

2020-2026年中国加油站行业前景研究与投资可行性报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国加油站行业前景研究与投资可行性报告》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.chinairr.org/report/R13/R1304/201910/29-319228.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

加油站是指为汽车和其它机动车辆服务的、零售汽油和机油的补充站，一般为添加燃料油、润滑油等。由于加油站所销售的石油商品具有易燃爆、易挥发、易渗漏、易集聚静电荷的特性，故加油站以“安全”为第一准则。在加油站内严禁烟火，严禁从事可能产生火花性质的作业，严禁向汽车的汽化器及兼桶内加注汽油，所有车站进站加油时须先熄火，严禁一切危险品入站。

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国加油站行业前景研究与投资可行性报告》共七章。首先介绍了加油站相关概念及发展环境，接着分析了中国加油站规模及消费需求，然后对中国加油站市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国加油站面临的机遇及发展前景。您若想对中国加油站有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

报告目录：

第一章 加油站行业概述

第一节 加油站的定义及主要经济类型

一、加油站的定义

二、加油站企业的主要经济类型

三、加油站的地位和作用

第二节 加油站的经营模式

一、国外经营模式

（一）自有自营站

（二）自有他营站

（三）他有他营站

（四）特许经营站

二、国内经营模式

第三节 中国加油站发展历程

一、由分散经营到集约化经营

- 二、加油站在竞争中相互促进
- 三、从单一品种向多种经营延伸
- 四、由价格竞争向品牌竞争转化

第二章 中国加油站行业发展环境分析

一、政策环境

- 1、成品油消费税上调政策出台
- 2、加快成品油质量升级政策出台

二、汽车工业发展概况

第三章 中国加油站经营与成品油市场分析

第一节 加油站发展现状

- 一、加油站数量情况
- 二、民营加油站数量情况
- 三、加气站情况

第二节 非油品业务发展情况

一、非油品业务现状

- (一) 便利店
- (二) 加换润滑油脂
- (三) 汽车美容
- (四) 汽车修理
- (五) 其他

二、非油品业务存在的问题

- (一) 缺乏统一规划、设计
- (二) 经营管理不到位
- (三) 不定指标，无激励机制
- (四) 人手少、空间小
- (五) 缺少品牌意识与策略
- (六) 非油品业务对外租赁

三、中油BP非油品业务情况

第三节 2019年成品油市场发展状况

一、2019年成品油批发价格发展情况

- 二、2019年成品油消费情况
 - 三、2019年成品油零售市场情况
 - 四、2019年成品油零售利润情况
 - 五、2019年成品油质量升级情况
- #### 第四节 2019年成品油市场发展状况

第四章 2013-2019年中国加油站企业经营情况分析

第一节 加油站经营情况

一、经营模式

1、现状

2、改善措施

二、竞争方式

1、树立新型营销观念

2、重新认识顾客

3、产品质量保证、便利性、客户利益三位一体

4、附设服务创造附加利润

5、通过特许经营和标准化服务实现扩张

三、管理模式

1、强化自助加油的管理

2、规范标准

3、营销要科学

4、监管安全

5、服务的温馨

四、竞争格局

第二节 加油站特许经营情况

第三节 中石油

一、公司简介

二、经营情况

三、公司战略

四、公司加油站发展情况

第四节 中石化

一、公司简介

二、经营情况

三、公司加油站发展情况

四、公司销售油品规划

第五节 中海油

一、公司简介

二、经营情况

三、公司加油站发展情况

四、公司加油站规划

第六节 民营加油站经营情况

一、发展情况

二、竞争优劣

三、民营加油站动态

第五章 2013-2019年外资加油站在华发展情况

第一节 壳牌石油

一、公司简介

二、经营情况

三、在华发展情况

四、在华加油站发展动态

第二节 BP石油

一、公司简介

二、经营情况

三、在华发展情况

第三节 埃克森美孚

一、公司简介

二、经营情况

三、在华发展情况

第四节 道达尔

一、公司简介

二、经营情况

三、在华发展情况

四、公司在华动态

第六章 2020-2026年加油站市场营销策略分析

第一节 加油站的营销模式

- 一、油品零售业运营特点
- 二、传统的加油站运营商
- 三、便利店运营商
- 四、大型超市加油站

第二节 加油站市场营销策略的制定

- 一、策略的选择
- 二、市场细分、目标化和定位
- 三、制定市场营销组合
 - 1、产品策略
 - 2、渠道的选择和管理策略
 - 3、定价策略
 - 4、促销策略

第三节 加油站营销策略展望

- 一、俱乐部式营销：加油站营销新概念
- 二、加油站服务营销问题解析
- 三、加油站用户忠诚度培育策略探讨
 - 1、用户满意的经营理念
 - 2、新老并重的用户观念
 - 3、优先对待核心用户
 - 4、亲和友善、真诚守信的用户关系
 - 5、让利于人的用户策略
 - 6、打造有“魅力”的产品
 - 7、优质完善的服务体系
 - 8、卓有成效的促销手段
 - 9、鲜明感人的企业形象
 - 10、优先对用户忠诚的经营原则

第七章 2020-2026年中国加油站发展趋势与风险

第一节 加油站行业发展趋势

- 一、服务综合化、品牌多元化
- 二、加油站设备设施自动化程度加深

第二节投资风险

- 一、政策风险
- 二、原料风险

图表目录：

图表 1 2019年中国汽车保有量和私家车保有量情况

图表 2 2013-2019年私家车保有量（单位：万辆）

图表 3 2013-2019年机动车驾驶人数量（单位：万人）

图表 4 我国汽车保有量及同比增长

图表 5 2019年全国加油站数量占比

图表 6 2013-2019年国内汽柴油批发均价对比表

图表 7 2019年中国汽柴油批发价格走势

图表 8 2019年成品油经营企业所有制数量情况表

图表 9 中国石油主要产品对外销售数量

图表 10 2019年中国石油加油站业务经营数据

图表 11 2019年中国石化主营业务收入构成

图表 12 2019年中国石化营销及分销事业部业务经营情况

图表 13 2019年中国石化加油站经营情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1304/201910/29-319228.html>