

# 2015-2020年中国加油卡市 场态势分析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](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2015-2020年中国加油卡市场态势分析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/qtzzh1503/R91894LUUW.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】2025-05-10

【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

## 报告目录：

- 第一章 世界加油卡行业市场运行形势分析 13
  - 第一节 全球加油卡行业发展概况 13
  - 第二节 全球加油卡行业发展走势 14
    - 一、全球加油卡行业市场情况 14
    - 二、国内外加油卡市场对比 17
  - 第三节 全球加油卡行业重点国家和地区分析 19
    - 一、北美 19
    - 二、亚洲 20
    - 三、欧盟 24
  - 第四节 全球加油卡产业发展综述 28
    - 一、世界加油卡产业特点及趋势分析 28
    - 二、世界加油卡主要厂家分析 29
- 第二章 我国加油卡行业发展分析 32
  - 第一节 中国加油卡行业发展状况 32
    - 一、2014年加油卡行业发展状况分析 32
    - 二、2014年中国加油卡行业发展动态 32
    - 三、2014年我国加油卡行业发展热点 34
  - 第二节 中国加油卡市场供需状况 36
  - 第三节 中国加油卡市场供需状况 36
    - 一、2014年中国加油卡行业供给能力 36
    - 二、2014年中国加油卡市场供给分析 36
    - 三、2014年中国加油卡市场需求分析 37
    - 四、2014年中国加油卡产品价格分析 40
  - 第四节 我国加油卡市场分析 40
    - 一、2014年加油卡市场分析 40
    - 二、2014年加油卡市场的走向分析 42
- 第三章 加油卡行业生产分析 43
  - 第一节 产量分析 43
    - 一、加油卡行业产量及增速 43

二、国内外经济形势对加油卡行业生产的影响	44
三、加油卡行业产量及增速预测	48
第二节 细分区域生产分析	49
第三节 行业供需平衡分析	50
一、加油卡行业供需平衡现状	50
二、国内外经济形势对加油卡行业供需平衡的影响	51
三、加油卡行业供需平衡趋势预测	53
第四章 加油卡行业竞争分析	54
第一节 行业集中度分析	54
第二节 行业竞争格局	55
一、竞争现状	55
二、竞争格局	56
第三节 加油卡市场竞争分析	59
一、现有成品油供应商分析	59
二、潜在竞争对手分析	62
三、加油卡竞争企业对比分析	63
第四节 加油卡行业竞争关键因素	64
一、价格	64
二、渠道	68
三、产品	69
四、服务	70
第五章 加油卡行业产品价格分析	72
第一节 价格特征分析	72
第二节 主要品牌企业产品价位	72
第三节 价格与成本的关系	72
第四节 行业价格策略分析	73
第五节 国内外经济形势对加油卡行业产品价格的影响	74
第六章 加油卡行业用户分析	76
第一节 加油卡行业用户认知程度	76
一、认知方式	76
二、获取渠道	78
三、消费方式	78

## 第二节 加油卡行业用户关注因素 81

### 一、功能 81

### 二、价格 83

### 三、服务 86

### 四、品牌 87

## 第三节 用户的其它特性 88

### 一、加油地点 88

### 二、加油习惯 89

## 第七章 加油卡大客户的开发与管理 92

### 第一节 加油卡大客户的开发 92

#### 三、大客户的开发方法 92

#### 四、商户联盟增加价值 94

#### 五、坚守加油站大本营定位 95

#### 六、不断巩固客户开发成果 96

### 第二节 客户开发的业绩管理 96

#### 一、所涉岗位及责任界定 96

#### 二、设定有效的开发业绩目标 97

#### 三、完善有效的考核激励机制 97

## 第八章 加油卡行业替代品分析 98

### 第一节 替代品种类 98

#### 一、汽车卡 98

#### 二、手机支付 102

#### 三、油票支付 103

#### 四、现金支付 104

### 第二节 替代品对加油卡行业的影响 104

#### 第一节 替代品投资预测预测 106

##### 一、IC卡替代油票成定局 106

##### 二、银行卡支付一站式服务 107

## 第九章 加油卡行业主导驱动因素分析 109

### 第一节 国家政策导向 109

#### 三、引导加油卡妥善管理 109

#### 四、完善加油卡服务功能 109

## 第二节 关联行业发展 110

### 一、成品油行业 110

### 二、零售行业 111

### 三、金融IC卡行业 111

## 第三节 社会需求的变化 114

### 一、汽油消费平稳增长 114

### 二、加油卡需求稳步提升 115

## 第十章 加油卡行业上下游行业分析 116

### 第一节 加油卡上下游产业链概述 116

#### 第二节 上游行业分析 117

##### 一、上游行业发展现状分析 117

##### 二、上游行业投资预测 119

##### 三、行业发展动态及其影响 120

#### 第三节 下游行业分析 123

##### 一、下游行业发展现状 123

##### 二、行业市场现状分析 128

##### 三、下游行业投资预测 132

##### 四、行业新动态及其影响 134

## 第十一章 我国加油卡行业竞争策略分析 138

### 第一节 产品策略 138

#### 一、产品的设计 138

#### 二、产品的分类 138

#### 三、产品的功能 139

### 第二节 推广策略 139

#### 一、媒体推广策略 140

#### 二、活动推广策略 140

### 第三节 渠道策略 140

#### 一、内部渠道策略 141

#### 二、外部渠道策略 143

### 第四节 价格策略 143

#### 一、折扣策略 144

#### 二、充值返还策略 144

### 三、联动优惠策略 145

#### 第五节 促销策略 145

##### 一、组合促销 145

##### 二、联合促销 146

#### 第六节 忠诚度策略 146

##### 一、客户服务策略 146

##### 二、积分回馈策略 147

##### 三、增值服务策略 147

### 第十二章 加油卡行业领先企业经营形势分析 148

#### 第一节 中国石化股份有限公司 148

##### 一、企业概况 148

##### 二、企业优势分析 148

##### 三、2014年经营状况 150

##### 四、企业未来发展规划 150

#### 第二节 中国石油天然气集团公司 151

##### 一、企业概况 151

##### 二、企业优势分析 152

##### 三、2014年经营状况 153

##### 四、企业未来发展规划 153

#### 第三节 中国海洋石油总公司 154

##### 一、企业概况 154

##### 二、企业优势分析 154

##### 三、2014年经营状况 155

##### 四、企业未来发展规划 156

#### 第四节 武汉天喻信息产业股份有限公司 156

##### 一、企业概况 156

##### 二、企业优势分析 157

##### 三、2014年经营状况 157

##### 四、企业未来发展规划 160

#### 第五节 中经汇通有限责任公司 160

##### 一、企业概况 160

##### 二、企业优势分析 161

三、 2014年经营状况	162
四、 企业未来发展规划	162
第十三章 2015-2020年中国加油卡行业行业前景调研	163
第一节 2015-2020年加油卡市场趋势预测	163
一、 2015-2020年加油卡市场发展潜力	163
二、 2015-2020年加油卡市场趋势预测展望	163
三、 2015-2020年加油卡细分行业趋势预测分析	164
第二节 2015-2020年加油卡市场发展趋势预测	165
一、 2015-2020年中国加油卡市场发展趋势预测	165
二、 2015-2020年加油卡行业应用趋势预测	165
三、 2015-2020年细分市场发展趋势预测	168
第三节 2015-2020年中国加油卡行业供需预测	169
第十四章 2015-2020年加油卡行业投资环境分析	171
第一节 加油卡行业政治法律环境分析	171
一、 行业管理体制分析	171
二、 行业主要法律法规	172
三、 行业相关发展规划	175
第二节 加油卡行业经济环境分析	178
一、 国际宏观经济形势分析	178
二、 国内宏观经济形势分析	185
三、 产业宏观经济环境分析	195
第三节 加油卡行业社会环境分析	196
一、 加油卡产业社会环境	196
二、 社会环境对行业的影响	197
三、 产业发展对社会发展的影响	197
第四节 加油卡行业技术环境分析	199
一、 加油卡技术现状	199
二、 加油卡技术发展水平	200
三、 行业主要技术发展趋势	207
第十五章 2015-2020年加油卡行业发展趋势及投资前景分析	208
第一节 当前加油卡存在的问题	208
一、 加油卡存在问题	208



二、加油卡行业发展困境	210
第二节 中国加油卡发展方向分析	210
一、建立IC加油卡增值服务体系	210
二、加油卡会员制打造忠诚客户	212
第三节 中国加油卡行业发展趋势预测	213
一、网上充值是必然趋势	213
二、加油卡跨区域消费	214
三、加油卡可储油理财	214
第四节 2015-2020年中国加油卡行业投资前景分析	216
一、资金风险	216
二、技术风险	216
三、环境风险	217
四、管理风险	217
五、业务风险	217
第十六章 2015-2020年中国加油卡行业投资规划建议研究	220
第一节 2014年中国加油卡行业投资前景研究分析	220
一、实体网络两相宜	220
二、继续做好增值服务	220
三、加强发卡网点建设	221
四、加油卡投资筹划策略	221
五、2014年加油卡品牌竞争战略	223
第二节 加油卡风险防范措施	225
一、风险防范的技术措施	225
二、风险防范的管理措施	226
三、风险防范的运维措施	228
第三节 2015-2020年中国加油卡行业品牌建设策略	230
一、加油卡的规划	230
二、加油卡的建设	231
三、加油卡业成功之道	232
第十七章 市场指标预测及行业项目投资建议	235
第一节 加油卡产品投资机会	235
一、商投石化布局加油点	235

## 二、中石化加油卡引外资 235

### 第二节 加油卡产品投资动态 235

### 第三节 加油卡行业投资建议 238

#### 图表目录：

- 图表 1 2014年世界石油消费量前十位国家 15
- 图表 2 2014年世界石油消费量增加情况 15
- 图表 3 美国加油卡使用情况 20
- 图表 4 截至2014年末中国汽车产销量 21
- 图表 5 截至2014年末中国民用汽车拥有量 21
- 图表 6 截至2014年末中国民用汽车拥有量及增长趋势图 22
- 图表 7 2010-2014年中国加油站数量统计 23
- 图表 8 2014年中国加油站区域分布情况 24
- 图表 9 截至2014年末英国加油站数量统计 25
- 图表 10 截至2014年末英国汽车产销量统计 26
- 图表 11 截至2014年末英国汽车产量占全球总产量比重走势图 27
- 图表 12 2012-2014年英国汽车销量分车型统计 27
- 图表 13 全球加油卡发展趋势 29
- 图表 14 全球加油卡使用情况 29
- 图表 15 2014年全球石油企业20强排行 30
- 图表 16 温州部分县（市、区）发卡网点信息 35
- 图表 17 我国市场加油卡持有率 37
- 图表 18 截至2014年末我国汽车保有量 38
- 图表 19 截至2014年末我国汽车保有量及增长趋势图 38
- 图表 20 我国消费者加油结算方式比例图 39
- 图表 21 我国市场加油卡消费占比情况 40
- 图表 22 截至2014年末中石化加油卡发卡量 43
- 图表 23 截至2014年末中石化加油卡发卡量及持卡消费比例图 44
- 图表 24 2014年全球各国产油量增加情况 46
- 图表 25 2014年全球各国石油消费情况 46
- 图表 26 各行业历年对石油需求情况 47
- 图表 27 2015-2020年中石化加油卡发卡量预测 49
- 图表 28 中国石油全国部署上线加油站及发卡充值网点分布情况 50

图表 29	国内外加油站设置与汽车量对照表	52
图表 30	国内外加油站供油情况	52
图表 31	截至2009年末我国加油卡市场份额	55
图表 32	中石化、中石油加油卡发卡网点分布	57
图表 33	2009-2014年中国石化加油站数量	60
图表 34	2009-2014年中国石化成品油经营量	61
图表 35	2014年替代燃料替代量品种结构	63
图表 36	中国石油与中国石化加油卡优势比较	64
图表 37	中石化加油卡客户级别分类标准	65
图表 38	中石化加油卡不同级别可享受的服务内容	65
图表 39	中石油加油卡客户消费积分等级分类	67
图表 40	中国石化加油卡系统总体架构	69
图表 41	消费者了解加油卡渠道	76
图表 42	消费者了解新品方式	77
图表 43	消费者获取中石化加油卡渠道	78
图表 44	不同司机类别加油卡支付方式占比	79
图表 45	不同消费水平加油卡支付方式占比	80
图表 46	不同收入消费者加油卡支付方式占比	81
图表 47	车主加油卡使用时看中因素	82
图表 48	不同类别司机受油价影响	83
图表 49	不同消费水平车主受油价影响	84
图表 50	不同收入消费者受油价影响	85
图表 51	消费者看重加油卡优惠活动	86
图表 52	希望加油卡提供的服务功能	87
图表 53	不同类别车主加油地点选择	89
图表 54	不同类型车主使用加油卡时加油习惯	90
图表 55	不同开车历程车主使用加油卡加油习惯	90
图表 56	不同收入车主使用加油卡加油习惯	91
图表 57	2014各银行汽车加油卡优惠对比	100
图表 58	2008-2014年我国IC卡销售数量变化情况	112
图表 59	2011-2014年中国金融IC卡累计发行数量	113
图表 60	国内汽柴油全年表观消费量	114

图表 61	国内汽柴油一季度表观消费量 114
图表 62	2007-2014年国内汽车保有量统计图 115
图表 63	中国石化加油卡卡结构图 116
图表 64	中国石化加油卡制造产业链 116
图表 65	2014年-2014年电石产量 119
图表 66	IC加油卡成本分拆 121
图表 67	2003-2014年PVC的价格波动情况 121
图表 68	2014年-2014年电石法PVC地区价格 122
图表 69	加油机类型及优缺点分析 124
图表 70	加油机四大总成及作用 125
图表 71	加油站机器设备种类 126
图表 72	中国石油昆仑加油卡办卡需求调查统计表 143
图表 73	2010-2014年9月武汉天喻信息产业股份有限公司收入及利润增长情况 158
图表 74	截至2010年末武汉天喻信息产业股份有限公司业务结构变化图 159
图表 75	截至2014年末武汉天喻信息产业股份有限公司分产品经营情况 159
图表 76	截至2014年末中国私人及民用汽车拥有量走势图 170
图表 77	2011-2014年七国集团GDP增长率 179
图表 78	2011-2014年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率 179
图表 79	2014年全球及主要经济体制造业和服务业PMI 181
图表 80	2014年全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数 182
图表 81	2014年9月-2014年9月份固定资产投资（不含农户）同比增速 186
图表 82	2014年9月-2014年9月份固定资产投资到位资金同比增速 188
图表 83	2014年9月-2014年9月份全国居民消费价格涨跌幅 189
图表 84	2014年9月份全国居民消费价格分类别同比涨跌幅 190
图表 85	2014年9月份居民消费价格分类别环比涨跌幅 191
图表 86	2014年9月-2017年9月社会消费品零售总额分月同比增长速度 192
图表 87	加油卡普通消费模式流程 206

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1503/R91894LUUW.html>