) 油库建设动向

2.3 成品油批发市场分析

2.3.1 成品油批发市场格局分析

(1) 成品油批发经营权分析

(2) 成品油批发市场格局分析

2.3.2 成品油批发市场价格分析

(1) 成品油批发定价机制分析

（2）成品油批发价格走势分析

第3章：国外加油站行业发展状况分析

3.1 国外加油站行业发展分析

3.1.1 国外加油站行业发展概况

3.1.2 国外加油站行业发展特点

（1）加油站数量呈减少趋势

（2）自有他营为加油站的主流经营模式

（3）自动化、信息化程度高

（4）加油站多功能化

（5）油品销售业务与非油品销售业务并重

（6）重视企业文化建设，以优质服务占领市场

（7）重视品牌形象和品牌管理

3.2 主要国家加油站行业发展分析

3.2.1 美国加油站行业发展分析

3.2.2 英国加油站行业发展分析

3.2.3 德国加油站行业发展分析

3.2.4 日本加油站行业发展分析

3.3 国外加油站行业发展趋势分析

3.3.1 规模大型化 + 网络布局合理化

3.3.2 服务综合化 + 品牌多元化

3.3.3 设备自动化 + 服务自助化

3.3.4 更健康 + 更安全 + 更环保

第4章：中国加油站行业经营模式及策略分析

4.1 中国加油站行业发展现状

4.1.1 中国加油站规模分析

4.1.2 中国加油站经营现状分析

4.1.3 中国加油站经营存在的问题

（1）经营规模小

（2）管理水平低

（3）零售业态落后

4.1.4 中国加油站行业竞争分析

4.2 中国加油站建设布局分析

4.2.1 中国加油站布局现状

4.2.2 加油站布局存在的问题

4.2.3 影响加油站布局的因素

4.2.4 加油站合理布局的原则

4.2.5 加油站合理布局的策略

(1) 优化加油站数量

(2) 优化地理位置

4.3 中国加油站行业经营模式分析

4.3.1 加油站连锁经营模式分析

(1) 加油站连锁经营模式简介

(2) 加油站发展连锁经营模式条件

(3) 加油站建立连锁经营模式策略

1) 组织机构合理化

2) 配送系统合理化

3) 经营网络合理化

4.3.2 加油站特许经营分析

(1) 加油站特许经营的特点

(2) 加油站特许经营的作用

(3) 加油站特许经营发展现状

(4) 加油站特许经营存在的问题

(5) 加油站特许经营发展策略

4.4 中国加油站行业营销策略分析

4.4.1 加油站行业营销现状分析

4.4.2 发达国家加油站营销策略分析

(1) 美国加油站营销策略分析

(2) 德国加油站营销策略分析

(3) 韩国加油站营销策略分析

4.4.3 外资企业在华加油站营销策略分析

(1) 英国BP公司在华营销策略分析

(2) 埃克森美孚石油公司在华营销策略分析

(3) 荷兰皇家壳牌石油公司在华营销策略分析

4.4.4 加油站营销策略发展趋势分析

第5章：中国主要地区加油站发展分析

5.1 北京市加油站行业发展分析

5.1.1 北京市道路建设现状分析

5.1.2 北京市机动车保有量分析

5.1.3 北京市汽车后市场发展现状

（1）北京市加油站数量规模

（2）北京市加油站布局分析

（3）北京市加油站行业发展趋势

5.1.4 北京市加油站行业存在的问题

（1）加油站数量分布不均衡

（2）加油站建设速度缓慢

（3）加油站占地面积较大

（4）加油站建设标准及相关法规仍需完善

5.1.5 北京市加油站行业发展规划

5.1.6 北京市加油站行业发展预测

（1）道路建设规划

（2）机动车保有量预测

（3）成品油需求预测

（4）加油站需求预测

5.2 天津市加油站行业发展分析

5.2.1 天津市道路建设现状分析

5.2.2 天津市机动车保有量分析

5.2.3 天津市汽车后市场发展现状

（1）天津市加油站数量规模

（2）天津市加油站布局分析

（3）天津市加油站行业经营分析

5.2.4 天津市加油站行业发展规划

5.2.5 天津市加油站行业发展预测

（1）道路建设规划

（2）机动车保有量预测

（3）成品油需求预测

（4）加油站需求预测

5.3 上海市加油站行业发展分析

5.4 重庆市加油站行业发展分析

5.5 广东省加油站行业发展分析

5.6 江苏省加油站行业发展分析

5.7 浙江省加油站行业发展分析

5.8 山东省加油站行业发展分析

5.9 河北省加油站行业发展分析

5.10 四川省加油站行业发展分析

第6章：中国不同性质加油站经营企业分析

6.1 国有加油站经营企业分析

6.1.1 国有加油站发展概况

6.1.2 国有加油站数量规模

6.1.3 国有加油站主要经营企业分析

（1）中国石油天然气股份有限公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业成品油销量分析

3) 企业加油站数量规模

4) 企业最新发展动向分析

（2）中国石油化工股份有限公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业成品油销量分析

3) 企业加油站数量规模

4) 企业最新发展动向分析

（3）中国海洋石油总公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业成品油销量分析

3) 企业加油站数量规模

4) 企业最新发展动向分析

（4）陕西延长石油（集团）有限责任公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业成品油销量分析

3) 企业加油站数量规模

4) 企业最新发展动向分析

(5) 深圳市广聚能源股份有限公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业成品油销量分析

3) 企业加油站数量规模

4) 企业最新发展动向分析

(6) 中国石化山东泰山石油股份有限公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业成品油销量分析

3) 企业加油站数量规模

4) 企业最新发展动向分析

(7) 中国航油集团石油有限公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业成品油销量分析

3) 企业加油站数量规模

4) 企业最新发展动向分析

(8) 中化石油有限公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业成品油销量分析

3) 企业加油站数量规模

4) 企业最新发展动向分析

(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

1) 企业发展简况分析

2) 企业成品油销量分析

3) 企业加油站数量规模

4) 企业最新发展动向分析

(10) 中国石油西南销售分公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业成品油销量分析

3) 企业加油站数量规模

4) 企业最新发展动向分析

6.2 民营加油站经营企业分析

6.2.1 民营加油站发展情况

6.2.2 民营加油站数量规模

6.2.3 民营加油站存在的问题

6.2.4 民营加油站发展策略分析

6.2.5 民营加油站重点经营企业分析

(1) 长联石油控股有限公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(2) 南京蓝燕石化储运实业有限公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(3) 冠盛集团公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(4) 深圳市庆鹏实业集团有限公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(5) 山西振东集团经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(6) 厦门海澳集团有限公司经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(7) 港丰集团经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(8) 中球冠集团经营情况分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(9) 南通川东石油公司经营分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(10) 东莞市辉明石化产品有限公司经营分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

6.3 外资加油站经营企业分析

6.3.1 外资加油站发展情况

6.3.2 外资加油站数量规模

6.3.3 外资加油站主要经营企业分析

(1) 英国BP公司分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(2) 埃克森美孚石油公司分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(3) 荷兰皇家壳牌石油公司分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

(4) 法国道达尔石油公司分析

1) 企业发展简况分析

2) 企业经营情况分析

3) 企业经营优劣势分析

第7章：加油站非油品业务分析

7.1 加油站非油品业务概述

7.1.1 加油站非油品业务的定义

7.1.2 加油站非油品业务的意义

7.2 国外加油站非油品业务发展分析

7.2.1 国外加油站非油品业务发展历程

7.2.2 国外加油站非油品业务盈利水平分析

7.2.3 主要国家加油站非油品业务发展分析

(1) 美国加油站非油品业务发展分析

(2) 日本加油站非油品业务发展分析

(3) 英国加油站非油品业务发展分析

(4) 德国加油站非油品业务发展分析

(5) 法国加油站非油品业务发展分析

(6) 意大利加油站非油品业务发展分析

7.2.4 国外加油站非油品业务存在的问题

7.2.5 国外加油站非油品业务发展趋势分析

7.2.6 国外加油站非油品业务对我国的启示

7.3 中国加油站非油品业务发展分析

7.3.1 中国加油站非油品业务发展概况

7.3.2 中国加油站非油品业务销售收入分析

7.3.3 中国加油站非油品业务盈利水平分析

7.3.4 中国加油站非油品业务发展难点

7.3.5 中国加油站发展非油品业务的必要性

7.3.6 中国加油站非油品业务存在的问题

7.3.7 中国加油站非油品业务发展策略

7.3.8 中国加油站非油品业务发展趋势分析

7.3.9 中国加油站非油品业务市场前景预测

7.4 加油站便利店发展分析

7.4.1 国外站便利店发展现状分析

7.4.2 中国加油站便利店发展分析

(1) 中国加油站便利店发展现状分析

（2）中国加油站便利店典型企业分析

1) 中油BP石油有限公司简介

2) 中油BP加油站便利店业务分析

（3）中国加油站便利店发展缓慢的原因

（4）中国加油站便利店发展策略分析

（5）中国加油站便利店发展前景分析

第8章：中国加油站行业投资机会分析

8.1 中国加油站行业投资特性

8.1.1 加油站行业进入壁垒分析

8.1.2 加油站行业盈利模式分析

8.1.3 加油站行业盈利因素分析

8.2 中国加油站行业投资风险

8.2.1 加油站行业政策风险

8.2.2 加油站行业安全风险

8.2.3 加油站行业竞争风险

8.2.4 加油站行业关联行业风险

8.2.5 加油站行业其他风险

8.3 中国加油站行业投资机会

8.3.1 中国公路建设规划分析

（1）高速公路建设规划

（2）等级公路建设规划

（3）农村公路建设规划

8.3.2 中国加油站市场需求预测

（1）高速公路加油站需求预测

（2）等级公路加油站需求预测

（3）农村公路加油站需求预测

图表目录：

图表1：加油站组成图

图表2：加油机类型及优缺点分析

图表3：固定式加油机和悬挂式加油机示意图

图表4：加油机四大总成及作用

图表5：加油站机器设备种类

图表6：加油站行业主要政策汇总

图表7：美国各月实际GDP年化季率（单位：%）

图表8：2017-2021年ISM采购经理人指数情况

图表9：欧元区就业和失业情况（单位：千人，%）

图表10：欧元区分季度GDP及增长情况（单位：亿欧元，%）

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/359887.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。