2023-2029年中国加油站产业发展现状与投资方向研究报告

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

《2023-2029年中国加油站产业发展现状与投资方向研究报告》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.cction.com/report/202306/372890.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国加油站产业发展现状与投资方向研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

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，加油站已成为人们生活中不可或缺的一部分。2010-2021年，中国的加油站数量波动上升。根据中国石油流通协会发布的《中国石油流通行业发展蓝皮书（2021-2022）》，截止2021年底，中国加油站总数约为10.76万座。

从经营模式上看，中国加油站主要有连锁经营和特许经营等模式。从营销策略上看，中国加油站主要利用非油品等产品打开市场。近几年，以便利店为代表的非油业务发展迅猛。中石化易捷已成为不次于“7-eleven”的存在。易捷售卖的“赖茅”等特许商品口碑、销量逐年稳步上升，这使得中石化零售终端产品线得以跨界延伸。近年来，受到新能源的冲击，加油站纷纷开展换电、加氢等业务，此类新业务覆盖范围将逐渐加大。

根据《“十四五”现代能源体系规划》等政策，到2025年，新能源车新车销量占比达20%左右，保守估计2022-2027年间燃油汽车的渗透率为80%，我国燃油车辆增量空间为1.01亿辆。根据2021年中国加油站密度2807辆/座估算，到2027年中国加油站需求为35981座。若以2021年重庆市加油站密度10360辆/座估算，则到2027年中国加油站需求为9749座。

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
1.1.3 加油站行业所属国民经济行业分类
1.1.4 本报告研究范围界定说明

1.1.5 本报告数据来源及统计标准说明
1.2 加油站行业政策环境分析
1.2.1 加油站行业监管体系及机构介绍
1.2.2 加油站行业标准体系建设现状
（1）标准体系建设
（2）现行标准汇总
1.2.3 加油站行业发展相关政策规划汇总及解读
1.2.4 “十四五”规划对加油站行业发展的影响分析
1.2.5 “碳中和、碳达峰”战略的提出对加油站行业的影响分析
（1）传统加油站发展面临挑战
（2）传统加油站转型部署新能源业务
（3）“加油（加气）+N”的商业新模式是大势所趋
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 加油站行业消费环境分析
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）汽油量表观消费量分析

（3）汽油进出口分析
（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
（1）油库建设情况
（2）油库地域布局
（3）各地油库详情
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）国外加油站发展现状
（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）自有他营为加油站的主流经营模式

（2）自动化、信息化程度高
（3）加油站多功能化
（4）油品销售业务与非油品销售业务并重
（5）重视企业文化建设，以优质服务占领市场
（6）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的追求
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
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
（3）加油计量合格率仍有提升空间
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
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）传统非油品业务增长
（3）发展创新非油经济
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
5.1.3 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
5.1.4 北京市加油站行业发展规划
5.1.5 北京市加油站行业发展预测
（1）道路建设规划
（2）汽车保有量预测
（3）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 天津市汽车保有量分析
5.2.3 天津市加油站发展现状
5.2.4 天津市加油站行业发展规划
5.2.5 天津市加油站行业发展预测
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）汽车保有量预测
（3）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 重庆市汽车保有量分析
5.4.3 重庆市加油站行业现状分析
5.4.4 重庆市加油站行业发展规划
5.4.5 重庆市加油站行业发展预测
（1）道路建设规划
（2）汽车保有量预测
（3）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
（1）能源规划
（2）汽车保有量预测
（3）加油站需求预测
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 江苏省汽车保有量分析
5.6.3 江苏省加油站行业现状分析
5.6.4 江苏省加油站行业发展规划
5.6.5 江苏省加油站行业发展预测
（1）汽车保有量预测
（2）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 浙江省汽车保有量分析

5.7.3 浙江省加油站行业现状分析
5.7.4 浙江省加油站行业存在的问题
5.7.5 浙江省加油站行业发展规划
5.7.6 浙江省加油站行业发展预测
（1）道路建设规划
（2）汽车保有量预测
（3）加油站需求预测
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政策规划
5.8.5 山东省加油站行业发展预测
（1）道路建设规划
（2）汽车保有量预测
（3）加油站需求预测
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 河北省汽车保有量分析
5.9.3 河北省加油站行业现状分析
5.9.4 河北省加油站行业发展规划
5.9.5 河北省加油站行业发展预测
（1）道路建设规划
（2）汽车保有量预测
（3）加油站需求预测
5.10 河南省加油站行业发展分析
5.10.1 河南省道路建设现状分析
5.10.2 河南省汽车保有量分析
5.10.3 河南省加油站行业现状分析
5.10.4 河南省加油站行业发展规划
（1）新建城区（工业园区、产业聚集区）加油站
（2）公路沿线加油站

（3）乡镇（农村）加油站
（4）加油站的搬迁
5.10.5 河南省加油站行业发展预测
（1）道路建设规划
（2）汽车保有量预测
（3）加油站需求预测
5.11 辽宁省加油站行业发展分析
5.11.1 辽宁省道路建设现状分析
5.11.2 辽宁省汽车保有量分析
5.11.3 辽宁省加油站行业现状分析
5.11.4 辽宁省加油站行业发展政策规划
5.11.5 辽宁省加油站行业发展预测
（1）汽车保有量预测
（2）加油站需求预测

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）中国航油集团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
6.3 外资加油站经营企业分析
6.3.1 外资加油站发展情况
（1）20世纪80年代至90年代
（2）20世纪90年代-2015年
（3）2015年以来-至今
6.3.2 外资加油站品牌

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
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

图表目录

图表1：加油站组成图
图表2：加油机类型及优缺点分析
图表3：加油机四大组成及作用
图表4：加油站机器设备种类

图表5：加油站行业国民经济分类
图表6：本报告加油站行业研究范围界定
图表7：本报告权威数据资料来源汇总
图表8：加油站行业主管部门
图表9：截至2022年中国加油站行业标准体系建设（单位：项）
图表10：截至2022年加油站行业相关国家标准汇总
图表11：截至2022年加油站行业相关行业标准汇总
图表12：截至2022年加油站行业相关地方标准汇总
图表13：截至2021年加油站行业主要政策汇总
图表14：“十四五”规划涉及加油站行业发展影响分析
图表15：截止2022年中国加油站转型部署新能源业务案例
图表16：2016-2021年美国国内生产总值变化趋势图（单位：万亿美元，%）
图表17：2018-2021年欧元区GDP季度同比变化（单位：%）
图表18：2009-2021年日本GDP变化情况（单位：%）
图表19：2010-2021年俄罗斯GDP同比增速走势（单位：%）
图表20：2010-2021年巴西GDP同比增速走势（单位：%）
图表21：2010-2020年印度GDP同比增速走势（单位：%）
图表22：2022-2023年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）
图表23：2010-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表24：2010-2022年中国全部工业增加值及增速（单位：万亿元，%）
图表25：2019-2022年中国CPI变化情况（单位：%）
图表26：部分国际机构对2022年中国GDP增速的预测（单位：%）
图表27：2022年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）
图表28：2014-2021年中国机动车保有量变化（单位：亿辆）
图表29：2010-2021年汽车行业产销量变化（单位：万辆，%）
图表30：2014-2021年中国新能源汽车产销量变化（单位：万辆，%）

详细请访问：http://www.cction.com/report/202306/372890.html