

2011-2015年中国加油站行业运行态势及投资前景研究报告

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

《2011-2015年中国加油站行业运行态势及投资前景研究报告》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/201108/73575.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

目录

第一章 中国加油站行业发展环境 1

第一节 加油站行业及属性分析 1

一、行业定义 1

二、国民经济依赖性 1

三、经济类型属性 2

四、行业周期属性 2

第二节 经济发展环境 3

一、中国经济发展阶段 3

二、2005-2009年中国经济发展状况 4

三、经济结构调整 6

四、国民收入状况 7

第三节 政策发展环境 7

一、产业振兴规划 7

二、产业发展规划 14

三、行业标准政策 16

四、市场应用政策 17

五、财政税收政策 19

第四节 社会发展环境 20

一、中国人口规模 20

二、分年龄结构 20

三、分学历结构 20

四、分地区结构 21

五、消费观念 23

第五节 投融资发展环境 25

一、金融开放 25

二、金融财政政策 26

三、金融货币政策 28

四、外汇政策 33

五、银行信贷政策 40

六、股权债券融资政策 41

第二章 中国加油站行业发展现状 52

第一节 中国加油站行业发展概况 52

一、中国加油站行业发展综述 52

二、中国加油站发展特点 53

三、我国加油站行业将进入质量提升阶段 54

第二节 加油站的布局 55

一、国外加油站布局特点 55

二、我国加油站布局现存的问题 59

三、加油站合理布局要点分析 60

四、加油站选址建议 61

第三节 加油站环保问题 62

一、加油站对环境的污染 62

二、国外环保型加油站取得长足发展 63

三、我国提高加油站环保要求 65

四、建设安全环保加油站是必然趋势 70

五、加油站实施油气回收势在必行 71

第四节 加油站油品质量问题 72

一、加油站油品质量亟需提高 72

二、加油站油品升级障碍及对策 73

三、解决加油站油品数量与质量问题的建议 75

第五节 加油站行业发展对策 76

一、我国加油站发展策略与重点 76

二、中国加油站建设和发展建议 79

三、创新型加油站改造分析 81

第三章 中国加油站行业经济运行分析 83

第一节 2006-2010年中国加油站行业经济规模 83

一、2006-2010年加油站行业企业数量 83

一、2006-2010年加油站行业资产规模 83

三、2006-2010年加油站行业收入规模 83

四、2006-2010年加油站行业产值规模 84

五、2006-2010年加油站行业利润规模 84

第二节 2006-2010年中国加油站行业区域结构	84
一、2006-2010年中国加油站行业企业区域结构	84
二、2006-2010年中国加油站行业资产区域结构	85
三、2006-2010年中国加油站行业收入区域结构	85
四、2006-2010年中国加油站行业产值区域结构	86
五、2006-2010年中国加油站行业利润区域结构	86
第三节 2006-2010年中国加油站行业规模结构	87
一、2006-2010年中国加油站行业企业规模结构	87
二、2006-2010年中国加油站行业资产规模结构	87
三、2006-2010年中国加油站行业收入规模结构	87
四、2006-2010年中国加油站行业产值规模结构	88
五、2006-2010年中国加油站行业利润规模结构	88
第四节 2006-2010年中国加油站行业控股结构	88
一、2006-2010年中国加油站行业企业控股结构	88
二、2006-2010年中国加油站行业资产控股结构	89
三、2006-2010年中国加油站行业收入控股结构	90
四、2006-2010年中国加油站行业产值控股结构	90
五、2006-2010年中国加油站行业利润控股结构	91
第四章 中国加油站经营与成品油市场分析	92
第一节 加油站发展现状	92
一、加油站数量情况	92
二、民营加油站数量情况	92
三、加气站情况	92
第二节 非油品业务发展情况	93
一、非油品业务现状	93
二、非油品业务存在的问题	94
三、中油BP非油品业务情况	95
第三节 成品油市场发展状况	97
一、成品油供应情况	97
二、成品油进出口情况	97
三、成品油销售、消费情况	100
四、成品油价格情况	103

第五章 外资及民营加油站发展分析 106

第一节 外资加油站 106

- 一、 外资石油公司在我国广建加油站 106
- 二、 国有和外资加油站各具优势 106
- 三、 国有和外资加油站全方位比较 107
- 四、 国际石油巨头加紧在华加油站布局 113

第二节 民营加油站生存状况 113

- 一、 民营油企发展大事记 113
- 二、 民营油企发展状况回顾 114
- 三、 成品油零售价上调扭转民营加油站颓势 115
- 四、 民营加油站在夹缝中生存 115

第三节 国内部分民营加油站发展状况 116

- 一、 重庆民营加油站迎来黄金期 116
- 二、 上海民营加油站保持价格优势 118
- 三、 深圳民营加油站经营灵活 119
- 四、 北京民营加油站降价促销最有力 120

第四节 民营加油站存在的问题及对策 120

- 一、 民营油企难合资格审批要求 120
- 二、 对民营加油站受垄断之苦的思考 122
- 三、 中国加油站网创新民营加油站发展模式 127
- 四、 民营加油站不可寄希望于减税政策 127
- 五、 民营加油站结盟寻找新油源 128

第六章 中国加油站行业重点企业分析 131

第一节 中石油 131

- 一、 企业概述 131
- 二、 企业产品结构 131
- 三、 2006-2010年企业经营规模 133
- 四、 2006-2010年企业财务指标 133
- 五、 2006-2010年市场业绩 134
- 六、 发展战略 135

第二节 中石化 136

- 一、 企业概述 136

二、企业产品结构	137
三、2006-2010年企业经营规模	138
四、2006-2010年企业财务指标	139
五、2006-2010年市场业绩	139
六、发展战略	140
第三节 中海油	141
一、企业概述	141
二、企业产品结构	141
三、2006-2010年企业经营规模	143
四、2006-2010年企业财务指标	146
五、2006-2010年市场业绩	146
六、发展战略	147
第七章 中国加油站行业投资状况分析	149
第一节 加油站行业投资优劣势分析	149
一、投资优势分析	149
二、投资劣势分析	149
三、投资机会分析	149
四、投资威胁分析	149
第二节 加油站行业投资概述	150
一、2005-2009年投资规模	150
二、2005-2009年投资结构	150
三、2005-2009年投资增速	150
四、2005-2009年投资地区	150
第三节 加油站行业投资机会分析	151
一、加油站行业投资项目分析	151
二、细分行业投资机会	153
三、上下游投资机会	154
四、产业链投资热点分析	154
五、加油站行业投资新方向	154
第四节 加油站行业投资前景分析	156
一、行业市场发展前景分析	156
二、行业市场蕴藏的商机	156

三、加油站行业金融危机下的发展前景	156
四、2009-2012年行业市场面临的发展商机	156
第八章 中国加油站行业发展趋势与规划建议	158
第一节 中国加油站市场趋势预测	158
一、2008-2009年我国加油站市场趋势总结	158
二、2009-2012年我国加油站发展趋势分析	158
第二节 中国加油站行业发展规划建议	159
一、行业整体规划	159
二、产业整合建议	160
三、行业政策建议	160
四、市场规范建议	161
五、人才战略建议	162
第九章 中国加油站行业企业发展策略建议	163
第一节 市场策略分析	163
一、价格策略分析	163
二、渠道策略分析	164
第二节 销售策略分析	165
一、媒介选择策略分析	165
二、产品定位策略分析	166
三、企业宣传策略分析	166
第三节 提高加油站行业企业竞争力的建议	168
一、提高中国加油站企业核心竞争力的对策	168
二、加油站企业提升竞争力的主要方向	169
三、加油站企业核心竞争力的因素及提升途径	170
四、提高加油站的策略	172
第四节 对我国加油站品牌的战略思考	178
一、加油站行业实施品牌战略的意义	178
二、加油站行业企业品牌的现状分析	178
三、加油站行业企业的品牌战略	178
四、加油站行业品牌战略管理的策略	179

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201108/73575.html>