

# 2015-2020年中国加油站市 场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2015-2020年中国加油站市场分析与投资前景研究报告》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/qitahuagong1501/N51984WG9L.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】2015-01-05

【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年中国加油站市场分析与投资前景研究报告》共十一章。介绍了加油站行业相关概述、中国加油站产业运行环境、分析了中国加油站行业的现状、中国加油站行业竞争格局、对中国加油站行业做了重点企业经营状况分析及中国加油站产业发展前景与投资预测。您若想对加油站产业有个系统的了解或者想投资加油站行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。我国加油站快速增长是在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。

## 第一部分 产业环境透视

### 第一章 加油站行业发展综述

#### 第一节 加油站相关概念

##### 一、加油站定义

## 二、加油加气站相关术语

## 三、加油站的分类

### 第二节 加油站各组成部分介绍

#### 一、加油机

#### 二、油枪

#### 三、机器设备

#### 四、油罐

### 第三节 加油站设备管理

#### 一、设备管理的重要性

#### 二、设备管理的重要原则

#### 三、设备管理的基本要求

### 第四节 加油站建设相关规定

#### 一、加油站设置标准

#### 二、新建加油站须具备的条件

#### 三、加油站建设的安全监督工作规定

### 第五节 加油站消费环境分析

#### 一、机动车保有量分析

##### 1、机动车保有量分析

##### 2、机动车保有量车型结构分析

#### 二、机动车细分市场分析

##### 1、汽车市场分析

##### 2、摩托车市场分析

##### 3、拖拉机市场分析

##### 4、其他机动车市场分析

### 第六节 中国成品油流通市场分析

#### 一、成品油零售市场分析

##### 1、汽油市场分析

##### 2、柴油市场分析

#### 二、成品油仓储市场分析

##### 1、成品油库存分析

##### 2、成品油油库布局分析

#### 三、成品油批发市场分析

- 1、成品油批发市场格局分析
- 2、成品油批发市场价格分析

## 第二章 加油站行业市场环境及影响分析（PEST）

### 第一节 加油站行业政治法律环境（P）

- 一、行业主要政策法规
- 二、政策环境对行业的影响

### 第二节 行业经济环境分析（E）

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

### 第三节 行业社会环境分析（S）

- 一、加油站产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响

### 第四节 行业技术环境分析（T）

- 一、行业主要技术发展趋势
- 二、技术环境对行业的影响

## 第三章 国际加油站行业发展分析及经验借鉴

### 第一节 国外加油站行业发展分析

- 一、国外加油站行业发展概况
  - 1、国外加油站发展特点
  - 2、国外加油站呈现减少趋势
- 二、国外加油站行业发展特点
  - 1、加油站数量呈减少趋势
  - 2、自有他营为加油站的主流经营模式
  - 3、自动化、信息化程度高
  - 4、加油站多功能化
  - 5、油品销售业务与非油品销售业务并重
  - 6、重视企业文化建设，以优质服务占领市场
  - 7、重视品牌形象和品牌管理

### 第二节 欧美国家加油站行业发展分析

- 一、美国加油站行业发展分析

- 1、美国加油站数量规模
- 2、美国加油站种类分析
- 3、美国加油站布局分析
- 4、美国加油站技术应用分析
- 5、美国加油站行业竞争分析
- 6、美国加油站便利店经营分析
- 7、美国加油站管理特征分析

## 二、英国加油站行业发展分析

- 1、英国加油站数量规模
- 2、英国加油站种类分析
- 3、英国加油站经营管理分析
- 4、英国加油站营销策略分析
- 5、英国加油站管理特征分析

## 三、德国加油站行业发展分析

- 1、德国加油站数量规模
- 2、德国加油站经营形式分析
- 3、德国加油站经营特点分析
- 4、德国加油站便利店经营分析
- 5、德国加油站管理对我国的指导意义

## 第三节 国外加油站行业发展趋势分析

### 一、规模大型化 + 网络布局合理化

- 1、加油站行业发展到特定阶段的必然规律
- 2、动力来源于经营主体间的激烈竞争

### 二、服务综合化 + 品牌多元化

- 1、服务综合化是提升加油站盈利能力和抗风险能力的必然选择
- 2、品牌多元化是推进加油站服务综合化的重要途径

### 三、设备自动化 + 服务自助化

- 1、外部动力——满足顾客对便利性与快捷性的追求
- 2、内在动力——企业对高效率与低成本追求

### 四、更健康 + 更安全 + 更环保

- 1、以法规形式确保加油站的安全和环保
- 2、优化加油站设计，推广应用环保型设备，全面提升加油站建设标准

### 3、提高油品技术参数，发展油品添加剂，实现高清洁油品的品牌销售

## 第二部分 行业深度分析

### 第四章 我国加油站行业运行现状分析

#### 第一节 中国加油站行业发展概况

- 一、中国加油站行业发展综述
- 二、中国加油站发展特点
- 三、我国加油站行业将进入质量提升阶段

#### 第二节 加油站的布局

- 一、国外加油站布局特点
- 二、我国加油站布局现存的问题
- 三、加油站合理布局要点分析
- 四、加油站选址建议

#### 第三节 加油站环保问题

- 一、加油站对环境的污染
- 二、国外环保型加油站取得长足发展
- 三、我国提高加油站环保要求
- 四、建设安全环保加油站是必然趋势
- 五、加油站实施油气回收势在必行

#### 第四节 加油站油品质量问题

- 一、加油站油品质量亟需提高
- 二、加油站油品升级障碍及对策
- 三、解决加油站油品数量与质量问题的建议

#### 第五节 加油站行业发展对策

- 一、我国加油站发展策略与重点
- 二、中国加油站建设和发展建议
- 三、创新型加油站改造分析

## 第三部分 市场全景调研

### 第五章 中国加油站行业经营模式及策略分析

#### 第一节 中国加油站行业发展现状

- 一、中国加油站规模分析

## 二、中国加油站经营现状分析

## 三、中国加油站经营存在的问题

- 1、经营规模小
- 2、管理水平低
- 3、零售业态落后

## 四、中国加油站行业竞争分析

### 第二节 中国加油站建设布局分析

#### 一、中国加油站布局现状

#### 二、加油站布局存在的问题

- 1、加油站布局结构不合理
- 2、缺乏行业统一规划和管理

#### 三、影响加油站布局的因素

- 1、城市规划协调因素
- 2、环保监督因素
- 3、与区域空间的协调因素

#### 四、加油站合理布局的原则

- 1、合理确定加油站的数量
- 2、正确选择加油站的地址

#### 五、加油站合理布局的策略

- 1、优化加油站数量
- 2、优化地理位置

### 第三节 中国加油站行业经营模式分析

#### 一、加油站连锁经营模式分析

- 1、加油站连锁经营模式简介
- 2、加油站发展连锁经营模式条件
- 3、加油站建立连锁经营模式策略

#### 二、加油站特许经营分析

- 1、加油站特许经营的特点
- 2、加油站特许经营的作用
- 3、加油站特许经营发展现状
- 4、加油站特许经营存在的问题
- 5、加油站特许经营发展策略

## 第四节 中国加油站行业营销策略分析

### 一、加油站行业营销现状分析

- 1、营销策略单一
- 2、非油品业务滞后
- 3、服务欠缺热情

### 二、发达国家加油站营销策略分析

- 1、美国加油站营销策略分析
- 2、德国加油站营销策略分析
- 3、韩国加油站营销策略分析

### 三、外资企业在华加油站营销策略分析

- 1、英国BP公司在华营销策略分析
- 2、埃克森美孚石油公司在华营销策略分析
- 3、荷兰皇家壳牌石油公司在华营销策略分析

### 四、加油站营销策略发展趋势分析

- 1、适度的多种经营是加油站获取差异化竞争优势的必由之路
- 2、加油站规模将两极分化
- 3、加油站的技术含量不断提高
- 4、加油站将实现网络化管理和远程集中管理

## 第六章 加油站非油品业务分析

### 第一节 加油站非油品业务概述

- 一、加油站非油品业务的定义
- 二、加油站非油品业务的意义

### 第二节 国外加油站非油品业务发展分析

- 一、国外加油站非油品业务发展历程
- 二、国外加油站非油品业务盈利水平分析
- 三、主要国家加油站非油品业务发展分析
  - 1、美国加油站非油品业务发展分析
  - 2、日本加油站非油品业务发展分析
  - 3、英国加油站非油品业务发展分析
  - 4、德国加油站非油品业务发展分析
  - 5、法国加油站非油品业务发展分析

## 6、意大利加油站非油品业务发展分析

### 四、国外加油站非油品业务存在的问题

#### 1、安全问题

#### 2、决策冲突

### 五、国外加油站非油品业务发展趋势分析

#### 1、网络化连锁经营

#### 2、提供多种能源补给方案

#### 3、服务更加人性化

### 六、国外加油站非油品业务对我国的启示

#### 1、注重品牌塑造

#### 2、因地制宜，量体裁衣

#### 3、科学管理

### 第三节 中国加油站非油品业务发展分析

#### 一、中国加油站非油品业务发展概况

##### 1、中国石化集团加油站非油品业务发展概况

##### 2、中国石油集团加油站非油品业务发展概况

#### 二、中国加油站非油品业务销售收入分析

#### 三、中国加油站非油品业务盈利水平分析

#### 四、中国加油站非油品业务发展难点

#### 五、中国加油站发展非油品业务的必要性

#### 六、中国加油站非油品业务存在的问题

##### 1、加油站布局不合理，客户进店率偏低

##### 2、商品管理不到位，物流体系未建立

##### 3、对非油品业务认识不够，经营意识较差

##### 4、管理基础薄弱，运营水平较低

##### 5、激励机制未建立，员工积极性较低

##### 6、市场环境不成熟，消费习惯有待培养

#### 七、中国加油站非油品业务发展策略

##### 1、建立非油品运营和管理体系

##### 2、准确定位、合理定价

##### 3、因地制宜，开展特色营销

##### 4、完善考核，充分调动员工的积极性

5、建立配送物流体系，保障商品供应

八、中国加油站非油品业务发展趋势分析

九、中国加油站非油品业务市场前景预测

第四节 加油站便利店发展分析

一、国外站便利店发展现状分析

二、中国加油站便利店发展分析

1、中国加油站便利店发展现状分析

2、中国加油站便利店典型企业分析

3、中国加油站便利店发展缓慢的原因

4、中国加油站便利店发展策略分析

5、中国加油站便利店发展前景分析

第四部分 竞争格局分析

第七章 2015-2020年加油站行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、加油站行业竞争结构分析

二、加油站行业企业间竞争格局分析

三、加油站行业集中度分析

四、加油站行业SWOT分析

第二节 中国加油站行业竞争格局综述

一、加油站行业竞争概况

二、中国加油站行业竞争力分析

三、中国加油站竞争力优势分析

四、加油站行业主要企业竞争力分析

第三节 加油站行业竞争格局分析

一、国内外加油站竞争分析

二、我国加油站市场竞争分析

三、我国加油站市场集中度分析

四、国内主要加油站企业动向

五、国内加油站企业拟在建项目分析

第四节 加油站行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

- 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 三、本土企业投资兼并与重组分析
- 四、企业升级途径及并购重组风险分析
- 五、行业投资兼并与重组趋势分析

## 第八章 2015-2020年加油站行业领先企业经营形势分析

### 第一节 中国加油站企业总体发展状况分析

- 一、加油站企业主要类型
- 二、加油站企业资本运作分析

### 第二节 中国领先加油站企业经营形势分析

#### 一、中国石油天然气股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业主要项目分析
- 7、企业竞争优势分析
- 8、企业最新发展动向

#### 二、中国石油化工股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业主要项目分析
- 7、企业竞争优势分析
- 8、企业最新发展动向

#### 三、中国海洋石油总公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析

- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业主要项目分析
- 7、企业竞争优劣势分析
- 8、企业最新发展动向

#### 四、陕西延长石油（集团）有限责任公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业主要项目分析
- 7、企业竞争优劣势分析
- 8、企业最新发展动向

#### 五、深圳市广聚能源股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业主要项目分析
- 7、企业竞争优劣势分析
- 8、企业最新发展动向

#### 六、长联石油控股有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业主要项目分析
- 7、企业竞争优劣势分析
- 8、企业最新发展动向

## 七、南京蓝燕石化储运实业有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业主要项目分析
- 7、企业竞争优劣势分析
- 8、企业最新发展动向

## 八、冠盛集团公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业主要项目分析
- 7、企业竞争优劣势分析
- 8、企业最新发展动向

## 九、深圳市庆鹏实业集团有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经济指标分析
- 6、企业主要项目分析
- 7、企业竞争优劣势分析
- 8、企业最新发展动向

## 十、山西振东集团

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析

- 5、企业经济指标分析
- 6、企业主要项目分析
- 7、企业竞争优劣势分析
- 8、企业最新发展动向

## 第五部分 发展前景展望

### 第九章 博思数据关于加油站行业前景及投资价值分析

#### 第一节 加油站行业五年规划现状及未来预测

- 一、&ldquo;十二五&rdquo;期间加油站行业运行情况
- 二、&ldquo;十二五&rdquo;期间加油站行业发展成果
- 三、加油站行业&ldquo;十三五&rdquo;发展方向预测

#### 第二节 2015-2020年加油站市场发展前景

- 一、2015-2020年加油站市场发展潜力
- 二、2015-2020年加油站市场发展前景展望

#### 第三节 2015-2020年加油站市场发展趋势预测

- 一、2015-2020年加油站行业发展趋势
- 二、2015-2020年加油站市场规模预测
- 三、2015-2020年加油站行业应用趋势预测

#### 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

#### 第五节 加油站行业投资特性分析

- 一、加油站行业进入壁垒分析
- 二、加油站行业盈利因素分析
- 三、加油站行业盈利模式分析

#### 第六节 2015-2020年加油站行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

## 第十章 2015-2020年加油站行业投资机会与风险防范

### 第一节 2015-2020年加油站行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、重点区域投资机会
- 三、加油站行业投资机遇

### 第二节 2015-2020年加油站行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

### 第三节 中国加油站行业投资建议

- 一、加油站行业未来发展方向
- 二、加油站行业主要投资建议
- 三、中国加油站企业融资分析

## 第六部分 发展战略研究

### 第十一章 加油站行业发展战略研究

#### 第一节 加油站行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

#### 第二节 对我国加油站品牌的战略思考

- 一、加油站品牌的重要性
- 二、加油站实施品牌战略的意义
- 三、加油站企业品牌的现状分析

#### 四、我国加油站企业的品牌战略

#### 五、加油站品牌战略管理的策略

### 第三节 加油站经营策略分析

#### 一、加油站市场细分策略

#### 二、加油站市场创新策略

#### 三、品牌定位与品类规划

#### 四、加油站新产品差异化战略

### 第四节 加油站行业投资战略研究

#### 一、2015-2020年加油站行业投资战略

#### 二、2015-2020年细分行业投资战略

### 图表目录

图表：加油站行业生命周期

图表：加油站行业产业链结构

图表：2012-2014年全球加油站行业市场规模

图表：2012-2014年中国加油站行业市场规模

图表：2012-2014年加油站行业重要数据指标比较

图表：2012-2014年中国加油站市场占全球份额比较

图表：2012-2014年加油站行业工业总产值

图表：2015-2020年全球主要经济体经济增速及预测

图表：2012-2014年中国GDP年增长率走势图

图表：2012-2014年中国固定资产投资及同比增速

图表：2012-2014年中央经济工作会议主题

图表：2012-2014年中国机动车保有量变化

图表：2012-2014年中国机动车保有量结构图

图表：2012-2014年中国汽车产量及增长率统计

图表：2012-2014年中国汽车销量及增长率统计

图表：2012-2014年中国汽车产量产品结构图

图表：2012-2014年中国汽车销量产品结构图

图表：2012-2014年中国汽车整车制造行业销量排名前十企业

图表：2012-2014年中国民用汽车保有量变化

图表：2015-2020年中国汽车保有量规模预测图

图表：2015-2020年我国汽车保有量、耗油量预测

图表：2013-2014年中国摩托车月度产量

图表：2013-2014年中国摩托车月度销量

图表：2015-2020年中国摩托车保有量及增速预测

图表：2015-2020年中国250cc摩托车耗油量预测

图表：2012-2014年我国拖拉机产量及增长

图表：2012-2014年中国拖拉机十强品牌

图表：2012-2014年中国小型、大中型拖拉机数量

图表：2015-2020年中国拖拉机保有量及增速预测

图表：2012-2014年我国汽油产量及同比增长

图表：2012-2014年我国汽油年度销量及增长

图表：2012-2014年我国汽油进口量及增长

图表：2012-2014年我国汽油进口金额及增长

图表：2012-2014年我国汽油出口量及增长

图表：2012-2014年我国汽油出口金额及增长

图表：2012-2014年我国汽油价格走势

略&hellip;&hellip;

本报告利用博思数据研究中心长期对加油站行业市场跟踪搜集的一手市场数据，同时依据国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，采用与国际同步的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个加油站行业的市场走向和发展趋势。

报告对中国加油站行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国加油站行业将面临的机遇与挑战。报告将帮助加油站企业、学术科研单位、投资企业准确了解加油站行业最新发展动向，及早发现加油站行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点&hellip;&hellip;准确把握加油站行业未被满足的市场需求和趋势，有效规避加油站行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。形成企业良好的可持续发展优势。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitahuagong1501/N51984WG9L.html>