

2009-2012年中国加油站产业运行形势及投资前景咨询报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2009-2012年中国加油站产业运行形势及投资前景咨询报告》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/shiyou1101/E547750B67.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-06-23

【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

2009-2012年中国加油站产业运行形势及投资前景咨询报告 内容介绍：

第一章 2008-2009年世界加油站产业运行形势分析

第一节 2008-2009年世界加油站产业发展综述

- 一、世界加油站产业特点分析
- 二、世界主要地区加油站管理分析
- 三、世界加油站非油品销售经验借鉴

第二节 2008-2009年世界各国加油站产业现状分析

- 一、欧洲
- 二、美国
- 三、德国
- 四、日本

第三节 2009-2012年世界加油站产业发展趋势分析

第二章 2008-2009年中国加油站产业运行环境分析

第一节 2008-2009年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数
- 三、财政收支状况
- 四、存贷款利率变化

第二节 2008-2009年中国加油站产业政策环境分析

- 一、加油站发展政策环境分析
- 二、加油站行业税收管理现状及措施
- 三、加油站建设相关规定

第三节 2008-2009年中国加油站产业发展社会环境分析

第三章 2008-2009年中国加油站行业运行状况分析

第一节 2008-2009年中国加油站发展概况

- 一、中国加油站数量明显偏多
- 二、中国加油站进入总量过剩时期
- 三、中国外资加油站建设数量概况
- 四、外资加油站加快进军中国行动步伐

第二节 2008-2009年中国加油站行业面临的问题及建议

- 一、加油站便利店建设亟待提速
- 二、加油站定期盘点有弊端
- 三、中国加油站石油渗漏污染问题需引起重视
- 四、国道加油站消费需求透视与对策
- 五、小加油站改革应注意的问题

第三节 2008-2009年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

第四章 2008-2009年中国民营加油站产业动态分析

第一节 2008-2009年中国民营加油站发展综述

- 一、中国民营加油站的艰难选择
- 二、石油巨头发力终端民营加油站处境堪忧
- 三、民营加油站价格走势分析
- 四、国内部分省市民营加油站分析

第二节 2008-2009年中国各大油企民营加油站发展现状分析

- 一、中国石油缩编民营加油站
- 二、中海油洽谈收购广东民营油站
- 三、中化与道达尔合资布局民营加油站

第三节 2008-2009年中国民营加油站发展策略分析

- 一、中国民营油企生存与发展战略剖析
- 二、加油站是无效市场民企需正视新政策
- 三、民营加油站以降价来寻发展
- 四、民营加油站油荒问题的解决之道
- 五、民营加油站呼唤平等地位

第五章 2008-2009年中国加油站经营管理策略分析

第一节 2008-2009年中国加油站连锁经营分析

- 一、中国加油站连锁经营模式及策略
- 二、加油站连锁经营管理的优势
- 三、加油站连锁经营面临的问题分析
- 四、加油站连锁经营的有效措施

第二节 2008-2009年中国加油站特许经营及存在的问题

- 一、加油站特许经营探究
- 二、加油站特许经营的相关规定
- 三、中国加油站特许经营现状
- 四、加油站特许经营遭遇尴尬
- 五、加油站特许经营存在的问题

第三节 2008-2009年中国发展加油站特许经营的建议

- 一、浅谈发展加油站特许经营战略
- 二、加强对特许经营加油站的监管
- 三、加油站特许经营承待规范管理
- 四、发展加油站特许经营的新思路

第四节 2008-2009年中国加油站经营管理策略分析

- 一、加强油站的资金管理
- 二、解析加油站资金风险防范要点
- 三、中国加油站管理要面向未来
- 四、提高加油站经营管理水平

第六章 2008-2009年中国加油站市场营销策略研究

第一节 2008-2009年加油站营销管理及营销策略

- 一、国内外成品油营销管理探究
- 二、加油站运营及营销模式剖析
- 三、浅析加油站营销策略
- 四、解析社会加油站的营销策略
- 五、实施名牌加油站扩张策略

第二节 2008-2009年中国成品油销售企业市场占有率分析

- 一、对成品油市场占有率的认识过程
- 二、市场占有率增长空间集中在小额用户
- 三、提高市场占有率的措施
- 四、提高市场占有率应注意的问题

第三节 2008-2009年中国加油站顾客满意度测评探究

- 一、测评意义及目的
- 二、测评指标体系的建立
- 三、测评方法

四、实践中应注意的若干问题

第四节 2008-2009年中国加油站用户忠诚度培养分析

一、加油站培养用户忠诚度的功能

二、加油站用户忠诚度的培育手段

第五节 2008-2009年中国市场催生自助式加油站

一、自助式加油站的特点及功效

二、建立自助式加油站的必然性

三、正视现实把握时机

第六节 2008-2009年中国科学营建加油站销售网络

一、加油站销售网络发展战略

二、加油站销售网络实施策略

三、加油站销售网络建设与创新

第七节 2008-2009年中国整治低效加油站提高销售业竞争力

一、低效加油站成因解析

二、低效加油站的消极影响不可小视

三、整治低效加油站提高经营效益

第八节 2008-2009年中国提高加油站销售能力的措施和方法

一、提高加油站油品销量的策略

二、加油站可采取的促销策略

三、加油站提高创效力分析

四、加油站提高销售竞争力战略

五、提高成品油终端销售能力的方法

第七章 2008-2009年中国加油站产业市场竞争格局分析

第一节 2008-2009年国内外加油站的竞争现状分析

一、国内外巨头抢滩加油站市场竞争加剧

二、市场开放多方资本角力加油站

三、跨国巨头在华成品油零售渠剖析

四、合资加油站勾画战略图外资意在市场链

五、俄石油公司计划在中国设加油站

第二节 2008-2009年中国提高加油站竞争能力的对策

一、加油站挺立潮头的战略方法

二、有效提升加油站竞争力的建议

三、中国加油站行业竞争的新思路

第三节 2008-2009年实行顾客满意战略以提升加油站竞争力

一、顾客满意战略概述

二、顾客满意战略的内容

三、加油站的产品属性与顾客满意分析

四、加油站实施顾客满意战略的内容

五、实施顾客满意战略的定位点

第八章 2008-2009年中国三大石油企业态势分析及竞争力分析

第一节 中国石油化工股份有限公司

一、公司概况

二、公司主要财务指标分析

三、公司盈利能力及偿债能力分析

四、公司成长能力

五、公司经营效率

六、公司竞争力分析

第二节 中国石油天然气股份有限公司

一、公司概况

二、公司主要财务指标分析

三、公司盈利能力及偿债能力分析

四、公司成长能力

五、公司经营效率

六、公司竞争力分析

第三节 中海油

一、公司概况

二、公司主要财务指标分析

三、公司盈利能力及偿债能力分析

四、公司成长能力

五、公司经营效率

六、公司竞争力分析

第九章 2008-2009年中国油品市场运行动态分析

第一节 成品油市场

一、中国成品油市场供销情况分析

二、2008年中国成品油进出口数据分析

三、中国成品油价格改革分析

四、国内成品油价格改革方向分析

第二节 汽油市场

一、中国汽车汽油生产与消费分析

二、2008年中国汽油进出口现状

三、2008年第一季度汽油机增速首次低于柴油机

第三节 柴油市场

一、中国柴油供需状况回顾

二、中国柴油进出口特点分析

三、开放背景下中国柴油市场发展展望

第四节 燃料油市场

一、近年中国燃料油市场变化回顾

二、中国燃料油行业发展策略

三、2008年国内外燃料油价格分析及发展走势

四、未来中国燃料油市场分析

第十章 2008-2009年中国加油站非油品业务市场走势分析

第一节 2008-2009年中国加油站非油品市场现状分析

一、非油品业务成为中国加油站赢利新亮点

二、中国加油站非油品业务大有作为

三、对中国加油站非油品服务的思考

四、非油品业务成为国内加油站的新发展趋势

五、中国加油站餐饮业务运营分析

第二节 2008-2009年中国加油站便利店运行分析

一、加油站便利店提供的商品分析

二、便利店在加油站的地位与作用

三、中国加油站便利店的盈利模式分析

四、加油站便利店成为投资热点

五、阻碍国内加油站便利店发展的因素

第三节 2008-2009年中国非油品业务发展的的问题及策略

一、中国加油站非油品业务存在的问题分析

二、加油站非油品业务的战略布局

三、非油品业务需因地制宜

第四节 2008-2009年中国两大企业加油站非油品发展分析

一、中油BP

二、中石化

第十一章 2009-2012年中国加油站产业发展前景预测分析

第一节 2009-2012年中国加油站产业发展展望分析

一、2009年中国加油站将面临改造

二、从成品油零售市场变化看加油站的发展力

三、未来两大集团仍将主导加油站市场

四、农村石油终端销售市场潜力大

第二节 2009-2012年中国各地区加油站发展规划分析

一、2005-2010年上海市加油站行业发展规划

二、2010年河北省加油站行业发展规划

三、2010年湖北省水上加油站行业发展规划

四、其他地区

第三节 2009-2012年中国加油站产业市场盈利预测分析

第十二章 2009-2012年中国加油站产业投资机会与风险分析

第一节 2009-2012年中国加油站投资形势分析

一、社会资金积极投资加油站

二、政策出台投资加油站门槛将降低

第二节 2009-2012年中国加油站产业投资机会分析

第三节 2009-2012年中国加油站产业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、进入退出风险

四、原料风险

第四节 专家投资建议

第十三章 金融危机对加油站产业的影响及企业应对策略分析

第一节 金融危机对加油站产业的影响

一、2009年金融危机对中国实体经济的影响基本面分析

二、金融危机对中国加油站产业的传导机制

第二节 我国加油站产业应对金融危机的主要策略探讨

