



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国加油站产业市场运行状况及投资咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国加油站产业市场运行状况及投资咨询报告》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/97077.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

第一章 2008-2009年世界加油站产业运行形势

第一节2008-2009年世界加油站产业发展综述

- 一、世界加油站产业特点
- 二、世界主要地区加油站管理
- 三、世界加油站非油品销售经验借鉴

第二节 2008-2009年世界各国加油站产业现状

- 一、欧洲
- 二、美国
- 三、德国
- 四、日本

第三节 2009-2012年世界加油站产业发展趋势

第二章 2008-2009年中国加油站产业运行环境

第一节 2008-2009年中国宏观经济环境

- 一、中国GDP
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数
- 三、财政收支状况
- 四、存贷款利率变化

第二节2008-2009年中国加油站产业政策环境

- 一、加油站发展政策环境
- 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

第三节 2008-2009年中国加油站产业发展社会环境

第三章 2008-2009年中国加油站行业运行状况

第一节2008-2009年中国加油站发展概况

- 一中国加油站数量明显偏多
- 二、中国加油站进入总量过剩时期
- 三、中国外资加油站建设数量概况
- 四、外资加油站加快进军中国行动步伐

第二节2008-2009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

第三节2008-2009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

第四章2008-2009年中国民营加油站产业动态

第一节2008-2009年中国民营加油站发展综述

- 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、民营加油站价格走势
- 四、国内部分省市民营加油站

第二节2008-2009年中国各大油企民营加油站发展现状

- 一、中国石油缩编民营加油站
- 二、中海油洽谈收购广东民营油站
- 三、中化与道达尔合资布局民营加油站

第三节2008-2009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

第五章 2008-2009年中国加油站市场营销策略研究

第一节2008-2009年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

第二节2008-2009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

第三节2008-2009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

第四节2008-2009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

第五节2008-2009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

第六节2008-2009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

第七节2008-2009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

第八节2008-2009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

第六章 2008-2009年中国加油站经营管理策略

第一节2008-2009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
- 四、加油站连锁经营的有效措施

第二节2008-2009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

第三节2008-2009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

第四节2008-2009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 2008-2009年中国加油站产业市场竞争格局

第一节2008-2009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

第二节2008-2009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

第三节2008-2009年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

第八章 2008-2009年中国三大石油企业简介

第一节 中国石油化工股份有限公司

一、公司概况

二、公司主要财务指标

三、公司盈利能力及偿债能力

四、公司成长能力

五、公司经营效率

六、公司竞争力

第二节 中国石油天然气股份有限公司

一、公司概况

二、公司主要财务指标

三、公司盈利能力及偿债能力

四、公司成长能力

五、公司经营效率

六、公司竞争力

第三节 中海油

一、公司概况

二、公司主要财务指标

三、公司盈利能力及偿债能力

四、公司成长能力

五、公司经营效率

六、公司竞争力

第九章 2008-2009年中国油品市场运行动态

第一节 成品油市场

一、中国成品油市场供销情况

二、2008年中国成品油进出口数据

三、中国成品油价格改革

四、国内成品油价格改革方向

第二节 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年第一季度汽油机增速首次低于柴油机

第三节 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

第四节 燃料油市场

一、近年中国燃料油市场变化回顾

二、中国燃料油行业发展策略

三、2008年国内外燃料油价格及发展走势

四、未来中国燃料油市场

第十章 2008-2009年中国加油站非油品业务市场运行走势

第一节 2008-2009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

第二节 2008-2009年中国加油站便利店运行

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

第三节2008-2009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

第四节2008-2009年中国两大企业加油站非油品发展

一、中油BP

二、中石化

第十一章 2009-2012年中国加油站产业发展前景预测

第一节 2009-2012年中国加油站产业发展展望

一、2009年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

第二节2009-2012年中国各地区加油站发展规划

一、2005-2010年上海市加油站行业发展规划

二、2010年河北省加油站行业发展规划

三、2010年湖北省水上加油站行业发展规划

四、其他地区

第三节2009-2012年中国加油站产业市场盈利预测

第十二章 2009-2012年中国加油站产业投资机会与风险

第一节2009-2012年中国加油站投资形势

一、社会资金积极投资加油站

二、政策出台投资加油站门槛将降低

第二节2009-2012年中国加油站产业投资机会

第三节2009-2012年中国加油站产业投资风险

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、进入退出风险

四、原料风险

第四节 专家投资建议

第十三章 2009年金融危机对加油站产业的影响及企业应对策略

第一节 金融危机对加油站产业的影响

一、2009年金融危机对中国实体经济的影响基本面

二、金融危机对中国加油站产业的传导机制

第二节 我国加油站产业应对金融危机的主要策略探讨

一、政策角度

二、增强内功修炼，提升产品质量

三、海外并购策略

第三节 应对金融危机建议

图表名称：部分

图表 2004-2008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 2004-2008年中国石油化工股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2004-2008年中国石油化工股份有限公司利润率走势图

图表 2004-2008年中国石油化工股份有限公司盈利能力指标表

图表 2004-2008年中国石油化工股份有限公司偿债能力指标表

图表 2004-2008年中国石油化工股份有限公司成长能力指标表

图表 2004-2008年中国石油化工股份有限公司经营能力指标表

图表 2004-2008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 2004-2008年中国石油天然气股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2004-2008年中国石油天然气股份有限公司利润率走势图

图表 2004-2008年中国石油天然气股份有限公司盈利能力指标表

图表 2004-2008年中国石油天然气股份有限公司偿债能力指标表

图表 2004-2008年中国石油天然气股份有限公司成长能力指标表

图表 2004-2008年中国石油天然气股份有限公司经营能力指标表

图表 2004-2008年中海油主营业务收入增长趋势图

图表 2004-2008年中海油净利润增长趋势图

图表 2004-2008年中海油利润率走势图

图表 2004-2008年中海油盈利能力指标表

图表 2004-2008年中海油偿债能力指标表

图表 2004-2008年中海油成长能力指标表

图表 2004-2008年中海油经营能力指标表

图表 2009-2012年中国加油站产业发展展望

图表 2009-2012年中国加油站产业市场盈利预测

图表 略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/97077.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。