

2016-2022年中国加油站产业专项调研及“十三五” 发展商机研究报告

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年中国加油站产业专项调研及“十三五”发展商机研究报告》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/239532239532.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

根据《国家公路网规划(2013年-2030年)》，今后十几年，我国将投入4.7万亿元，到2030年建成总规模约40万公里的国家公路网。其中，普通国道总规模约26.5万公里，将原有规划量翻了一番还多；高速公路约11.8万公里，增加3.3万公里，加油站数量随之稳步增长。据统计资料显示，截至2013年底，全国共有加油站97000座，较前一年增加了875座，增幅达0.9%。其中，国有企业加油站有51854座，占总数的53.8%；民营加油站有45146座，占总数的44.1%；外资参股以上加油站有2034座，占总数的2.1%。

2013年成品油经营企业所有制数量情况表

在我国，市场经营主体的多元化使得加油站降价促销的力度越来越大，油品零售市场薄利化苗头已经显现，推动加油站非油品业务快速增长。

2012年，全国共有3.7万座加油站开展了便利店、洗车等非油品业务，占国内加油站总数的38.4%，全年加油站非油品销售收入达到196亿元，较上年增长25%。

加油站单站经营规模不断提升

无论从加油站的单站经营规模还是单站服务车辆水平来看，我国加油站的经营规模呈现不断提升态势。据商务部统计，2012年国内加油站单站年经营量为2613吨，较前一年增加11%。

据交通运输部最新统计数据显示，截至2012年底，我国机动车保有量为2.4亿辆，加油站单站服务车辆为2492辆，较前一年增长13.4%。

截至2012年底，年零售量在万吨以上的加油站有3573座，较前一年增加320座，占加油站总数的3.7%；年零售量在5000-10000吨的加油站有9526座，较前一年增加910座，占加油站总数的9.9%；年零售量在3000-5000吨的加油站有13498座，较前一年增加560座，占加油站总数的14.0%；年零售量在3000吨以下的加油站有67918座，较前一年减少2735座，占加油站总数的70.5%。

中国报告网发布的《2016-2022年中国加油站产业专项调研及“十三五”发展商机研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

第一部分 加油站行业发展分析

第一章 加油站产业概述

第一节 加油站

- 一、加油站的定义
- 二、加油站的安全要求
- 三、加油站的安全管理

第二节 加油站的组成分析

- 一、加油机
- 二、油枪
- 三、加油站的机器设备
- 四、油罐

第三节 加油站的发展史分析

- 一、世界加油站的诞生史
- 二、加油站的发展阶段分析
- 三、中国加油站发展史概述

第二章 世界各国加油站产业现状分析

第一节 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

第二节 美国

- 一、美国加油站的非油品业务
- 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

第三节 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分析
- 四、解析德国加油站的商战策略

第四节 日本

- 一、日本加油站经营情况及启示
- 二、日本加油站非油品销售经验借鉴
- 三、浅述日本防灾型加油站的建设

四、日本加油站开始销售生物燃油

第五节 其他国家

一、英国加油站

二、阿根廷加油站

三、意大利加油站

第三章 中国油品市场分析

第一节 成品油市场

一、2015年中国成品油市场现状分析

二、2015年中国成品油进出口数据分析

三、2015年国内成品油市场供销情况

四、2015年国内成品油价格调整一览

五、中国成品油价格改革分析

六、国内成品油价格改革方向分析

七、2015年国内成品油市场供需展望

第二节 汽油市场

一、中国汽车汽油生产与消费分析

二、2015年中国汽油市场供需回顾

三、2015年车用汽油产品质量合格率

第三节 柴油市场

一、中国柴油进出口特点分析

二、2015年中国柴油消费增长情况分析

三、2015年我国柴油市场分析回顾及展望

第四节 燃料油市场

一、近年中国燃料油市场变化回顾

二、燃料油走出低迷尚需时日

四、2015年燃料油市场展望

五、2015年国产燃料油供应缺口分析

第四章 中国加油站行业分析

第一节 国内外加油站相关数据对比与分析

一、国内外加油站相关数据对比

二、中国加油站数量偏多的原因分析

第二节 中国加油站发展概况

一、国内加油站行业发展回顾

二、中国加油站进入总量过剩时代 从数量增长转向质量提升

三、中国外资加油站建设数量概况

四、国有和外资加油站的经营管理比较分析

第三节 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、小加油站应因地制宜放开经营
- 六、合理调节加油站数量

第四节 推进中国加油站发展的策略

- 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 民营加油站分析

第一节 民营加油站发展现状分析

- 一、民营油企在夹缝中生存
- 二、油源难保证 民营加油站面临或卖或租的两难选择
- 三、民营加油站数量猛增 逼迫中石化降价
- 四、数万民营加油站复苏 可能改变全国供应格局
- 五、民营油企7700亿资产借机闯关

第二节 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、中海油加紧收购广东民营油站 将开展建油站计划
- 三、中化与道达尔合资布局民营加油站

第三节 国内部分省市民营加油站分析

- 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

第四节 民营加油站发展策略分析

- 一、中国民营油企生存与发展战略剖析
- 二、民营加油站以降价来寻发展
- 三、民营加油站油荒问题的解决之道
- 四、民营加油站呼唤平等地位

第二部分 加油站经营管理与营销策略

第六章 加油站经营管理分析

第一节 加油站连锁经营分析

- 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、加油站连锁经营管理的利与弊

第二节 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 发展加油站特许经营的建议

- 一、发展加油站特许经营是加强行业管理的有效途径
- 二、加强对特许经营加油站的监管
- 三、加油站特许经营权待规范管理
- 四、发展加油站特许经营的新思路
- 五、发展加油站特许经营的战略思考

第四节 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

第五节、我国加油站横向多元化经营分析

- 一、加油站横向多元化经营是趋势
- 二、发达国家加油站横向多元化经营模式
- 三、我国加油站横向多元化经营现状
- 四、我国加油站横向多元化经营影响因素
- 五、我国加油站横向多元化经营措施建议

第七章 加油站营销分析

第一节 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、如何做好加油站营销

第二节 成品油销售企业市场占有率分析

- 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 顾客满意策略在加油站管理中的应用

- 一、企业实行顾客满意的意义
- 二、企业导入顾客满意流程
- 三、加油站顾客满意度指标建设

第四节 加油站用户忠诚度培养分析

- 一、加油站培养用户忠诚度的功能
- 二、客户忠诚度提高的思考

第五节 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 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 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 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、加油站提高创效力分析
- 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

第三部分 加油站竞争及企业分析

第八章 加油站竞争分析

第一节 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、国有民营加油站“角力”加剧
- 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、俄石油公司与中石油联手在中国建加油站
- 第二节 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 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分析
 - 四、加油站实施顾客满意战略的内容
 - 五、顾客满意战略的延伸
- 第九章 加油站非油品业务市场
 - 第一节 非油品业务概述
 - 一、非油品业务的定义
 - 二、国外加油站非油品业务的特点分析
 - 三、世界各国非油品业务简介
 - 第二节 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、商务部发文力促加油站发展非油品业务
 - 四、加油站非油品业务将迎来大发展
 - 第三节 加油站便利店
 - 一、加油站便利店的管理模式
 - 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分析
 - 四、加油站开设便利店拉动油品销售
 - 五、阻碍国内加油站便利店发展的因素
 - 第四节 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分析
 - 二、非油品业务如何突破地域经济局限
 - 三、非油品业务需因地制宜
 - 第五节 两大企业加油站非油品发展分析

一、石化巨头布局拓展加油站非油品业务

二、中油BP

三、中石化

第十章 中国三大企业分析

第一节 中国石油化工股份有限公司

一、企业简介

二、中石化特许经营加油站在规范中逐渐完善

三、中国石化成品油销量微增

四、中石化业绩翻倍

四、中石化大降价点对点围剿民营加油站 上演贴身肉搏战

六、中石化明确零售暨非油品工作目标

第二节 中国石油天然气股份有限公司

一、公司介绍

二、中石油开拓非油业务谋加油站转型综合服务

三、中石油成品油销售体系集权化过程正式收官

四、中石油加油站经营模式探究

五、中石油总体经营点评

六、中石油加油站内斗 北京油价出现一地一价

第三节 中海油

一、公司简介

二、2015年中国海油总公司经营状况分析

二、建1000个加油站 中海油加紧登陆拓终端

三、中海油竞争活动的边际效应分析

四、中海油油品营销突破难题

五、中海油加速完成布局加油站

六、中海油挟成品油牌照抢滩珠三角 加油站三国演义

七、中海油进军南海深水区 20年内建成“深海大庆”

第四部分 加油站政策环境及投资策略

第十一章 加油站产业政策环境分析

第一节 加油站发展政策环境分析

一、商务部力促加油站“搞副业”

二、《成品油市场管理暂行办法》解析

第二节 加油站行业税收管理现状及措施

一、加油站收入及税收管理

二、加油站税收征管的问题及措施

三、浅析加油站税收管理中存在的弊端及对策

四、监控加油站税收流失的措施

第三节 加油站建设相关规定

一、加油站设置标准

二、成品油零售企业应具备的条件

三、加油站建设的监督程序

四、新建加油站必备的条件

第十二章 加油站投资策略探讨

第一节 加油站投资形势分析

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 加油站收购中的投资现象分析

一、投资可行性目标分析

二、投资可行性方法解析

第三节 加油站的投资策略

一、宏观环境分析

二、市场机会分析

三、竞争分析

四、市场选择

五、财务分析

六、可行性分析

第五部分 加油站行业发展前景及规划

第十三章 加油站发展前景预测

第一节 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

第二节 加油站未来发展展望

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

第十四章 中国各地区加油站发展规划

第一节 上海市加油站行业发展规划

一、制定规划的相关事项

二、上海加油站现状分析与评价

三、加油站布局规划

四、规划实施保证措施

第二节 浙江省加油站行业发展规划

一、概述

二、加油站现状分析与评价

三、加油站需求预测

四、加油站布局规划

五、规划实施保证措施

第三节 江苏省加油站行业发展规划

一、制定规划的相关问题

二、加油站现状及评价

三、加油站需求预测

四、加油站布局规划

五、规划实施保证措施及附件

第四节 其他地区

一、甘肃启动加油站建设发展规划

二、北京市加油站行业发展规划（2012年-2015年）

三、温州启动加油站发展规划

四、广州加油站布点规划

附录：

附录一：《加油站管理制度（试行）》

附录二：《成品油零售企业（加油站）市场准入标准》

附录三：成品油零售企业管理技术规范

附录四：《加油站安全管理规定》

附录五：《加油站计量监督管理办法》

附录六：《加油站消防安全管理规范》

图表目录：

图表：2011-2015年德国加油站数量

图表：2015年中国成品油单月进出口数量及平均单价

图表：2010-2015年中国成品油单月进口量及同比增长率

图表：2010-2015年中国成品油单月出口量及同比增长率

图表：2015年各省市成品油进口统计

图表：2010-2015年国际原油期货市场价格

图表：2015年中国汽油产量统计数据表

图表：2010-2015年中国原油和石油表观消费量情况

图表：2010-2015年中国原油表观消费量月度变化情况

图表：中国主要油品表观消费量增长率比较

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shiyou/239532239532.html>