

2016-2022年中国加油站行业深度调查与发展机会 分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国加油站行业深度调查与发展机会分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shiyou/238412238412.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

中国报告网发布的《2016-2022年中国加油站行业深度调查与发展机会分析报告》首先介绍了加油站行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

第一章 2013-2015年世界加油站产业运行形势分析 13

第一节 2013-2015年世界加油站产业发展综述 13

一、世界加油站产业特点分析 13

二、世界主要地区加油站管理分析 13

三、世界加油站非油品销售经验借鉴 14

第二节 2013-2015年世界各国加油站产业现状分析 19

一、欧洲 19

二、美国 23

三、德国 26

四、日本 28

第三节 2014-2015年世界加油站产业发展趋势分析 29

第二章 2013-2015年中国加油站产业运行环境分析 34

第一节 2013-2015年中国宏观经济环境分析 34

一、中国GDP分析 34

二、消费价格指数分析 34

三、城乡居民收入分析 36

四、社会消费品零售总额 37

第二节 2013-2015年中国加油站产业政策环境分析 38

二、加油站行业税收管理现状及措施 39

三、加油站建设相关规定 43

第三节 2013-2015年中国加油站产业发展社会环境分析 45

第三章 2013-2015年中国加油站行业运行状况分析 46

第一节 2013-2015年中国加油站发展概况 46

一、中国加油站数量明显偏多 46

二、中国加油站进入总量过剩时期 46

三、中国外资加油站建设数量概况 47

四、外资加油站加快进军中国行动步伐 47

第二节 2013-2015年中国加油站行业面临的问题及建议 48

- 一、加油站便利店建设亟待提速 48
- 二、加油站定期盘点有弊端 49
- 三、中国加油站石油渗漏污染问题需引起重视 50
- 四、国道加油站消费需求透视与对策 51
- 五、小加油站改革应注意的问题 54
- 第三节2013-2015年推进中国加油站发展的策略探讨 55
 - 一、推进大型化、高效加油站的建设 55
 - 二、推进加油站服务综合化和品牌多元化的发展 56
 - 三、推进加油站设施的自动化和自助化 56
 - 四、健康、安全、环保、节能的发展方向 57
- 第四章2013-2015年中国民营加油站产业动态分析 58
 - 第一节2013-2015年中国民营加油站发展综述 58
 - 一、中国民营加油站的艰难选择 58
 - 二、两大石油巨头中断对民营加油站成品油批发 59
 - 三、民营加油站价格走势分析 59
 - 四、国内部分省市民营加油站分析 61
 - 第二节2013-2015年中国各大油企民营加油站发展现状分析 62
 - 一、中国石油缩编民营加油站 62
 - 二、中海油洽谈收购广东民营油站 62
 - 三、中化与道达尔合资布局民营加油站 63
 - 第三节2013-2015年中国民营加油站发展策略分析 65
 - 一、中国民营油企生存与发展战略剖析 65
 - 二、民营加油站以降价来寻发展 66
 - 三、民营加油站油荒问题的解决之道 66
 - 五、民营加油站呼唤平等地位 67
- 第五章 2013-2015年中国加油站经营管理策略分析 69
 - 第一节2013-2015年中国加油站连锁经营分析 69
 - 一、中国加油站连锁经营模式及策略 69
 - 二、加油站连锁经营管理的优势 71
 - 三、加油站连锁经营面临的问题分析 75
 - 四、加油站连锁经营的有效措施 76
 - 第二节2013-2015年中国加油站特许经营及存在的问题 79
 - 一、加油站特许经营探究 79
 - 二、加油站特许经营的相关规定 82
 - 三、中国加油站特许经营现状 82

- 四、加油站特许经营遭遇尴尬 83
- 五、加油站特许经营存在的问题 86
- 第三节2013-2015年中国发展加油站特许经营的建议 87
 - 一、浅谈发展加油站特许经营战略 88
 - 二、加强对特许经营加油站的监管 89
 - 三、加油站特许经营承待规范管理 89
 - 四、发展加油站特许经营的新思路 90
- 第四节2013-2015年中国加油站经营管理策略分析 91
 - 一、加强油站的资金管理 91
 - 二、解析加油站资金风险防范要点 93
 - 三、中国加油站管理要面向未来 95
 - 四、提高加油站经营管理水平 96
- 第六章 2013-2015年中国加油站市场营销策略研究 98
 - 第一节2013-2015年加油站营销管理及营销策略 98
 - 一、国内外成品油营销管理探究 98
 - 二、加油站运营及营销模式剖析 103
 - 三、浅析加油站营销策略 103
 - 四、解析社会加油站的营销策略 104
 - 五、实施名牌加油站扩张策略 105
 - 第二节2013-2015年中国成品油销售企业市场占有率分析 107
 - 一、对成品油市场占有率的认识过程 107
 - 二、市场占有率增长空间集中在小额用户 109
 - 三、提高市场占有率的措施 110
 - 四、提高市场占有率应注意的问题 113
 - 第三节2013-2015年中国加油站顾客满意度测评探究 114
 - 一、测评意义及目的 114
 - 二、测评指标体系的建立 114
 - 三、测评方法 116
 - 四、实践中应注意的若干问题 118
 - 第四节2013-2015年中国加油站用户忠诚度培养分析 119
 - 一、加油站培养用户忠诚度的功能 119
 - 二、客户忠诚度提高的思考 119
 - 第五节2013-2015年中国市场催生自助式加油站 121
 - 一、自助式加油站的特点及功效 121
 - 二、建立自助式加油站的必然性 122

三、正视现实把握时机 123

第六节2013-2015年中国科学营建加油站销售网络 123

- 一、加油站销售网络发展战略 123
- 二、加油站销售网络实施策略 126
- 三、加油站销售网络建设与创新 126

第七节2013-2015年中国整治低效加油站提高销售业竞争力 127

- 一、低效加油站成因解析 127
- 二、低效加油站的消极影响不可小视 129
- 三、整治低效加油站提高经营效益 129

第八节2013-2015年中国提高加油站销售能力的措施和方法 130

- 一、提高加油站油品销量的策略 130
- 二、加油站可采取的促销策略 132
- 三、加油站提高创效力分析 133
- 四、加油站提高销售竞争力战略 134
- 五、提高成品油终端销售能力的方法 134

第七章 2013-2015年中国加油站产业市场竞争格局分析 136

第一节2013-2015年国内外加油站的竞争现状分析 136

- 一、国内外巨头抢滩加油站市场竞争加剧 136
- 二、市场开放多方资本角力加油站 137
- 三、跨国巨头在华成品油零售渠剖析 138
- 四、合资加油站勾画战略图外资意在市场链 139
- 五、俄石油公司计划在中国设加油站 141

第二节2013-2015年中国提高加油站竞争能力的对策 142

- 一、加油站挺立潮头的战略方法 142
- 二、有效提升加油站竞争力的建议 143
- 三、中国加油站行业竞争的新思路 147

第三节2013-2015年实行顾客满意战略以提升加油站竞争力 148

- 一、顾客满意战略概述 148
- 二、顾客满意战略的内容 149
- 三、加油站的产品属性与顾客满意分析 151
- 四、加油站实施顾客满意战略的内容 151
- 五、实施顾客满意战略的定位点 153

第八章 2013-2015年中国三大石油企业运行态势及竞争力分析 154

第一节 中国石油化工股份有限公司 154

- 一、公司概况 154

- 二、公司主要财务指标分析 155
- 三、公司盈利能力及偿债能力分析 156
- 四、公司成长能力 156
- 五、公司经营效率 157
- 六、公司竞争力分析 157
- 第二节 中国石油天然气股份有限公司 158
 - 一、公司概况 158
 - 二、公司主要财务指标分析 158
 - 三、公司盈利能力及偿债能力分析 159
 - 四、公司成长能力 160
 - 五、公司经营效率 161
 - 六、公司竞争力分析 161
- 第三节 中海油 161
 - 一、公司概况 161
 - 二、公司主要财务指标分析 163
 - 三、公司利润分析 163
 - 四、公司资产负债能力分析 164
 - 五、2015年产量、净利润同创历史新高 164
 - 六、中海油将迎来稳健发展之年 165
- 第九章 2013-2015年中国油品市场运行动态分析 166
 - 第一节 成品油市场 166
 - 一、中国成品油市场供销情况分析 166
 - 二、2015年中国成品油进出口数据分析 167
 - 三、我国将进一步完善成品油价格形成机制 170
 - 四、国内成品油价格改革方向分析 171
 - 第二节 汽油市场 172
 - 一、中国汽车汽油生产与消费分析 172
 - 二、2015年中国汽油进出口现状 173
 - 三、2015年四季度车用发动机行业产销综述 176
 - 第三节 柴油市场 179
 - 一、中国柴油供需状况回顾 179
 - 二、中国柴油进出口特点分析 182
 - 三、开放背景下中国柴油市场发展展望 185
 - 第四节 燃料油市场 186
 - 一、中国燃料油市场变化回顾 187

- 二、中国燃料油行业发展策略 190
- 三、国内外燃料油价格分析及发展走势 190
- 四、未来中国燃料油市场分析 192
- 第十章2013-2015年中国加油站非油品业务市场运行走势分析 194
 - 第一节2013-2015年中国加油站非油品市场现状分析 194
 - 一、非油品业务成为中国加油站赢利新亮点 194
 - 二、中国加油站非油品业务大有作为 195
 - 三、对中国加油站非油品服务的思考 196
 - 四、非油品业务成为国内加油站的新发展趋势 197
 - 五、中国加油站餐饮业务运营分析 198
 - 第二节2013-2015年中国加油站便利店运行分析 198
 - 一、加油站便利店提供的商品分析 199
 - 二、便利店在加油站的地位与作用 200
 - 三、中国加油站便利店的盈利模式分析 201
 - 四、加油站便利店成为投资热点 203
 - 五、阻碍国内加油站便利店发展的因素 203
 - 第三节2013-2015年中国非油品业务发展的现状及策略 204
 - 一、中国加油站非油品业务存在的问题分析 204
 - 二、加油站非油品业务的战略布局 205
 - 三、非油品业务需因地制宜 205
 - 第四节2013-2015年中国两大企业加油站非油品发展分析 207
 - 一、中油BP 207
 - 二、中石化 208
- 第十一章 2016-2022年中国加油站产业发展前景预测分析 210
 - 第一节 2016-2022年中国加油站产业发展展望分析 210
 - 一、中国储油库和加油站如约进行改造 210
 - 二、从成品油零售市场变化看加油站的发展力 210
 - 三、未来两大集团仍将主导加油站市场 213
 - 四、农村石油终端销售市场潜力大 214
 - 第二节2016-2022年中国各地区加油站发展规划分析 215
 - 一、2005-2015年上海市加油站行业发展规划 215
 - 二、2015年河北省加油站行业发展规划 216
 - 三、2015年湖北省水上加油站行业发展规划 218
 - 四、其他地区 219
 - 第三节2016-2022年中国加油站产业市场盈利预测分析 219

第十二章 2016-2022年中国加油站产业投资机会与风险分析 222

第一节 2016-2022年中国加油站投资形势分析 222

一、从资源竞争转向品牌竞争 222

二、加油站业务组合从简单多元化转向综合多元化 223

三、品牌多元化将成为油品零售企业的重要差异化营销手段之一 224

四、对网络优化与卓越运营的重视程度日益提高 224

第二节 2016-2022年中国加油站产业投资机会分析 225

第三节 2016-2022年中国加油站产业投资风险分析 226

一、风险分类和风险管理概述 226

二、单站项目风险剖析与对策 227

三、企业网络风险剖析与对策 229

四、行业整体风险剖析与对策 232

第四节 专家建议 234

第十三章 金融危机对成品油市场的影响及企业应对策略分析 238

第一节 金融危机对成品油市场的影响 238

一、2015年金融危机对中国实体经济的影响基本面分析 238

二、金融危机对中国加油站产业的传导机制 240

第二节 我国成品油行业克服金融危机影响实现了持续发展 240

一、国内市场从受到严重冲击转为逐步恢复原有态势 240

二、国内市场环境的改变是导致供求关系变化的主导因素 242

第三节 中国加油站企业海外并购策略 244

图表目录

图表 1 2012-2015年第四季度中国GDP及其增长率统计表 34

图表 2 2012-2015年12月中国价格指数统计表 35

图表 3 2012-2015年中国居民收入及恩格尔系数统计表 36

图表 4 2012-2015年12月中国社会消费品零售总额增长趋势图 37

图表 5 国内加油站占比情况 46

图表 6 2015年1-12月的原油价格走势 59

图表 7 2012-2015年95号汽油价格走势 60

图表 8 2015年各省市汽油价调整幅度 61

图表 9 加油站服务质量评估流程 115

图表 10 加油站顾客需求结构 115

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shiyou/238412238412.html>