

2020-2026年中国加油站行业前景展望与市场运营趋势报告

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

《2020-2026年中国加油站行业前景展望与市场运营趋势报告》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/202009/185916.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

全国有49个城市的汽车保有量超过百万辆，18个城市超2百万辆，6个城市超3百万辆。其中汽车保有量超过2百万辆的18个城市依次是北京、成都、重庆、上海、深圳、苏州、天津、郑州、西安、杭州、武汉、广州、石家庄、东莞、南京、青岛、宁波、佛山。2008-2017年中国机动车保有量变化（单位：亿辆，%）

我国的汽油主要应用在乘用车领域，经济增长时期，居民收入水平会随之增加，会增加对乘用车和出行的需求，直接拉动汽油消费。但同时汽油的消费需求又直接受制于汽车市场景气程度和技术发展，比如新车型的推出，定价政策，新能源汽车的替代需求都会影响汽油消费量。但综合来看，国内汽油产销量非常平稳，近几年保持了稳健的走势。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国加油站行业前景展望与市场运营趋势报告》共十五章。首先介绍了加油站行业市场发展环境、加油站整体运行态势等，接着分析了加油站行业市场运行的现状，然后介绍了加油站市场竞争格局。随后，报告对加油站做了重点企业经营状况分析，最后分析了加油站行业发展趋势与投资预测。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。

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

第一节加油站定义及分类

一、加油站定义

二、加油站分类

三、加油加气站相关术语

第二节加油站构成分析

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

第四节最近3-5年中国加油站所属行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期

第二章加油站行业市场环境分析

第一节加油站行业经济环境分析

- 一、国际经济环境分析
 - 1、国际经济环境发展现状
 - 2、国际经济环境发展预测
- 二、国内经济环境分析
 - 1、国内经济环境发展现状
 - 2、国内经济环境发展预测
- 三、经济环境对行业的影响分析

第二节加油站行业产业环境分析

- 一、成品油行业发展概况
 - 1、成品油发展现状
 - 2、成品油生产分析
 - 3、成品油消费量分析
 - 4、成品油库存分析
 - 二、汽油市场供需分析
 - 1、汽油产量分析
 - 2、汽油销量分析
 - 3、汽油价格分析
 - 4、汽油进出口分析
- 2018年2月中国成品油进口量统计表（单位：千美元） 2月 1至2月累计

数量：吨 金额：千美元 数量吨 金额：千美元 39,909 27,497 39,924 27,540

5、汽油需求前景分析

三、柴油市场供需分析

1、柴油产量分析

2、柴油销量分析

3、柴油价格分析

4、柴油进出口分析

5、柴油需求前景分析

四、煤油市场供需分析

1、煤油产量分析

2、煤油销量分析

3、煤油价格分析

4、煤油进出口分析

5、煤油需求前景分析

五、燃料油市场供需分析

1、燃料油产量分析

2、燃料油销量分析

3、燃料油价格分析

4、燃料油进出口分析

5、燃料油需求前景分析

第三节加油站行业消费环境分析

一、机动车保有量分析

二、汽车市场规模分析

1、汽车产量分析

2、汽车销量分析

3、汽车保有量分析

4、汽车保有量预测

三、摩托车市场规模分析

1、摩托车产量分析

2、摩托车销量分析

3、摩托车保有量分析

4、摩托车保有量预测

四、拖拉机市场规模分析

- 1、拖拉机产量分析
- 2、拖拉机销量分析
- 3、拖拉机保有量分析
- 4、拖拉机保有量预测

五、其他机动车市场规模分析

- 1、专用车市场发展规模
- 2、专用车发展前景

第三章国际加油站所属行业发展分析及经验借鉴

第一节全球加油站市场总体情况分析

- 一、全球加油站行业发展概况
- 二、全球加油站市场发展特色
 - 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

第二节主要国家加油站行业发展分析

一、美国加油站行业发展分析

- 1、美国加油站种类分析
- 2、美国加油站数量分析
- 3、美国加油站技术分析
- 4、美国加油站布局设计
- 5、美国加油站便利店经营分析

二、英国加油站行业发展分析

- 1、英国加油站数量分析
- 2、英国加油站竞争分析
- 3、英国加油站经营管理
- 4、英国加油站营销策略

三、德国加油站行业发展分析

- 1、德国加油站数量分析
- 2、德国加油站经营形式
- 3、德国加油站经营特点
- 4、德国加油站经验借鉴

四、日本加油站行业发展分析

- 1、日本加油站数量分析
- 2、日本加油站服务分析
- 3、日本加油站管理特征

第三节国内外加油站发展对比分析

一、国内外加油站经营对比分析

- 1、国有和外资加油站优劣势对比
- 2、国有和外资加油站站长比较
- 3、国有和外资加油站管理模式比较
- 4、国有和外加加油站用工机制比较
- 5、国有和外加加油站监督机制比较

二、国内外加油站非油业务比较分析

- 1、国内外加油站非油业务发展程度比较
- 2、国内外加油站非油业务经营业务比较
- 3、国内外加油站非油业务发展前景比较

第四节国际加油站行业发展趋势预测

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

第四章我国加油站所属行业运行现状分析

第一节中国加油站发展历程演进

- 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

第二节我国加油站行业发展现状

- 一、我国加油站行业市场规模
- 二、我国加油站行业发展分析

第三节我国加油站建设布局分析

- 一、加油站布局现状分析
- 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
 - 3、追求单站数量的增加忽视地区网络建设的发展空间
- 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

第四节我国加油站经营成本分析

- 一、加油站经营成本分类
- 二、加油站经营成本函数的构造与分析

三、对加油站收购的投资指导作用

第五章我国加油站市场营销分析

第一节加油站行业营销概述

- 一、加油站市场营销环境分析
- 二、影响加油站销量因素分析
- 三、加油站“四位一体”营销模式分析
- 四、加油站“俱乐部”式营销理念

第二节加油站行业服务营销分析

- 一、加油站服务营销内容分析
- 二、加油站服务营销特色分析
- 三、加油站服务营销投入产出分析
- 四、加油站服务营销软硬件搭配分析

第三节加油站行业客户满意度分析

- 一、加油站体验式营销加强与顾客的沟通
- 二、加油站需妥善处理顾客投诉
- 三、加油站培育客户忠诚度的措施

第四节国内外加油站行业营销策略分析

一、跨国石油公司加油站营销策略分析

- 1、跨国石油公司市场细分策略
- 2、跨国石油公司产品策略分析
- 3、跨国石油公司定价策略分析
- 4、跨国石油公司营销渠道策略
- 5、跨国石油公司品牌策略分析
- 6、跨国石油公司本土化策略分析
- 7、跨国石油公司产业一体化策略

二、国内加油站应对营销策略分析

- 1、加强企业间合作
- 2、优化营销体系渠道体系
- 3、提升加油站服务功能
- 4、做好油非互动营销
- 5、强化品牌策略

- 6、运用组合营销策略
- 7、做好客户关系管理
- 8、开展加油卡营销

第五节加油站行业营销策略建议

- 一、阶段性组织开展整体促销活动
- 二、以加油卡为基础来锁定客户
- 三、加强与其它油品经营商以及非油品行业的合作
- 四、多样化价格策略分析
- 五、销售人员培养策略
- 六、品牌宣传策略分析

第六章我国加油站内部管理分析

第一节加油站管理概述

- 一、加油站管理者素质分析
- 二、加油站经营管理存在的问题
- 三、提高加油站经营管理水平的建议
- 四、加油站有效管理方法分析

第二节加油站安全管理分析

- 一、加油站设计与施工安全的管理
- 二、加油站常见安全问题的解决措施
- 三、加油站安全管理须严守重要关口
- 四、确保加油站安全的建议

第三节加油站财务管理分析

- 一、加油站财务管理概括分析
- 二、加油站资金管理的运用与操作
- 三、加油站资金管理的问题及解决方法
- 四、加油站资金风险防控办法

第四节加油站信息化管理分析

- 一、加油站人工管理的不便
- 二、加油站信息管理系统介绍
- 三、国内外加油站信息管理系统应用情况
- 四、促进加油站信息化管理发展的设想

第五节自助式加油站管理分析

- 一、自助式加油站特点及优势
- 二、自助式加油站加油业务存在隐患
- 三、自助式加油站应防范的安全问题
- 四、自助式加油安全管理建议

第三部分市场全景调研

第七章我国成品油流通市场运行分析

第一节成品油批发市场运行分析

- 一、成品油批发市场规模分析
 - 1、成品油批发企业及人员规模分析
 - 2、成品油批发行业总体销售规模分析
- 二、成品油批发市场发展分析
 - 1、成品油批发市场格局分析
 - 2、成品油批发市场价格分析

第二节成品油仓储市场运行分析

- 一、成品油仓储市场规模分析
 - 1、成品油仓储企业及人员规模分析
 - 2、成品油仓储行业总体仓储量规模分析
- 二、成品油仓储行业布局分析
 - 1、油库布局现状
 - 2、油库容量预测
 - 3、油库建设动向

第三节成品油零售市场运行分析

- 一、成品油零售市场规模分析
 - 1、成品油零售企业及人员规模分析
 - 2、成品油零售行业总体零售规模分析
- 二、成品油零售市场发展分析
 - 1、成品油零售市场价格分析
 - 2、成品油零售市场发展形势

第四节加油站市场运行分析

- 一、加油站市场规模分析

- 1、国有加油站数量及市场分析
- 2、民营加油站数量及市场分析
- 3、外资加油站数量及市场分析
- 二、加油站市场结构分析
- 1、加油站市场经营分析
- 2、加油站市场结构分析
- 三、加油站市场布局分析
- 1、加油站密度分析
- 2、加油站分布情况

第八章我国加油站非油品业务市场分析

第一节加油站非油品业务相关概述

- 一、加油站非油品业务定义
- 二、加油站非油品业务分析
- 1、加油站便利店
- 2、加换润滑油脂
- 3、加油站汽车美容
- 4、加油站汽车修理
- 三、加油站非油品业务特征
- 1、属于行业衍生品
- 2、经营多元化
- 3、提供便利服务
- 4、市场经济发展必然结果

第二节国内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分析
- 1、国外加油站非油品业务盈利水平分析
- 2、主要国家加油站非油品业务发展分析
- 3、国外加油站非油品业务发展趋势分析
- 4、国外加油站非油品业务对我国的启示
- 二、我国加油站非油品业务发展分析
- 1、我国加油站非油品业务发展概况
- 2、我国加油站非油品业务销售收入

- 3、我国加油站非油品业务盈利水平
- 4、商务部关于促进加油站非油品业务发展的指导意见

第三节加油站便利店业务发展分析

一、加油站便利店业务发展现状

- 1、加油站便利店业务特点
- 2、加油站便利店服务内容
- 3、加油站便利店发展缓慢原因
- 4、加油站便利店业务发展前景
- 5、加油站便利店业务发展策略

二、城区加油站便利店市场分析

- 1、市场细分及消费特点
- 2、便利店商品组合及价格定位

三、郊区、国省道高速路加油站便利店市场分析

- 1、市场细分及消费特点
- 2、便利店商品组合及价格定位

四、农村加油站便利店市场分析

- 1、市场细分及消费特点
- 2、便利店商品组合及价格定位

第四节加油站汽车维修保养业务发展分析

- 一、加油站汽车服务业务相关概述
- 二、加油站经营汽车服务定位分析
- 三、加油站汽车服务业务前景分析
- 四、加油站汽车服务业务销售策略

第五节加油站非油品业务配送模式分析

一、加油站非油品业务配送现状分析

- 1、加油站便利店配送模式现状
- 2、加油站便利店配送环节问题

二、加油站非油品业务配送模式建议

- 1、加油站大规模连锁超市
- 2、中小规模连锁便利店
- 3、非连锁便利店

第六节加油站非油品业务物流优化分析

一、非油品业务物流发展现状

二、非油品业务物流存在的问题

三、非油品业务物流优化途径分析

第七节我国加油站非油品业务发展制约因素

一、加油站便利店业务发展制约因素

1、常规便利店、超市对加油站便利店的影响

2、加油站地理位置对加油站便利店的影响

3、商品价格对加油站便利店的影响

4、管理对加油站便利店的影响

二、加油站汽车养护业务发展制约因素

1、4S店和专业汽车养护店对加油站汽车养护业务的影响

2、专业性对加油站汽车养护业务的影响

3、便捷性和快速性对加油站汽车养护业务的影响

三、加油站非油品业务发展建议

1、利用品牌优势吸引合作伙伴

2、区别对待不同地段加油站非油品业务

3、大力商业开发加油站户外广告资源

第八节我国加油站非油品业务发展前景分析

一、我国加油站发展非油品业务发展潜力

二、我国加油站非油品业务发展趋势分析

三、我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

四、我国加油站非油品业务发展策略分析

1、进行整体规划，形成合理布局

2、制订完善的发展策略，积极支持非油业务发展

3、严格管理，确保非油业务规范经营

4、进行专业化、特色化经营做大非油业务

- 5、确保商品质量、重视企业文化建设以优质服务占领市场
- 6、加大宣传力度，促进非油业务发展
- 7、重视品牌形象和品牌管理
- 8、仓储物流区域化

第四部分竞争格局分析

第九章加油站行业重点区域市场分析

第一节北京市加油站行业发展分析

一、北京市加油站行业发展现状

- 1、北京市城市道路规模分析
- 2、北京市机动车保有量分析
- 3、北京市成品油销售情况分析
- 4、北京市加油站发展规模分析

二、北京市加油站行业发展预测

- 1、北京市城市道路建设规划
- 2、北京市机动车保有量预测
- 3、北京市加油站需求预测

三、北京市加油站行业发展规划

- 1、北京市加油站规划布局原则
- 2、北京市加油站合理规模分析
- 3、北京市加油站布局规划分析

第二节上海市加油站行业发展分析

一、上海市加油站行业发展现状

- 1、上海市城市道路规模分析
- 2、上海市机动车保有量分析
- 3、上海市成品油销售情况分析
- 4、上海市加油站发展规模分析

二、上海市加油站行业发展预测

- 1、上海市城市道路建设规划
- 2、上海市机动车保有量预测
- 3、上海市加油站需求预测

第三节天津市加油站行业发展分析

一、天津市加油站行业发展现状

- 1、天津市城市道路规模分析
- 2、天津市机动车保有量分析
- 3、天津市成品油销售情况分析
- 4、天津市加油站发展规模分析

二、天津市加油站行业发展预测

- 1、天津市城市道路建设规划
- 2、天津市机动车保有量预测
- 3、天津市加油站需求预测

第四节江苏省加油站行业发展分析

一、江苏省加油站行业发展现状

- 1、江苏省城市道路规模分析
- 2、江苏省机动车保有量分析
- 3、江苏省成品油销售情况分析
- 4、江苏省加油站发展规模分析

二、江苏省加油站行业发展预测

- 1、江苏省城市道路建设规划
- 2、江苏省机动车保有量预测
- 3、江苏省加油站需求预测

第五节浙江省加油站行业发展分析

一、浙江省加油站行业发展现状

- 1、浙江省城市道路规模分析
- 2、浙江省机动车保有量分析
- 3、浙江省成品油销售情况分析
- 4、浙江省加油站发展规模分析

二、浙江省加油站行业发展预测

- 1、浙江省城市道路建设规划
- 2、浙江省机动车保有量预测
- 3、浙江省加油站需求预测

第六节湖南省加油站行业发展分析

一、湖南省加油站行业发展现状

- 1、湖南省城市道路规模分析

- 2、湖南省机动车保有量分析
- 3、湖南省成品油销售情况分析
- 4、湖南省加油站发展规模分析

二、湖南省加油站行业发展预测

- 1、湖南省城市道路建设规划
- 2、湖南省机动车保有量预测
- 3、湖南省加油站需求预测

第七节广东省加油站行业发展分析

一、广东省加油站行业发展现状

- 1、广东省城市道路规模分析
- 2、广东省机动车保有量分析
- 3、广东省成品油销售情况分析
- 4、广东省加油站发展规模分析

二、广东省加油站行业发展预测

- 1、广东省城市道路建设规划
- 2、广东省机动车保有量预测
- 3、广东省加油站需求预测

第八节四川省加油站行业发展分析

一、四川省加油站行业发展现状

- 1、四川省城市道路规模分析
- 2、四川省机动车保有量分析
- 3、四川省成品油销售情况分析
- 4、四川省加油站发展规模分析

二、四川省加油站行业发展预测

- 1、四川省城市道路建设规划
- 2、四川省机动车保有量预测
- 3、四川省加油站需求预测

第十章2020-2026年加油站行业竞争形势及策略

第一节加油站行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力分析

第二节加油站行业垄断现象研究

一、国内石油企业垄断权利与义务平衡性问题分析

二、反垄断法难以制约石油行业

三、打破加油站行业垄断需扶持民营油企

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、我国加油站竞争趋势分析

五、我国加油站竞争策略分析

第四节加油站行业竞争主体分析

一、国有加油站分析

二、民营加油站分析

三、外资加油站分析

第五节推进中国加油站发展的策略探讨

一、推进大型化、高效加油站的建设

二、推进加油站服务综合化和品牌多元化的发展

三、推进加油站设施的自动化和自助化

四、健康、安全、环保、节能的发展方向

第十一章加油站行业领先企业经营形势分析

第一节国际领先加油站企业经营形势分析

一、英国石油公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业在华布局分析

4、企业在华加油站经营分析

5、企业最新发展动向

二、埃克森美孚石油公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业在华布局分析
- 4、企业在华加油站经营分析
- 5、企业最新发展动向

三、法国道达尔石油公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业在华布局分析
- 4、企业在华加油站经营分析
- 5、企业最新发展动向

四、荷兰皇家壳牌石油公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业在华布局分析
- 4、企业在华加油站经营分析
- 5、企业最新发展动向

五、俄罗斯石油公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业在华加油站经营分析
- 4、企业最新发展动向

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、企业发展简况分析
- 2、企业业务及产品分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业经营能力分析
- 6、企业盈利能力分析
- 7、企业加油站经营分析
- 8、企业经营优势分析

9、企业未来发展战略

二、中国石油化工股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业业务及产品分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业经营能力分析
- 6、企业发展能力分析
- 7、企业盈利能力分析
- 8、企业加油站经营分析
- 9、企业经营优势分析
- 10、企业最新发展动向

三、中国海洋石油总公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业业务及产品分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业加油站经营分析
- 5、企业经营模式分析
- 6、企业经营优势分析
- 7、企业最新发展动向

四、中国航空油料集团公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业业务及产品分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业加油站经营分析
- 5、企业未来发展战略

五、中国中化集团公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业业务及产品分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业投资动向分析
- 5、企业加油站经营分析

6、企业核心竞争力分析

第五部分发展前景展望

第十二章2020-2026年加油站行业前景及趋势预测

第一节2020-2026年加油站市场发展空间

- 一、公路网密度增长空间分析
- 二、汽车保有量增长空间分析
- 三、公路运输用油增长空间分析

第二节2020-2026年加油站市场发展前景

- 一、加油站市场发展潜力分析
- 二、加油站市场发展前景展望
- 三、加油站细分行业发展前景分析

第三节2020-2026年加油站市场发展趋势

- 一、加油站行业变革趋势分析
- 二、加油站行业信息化发展趋势分析
- 三、加油站行业业务转型趋势分析

第四节2020-2026年加油站发展规模预测341

- 一、加油站数量规模预测341
- 二、加油站销售量预测
- 三、加油站行业布局预测
- 四、加油站行业经营预测343

第六部分发展战略研究

第十三章2020-2026年加油站行业投资战略研究

第一节2020-2026年加油站行业投资特性

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

第二节2020-2026年加油站行业投资风险

- 一、加油站行业政策风险
- 二、加油站行业安全风险
- 三、加油站行业供求风险347

四、加油站行业关联行业风险347

五、加油站行业其他风险347

第三节2020-2026年加油站行业投资机会348

一、中国公路建设规划分析348

1、高速公路建设规划348

2、等级公路建设规划

3、农村公路建设规划355

二、中国加油站市场需求预测356

1、高速公路加油站需求预测356

2、等级公路加油站需求预测356

3、农村公路加油站需求预测356

第四节2020-2026年加油站行业投资战略356

一、加油站用地投资与收益分析356

二、加油站投资可行性分析

三、加油站行业投资策略分析

第十四章2020-2026年加油站行业发展战略研究

第一节加油站经营模式分析

一、全资（租赁）加油站

二、控股加油站

三、参股加油站364

四、特许经营加油站364

五、国外加油站经营模式发展特点364

六、加油站经营模式选择建议364

第二节加油站连锁经营模式分析

一、加油站连锁经营模式简介

二、加油站发展连锁经营模式条件

三、加油站连锁经营优劣势分析366

四、加油站建立连锁经营模式策略

1、组织机构合理化

2、配送系统合理化368

3、经营网络合理化

第三节加油站特许经营发展分析

一、加油站特许经营的特点

二、加油站特许经营的作用370

三、加油站特许经营发展现状

四、加油站特许经营存在的问题

五、加油站特许经营发展策略

第四节加油站行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略380

三、区域战略规划380

四、营销品牌战略381

五、竞争战略规划383

第十五章研究结论及发展建议

第一节加油站行业研究结论及建议

第二节加油站行业业务研究结论及建议388

第三节加油站行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、加油站连锁经营控制与整合建议

三、加油站投资方式及合理化建议

图表目录：

图表：加油站等级划分

图表：加油机示意图

图表：行业生命周期理论

图表：行业生命周期

图表：2011-2018年成品油产量

图表：2011-2018年成品油销量

图表：2009-2018年汽油产量

图表：2009-2018年汽油销量

图表：2009-2018年汽油进口数量

图表：2009-2018年汽油出口数量

图表：2010-2018年柴油产量

图表：2008-2018年中国柴油表观消费量

图表：2015-2018年国内汽柴油价格下降情况一览表

图表：2009-2018年中国柴油进口数量

图表：2009-2018年中国柴油出口量

图表：2018-20120年中国柴油市场需求规模预测

图表：2020-2026年加油站数量规模预测341

图表：2020-2026年我国加油站数量预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/185916.html>