

2022-2028年中国加油站行业前景展望与投资前景报告

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

《2022-2028年中国加油站行业前景展望与投资前景报告》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/202203/277855.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

根据调查数据显示，中石油和中石化拥有国内成品油的最大分销网络，二者拥有的加油站数量，占国内加油站数量约50%。2018年中国的加油站总数超过10万座，具有高车流量的国道省道、高速公路、城区最具吸引力，这些地区的加油站数量在整体加油站市场中占比较大。中国石油中国石化双寡头占据国内加油站的一半，且多位于经济发达的东部和南部地区。

各企业加油站数量分布

数据来源：公开资料整理 中石化拥有全国最大的成品油零售网络，其加油站布局最为优质；民营加油站主要分布在山东、河北、河南等地，主要以个体形式零散分布，其连锁加油站仅占民营加油站的3.5%。2018年中国加油站数量占比

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国加油站行业前景展望与投资前景报告》共八章。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1章：中国加油站行业发展综述

1.1 加油站行业概述

1.1.1 加油站的定义

1.1.2 加油站的构成

（1）加油机

（2）油枪

（3）机器设备

（4）油罐

1.2 加油站行业政策环境分析

1.3 加油站行业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

- (1) 国际宏观经济现状
- (2) 国际宏观经济预测
- 1.3.2 国内宏观经济环境分析
 - (1) 国内宏观经济现状
 - (2) 国内宏观经济预测
- 1.4 加油站消费环境分析
 - 1.4.1 机动车保有量分析
 - 1.4.2 机动车细分市场分析
 - (1) 汽车市场分析
 - (2) 摩托车市场分析
 - (3) 拖拉机市场分析
 - (4) 其他机动车市场分析

第2章：中国成品油流通市场分析

- 2.1 成品油零售市场分析
 - 2.1.1 汽油市场分析
 - (1) 汽油产量分析
 - (2) 汽油表观消费量分析
 - (3) 汽油所属行业进出口分析
 - (4) 汽油价格走势分析
 - (5) 汽油细分产品市场分析
 - (6) 汽油市场前景分析
 - 2.1.2 柴油市场分析
 - (1) 柴油产量分析
 - (2) 柴油表观消费量分析
 - (3) 柴油进出口分析
 - (4) 柴油价格走势分析
 - (5) 柴油细分产品市场分析
 - (6) 柴油市场前景分析
- 2.2 成品油仓储市场分析
 - 2.2.1 成品油库存分析

2.2.2 成品油油库布局分析

2.3 成品油批发市场分析

2.3.1 成品油批发市场格局分析

(1) 成品油批发经营权分析

(2) 成品油批发市场格局分析

2.3.2 成品油批发市场价格分析

(1) 成品油批发定价机制分析

(2) 成品油批发价格分析

第3章：国外加油站行业发展状况分析

3.1 国外加油站行业发展分析

3.1.1 国外加油站行业发展概况

(1) 国外加油站发展特点

(2) 国外加油站呈现减少趋势

3.1.2 国外加油站行业发展特点

(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

3.1.3 全球加油站行业发展现状

3.2 主要国家加油站行业发展分析

3.2.1 美国加油站行业发展分析

(1) 美国加油站数量规模

(2) 美国加油站种类分析

(3) 美国加油站布局分析

(4) 美国加油站技术应用分析

(5) 美国加油站行业竞争分析

(6) 美国加油站便利店经营分析

(7) 美国加油站管理特征分析

3.2.2 英国加油站行业发展分析

(1) 英国加油站数量规模

(2) 英国加油站种类分析

(3) 英国加油站经营管理分析

(4) 英国加油站营销策略分析

(5) 英国加油站管理特征分析

3.2.3 德国加油站行业发展分析

(1) 德国加油站数量规模

(2) 德国加油站经营形式分析

(3) 德国加油站经营特点分析

(4) 德国加油站便利店经营分析

(5) 德国加油站管理对我国的指导意义

3.2.4 日本加油站行业发展分析

(1) 日本加油站数量规模

(2) 日本加油站行业竞争分析

(3) 日本加油站非油品销售分析

(4) 日本加油站管理特征分析

3.3 国外加油站行业发展趋势分析

3.3.1 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

3.3.2 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

3.3.3 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

3.3.4 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4章：中国加油站行业经营模式及策略分析

4.1 中国加油站行业发展现状 国家发展改革委、商务部发布了《外商投资准入特别管理措施(负面清单)(2018年版)》，并自2018年7月28日起施行。其中正式取消了外资连锁加油站超过30家需中方控股的限制，石油下游环节销售领域完全开放，同时在国内巨大的零售市场份额以及利润的驱使下，外资加油站在中国布局速度以及规模将加速前进，零售端竞争主体将日益加剧，据悉英国BP、壳牌等外资公司计划在中国新增超过1000座加油站;2019年最新意见指出，取消石油成品油批发仓储经营资格审批，将成品油零售经营资格审批下放至地市级人民政府，并加强成品油流通事中事后监管，强化安全保障措施落实。2010-2018年中国加油站数量

数据来源：公开资料整理

4.1.1 中国加油站规模分析

4.1.2 中国加油站经营现状分析

(1) 利润较高

(2) 非油品业务发展空间大

4.1.3 中国加油站经营存在的问题

(1) 管理水平低

(2) 零售业态落后

4.1.4 中国加油站行业竞争分析

4.2 中国加油站建设布局分析

4.2.1 中国加油站布局现状

4.2.2 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

4.2.3 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

4.2.4 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

4.2.5 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

4.3 中国加油站行业经营模式分析

4.3.1 加油站连锁经营模式分析

- (1) 加油站连锁经营模式简介
- (2) 加油站发展连锁经营模式条件
- (3) 加油站建立连锁经营模式策略

4.3.2 加油站特许经营分析

- (1) 加油站特许经营的特点
- (2) 加油站特许经营的作用
- (3) 加油站特许经营发展现状
- (4) 加油站特许经营存在的问题
- (5) 加油站特许经营发展策略

4.4 中国加油站行业营销策略分析

4.4.1 加油站行业营销现状分析

- (1) 营销策略单一
- (2) 非油品业务滞后
- (3) 服务欠缺热情

4.4.2 发达国家加油站营销策略分析

- (1) 美国加油站营销策略分析
- (2) 德国加油站营销策略分析
- (3) 韩国加油站营销策略分析

4.4.3 外资企业在华加油站营销策略分析

- (1) 英国BP公司在华营销策略分析
- (2) 埃克森美孚石油公司在华营销策略分析
- (3) 荷兰皇家壳牌石油公司在华营销策略分析

4.4.4 加油站营销策略发展趋势分析

- (1) 适度的多种经营是加油站获取差异化竞争优势的必由之路
- (2) 加油站规模将两极分化
- (3) 加油站的技术含量不断提高
- (4) 加油站将实现网络化管理和远程集中管理

第5章：中国主要地区加油站发展分析

5.1 北京市加油站行业发展分析

5.1.1 北京市道路建设现状分析

5.1.2 北京市机动车保有量分析

5.1.3 北京市加油站发展现状

（1）北京市加油站数量规模

（2）北京市加油站行业发展趋势

5.1.4 北京市加油站行业存在的问题

（1）加油站数量分布不均衡

（2）加油站建设速度缓慢

（3）加油站占地面积较大

（4）加油站建设标准及相关法规仍需完善

5.1.5 北京市加油站行业发展规划

5.1.6 北京市加油站行业发展预测

（1）道路建设规划

（2）机动车保有量预测

（3）成品油及加油站需求预测

5.2 天津市加油站行业发展分析

5.2.1 天津市道路建设现状分析

5.2.2 天津市民用汽车保有量分析

5.2.3 天津市加油站发展现状

（1）天津市加油站数量规模

（2）天津市加油站发展规划

5.2.4 天津市加油站行业发展规划

（1）规划原则

（2）布局原则

5.2.5 天津市加油站行业发展预测

（1）道路建设规划

（2）民用汽车保有量预测

（3）成品油及加油站需求预测

5.3 上海市加油站行业发展分析

5.3.1 上海市道路建设现状分析

5.3.2 上海市民用汽车保有量分析

5.3.3 上海市加油站行业现状分析

5.3.4 上海市加油站行业发展规划

5.3.5 上海市加油站行业发展预测

(1) 道路建设规划

(2) 民用汽车保有量预测

(3) 成品油及加油站需求预测

5.4 重庆市加油站行业发展分析

5.4.1 重庆市道路建设现状分析

5.4.2 重庆市民用汽车保有量分析

5.4.3 重庆市加油站行业现状分析

(1) 重庆市加油站数量规模

(2) 重庆市加油站行业发展情况

5.4.4 重庆市加油站行业存在的问题

(1) 部份加油站存在安全隐患

(2) 存在少量违规建设加油站

(3) 部份加油站(点)手续不全,建设不规范

5.4.5 重庆市加油站行业发展规划

(1) 总体目标

(2) 布局原则

5.4.6 重庆市加油站行业发展预测

(1) 道路建设规划

(2) 民用汽车保有量预测

(3) 成品油及加油站需求预测

5.5 广东省加油站行业发展分析

5.5.1 广东省道路建设现状分析

5.5.2 广东省民用汽车保有量分析

5.5.3 广东省加油站行业现状分析

5.5.4 广东省加油站行业发展预测

5.6 江苏省加油站行业发展分析

5.6.1 江苏省道路建设现状分析

5.6.2 江苏省民用汽车保有量分析

5.6.3 江苏省加油站行业现状分析

(1) 江苏省加油站数量规模

(2) 江苏省加油站行业发展情况

5.6.4 江苏省加油站行业存在的问题

5.6.5 江苏省加油站行业发展预测

(1) 道路建设规划

(2) 民用汽车保有量预测

(3) 加油站需求预测

5.7 浙江省加油站行业发展分析

5.7.1 浙江省道路建设现状分析

5.7.2 浙江省民用汽车保有量分析

5.7.3 浙江省加油站行业现状分析

(1) 浙江省加油站数量规模

(2) 浙江省加油站行业发展情况

5.7.5 浙江省加油站行业发展规划

(1) 规划总目标

(2) 加油站布局原则和设置标准

5.8 山东省加油站行业发展分析

5.8.1 山东省道路建设现状分析

5.8.2 山东省民用汽车保有量分析

5.8.3 山东省加油站行业现状分析

5.8.4 山东省加油站行业发展规划

5.9 河北省加油站行业发展分析

5.9.1 河北省道路建设现状分析

5.9.2 河北省民用汽车保有量分析

5.9.3 河北省加油站行业现状分析

(1) 河北省加油站数量规模

(2) 河北省加油站布局分析

(3) 河北省加油站行业存在的问题

5.9.4 河北省加油站行业发展预测

5.10 四川省加油站行业发展分析

5.10.1 四川省道路建设现状分析

5.10.2 四川省民用汽车保有量分析

5.10.3 四川省加油站行业现状分析

5.10.4 四川省加油站行业发展预测

5.11 贵州省加油站行业发展分析

5.11.1 贵州省道路建设现状分析

5.11.2 贵州省民用汽车保有量分析

5.11.3 贵州省加油站行业现状分析

(1) 贵州省加油站数量规模及分布情况

(2) 贵州省加油站行业存在的问题

5.11.4 贵州省加油站行业发展预测

5.12 内蒙古加油站行业发展分析

5.12.1 内蒙古道路建设现状分析

5.12.2 内蒙古民用汽车保有量分析

5.12.3 内蒙古加油站行业现状分析

5.12.4 内蒙古加油站行业发展预测

5.13 广西加油站行业发展分析

5.13.1 广西道路建设现状分析

5.13.2 广西民用汽车保有量分析

5.13.3 广西加油站行业现状分析

5.13.4 广西加油站行业发展预测

5.14 湖南省加油站行业发展分析

5.14.1 湖南省道路建设现状分析

5.14.2 湖南省民用汽车保有量分析

5.14.3 湖南省加油站行业现状分析

5.14.4 湖南省加油站行业发展规划

5.15 湖北省加油站行业发展分析

5.15.1 湖北省道路建设现状分析

5.15.2 湖北省民用汽车保有量分析

5.15.3 湖北省加油站现状分析

5.15.4 湖北省加油站行业发展预测

5.16 黑龙江省加油站行业发展分析

5.16.1 黑龙江省道路建设现状分析

5.16.2 黑龙江省民用汽车保有量分析

5.16.3 黑龙江省加油站行业现状分析

(1) 黑龙江省加油站数量规模

(2) 黑龙江省加油站行业存在的问题

5.16.4 黑龙江省加油站行业发展预测

5.17 河南省加油站行业发展分析

5.17.1 河南省道路建设现状分析

5.17.2 河南省民用汽车保有量分析

5.17.3 河南省加油站行业现状分析

5.17.4 河南省加油站行业发展规划

第6章：中国不同性质加油站经营企业分析

6.1 国有加油站经营企业分析

6.1.1 国有加油站发展概况

6.1.2 国有加油站主要经营企业分析

(1) 中国石油天然气股份有限公司经营情况分析

(2) 中国石油化工股份有限公司经营情况分析

(3) 中国海洋石油集团有限公司经营情况分析

(4) 陕西延长石油(集团)有限责任公司经营情况分析

(5) 深圳市广聚能源股份有限公司经营情况分析

(6) 中国石化山东泰山石油股份有限公司经营情况分析

(7) 中国航油集团石油有限公司经营情况分析

(8) 中化石油有限公司经营情况分析

6.2 民营加油站经营企业分析

6.2.1 民营加油站发展情况

6.2.2 民营加油站存在的问题

(1) 经营规模小，发展受制多

(2) 地域经营，客户发展受限

(3) 无油可卖，油源混杂

6.2.3 民营加油站发展策略分析

6.2.4 民营加油站重点经营企业分析

- (1) 长联石油控股有限公司经营情况分析
- (2) 南京蓝燕石化储运实业有限公司经营情况分析
- (3) 深圳市庆鹏实业集团有限公司经营情况分析
- (4) 厦门海澳集团有限公司经营情况分析
- (5) 中球冠集团有限公司有限公司经营情况分析
- (6) 江苏川东石油化工有限公司经营分析

6.3 外资加油站经营企业分析

6.3.1 外资加油站发展情况

6.3.2 外资加油站品牌

6.3.3 外资加油站主要经营企业分析

- (1) 英国BP公司分析
- (2) 埃克森美孚石油公司分析
- (3) 荷兰皇家壳牌石油公司分析
- (4) 法国道达尔石油公司分析

第7章：加油站非油品业务分析

7.1 加油站非油品业务概述

7.1.1 加油站非油品业务的定义

7.1.2 加油站非油品业务的意义

7.2 国外加油站非油品业务发展分析

7.2.1 国外加油站非油品业务发展历程

7.2.2 国外加油站非油品业务盈利水平分析

7.2.3 主要国家加油站非油品业务发展分析

- (1) 美国加油站非油品业务发展分析
- (2) 日本加油站非油品业务发展分析
- (3) 英国加油站非油品业务发展分析
- (4) 德国加油站非油品业务发展分析
- (5) 法国加油站非油品业务发展分析
- (6) 意大利加油站非油品业务发展分析

7.2.4 国外加油站非油品业务存在的问题

- (1) 安全问题
- (2) 决策冲突

7.2.5 国外加油站非油品业务发展趋势分析

- (1) 网络化连锁经营
- (2) 提供多种能源补给方案
- (3) 服务更加人性化

7.2.6 国外加油站非油品业务对我国的启示

- (1) 注重品牌塑造
- (2) 因地制宜，量体裁衣
- (3) 科学管理

7.3 中国加油站非油品业务发展分析

7.3.1 中国加油站非油品业务发展概况

- (1) 中国石化集团加油站非油品业务发展概况
- (2) 中国石油集团加油站非油品业务发展概况

7.3.2 中国加油站非油品业务盈利水平分析

7.3.3 中国加油站非油品业务发展难点

7.3.4 中国加油站发展非油品业务的必要性

7.3.5 中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

7.3.6 中国加油站非油品业务发展策略

- (1) 建立非油品运营和管理体系
- (2) 准确定位、合理定价
- (3) 因地制宜，开展特色营销
- (4) 完善考核，充分调动员工的积极性
- (5) 建立配送物流体系，保障商品供应

7.3.7 中国加油站非油品业务发展趋势分析

7.3.8 中国加油站非油品业务市场前景预测

7.4 加油站便利店发展分析

7.4.1 国外站便利店发展现状分析

7.4.2 中国加油站便利店发展分析

- (1) 中国加油站便利店发展现状分析
- (2) 中国加油站便利店典型企业分析
- (3) 中国加油站便利店发展缓慢的原因
- (4) 中国加油站便利店发展策略分析
- (5) 中国加油站便利店发展前景分析

第8章：中国加油站行业投资机会分析（）

8.1 中国加油站行业投资特性

8.1.1 加油站行业进入壁垒分析

8.1.2 加油站行业盈利模式分析

8.1.3 加油站行业盈利因素分析

- (1) 机动车保有量快速增长
- (2) 国民经济的持续稳定发展

8.2 中国加油站行业投资风险

8.2.1 加油站行业政策风险

8.2.2 加油站行业安全风险

- (1) 作业中的安全隐患
- (2) 非作业情况下的安全隐患

8.2.3 加油站行业竞争风险

8.2.4 加油站行业关联行业风险

8.2.5 加油站行业其他风险

- (1) 货款结算过程中的应收账款风险
- (2) 资金停留期间被攻击的风险
- (3) 内部管理风险

8.3 中国加油站行业投资机会

8.3.1 中国公路建设规划分析

- (1) 高速公路建设规划

(2) 二级及以上等级公路建设规划

(3) 农村公路建设规划

8.3.2 中国加油站市场需求预测

(1) 高速公路加油站需求预测

(2) 等级公路加油站需求预测

(3) 农村公路加油站需求预测 ()

其他：

部分图表目录：

图表 1 加油机类型及优缺点分析

图表 2 加油机四大总成及作用

图表 3 加油站机器设备种类

图表 4 加油站行业主要政策汇总

图表 5 2019年GDP初步核算数据

图表 6 GDP同比增长速度

图表 7 GDP环比增长速度

图表 8 全国居民消费价格涨跌幅

图表 9 2019年民消费价格分类别同比涨跌幅

图表 10 2019年民消费价格分类别环比涨跌幅

图表 11 2019年民消费价格主要数据

图表 12 2019年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表 13 2019年全国居民人均消费支出及构成

图表 14 2015-2019年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 15 规模以上工业增加值同比增长速度

图表 16 2019年份规模以上工业生产主要数据

图表 17 钢材日均产量及同比增速

图表 18 水泥日均产量及同比增速

图表 19 十种有色金属日均产量及同比增速

图表 20 乙烯日均产量及同比增速

图表 21 汽车日均产量及同比增速

图表 22 轿车日均产量及同比增速

图表 23 发电量日均产量及同比增速

图表 24 原油加工量日均产量及同比增速

图表 25 固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 26 2019年固定资产投资（不含农户）主要数据

图表 27 全国机动车/汽车保有量

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/277855.html>