

2011-2015年中国加油站行业建设态势及“十二五”投资价值研究报告

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

《2011-2015年中国加油站行业建设态势及“十二五”投资价值研究报告》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/shiyou1103/6038271Z84.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-03-26

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国加油站行业建设态势及“十二五”投资价值研究报告》共十四章。首先介绍了中国加油站行业的概念，接着分析了中国加油站行业发展环境，然后对中国加油站行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国加油站行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国加油站行业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。

近年来，随着中国国民经济的快速发展、交通基础设施的不断改善和机动车保有量的快速增加，加油站已成为民众生活中不可或缺的一部分。在中国，加油站经历了一个由少到多、由分散经营到规模经营、由单一经济成分向多种经济成分、由经验型管理向专业化管理、由单品种经营向多种经营转化的发展过程。石油、石化两大集团在国内南北地区形成各自的加油站分销网络后，开始相互渗透，双方在竞争中加强联合，相互促进，共同提高。近年来，国外跨国石油公司通过各种途径进入国内成品油零售市场，与各地方、中国石油合资经营的加油站相继在国内亮相，目前世界几大石油公司在中国都有加油站。社会各业加油站经过十几年的竞争，也已成为国内加油站的一支重要的组成部分。

第一章 “十一五”期间国际加油站发展形势透析

第一节 “十一五”期间美国加油站发展概况

- 一、美国加油站各发展阶段回顾
- 二、美国加油站技术应用状况
- 三、美国加油站发展特点
- 四、美国加油站的经营策略
- 五、美国加油站与便利店结合的趋势

第二节 “十一五”期间欧洲加油站发展概况

- 一、欧洲加油站发展经验
- 二、欧洲加油站经营管理模式分析
- 三、欧洲加油站的安全工作
- 四、欧洲加油站便利店业务发展特点

第三节 “十一五”期间英国加油站发展概况

- 一、英国加油站建设与经营概况

二、英国加油站的管理与审批

三、英国加油站竞争情况分析

四、英国加油站将推行预付款方式

第四节 “十一五”期间德国加油站发展概况

一、德国加油站发展经验借鉴

二、德国加油站的配套服务及启示

三、德国加油站在有序竞争中谋发展

第五节 “十一五”期间日本加油站发展概况

一、日本乡村加油站面临困境

二、日本加油站大力推广生物燃油销售

三、日本加油站服务质量表现出色

四、日本加油站汽车维修业务发展迅速

五、日本防灾型加油站建设成就

第二章“十一五”期间中国加油站发展环境及政策回顾

第一节 2006年中国实体经济及货币信贷环境回顾

一、2006年中国农业发展回顾

二、2006年中国工业和建筑业发展回顾

三、2006年中国固定资产投资发展回顾

四、2006年中国国内贸易发展回顾

五、2006年中国对外经济发展回顾

六、2006年中国交通、邮电和旅游发展回顾

七、2006年中国教育和科学技术发展回顾

八、2006年中国文化、卫生和体育发展回顾

九、2006年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾

十、2006年中国资源、环境和安全生产发展回顾

十一、2006年中国货币信贷环境发展回顾

第二节 2007年中国实体经济及货币信贷环境回顾

一、2007年中国农业发展回顾

二、2007年中国工业和建筑业发展回顾

三、2007年中国固定资产投资发展回顾

四、2007年中国国内贸易发展回顾

- 五、2007年中国对外经济发展回顾
- 六、2007年中国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2007年中国教育和科学技术发展回顾
- 八、2007年中国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2007年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2007年中国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2007年中国货币信贷环境发展回顾

第三节 2008年中国实体经济及货币信贷环境回顾

- 一、2008年中国农业发展回顾
- 二、2008年中国工业和建筑业发展回顾
- 三、2008年中国固定资产投资发展回顾
- 四、2008年中国国内贸易发展回顾
- 五、2008年中国对外经济发展回顾
- 六、2008年中国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2008年中国教育和科学技术发展回顾
- 八、2008年中国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2008年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2008年中国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2008年中国货币信贷环境发展回顾

第四节 2009年中国实体经济及货币信贷环境回顾

- 一、2009年中国农业发展回顾
- 二、2009年中国工业和建筑业发展回顾
- 三、2009年中国固定资产投资发展回顾
- 四、2009年中国国内贸易发展回顾
- 五、2009年中国对外经济发展回顾
- 六、2009年中国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2009年中国教育和科学技术发展回顾
- 八、2009年中国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2009年中国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2009年中国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2009年中国货币信贷环境发展回顾

第三章 “十一五”期间中国成品油市场发展状况综述

第一节 “十一五”期间中国成品油市场分析

- 一、2008年国内成品油产销情况
- 二、2008年国内成品油市场变化原因探析
- 三、2009年中国成品油供需情况
- 四、稳定国内成品油市场的对策

第二节 “十一五”期间中国汽油市场发展状况

- 一、汽车产业汽油消费量增长迅速
- 二、中国大规模推广乙醇汽油
- 三、中国汽柴油市场供需特点
- 四、2008年中国汽油产量再创新高
- 五、2008年中国汽油表观消费量增长情况
- 六、2009年中国汽油表观消费情况

第三节 “十一五”期间中国柴油市场发展状况

- 一、2008年中国柴油消费量增幅“先增后减”
- 二、2009上半年中国柴油产量微幅下跌
- 三、国内柴油市场需求低迷将持续
- 四、生物柴油行业遭遇挫折

第四节 “十一五”期间中国燃料油市场发展状况

- 一、中国燃料油行业发展迅猛
- 二、中国燃料油表观消费量分析
- 三、2008年国内燃料油消费情况

第四章 “十一五”期间中国加油站行业运行态势分析

第一节 “十一五”期间中国加油站行业发展概况

- 一、中国加油站行业发展综述
- 二、中国加油站发展特点
- 三、中国加油站行业将进入质量提升阶段

第二节 “十一五”期间中国加油站的布局

- 一、国外加油站布局特点
- 二、中国加油站布局现存的问题
- 三、加油站合理布局要点分析

四、加油站选址建议

第五章 “十一五”期间国内外加油站经营模式探析

第一节 “十一五”期间加油站经营模式概述

一、全资（租赁）加油站

二、控股加油站

三、参股加油站

四、特许经营加油站

五、国外加油站经营模式发展特点

六、加油站经营模式选择建议

第二节 “十一五”期间加油站连锁经营

一、加油站连锁经营的必备条件

二、加油站连锁经营的几种形式

三、加油站连锁经营优势与不足之处

四、加油站连锁经营发展策略

五、加油站连锁经营控制与整合建议

第三节 “十一五”期间加油站特许经营发展状况

一、加油站特许经营的特征

二、中国加油站特许经营发展现状

三、对加油站特许经营模式的思考

四、加油站特许经营存在的不足

五、加油站特许经营发展的阻碍

第六章 “十一五”期间中国加油站内部管理剖析

第一节 “十一五”期间中国加油站管理概述

一、加油站管理者应具备的素质

二、中国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探讨

五、国内加油站管理发展方向

第二节 “十一五”期间中国加油站安全管理

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 “十一五”期间中国加油站财务管理

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、加强加油站资金管理的思路

五、加油站资金风险防控办法

第四节 “十一五”期间中国加油站的信息化管理

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、加油站信息管理系统推广阻碍及解决思路

五、促进加油站信息化管理发展的设想

第五节 “十一五”期间中国自助式加油站的管理

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

第七章 “十一五”期间国内外非油品业务市场分析

第一节 “十一五”期间非油品业务发展概况

一、加油站产异化竞争催生多元化经营

二、国内外加油站非油品业务现状

三、非油品业务经营模式分析

四、加油站非油品业务配送模式的选择

第二节 “十一五”期间国外加油站非油品业务发展借鉴

一、韩国加油站非油业务发展迅速

二、南非加油站非油业务突出一体化服务

三、意大利加油站非油品业务注重人性化

四、加拿大加油站非油业务彰显实惠

第三节 “十一五”期间加油站便利店

- 一、加油站便利店的特点
- 二、加油站便利店的服务内容
- 三、中国加油站便利店发展环境分析
- 四、中国加油站便利店发展现状
- 五、中国加油站便利店发展缓慢原因分析
- 六、中国加油站便利店发展思路
- 七、对加油站便利店经营的思考

第四节 “十一五”期间加油站经营汽车维修保养业务分析

- 一、国内加油站发展汽车服务业务前景看好
- 二、加油站经营汽车服务的定位分析
- 三、加油站汽车服务业务详解
- 四、加油站开展汽车服务业务销售策略

第八章 “十一五”期间外资及民营加油站运行动态分析

第一节 “十一五”期间外资加油站

- 一、外资石油公司在中国广建加油站
- 二、国有和外资加油站各具优势
- 三、国有和外资加油站全方位比较
- 四、国际石油巨头加紧在华加油站布局

第二节 “十一五”期间民营加油站生存状况

- 一、民营油企发展大事记
- 二、民营油企发展状况回顾
- 三、2008年末民营加油站短期利好已终结
- 四、成品油零售价上调扭转民营加油站颓势
- 五、民营加油站在夹缝中生存

第三节 “十一五”期间国内部分民营加油站发展状况

- 一、重庆民营加油站迎来黄金期
- 二、上海民营加油站保持价格优势
- 三、深圳民营加油站经营灵活
- 四、北京民营加油站降价促销最有力

第九章 “十一五”期间三大国有油企及其加油站建设分析

第一节 “十一五”期间石油化工股份有限公司

- 一、中国石油化工股份有限公司简介
- 二、2008年中石化生产经营情况
- 三、中石化统一下属炼厂成品油价格
- 四、中石化规范旗下特许加油站经营
- 五、中石化加油站管理和服务水平大幅提升
- 六、中石化非油品业务发展迅速
- 七、中石化创新加油站营销模式

第二节 “十一五”期间石油天然气股份有限公司

- 一、中国石油天然气股份有限公司简介
- 二、2008年中石油业绩下滑
- 三、中石油销售业务信息化建设步入新阶段
- 四、中石油加快建立和完善销售体系
- 五、中石油加油站明确非油品业务发展规划

第三节 “十一五”期间海洋石油总公司

- 一、中国海洋石油总公司简介
- 二、中海油盈利实现连续8年增长
- 三、中海油立足珠三角进军成品油市场
- 四、中海油联合民营油企布局内陆市场
- 五、中海油加强与中石化合作关系

第十章 “十一五”期间中国加油站行业市场竞争分析

第一节 “十一五”期间中国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

第二节 “十一五”期间中国加油站行业竞争格局

- 一、加油站行业竞争日益激烈
- 二、国内石油行业形成“三足鼎立”竞争格局
- 三、加油站行业竞争体现立体化

第三节 “十一五”期间中国三大国有加油站的内部竞争

- 一、中石化与中石油大打价格战
- 二、中石化与中石油角力加油站网络建设和信息化管理
- 三、中石化与中石油加紧向对方销售区渗透
- 四、三大国有油企抢夺广东市场

第十一章 “十一五”期间中国加油站营销策略分析

第一节 “十一五”期间中国加油站行业营销概述

- 一、加油站市场营销环境分析
- 二、提高加油站销量的关键因素
- 三、加油站营销中的八大关系分析
- 四、加油站营销加速升级
- 五、加油站“俱乐部”式营销理念
- 六、加油站创新营销发展思路

第二节 “十一五”期间中国加油站营销策略

- 一、加油站分时段销售控制
- 二、加油站折扣销售策略研究
- 三、加油站多种营销策略并举
- 四、国道加油站消费需求与营销策略
- 五、社会加油站成功营销策略

第三节 “十一五”期间中国加油站服务式营销

- 一、对加油站服务式营销的内涵
- 二、加油站服务式营销的特点
- 三、提升加油站销量的同时加强服务
- 四、提高加油站服务质量的途径

第四节 “十一五”期间中国加油站客户满意度的提高

- 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

第五节 “十一五”期间中国加油站营销发展建议

- 一、加油站营销建议
- 二、整治低效加油站提高经营效益
- 三、加油站需培育专业营销人员

第十二章 “十一五”期间国内外成品油价格分析

第一节 “十一五”期间国际油价运行状况

- 一、2008年国际油价走势分析
- 二、国际油价大幅下跌带来的影响
- 三、国际原油及成品油市场定价机制分析
- 四、2009年上半年国际油价运行情况
- 五、国际油价上涨加大中国油价上调压力

第二节 “十一五”期间成品油价格调整状况

- 一、中国成品油价格调整及税费改革历程
- 二、国内外成品油价格比较分析
- 三、中国成品油价格相关问题详解
- 四、中国成品油价格调控趋势
- 五、国内成品油价格调整将更灵活
- 六、中国须积极应对国际油价上涨压力

第三节 “十一五”期间中国成品油价格管理与形成机制分析

- 一、中国油价调整由政府管理与市场调节同时进行
- 二、对中国成品油定价机制改革的思考
- 三、油价症结在于缺乏公平竞争机制
- 四、成品油定价机制市场化有待进一步发展
- 五、成品油价格市场化有赖于竞争主体多元化
- 六、成品油价格市场化尚需配套政策
- 七、成品油定价机制将在微调中趋于完善

第四节 “十一五”期间油价国际接轨分析

- 一、油价与国际接轨结果与消费者期望相反
- 二、中国油价未与国际接轨的原因分析
- 三、中国应主动影响国际油价调整

第十三章 “十二五”期间中国加油站行业面临的问题及对策

第一节 “十二五”期间中国加油站环保问题

- 一、加油站对环境的污染
- 二、国外环保型加油站取得长足发展
- 三、中国提高加油站环保要求

四、建设安全环保加油站是必然趋势

五、加油站实施油气回收势在必行

第二节 “十二五”期间中国加油站油品质量问题

一、加油站油品质量亟需提高

二、加油站油品升级障碍及对策

三、解决加油站油品数量与质量问题的建议

第三节 “十二五”期间中国加油站行业发展对策

一、中国加油站发展策略与重点

二、中国加油站建设和发展建议

三、创新型加油站改造分析

第四节 加油站特许经营发展对策

一、加油站特许经营发展战略

二、特许经营加油站规范方法

三、加油站特许经营指导原则和规范程序

四、加油站特许经营应向标准化方向发展

第五节 “十二五”期间中国非油品业务存在的问题及对策

一、中国加油站非油业务相比国外的差距

二、国内加油站非油品业务现存问题

三、对加中国油站非油品业务的思考

四、加油站非油品业务发展建议

五、非油品服务项目需因地制宜

六、加油站非油品业务经营策略

七、加油站非油业务经营风险与防范对策

第六节 “十二五”期间中国民营加油站存在的问题及对策

一、民营油企难合资格审批要求

二、对民营加油站受垄断之苦的思考

三、中国加油站网创新民营加油站发展模式

四、民营加油站不可寄希望于减税政策

五、民营加油站结盟寻找新油源

第七节 “十二五”期间中国提高加油站竞争力的策略

一、加油站竞争思路转变

二、全面提高加油站竞争能力的策略

三、提升加油站竞争力的举措

四、提高加油站创效能力的建议

第十四章 “十二五”期间国内外加油站行业投资分析

第一节 “十二五”期间加油站行业投资分析

一、加油站用地投资与收益分析

二、加油站投资可行性分析

三、加油站行业投资策略

第二节 “十二五”期间国外加油站行业发展趋势分析

一、加油站单站规模大型化与网络布局合理化趋势

二、加油站服务综合化与品牌多元化趋势

三、加油站设备设施自动化与加油服务自助化趋势

四、国外加油站的健康安全环保趋势

第三节 “十二五”期间中国加油站的变化趋势

一、加油站行业掀起“绿色革命”

二、加油站的信息化潮流

三、加油站向非油业务转型

第四节 “十二五”期间国内部分地区加油站发展规划

一、2005-2010年上海市加油站行业发展规划

二、2006-2010年安徽省加油站行业发展规划

三、海南省加油站行业“十一五”发展规划

四、2007-2015年山东省加油站及仓储油库发展规划

图表名称：部分

图表 十二五规划重点政策倾斜内容预测

图表 2010年部分中央领导人在省部级干部贯彻科学发展观加快经济发展方式转变研讨班的讲话

图表 城镇化和战略性新兴产业是加快转变经济发展方式的重点

图表 房地产投资需求拉动多个行业发展

图表 中国区域发展阶段差异概况

图表 金融危机以来中国出台的区域规划

图表 2008年我国各省城市化率与人均GDP的对数曲线关系

图表 城市化进程的三个阶段

图表 不同城市化阶段及其特征

图表 2010-2015我国城市化水平预测

图表 国家战略性战略格局维度布局

图表 2010-2015各省城市化率变化情况

图表 “十二五”时期各省市城市化率变动及城市化带动的投资空间分布

图表 美国经济刺激计划中的绿色投资

图表 主要国家经济刺激计划中的绿色投资

图表 主要耗能设施的生命周期

图表 不同领域对减排的贡献

图表 “十一五”各行业营收增长

图表 “十一五”各行业盈利增长

图表 “十一五”各行业ROE提升

图表 “十一五”各行业市场表现

图表 “十二五”规划预期重点及措施

图表 历次五年规划主要任务目标及实现情况

图表 “一五”至“十一五”中国经济发展

图表 “十二五”时期战略性新兴产业七大领域

图表 2020年电源预计规模

图表 低碳技术创新和应用的路线图

图表 动力电池成本的国际比较

图表 我国动力电池技术与国际水平比较

图表 中国90年代以来城镇居民家庭消费支出结构变化趋势

图表 略

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/shiyou1103/6038271Z84.html>