

# 2011-2015年中国加油站行业 市场分析与行业调查报告

## 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

《2011-2015年中国加油站行业市场分析与行业调查报告》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/shiyou1106/C347750BPV.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-06-10

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国加油站行业市场分析与行业调查报告》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，以及我中心对加油站行业的实地调研，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研究分析。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，具有重要的参考价值！

据专家介绍，目前影响加油站建设的因素主要有：一是投资成本高（征地成本及拆迁成本）；二是加油站营销方式和服务功能单一，服务多元化建设不足，非油品业务发展缓慢；三是区域优势造就冷热不均，使得部分加油站人满为患，同时偏远地域的加油站单站日销量很低，形成资源浪费。不过，我国汽车工业的高速发展，为加油站带来了新的发展机遇。

## 第一章 2009-2010年世界加油站产业运行形势分析 13

### 第一节 2009-2010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 2009-2010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 2011-2015年世界加油站产业发展趋势分析 29

## 第二章 2009-2010年中国加油站产业运行环境分析 34

### 第一节 2009-2010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2009-2010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 2009-2010年中国加油站产业发展社会环境分析	45
第三章 2009-2010年中国加油站行业运行状况分析	46
第一节2009-2010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2009-2010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2009-2010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2009-2010年中国民营加油站产业动态分析	58
第一节2009-2010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2009-2010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2009-2010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 2009-2010年中国加油站经营管理策略分析	69
第一节2009-2010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2009-2010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2009-2010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2009-2010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 2009-2010年中国加油站市场营销策略研究	98
第一节2009-2010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2009-2010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2009-2010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2009-2010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2009-2010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2009-2010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2009-2010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2009-2010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 2009-2010年中国加油站产业市场竞争格局分析 136

### 第一节2009-2010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2009-2010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2009-2010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 2009-2010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、2010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 2009-2010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、2010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、2010年中国汽油进出口现状 173

##### 三、2011年一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 2009-2010年中国加油站非油品业务市场运行走势分析 194

#### 第一节 2009-2010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2009-2010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2009-2010年中国非油品业务发展的问題及策略	204
一、中国加油站非油品业务存在的问題分析	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2009-2010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 2010-2012年中国加油站产业发展前景预测分析	210
第一节 2010-2012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2010-2012年中国各地区加油站发展规划分析	215
一、2005-2010年上海市加油站行业发展规划	215
二、2010年河北省加油站行业发展规划	216
三、2010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2010-2012年中国加油站产业市场盈利预测分析	219
第十二章 2010-2012年中国加油站产业投资机会与风险分析	222
第一节2010-2012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2010-2012年中国加油站产业投资机会分析	225
第三节2010-2012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、2009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 2000-2010年第三季度中国GDP及其增长率统计表	34
图表 2 2008-2010年11月中国价格指数统计表	35
图表 3 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表	36
图表 4 2003-2010年11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 2011年3月-4月的原油价格走势	59
图表 7 2005年-2011年93号汽油价格走势	60
图表 8 2010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
图表 11 加油站综合用户服务质量评价体系	117
图表 12 2010年中国石油化工股份有限公司财务指标分析	155
图表 13 2010年中国石油化工股份有限公司主营业务收入分布	155
图表 14 2006-2010年中国石油化工股份有限公司盈利能力分析	156
图表 15 2006-2010年中国石油化工股份有限公司偿债能力分析	156
图表 16 2006-2010年中国石油化工股份有限公司成长性分析	156

图表 17 2006-2010年中国石油化工股份有限公司经营能力分析	157
图表 18 2010年中国石油天然气股份有限公司财务指标分析	158
图表 19 2010年中国石油天然气股份有限公司主营业务收入分布	159
图表 20 2006-2010年中国石油天然气股份有限公司盈利能力分析	159
图表 21 2006-2010年中国石油天然气股份有限公司偿债能力分析	160
图表 22 2006-2010年中国石油天然气股份有限公司成长性分析	160
图表 23 2006-2010年中国石油天然气股份有限公司经营能力分析	161
图表 24 2010年中海油公司主要财务指标分析	163
图表 25 2008-2010年中海油公司利润分析	163
图表 26 2008-2010年中海油公司资产负债能力分析	164
图表 27 2010年1-12月我国成品油分省市进口统计表	168
图表 28 2010年1-12月我国成品油分省市出口统计表	169
图表 29 2009-2010年我国汽油产品表观消费量统计	173
图表 30 2010年1-12月中国汽油分省市出口数据表	173
图表 31 2010年1-12月中国汽油分省市进口数据表	175
图表 32 2010年1-12月中国柴油产量分省市统计	179
图表 33 2010年1-3月中国柴油产量分省市统计表	180
图表 34 2010年1-12月中国柴油分省市进口量值表	182
图表 35 2010年1-12月中国柴油分省市出口量值表	183
图表 36 2009 年1 ~ 2010 年12 月我国柴油月度产量及同比增长情况	185
图表 37 国内燃料油产量走势	187
图表 38 国内燃料油进出口量趋势	187
图表 39 我国水运货运量图	188
图表 40 广东火力发电量图	188
图表 41 我国平板玻璃产量图	189
图表 42 上海燃料油期货2010年走势图	190
图表 43 上海燃料油期货走势图	191
图表 44 我国燃料油月度累计表观消费量图	192
图表 45 我国燃料油当月表观消费量图	192
图表 46 我国燃料油主要进口国和占比图	193
图表 47 2007-2010中石化和中石油两大公司加油站非油品业务销售额	194
图表 48 2009-2015年成品油供应能力及需求量预测	211

图表 49 影响成品油零售企业品牌形象的主要因素 222

图表 50 中国一二三线城市人口及社会消费品批发零售额分布 225

图表 51 卓越纯净油零售业务管理框架 234

图表 52 成品油零售企业能力总图 236

图表 53 2008-2009 年国内成品油逐季消费情况 241

图表 54 2007-2009 年国内 GDP 季度增速变化趋势 242

图表 55 2009 年国内汽车月度销量变化情况 242

图表 56 2009 年监测主要柴油车型车流量同比增速 243

图表 57 2009 年国内成品油月度表观消费量增幅与成品油价格调整 244

图表 58 某国外著名石油公司资源要素评分标准 245

图表 59 加油站资产贴现现金流量构造 248

通过《2011-2015 年中国加油站行业市场分析与行业调查报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/shiyou1106/C347750BPV.html>