



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2010年中国加油站行业市场分析与投资咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2010年中国加油站行业市场分析与投资咨询报告》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/74156.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](mailto: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

### 目录

#### 第一章 2008年世界各国加油站产业运行现状

##### 一、欧洲

- (一) 欧洲加油站管理窥探
- (二) 欧洲加油站便利店发展特色
- (三) 欧洲成品油零售很有特色值得借鉴

##### 二、美国

- (一) 美国加油站特点
- (二) 浅析美国加油站发展的成功经验
- (三) 美国加油站经营特色及对中国的启示
- (四) 美国加油站政府约束少公司管理严

##### 三、德国

- (一) 德国加油站经营情况及对我们的启示
- (二) 德国加油站数量呈递减趋势
- (三) 德国加油站的配套服务
- (四) 解析德国加油站的商战策略

##### 四、日本

- (一) 日本加油站发展概述
- (二) 日本加油站经营情况及启示
- (三) 日本加油站非油品销售经验借鉴
- (四) 浅述日本防灾型加油站的建设
- (五) 日本的加油站兼具多种功能

##### 五、其他国家

- (一) 英国加油站
- (二) 阿根廷加油站
- (三) 意大利加油站

#### 第二章 2008年中国加油站产业运行环境

##### 一、2008年中国宏观经济环境

- (一) 2008年中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

## 二、2008年中国加油站产业政策环境

- (一) 加油站发展政策解读
- (二) 加油站行业税收管理现状及措施
- (三) 加油站建设相关规定

## 三、2008年中国加油站产业运行社会环境

### 第三章 2008年中国油品市场运行动态

#### 一、2008年中国成品油市场

- (一) 中国成品油市场回顾
- (二) 2008年中国成品油进出口数据
- (三) 2008年国内成品油市场供销情况
- (四) 中国成品油价格改革
- (五) 国内成品油价格改革方向

#### 二、2008年中国汽油市场

- (一) 中国汽车汽油生产与消费
- (二) 2008年中国汽油进出口现状

#### 三、2008年中国柴油市场

- (一) 中国柴油供需状况回顾
- (二) 中国柴油进出口特点
- (三) 开放背景下中国柴油市场发展展望

#### 四、2008年中国燃料油市场

- (一) 近年中国燃料油市场变化回顾
- (二) 中国燃料油市场发展回顾
- (三) 中国燃料油行业发展策略
- (四) 2008年国内外燃料油价格及发展走势
- (五) 未来中国燃料油市场

### 第四章 2008年中国加油站行业运行形势

#### 一、2008年中国加油站产业发展概况

- (一) 国内加油站行业发展回顾

- (二) 中国加油站数量明显偏多
- (三) 中国加油站进入总量过剩时期
- (四) 中国外资加油站建设数量概况
- (五) 外资加油站加快进军中国行动步伐

## 二、2008年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

## 三、2008年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

## 第五章 2008年中国民营加油站产业运行动态

### 一、2008年中国民营加油站发展现状

- (一) 中国民营加油站的艰难选择
- (二) 石油巨头发力终端民营加油站处境堪忧
- (三) 各大油企民营加油站发展现状

### 二、2008年中国部分省市民营加油站

- (一) 泉州民营加油站
- (二) 厦门民营加油站
- (三) 山东民营加油站
- (四) 海南民营加油站

### 三、2008年中国民营加油站发展策略

- (一) 中国民营油企生存与发展战略剖析
- (二) 加油站是无效市场民企需正视新政策
- (三) 民营加油站以降价来寻发展
- (四) 民营加油站油荒问题的解决之道
- (五) 民营加油站呼唤平等地位

## 第六章 2008年中国加油站经营管理策略

### 一、2008年中国加油站连锁经营

- (一) 中国加油站连锁经营模式及策略
- (二) 加油站连锁经营管理的优势
- (三) 加油站连锁经营面临的问题及措施
- (四) 加油站连锁经营的有效措施

### 二、2008年中国加油站特许经营及存在的问题

- (一) 加油站特许经营探究
- (二) 加油站特许经营的相关规定
- (三) 中国加油站特许经营现状
- (四) 加油站特许经营遭遇尴尬
- (五) 加油站特许经营存在的问题

### 三、2008年中国发展加油站特许经营的建议

- (一) 浅谈发展加油站特许经营战略
- (二) 加强对特许经营加油站的监管
- (三) 加油站特许经营承待规范管理
- (四) 发展加油站特许经营的新思路

### 四、2008年中国加油站经营管理策略

- (一) 加强油站的资金管理
- (二) 解析加油站资金风险防范要点
- (三) 中国加油站管理要面向未来
- (四) 提高加油站经营管理水平

## 第七章 2008年中国加油站产业市场营销策略探讨

### 一、2008年中国加油站营销管理及营销策略

- (一) 国内外成品油营销管理探究
- (二) 加油站运营及营销模式剖析
- (三) 浅析加油站营销策略
- (四) 解析社会加油站的营销策略
- (五) 实施名牌加油站扩张策略

### 二、2008年中国成品油销售企业市场占有率

- (一) 对成品油市场占有率的认识过程

(二) 市场占有率增长空间集中在小额用户

(三) 提高市场占有率的措施

(四) 提高市场占有率应注意的问题

### 三、2008年中国加油站顾客满意度测评探究

(一) 测评意义及目的

(二) 测评指标体系的建立

(三) 测评方法

(四) 实践中应注意的若干问题

### 四、2008年中国加油站用户忠诚度培养

(一) 加油站培养用户忠诚度的功能

(二) 加油站用户忠诚度的培育手段

### 五、2008年中国市场催生自助式加油站

(一) 自助式加油站的特点及功效

(二) 建立自助式加油站的必然性

(三) 正视现实把握时机

### 六、2008年中国科学营建加油站销售网络

(一) 加油站销售网络发展战略

(二) 加油站销售网络实施策略

(三) 加油站销售网络建设与创新

### 七、2008年中国整治低效加油站提高销售业竞争力

(一) 低效加油站成因解析

(二) 低效加油站的消极影响不可小视

(三) 整治低效加油站提高经营效益

### 八、2008年中国提高加油站销售能力的措施和方法

(一) 提高加油站油品销量的策略

(二) 加油站可采取的促销策略

(三) 加油站提高创效力

(四) 加油站提高销售竞争力战略

(五) 提高成品油终端销售能力的方法

## 第八章 2008年中国各地区加油站发展规划

### 一、近年来上海市加油站行业发展规划

- (一) 制定规划的相关事项
  - (二) 上海加油站现状与评价
  - (三) 加油站布局规划
  - (四) 规划实施保证措施
- 二、2010年河北省加油站行业发展规划
- (一) 制定规划的相关问题
  - (二) 加油(气)站现状调查及
  - (三) 河北省加油(气)站需求总量预测
  - (四) 加油(气)站布局规划
  - (五) 加油(气)站规划实施保证措施
- 三、2010年湖北省水上加油站行业发展规划
- (一) 制定规划的相关问题
  - (二) 水上加油站现状及评价
  - (三) 水上加油站需求预测
  - (四) 水上加油站布局规划
  - (五) 规划实施保证措施及附件
- 四、其他地区
- (一) 甘肃启动加油站建设发展规划
  - (二) 未来3年克拉玛依将新建20座加油站
  - (三) 2010年重庆将新增加油站近800座
  - (四) 2010年江苏省加油站行业发展规划
  - (五) 2005-2010年广州加油站布点规划

## 第九章 2008年中国加油站产业市场竞争格局

- 一、2008年国内外加油站的竞争现状
- (一) 国内外巨头抢滩加油站市场竞争加剧
  - (二) 市场开放多方资本角力加油站
  - (三) 跨国巨头在华成品油零售渠道剖析
  - (四) 合资加油站勾画战略图外资意在市场链
  - (五) 俄石油公司计划在中国设加油站
- 二、2008年中国提高加油站竞争能力的对策
- (一) 加油站挺立潮头的战略方法



(二) 有效提升加油站竞争力的建议

(三) 中国加油站行业竞争的新思路

(四) 提高加油站竞争力的策略

### 三、2008年中国实行顾客满意战略以提升加油站竞争力

(一) 顾客满意战略概述

(二) 顾客满意战略的内容

(三) 加油站的产品属性与顾客满意

(四) 加油站实施顾客满意战略的内容

(五) 实施顾客满意战略的定位点

## 第十章 2008年中国石油行业领先企业

### 一、中国石油化工股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

(三) 企业竞争力

### 二、中国石油天然气股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

(三) 企业竞争力

### 三、中国海洋石油总公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

(三) 企业竞争力

## 第十一章 2008年中国加油站非油品业务市场运行走势

### 一、2008年中国加油站非油品市场现状

(一) 非油品业务成为中国加油站赢利新亮点

(二) 中国加油站非油品业务大有作为

(三) 对中国加油站非油品服务的思考

(四) 非油品业务成为国内加油站的新发展趋势

(五) 中国加油站餐饮业务运营

### 二、加油站便利店

- (一) 加油站便利店提供的商品
- (二) 便利店在加油站的地位与作用
- (三) 中国加油站便利店的盈利模式
- (四) 加油站便利店成为投资热点
- (五) 阻碍国内加油站便利店发展的因素

### 三、2008年中国非油品业务发展的的问题及策略

- (一) 中国加油站非油品业务存在的问题
- (二) 加油站非油品业务的战略布局
- (三) 非油品业务需因地制宜

### 四、2008年中国两大企业加油站非油品发展

- (一) 中油BP
- (二) 中石化

## 第十二章 2009-2012年中国加油站产业发展及投资前景

### 一、国外加油站行业发展趋势预测

- (一) 单站规模大型化 + 网络布局合理化
- (二) 服务综合化 + 品牌多元化
- (三) 设备设施自动化 + 加油服务自助化
- (四) 更健康 + 更安全 + 更环保

### 二、中国加油站产业发展展望

- (一) 中国加油站将面临改造
- (二) 从成品油零售市场变化看加油站的发展力
- (三) 未来两大集团仍将主导加油站市场
- (四) 农村石油终端销售市场潜力大

### 三、中国加油站投资环境

### 四、中国加油站产业投资机会

### 五、中国加油站产业投资风险

### 图表目录（部分）：

图表：2008年中国GDP增长情况

图表：2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表：2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表：2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表：2001-2008年中国进出口走势

图表：2001-2008年中国失业率走势

图表：2007-2008年中国货币供应量

图表：2006-2008年中国石油化工股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2008年中国石油化工股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2008年中国石油化工股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2008年中国石油化工股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2008年中国石油化工股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2008年中国石油化工股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2008年中国石油化工股份有限公司偿债能力指标表

图表：2006-2008年中国石油天然气股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2008年中国石油天然气股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2008年中国石油天然气股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2008年中国石油天然气股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2008年中国石油天然气股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2008年中国石油天然气股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2008年中国石油天然气股份有限公司偿债能力指标表

图表：2006-2008年中国海洋石油总公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2008年中国海洋石油总公司净利润增长趋势图

图表：2006-2008年中国海洋石油总公司利润率走势图

图表：2006-2008年中国海洋石油总公司成长能力指标表

图表：2006-2008年中国海洋石油总公司经营能力指标表

图表：2006-2008年中国海洋石油总公司盈利能力指标表

图表：2006-2008年中国海洋石油总公司偿债能力指标表

图表：2009-2012年中国加油站产业发展展望

图表：2009-2012年中国加油站产业盈利预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/74156.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。