

2011-2015年中国加油站行业 市场运行态势与投资可行性分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2011-2015年中国加油站行业市场运行态势与投资可行性分析报告》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.cction.com/report/201011/52779.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

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 2010年世界重点国家加油站发展现状综述

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

2.3.4 英国加油站将推行预付款方式

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 日本加油站大力推广生物燃油销售

2.5.3 日本加油站服务质量表现出色

2.5.4 日本加油站汽车维修业务发展迅速

2.5.5 日本防灾型加油站建设成就

第三章 2010年中国加油站行业运行环境分析

3.1 2010年中国宏观经济环境分析

3.1.1 中国GDP分析

3.1.2 消费价格指数分析

3.1.3 城乡居民收入分析

3.1.4 社会消费品零售总额

3.1.5 全社会固定资产投资分析

3.1.6 进出口总额及增长率分析

3.2 2010年中国加油站行业政策环境分析

3.2.1 《成品油市场管理办法》

3.2.2 国务院关于实施成品油价格和税费改革的通知

3.2.3 石油价格管理办法（试行）

3.2.4 关于严格控制新建加油站问题的通知

3.2.5 关于规范加油站特许经营的若干意见

3.3 2010年中国加油站行业社会环境分析

3.3.1 人口环境分析

3.3.2 教育环境分析

3.3.3 文化环境分析

3.3.4 生态环境分析

3.4 2010年中国加油站行业技术环境分析

第四章 2010年中国成品油市场发展状况透析

4.1 2010年中国成品油市场分析

4.1.1 国内成品油产销情况

4.1.2 年国内成品油市场变化原因探析

4.1.3 稳定国内成品油市场的对策

4.2 汽油

4.2.1 汽车产业汽油消费量增长迅速

4.2.2 中国大规模推广乙醇汽油

4.2.3 中国汽柴油市场供需特点

4.2.4 中国汽油产量分析

4.2.5 中国汽油表观消费量增长情况

4.3 柴油

4.3.1 中国柴油消费量增幅“先增后减”

4.3.2 我国柴油市场运行状况

4.3.3 国内柴油市场需求低迷将持续

4.3.4 生物柴油行业遭遇挫折

4.4 燃料油

4.4.1 中国燃料油行业发展迅猛

4.4.2 中国燃料油表观消费量分析

4.4.3 国内燃料油消费情况

第五章 2010年中国加油站行业运行态势分析

5.1 2010年中国加油站行业发展概况

5.1.1 中国加油站行业发展综述

5.1.2 中国加油站发展特点

5.1.3 我国加油站行业将进入质量提升阶段

5.2 加油站的布局

5.2.1 国外加油站布局特点

5.2.2 我国加油站布局现存的问题

5.2.3 加油站合理布局要点分析

- 5.2.4 加油站选址建议
- 5.3 2010年加油站环保问题分析
 - 5.3.1 加油站对环境的污染
 - 5.3.2 国外环保型加油站取得长足发展
 - 5.3.3 我国提高加油站环保要求
 - 5.3.4 建设安全环保加油站是必然趋势
 - 5.3.5 加油站实施油气回收势在必行
- 5.4 2010年加油站油品质量问题研究
 - 5.4.1 加油站油品质量亟需提高
 - 5.4.2 加油站油品升级障碍及对策
 - 5.4.3 解决加油站油品数量与质量问题的建议
- 5.5 2010年中国加油站行业发展对策分析
 - 5.5.1 我国加油站发展策略与重点
 - 5.5.2 中国加油站建设和发展建议
 - 5.5.3 创新型加油站改造分析
- 第六章 2010年中国加油站经营模式研究
 - 6.1 加油站经营模式概述
 - 6.1.1 全资（租赁）加油站
 - 6.1.2 控股加油站
 - 6.1.3 参股加油站
 - 6.1.4 特许经营加油站
 - 6.1.5 国外加油站经营模式发展特点
 - 6.1.6 加油站经营模式选择建议
 - 6.2 加油站连锁经营
 - 6.2.1 加油站连锁经营的必备条件
 - 6.2.2 加油站连锁经营的几种形式
 - 6.2.3 加油站连锁经营优势与不足之处
 - 6.2.4 加油站连锁经营发展策略
 - 6.2.5 加油站连锁经营控制与整合建议
 - 6.3 2010年中国加油站特许经营发展状况分析
 - 6.3.1 加油站特许经营的特征
 - 6.3.2 我国加油站特许经营发展现状

- 6.3.3 对加油站特许经营模式的思考
- 6.3.4 加油站特许经营存在的不足
- 6.3.5 加油站特许经营发展的阻碍
- 6.4 2010年中国加油站特许经营发展对策分析
 - 6.4.1 加油站特许经营发展战略
 - 6.4.2 特许经营加油站规范方法
 - 6.4.3 加油站特许经营指导原则和规范程序
 - 6.4.4 加油站特许经营应向标准化方向发展
- 第七章2010年中国加油站内部管理解析
 - 7.1 加油站管理概述
 - 7.1.1 加油站管理者应具备的素质
 - 7.1.2 我国加油站经营管理存在的问题
 - 7.1.3 提高加油站经营管理水平的建议
 - 7.1.4 加油站有效管理方法探讨
 - 7.1.5 国内加油站管理发展方向
 - 7.2 2010年加油站安全管理分析
 - 7.2.1 加油站设计与施工安全的管理
 - 7.2.2 加油站常见安全问题的解决措施
 - 7.2.3 加油站安全管理须严守重要关口
 - 7.2.4 确保加油站安全的建议
 - 7.3 2010年加油站财务管理分析
 - 7.3.1 加油站财务管理概括分析
 - 7.3.2 加油站资金管理的运用与操作
 - 7.3.3 加油站资金管理的问题及解决方法
 - 7.3.4 加强加油站资金管理的思路
 - 7.3.5 加油站资金风险防控办法
 - 7.4 2010年加油站的信息化管理分析
 - 7.4.1 加油站人工管理的不便
 - 7.4.2 加油站信息管理系统介绍
 - 7.4.3 国内外加油站信息管理系统应用情况
 - 7.4.4 加油站信息管理系统推广阻碍及解决思路
 - 7.4.5 促进加油站信息化管理发展的设想

7.5 2010年自助式加油站的管理分析

7.5.1 自助式加油站特点及优势

7.5.2 自助式加油站加油业务存在隐患

7.5.3 自助式加油站应防范的安全问题

7.5.4 自助式加油安全管理建议

第八章 2010年中国非油品业务运营态势分析

8.1 2010年非油品业务发展概况

8.1.1 加油站产异化竞争催生多元化经营

8.1.2 国内外加油站非油品业务现状

8.1.3 非油品业务经营模式分析

8.1.4 加油站非油品业务配送模式的选择

8.2 国外加油站非油品业务发展借鉴

8.2.1 韩国加油站非油业务发展迅速

8.2.2 南非加油站非油业务突出一体化服务

8.2.3 意大利加油站非油品业务注重人性化

8.2.4 加拿大加油站非油业务彰显实惠

8.3 2010年加油站便利店分析

8.3.1 加油站便利店的特点

8.3.2 加油站便利店的服务内容

8.3.3 我国加油站便利店发展环境分析

8.3.4 我国加油站便利店发展现状

8.3.5 我国加油站便利店发展缓慢原因分析

8.3.6 我国加油站便利店发展思路

8.3.7 对加油站便利店经营的思考

8.4 2010年加油站经营汽车维修保养业务分析

8.4.1 国内加油站发展汽车服务业务前景看好

8.4.2 加油站经营汽车服务的定位分析

8.4.3 加油站汽车服务业务详解

8.4.4 加油站开展汽车服务业务销售策略

8.5 2010年非油品业务存在的问题及对策分析

8.5.1 我国加油站非油业务相比国外的差距

8.5.2 国内加油站非油品业务现存问题

8.5.3 对加我国油站非油品业务的思考

8.5.4 加油站非油品业务发展建议

8.5.5 非油品服务项目需因地制宜

8.5.6 加油站非油品业务经营策略

8.5.7 加油站非油业务经营风险与防范对策

第九章 2010年外资及民营加油站运行走势分析

9.1 外资加油站

9.1.1 外资石油公司在我国广建加油站

9.1.2 国有和外资加油站各具优势

9.1.3 国有和外资加油站全方位比较

9.1.4 国际石油巨头加紧在华加油站布局

9.2 2010年民营加油站生存状况分析

9.2.1 民营油企发展大事记

9.2.2 民营油企发展状况回顾

9.2.3 成品油零售价上调扭转民营加油站颓势

9.2.4 民营加油站在夹缝中生存

9.3 国内部分民营加油站发展状况分析

9.3.1 重庆民营加油站迎来黄金期

9.3.2 上海民营加油站保持价格优势

9.3.3 深圳民营加油站经营灵活

9.3.4 北京民营加油站降价促销最有力

9.4 2010年中国民营加油站存在的问题及对策分析

9.4.1 民营油企难合资格审批要求

9.4.2 对民营加油站受垄断之苦的思考

9.4.3 中国加油站网创新民营加油站发展模式

9.4.4 民营加油站不可寄希望于减税政策

9.4.5 民营加油站结盟寻找新油源

第十章 2010年中国加油站市场营销策略分析

10.1 2010年加油站行业营销概述

10.1.1 加油站市场营销环境分析

10.1.2 提高加油站销量的关键因素

10.1.3 加油站营销中的八大关系分析

- 10.1.4 加油站营销加速升级
- 10.1.5 加油站“俱乐部”式营销理念
- 10.1.6 加油站创新营销发展思路
- 10.2 加油站营销策略
 - 10.2.1 加油站分时段销售控制
 - 10.2.2 加油站折扣销售策略研究
 - 10.2.3 加油站多种营销策略并举
 - 10.2.4 国道加油站消费需求与营销策略
 - 10.2.5 社会加油站成功营销策略
- 10.3 加油站服务式营销
 - 10.3.1 对加油站服务式营销的内涵
 - 10.3.2 加油站服务式营销的特点
 - 10.3.3 提升加油站销量的同时加强服务
 - 10.3.4 提高加油站服务质量的途径
- 10.4 加油站客户满意度的提高
 - 10.4.1 加油站体验式营销加强与顾客的沟通
 - 10.4.2 加油站需妥善处理顾客投诉
 - 10.4.3 加油站培育客户忠诚度的措施
- 10.5 2010年加油站营销发展建议分析
 - 10.5.1 加油站营销建议
 - 10.5.2 整治低效加油站提高经营效益
 - 10.5.3 加油站需培育专业营销人员
- 第十一章 2010年中国加油站行业市场竞争格局分析
 - 11.1 加油站行业垄断现象研究
 - 11.1.1 国内石油企业垄断权利与义务平衡性问题分析
 - 11.1.2 反垄断法难以制约石油行业
 - 11.1.3 打破加油站行业垄断需扶持民营油企
 - 11.2 2010年我国加油站行业竞争格局分析
 - 11.2.1 加油站行业竞争日益激烈
 - 11.2.2 国内石油行业形成“三足鼎立”竞争格局
 - 11.2.3 加油站行业竞争体现立体化
 - 11.3 三大国有加油站的内部竞争

- 11.3.1 中石化与中石油大打价格战
- 11.3.2 中石化与中石油角力加油站网络建设和信息化管理
- 11.3.3 中石化与中石油加紧向对方销售区渗透
- 11.3.4 三大国有油企抢夺广东市场
- 11.4 2010年提高加油站竞争力的策略分析
 - 11.4.1 加油站竞争思路转变
 - 11.4.2 全面提高加油站竞争能力的策略
 - 11.4.3 提升加油站竞争力的举措
 - 11.4.4 提高加油站创效能力的建议

第十二章 2010年中国三大国有油企及其加油站分析

12.1 中国石油化工股份有限公司

- 12.1.1 公司简介
- 12.1.2 中石化统一下属炼厂成品油价格
- 12.1.3 中石化规范旗下特许加油站经营
- 12.1.4 中石化加油站管理和服务水平大幅提升
- 12.1.5 中石化非油品业务发展迅速
- 12.1.6 中石化创新加油站营销模式

12.2 中国石油天然气股份有限公司

- 12.2.1 公司简介
- 12.2.2 中石油销售业务信息化建设步入新阶段
- 12.2.3 中石油加快建立和完善销售体系
- 12.2.4 中石油加油站明确非油品业务发展规划

12.3 中国海洋石油总公司

- 12.3.1 公司简介
- 12.3.2 中海油盈利实现连续8年增长
- 12.3.3 中海油立足珠三角进军成品油市场
- 12.3.4 中海油联合民营油企布局内陆市场
- 12.3.5 中海油加强与中石化合作关系

第十三章 2010年中国成品油价格分析

12.1 2010年国际油价运行状况

- 12.1.1 国际油价走势分析
- 12.1.2 国际油价大幅下跌带来的影响

- 12.1.3 国际原油及成品油市场定价机制分析
- 12.1.4 国际油价波动加大我国油价调整压力
- 12.2 中国成品油价格调整状况
 - 12.2.1 我国成品油价格调整及税费改革历程
 - 12.2.2 国内外成品油价格比较分析
 - 12.2.3 我国成品油价格相关问题详解
 - 12.2.4 我国成品油价格调控趋势
 - 12.2.5 国内成品油价格调整将更灵活
 - 12.2.6 中国须积极应对国际油价上涨压力
- 12.3 中国成品油价格管理与形成机制分析
 - 12.3.1 我国油价调整由政府管理与市场调节同时进行
 - 12.3.2 对我国成品油定价机制改革的思考
 - 12.3.3 油价症结在于缺乏公平竞争机制
 - 12.3.4 成品油定价机制市场化有待进一步发展
 - 12.3.5 成品油价格市场化有赖于竞争主体多元化
 - 12.3.6 成品油价格市场化尚需配套政策
 - 12.3.7 成品油定价机制将在微调中趋于完善
- 12.4 油价国际接轨分析
 - 12.4.1 油价与国际接轨结果与消费者期望相反
 - 12.4.2 我国油价未与国际接轨的原因分析
 - 12.4.3 中国应主动影响国际油价调整

第十四章 2011-2015年中国加油站行业投资及发展前景分析

- 14.1 2011-2015年中国加油站行业投资分析
 - 14.1.1 加油站用地投资与收益分析
 - 14.1.2 加油站投资可行性分析
 - 14.1.3 加油站行业投资策略
- 14.2 2011-2015年国外加油站行业发展趋势分析
 - 14.2.1 加油站单站规模大型化与网络布局合理化趋势
 - 14.2.2 加油站服务综合化与品牌多元化趋势
 - 14.2.3 加油站设备设施自动化与加油服务自助化趋势
 - 14.2.4 国外加油站的健康安全环保趋势
- 14.3 2011-2015年中国加油站的变化趋势

- 14.3.1 加油站行业掀起“绿色革命”;
- 14.3.2 加油站的信息化潮流
- 14.3.3 加油站向非油业务转型
- 14.4 国内部分地区加油站发展规划
 - 14.4.1 2005-2010年上海市加油站行业发展规划
 - 14.4.2 2006-2010年安徽省加油站行业发展规划
 - 14.4.3 海南省加油站行业“十一五”发展规划
 - 14.4.4 2007-2015年山东省加油站及仓储油库发展规划

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：1970-2001年德国加油站数量

图表：2008年1-12月中国汽油表观消费量数据表

图表：2008年1-12月中国柴油表观消费量

图表：中国燃料油表观消费量数据表

图表：汽车服务企业竞争力比较分析

图表：近年国内成品油调价一览

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：上海市机动车保有量情况

图表：上海市加油站基本情况

图表：山东省加油站数量分布及仓储库容（截至2006年底）

图表：2007-2015年山东省加油站新增数量及分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201011/52779.html>