

2015-2020年中国加油站市 场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国加油站市场监测及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/shiyou1411/057504HC9I.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-11-04

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国加油站市场监测及投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了加油站的组成和建设的基本概念，接着概括分析了世界各国加油站行业总体情况，并对影响加油站发展的成品油市场环境进行介绍。然后，报告系统解析了加油站行业的经营模式、内部管理、非油品业务及行业竞争主体。最后，报告对加油站行业的发展前景进行了科学的预测。

成品油作为国民经济的重要商品，从1950年至1985年的30多年里，一直是由原商业部统购统销。经营业务的重点主要是批发、实行三级批发体制和“三固定”（固定批发环节、固定供应范围、固定倒扣率），作为零售环节的加油站数量很少。

我国加油站快速增加是在20世纪90年代初期。1992年国内零售市场试验性开放，成品油价格实行“双轨制”以后，由于经营成品油批零差价大、利润丰厚，国内社会各业和各种经济成份纷纷涉足加油站，数量急剧增加。从此，审批、兴建加油站成为社会各业追逐的利润增长点。到目前为止，社会各业加油站数量约占社会总量的一半左右，其中一些经营管理比较规范的加油站加入到了两大集团特许加油站体系，成为特许加油站。在此期间，国外几大石油公司也以各种方式进入国内市场。

到2013年，全国加油站总量达到9万多家。其中，中石油自营及特许加油站占全国加油站总数近两成；中石化自营及特许加油站数量占全国加油站总数的1/3左右；其他国有、民营、外资加油站约占全国加油站总数的50%。民营企业发展迅速，外资企业加快进入，我国加油站行业呈现国企、民企、外企“三足鼎立”的发展态势。

全球经济呈现一体化趋势，这就意味着中国石油、石化行业将直接面临国际市场竞争。面对全球性跨国公司的重组及全球战略的变化，加之这些公司在成品油分销业务上先进的管理方式和技术，国际油市的动荡不安，未来国内成品油市场的竞争将十分激烈，国内成品油销售行业将面临严峻的挑战。

审视国内成品油市场环境，一个微妙的变化日益清晰，那就是作为成品油销售最前端的加油站被推到了市场最前沿。作为石油工业链条中的重要一环，加油站行业同样维系着国民经济命脉。

报告目录

第一章 加油站行业相关概述

- 1.1 加油站
 - 1.1.1 加油站定义
 - 1.1.2 加油加气站相关术语
 - 1.1.3 加油站的分类
- 1.2 加油站各组成部分介绍
 - 1.2.1 加油机
 - 1.2.2 油枪
 - 1.2.3 机器设备
 - 1.2.4 油罐
- 1.3 加油站设备管理
 - 1.3.1 设备管理的重要性
 - 1.3.2 设备管理的重要原则
 - 1.3.3 设备管理的基本要求
- 1.4 加油站建设相关规定
 - 1.4.1 加油站设置标准
 - 1.4.2 新建加油站须具备的条件
 - 1.4.3 加油站建设的安全监督工作规定

第二章 2012-2014年国际加油站发展概况

- 2.1 美国
 - 2.1.1 美国加油站各发展阶段回顾
 - 2.1.2 美国加油站技术应用状况
 - 2.1.3 美国加油站发展特点
 - 2.1.4 美国加油站的经营策略
 - 2.1.5 美国加油站与便利店结合的趋势
- 2.2 欧洲
 - 2.2.1 欧洲加油站发展经验
 - 2.2.2 欧洲加油站经营管理模式分析
 - 2.2.3 欧洲加油站的安全工作
 - 2.2.4 欧洲加油站便利店业务发展特点
- 2.3 英国
 - 2.3.1 英国加油站建设与经营概况

- 2.3.2 英国加油站的管理与审批
- 2.3.3 英国加油站竞争情况分析
- 2.4 德国
 - 2.4.1 德国加油站发展经验借鉴
 - 2.4.2 德国加油站的配套服务及启示
 - 2.4.3 德国加油站在有序竞争中谋发展
- 2.5 日本
 - 2.5.1 日本乡村加油站面临困境
 - 2.5.2 日本加油站服务质量表现出色
 - 2.5.3 日本加油站汽车维修业务发展迅速
 - 2.5.4 日本防灾型加油站建设成就

第三章 2012-2014年中国成品油市场发展状况

- 3.1 2012-2014年中国成品油市场总体状况
 - 3.1.1 2012年我国成品油市场发展综述
 - 3.1.2 2013年我国成品油市场发展分析
 - 3.1.3 2014年1-7月成品油市场发展分析
 - 3.1.4 “十二五”我国成品油行业趋势特征分析
- 3.2 汽油
 - 3.2.1 2012年中国汽油市场供需分析
 - 3.2.2 2013年中国汽油市场供需分析
 - 3.2.3 2014年1-7月汽油市场产销情况
- 3.3 柴油
 - 3.3.1 2012年中国柴油市场供需分析
 - 3.3.2 2013年中国柴油市场供需分析
 - 3.3.3 2014年1-7月柴油市场产销情况
- 3.4 燃料油
 - 3.4.1 燃料油行业的政策环境
 - 3.4.2 2012年国内燃料油市场发展概况
 - 3.4.3 2013年国内燃料油市场供需状况
 - 3.4.4 2014年1-7月燃料油市场产销情况

第四章 2012-2014年中国加油站行业分析

4.1 中国加油站行业发展概况

4.1.1 中国加油站行业发展综述

4.1.2 中国加油站发展特点

4.1.3 我国加油站行业将进入质量提升阶段

4.2 加油站的布局

4.2.1 国外加油站布局特点

4.2.2 我国加油站布局现存的问题

4.2.3 加油站合理布局要点分析

4.2.4 加油站选址建议

4.3 加油站环保问题

4.3.1 加油站对环境的污染

4.3.2 国外环保型加油站取得长足发展

4.3.3 我国提高加油站环保要求

4.3.4 建设安全环保加油站是必然趋势

4.3.5 加油站实施油气回收势在必行

4.4 加油站油品质量问题

4.4.1 加油站油品质量亟需提高

4.4.2 加油站油品升级障碍及对策

4.4.3 解决加油站油品数量与质量问题的建议

4.5 加油站行业发展对策

4.5.1 我国加油站发展策略与重点

4.5.2 中国加油站建设和发展建议

4.5.3 创新型加油站改造分析

第五章 2012-2014年加油站经营模式分析

5.1 加油站经营模式概述

5.1.1 全资（租赁）加油站

5.1.2 控股加油站

5.1.3 参股加油站

5.1.4 特许经营加油站

5.1.5 国外加油站经营模式发展特点

- 5.1.6 加油站经营模式选择建议
- 5.2 加油站连锁经营
 - 5.2.1 加油站连锁经营的必备条件
 - 5.2.2 加油站连锁经营的几种形式
 - 5.2.3 加油站连锁经营优势与不足之处
 - 5.2.4 加油站连锁经营发展策略
 - 5.2.5 加油站连锁经营控制与整合建议
- 5.3 加油站特许经营发展状况
 - 5.3.1 加油站特许经营的特征
 - 5.3.2 我国加油站特许经营政策动态分析
 - 5.3.3 对加油站特许经营模式的思考
 - 5.3.4 加油站特许经营存在的不足
 - 5.3.5 加油站特许经营发展的阻碍
- 5.4 加油站特许经营发展对策
 - 5.4.1 加油站特许经营发展战略
 - 5.4.2 特许经营加油站规范方法
 - 5.4.3 加油站特许经营指导原则和规范程序
 - 5.4.4 加油站特许经营应向标准化方向发展

第六章 2012-2014年加油站内部管理分析

- 6.1 加油站管理概述
 - 6.1.1 加油站管理者应具备的素质
 - 6.1.2 我国加油站经营管理存在的问题
 - 6.1.3 提高加油站经营管理水平的建议
 - 6.1.4 加油站有效管理方法探讨
 - 6.1.5 国内加油站管理发展方向
- 6.2 加油站安全管理
 - 6.2.1 加油站设计与施工安全的管理
 - 6.2.2 加油站常见安全问题的解决措施
 - 6.2.3 加油站安全管理须严守重要关口
 - 6.2.4 确保加油站安全的建议
- 6.3 加油站财务管理

- 6.3.1 加油站财务管理概括分析
- 6.3.2 加油站资金管理的运用与操作
- 6.3.3 加油站资金管理的问题及解决方法
- 6.3.4 加强加油站资金管理的思路
- 6.3.5 加油站资金风险防控办法
- 6.4 加油站的信息化管理
 - 6.4.1 加油站人工管理的不便
 - 6.4.2 加油站信息管理系统介绍
 - 6.4.3 国内外加油站信息管理系统应用情况
 - 6.4.4 加油站信息管理系统推广阻碍及解决思路
 - 6.4.5 促进加油站信息化管理发展的设想
- 6.5 自助式加油站的管理
 - 6.5.1 自助式加油站特点及优势
 - 6.5.2 自助式加油站加油业务存在隐患
 - 6.5.3 自助式加油站应防范的安全问题
 - 6.5.4 自助式加油安全管理建议

第七章 2012-2014年非油品业务发展分析

- 7.1 2012-2014年非油品业务发展概况
 - 7.1.1 非油业务已成为加油站新利润增长点
 - 7.1.2 我国加油站非油业务发展特点
 - 7.1.3 我国鼓励加油站开设非油品业务
 - 7.1.4 非油品业务经营模式分析
 - 7.1.5 加油站非油品业务配送模式的选择
- 7.2 国外加油站非油品业务发展借鉴
 - 7.2.1 韩国加油站非油业务发展迅速
 - 7.2.2 南非加油站非油业务突出一体化服务
 - 7.2.3 意大利加油站非油品业务注重人性化
 - 7.2.4 加拿大加油站非油业务彰显实惠
- 7.3 加油站便利店
 - 7.3.1 加油站便利店的特点
 - 7.3.2 加油站便利店的服务内容

- 7.3.3 我国加油站便利店发展环境分析
- 7.3.4 我国加油站便利店发展现状
- 7.3.5 我国加油站便利店发展缓慢原因分析
- 7.3.6 我国加油站便利店发展思路
- 7.3.7 对加油站便利店经营的思考
- 7.4 加油站经营汽车维修保养业务分析
 - 7.4.1 国内加油站发展汽车服务业务前景看好
 - 7.4.2 加油站经营汽车服务的定位分析
 - 7.4.3 加油站汽车服务业务详解
 - 7.4.4 加油站开展汽车服务业务销售策略
- 7.5 非油品业务存在的问题及对策
 - 7.5.1 我国加油站非油业务相比国外的差距
 - 7.5.2 国内加油站非油品业务现存问题
 - 7.5.3 对我国加油站非油品业务的思考
 - 7.5.4 加油站非油品业务发展建议
 - 7.5.5 非油品服务项目需因地制宜
 - 7.5.6 加油站非油品业务经营策略
 - 7.5.7 加油站非油业务经营风险与防范对策

第八章 2012-2014年外资及民营加油站分析

- 8.1 外资加油站
 - 8.1.1 外资石油公司在我国广建加油站
 - 8.1.2 国有和外资加油站各具优势
 - 8.1.3 国有和外资加油站全方位比较
 - 8.1.4 国际石油巨头加紧在华加油站布局
- 8.2 民营加油站生存状况
 - 8.2.1 民营油企发展大事记
 - 8.2.2 重庆涪陵民营加油站发展案例分析
 - 8.2.3 中国民营加油站的生存现状解析
- 8.3 民营加油站存在的问题及对策
 - 8.3.1 民营油企难符合资格审批要求
 - 8.3.2 对民营加油站受垄断之苦的思考

- 8.3.3 中国加油站网创新民营加油站发展模式
- 8.3.4 民营加油站不可寄希望于减税政策
- 8.3.5 民营加油站结盟寻找新油源

第九章 2012-2014年三大国有油企及其加油站分析

- 9.1 中国石油化工股份有限公司
 - 9.1.1 公司简介
 - 9.1.2 中国石化加油站业务概述
 - 9.1.3 中石化创新加油站营销模式
 - 9.1.4 中石化加大力度收编民营加油站
 - 9.1.5 2013年中国石化经营状况分析
- 9.2 中国石油天然气股份有限公司
 - 9.2.1 公司简介
 - 9.2.2 中国石油加油站业务发展概况
 - 9.2.3 中国石油生产经营稳步推进
 - 9.2.4 2013年中国石油生产经营分析
 - 9.2.5 中石油加油站明确非油品业务发展规划
- 9.3 中国海洋石油总公司
 - 9.3.1 公司简介
 - 9.3.2 中国海油加油站经营发展概况
 - 9.3.3 中海油加油站建设发展情况
 - 9.3.4 中海油占据天津成品油市场二成份额
 - 9.3.5 中海油加油站市场布局动向分析

第十章 2012-2014年加油站行业竞争分析

- 10.1 加油站行业垄断现象研究
 - 10.1.1 国内石油企业垄断权利与义务平衡性问题分析
 - 10.1.2 反垄断法难以制约石油行业
 - 10.1.3 打破加油站行业垄断需扶持民营油企
- 10.2 我国加油站行业竞争格局
 - 10.2.1 中石油中石化纷纷投资扩建加油站加强垄断
 - 10.2.2 重庆加油站市场竞争加剧

- 10.2.3 两大石油巨头争相布局非油业务
- 10.2.4 未来成品油竞争转向价格和非油品业务
- 10.3 提高加油站竞争力的策略
 - 10.3.1 加油站竞争思路转变
 - 10.3.2 全面提高加油站竞争能力的策略
 - 10.3.3 提升加油站竞争力的举措
 - 10.3.4 提高加油站创效能力的建议

第十一章 2012-2014年加油站营销分析

- 11.1 加油站行业营销概述
 - 11.1.1 加油站市场营销环境分析
 - 11.1.2 提高加油站销量的关键因素
 - 11.1.3 加油站营销中的八大关系分析
 - 11.1.4 加油站营销加速升级
 - 11.1.5 加油站“俱乐部”式营销理念
 - 11.1.6 加油站创新营销发展思路
- 11.2 加油站营销策略
 - 11.2.1 加油站分时段销售控制
 - 11.2.2 加油站折扣销售策略研究
 - 11.2.3 加油站多种营销策略并举
 - 11.2.4 国道加油站消费需求与营销策略
 - 11.2.5 社会加油站成功营销策略
- 11.3 加油站服务式营销
 - 11.3.1 对加油站服务式营销的内涵
 - 11.3.2 加油站服务式营销的特点
 - 11.3.3 提升加油站销量的同时加强服务
 - 11.3.4 提高加油站服务质量的途径
- 11.4 加油站客户满意度的提高
 - 11.4.1 加油站体验式营销加强与顾客的沟通
 - 11.4.2 加油站需妥善处理顾客投诉
 - 11.4.3 加油站培育客户忠诚度的措施
- 11.5 加油站营销发展建议

- 11.5.1 加油站营销建议
- 11.5.2 整治低效加油站提高经营效益
- 11.5.3 加油站需培育专业营销人员

第十二章 2012-2014年成品油价格分析

- 12.1 2012-2014年国际油价运行状况
 - 12.1.1 国际原油及成品油市场定价机制分析
 - 12.1.2 2012年国际油价发展走势回顾
 - 12.1.3 2013年国际油价走势分析
 - 12.1.4 2014年国际油价变化情况
 - 12.1.5 未来国际油价走势分析
- 12.2 2012-2014年中国成品油市场价格分析
 - 12.2.1 关税政策调整对成品油价格的影响分析
 - 12.2.2 2012年我国成品油价格走势分析
 - 12.2.3 2013年中国成品油价格调整情况
 - 12.2.4 2014年成品油价格调整情况
- 12.3 中国成品油价格管理与形成机制分析
 - 12.3.1 我国成品油价格调整及税费改革历程
 - 12.3.2 我国成品油税价机制逐步完善
 - 12.3.3 我国酝酿出台新成品油定价机制
 - 12.3.4 我国成品油定价机制存在的问题分析
 - 12.3.5 对成品油价格管理市场化的建议

第十三章 博思数据关于加油站行业投资及发展前景分析

- 13.1 加油站行业投资分析
 - 13.1.1 加油站用地投资与收益分析
 - 13.1.2 加油站投资可行性分析
 - 13.1.3 加油站行业投资策略
- 13.2 国外加油站行业发展趋势分析
 - 13.2.1 加油站单站规模大型化与网络布局合理化趋势
 - 13.2.2 加油站服务综合化与品牌多元化趋势
 - 13.2.3 加油站设备设施自动化与加油服务自助化趋势

13.2.4 国外加油站的健康安全环保趋势

13.3 中国加油站的变化趋势

13.3.1 加油站行业掀起“绿色革命”;

13.3.2 加油站的信息化潮流

13.3.3 加油站向非油业务转型

13.4 国内部分地区加油站发展规划

13.4.1 北京市加油站行业发展规划（2009年-2015年）

13.4.2 咸宁市加油站行业发展规划（2011年-2015年）

13.4.3 长沙市加油站布点专项规划（2010-2020）

13.4.4 晋城市加油站行业“十二五”发展规划

13.4.5 安徽省水上加油站行业“十二五”发展规划（2011-2015年）

13.4.6 铜陵市加油站（点）“十二五”发展规划

13.4.7 海南省加油站行业“十二五”发展规划（2011-2015）

13.4.8 石嘴山市“十二五”加油站建设规划

13.4.9 新疆“十二五”加油站行业发展规划

附录

附录一：《成品油市场管理办法》

附录二：国务院关于实施成品油价格和税费改革的通知

附录三：石油价格管理办法（试行）

附录四：关于规范加油站特许经营的若干意见

附录五：关于“十二五”期间石油流通行业发展的指导意见

图表目录

图表 加油站规模划分

图表 加油站的等级划分

图表 德国加油站数量回顾

图表 2012年成品油生产、消费和库存变化情况

图表 2012年部分经济指标与柴油消费同比增速变化情况

图表 2012年中国汽油表观消费量数据表

图表 2013年中国汽油表观消费量数据表

图表 2012年全国柴油产量月度统计表

图表 2012年国内柴油表观消费量表

图表 2013年1-12月中国柴油表观消费量

图表 2013年1-12月中国柴油表观消费量

图表 2012年WTI与国内燃料油价格走势

图表 2012年国际原油期货价格表

图表 2012年发改委对成品油价格历次调整情况

图表 2012年国内燃料油价格走势

图表 2012年我国燃料油表观消费量情况

图表 2012年国内燃料油产量分布图

图表 2012年中国燃料油进口来源国分布

图表 2012年1-12月中国燃料油进口数据（按国别分）

图表 2013年1-12月份中国燃料油表观消费量

图表 汽车服务企业竞争力比较分析

图表 国内成品油销售业务布局

图表 中国石油汽、柴、煤油销售量

图表 中国海油加油站营销网点及油库分布

图表 历年来国际油价波动幅度情况

图表 国内柴油价格与国际油价变化情况

图表 选取案例加油站基本状况一览表

图表 案例加油站经济指标分析汇总表

图表 加油站及构筑物限值

图表 各级别加油站用地基准价格

图表 评估具体加油站房地产价格的影响因素及修正指标

图表 北京市加油站规划思路

图表 北京市机动车保有量及增长情况

图表 北京市道路交通构成

图表 北京市成品油消费及零售情况

图表 北京市经营性和非经营性加油站统计

图表 北京市加油站按地理位置分布情况

图表 北京市加油站在各区县的发展情况

图表 北京市各区县加油站分布水平

图表 2015年和2020年北京市社会经济发展情景分析

图表 2015年北京市汽车保有量结构分布预测

图表 北京中心城道路网络规划格局图

图表 咸宁市公路里程统计表

图表 咸宁市仓储设施基本情况

图表 咸宁市2011-2015年加油站发展规划汇总表

图表 安徽省水上成品油年销售总量

图表 铜陵市成品油零售企业现状汇总表

图表 “十二五”铜陵市加油站（点）规划表

图表 “十二五”期末海南各市县城区加油站单站年均销售量目标

图表 海南省现有加油站点基本情况表

图表 2015年海南各市县城区和非城区加油站销售量预测表

图表 各市县加油站迁建规划表

图表 海南省各市县城区加油站站点数量控制表

图表 海南省非城区加油站控制数量表

图表 海南省城区加油站布局方案表

图表 海南省非城区加油站布局方案表

图表 “十二五”海南省加油站总体布局情况

图表 “十二五”海南省加油、加气联合站布局方案

图表 海南省各市县加油站建设计划时序安排表

图表 海南省各市县加油站迁建规划表

图表 海南省各市县加油加气站规划表

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对加油站行业有个系统深入的了解、或者想投资加油站行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/shiyou1411/057504HC9I.html>