

中国加油站行业经营模式分析及投资前景策略咨询报告2024-2030年

产品名称	中国加油站行业经营模式分析及投资前景策略咨询报告2024-2030年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国加油站行业经营模式分析及投资前景策略咨询报告2024-2030年.....[
报告编号] 384468[出版日期] 2023年12月[出版机构] 中研华泰研究院 [交付方式]
EMIL电子版或特快专递 [报告价格] 纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元 [联系人员]
刘亚 免费售后服务一年, 具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 章 加油站行业相关概述节、加
油站一、加油站定义二、加油加气站相关术语三、加油站的分类第二节、加油站各组成部分介绍一、加
油机二、油枪三、机器设备四、油罐第三节、加油站设备管理一、设备管理的重要性二、设备管理的重要
原则三、设备管理的基本要求第四节、加油站建设相关规定一、加油站设置标准二、新建加油站须具
备的条件三、加油站建设的安全监督工作规定第二章 2021-2023年国际加油站发展概况节、美国一、发展
阶段回顾二、加油站发展现状三、加油站零售业态四、加油站需求分析五、加油站发展特点六、加油站
品牌七、典型企业发展情况八、加油站发展困境九、加油站经营策略第二节、欧洲一、加油站相关政策
二、加油站建设规模三、经营管理模式分析四、加油站安全工作五、加油站零售业态六、加油站经验借
鉴第三节、英国一、加油站建设规模二、市场管理与审批三、加油站缺油危机四、重点企业经营动态第
四节、德国一、加油站相关政策二、加油站建设规模三、加油站运营管理四、加油站发展启示第五节、
日本一、加油站相关政策二、加油站发展现状三、加油站并购动态四、加油站发展问题五、加油站发展
趋势第三章 2021-2023年中国成品油市场发展状况节、2021-2023年中国成品油市场总体状况一、成品油市
场政策环境二、国内成品油产量情况三、成品油市场进出口情况四、成品油市场发展热点五、成品油消
费税管理情况六、成品油市场化改革发展七、成品油行业发展趋势第二节、2021-2023年全国汽油产量分
析一、2021-2023年全国汽油产量趋势二、2021年全国汽油产量情况三、2022年全国汽油产量情况四、20
23年全国汽油产量情况五、汽油产量分布情况第三节、2021-2023年全国柴油产量分析一、2021-2023年全
国柴油产量趋势二、2021年全国柴油产量情况三、2022年全国柴油产量情况四、2023年全国柴油产量情
况五、柴油产量分布情况第四节、2021-2023年全国燃料油产量分析一、2021-2023年全国燃料油产量趋势二
、2021年全国燃料油产量情况三、2022年全国燃料油产量情况四、2023年全国燃料油产量情况五、燃料油
产量分布情况第四章 2021-2023年中国加油站行业分析节、2021-2023年中国加油站行业整体发展状况一、
行业发展演变二、行业发展规模三、行业盈利情况四、行业零售业态五、行业发展挑战第二节、2021-20
23年自助加油站的发展分析一、自助加油站发展历程二、自助加油站建设模式三、自助加油站技术应用
四、自助加油站发展问题五、自足加油站发展对策第三节、2021-2023年加油站支付方式发展情况一、竞
争状况二、支付宝三、中海油四、中石油五、华为第四节、智慧加油站发展综述一、基本概述二、发展
现状三、发展成果四、建设实践五、发展动态六、发展建议第五节、加油站布局问题一、加油站布局现

存的问题二、优化加油站布局的建议三、加油站合理布局要点分析四、加油站选址建议第六节、加油站环保问题一、加油站对环境污染的基本特征二、中国加油站污染防治迫在眉睫三、加油站实施油气回收势在必行四、加油站地下油罐防渗改造建议五、做好加油站环保管理的建议第七节、加油站油品质量问题一、加油站油品质量亟需提高二、改善成品油质量监管升级三、加油站油品升级障碍及对策四、油品数量质量出现问题及建议第八节、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五章 2021-2023年中国加油站经营模式分析节、加油站经营模式概述一、加油站经营模式介绍二、全资（租赁）加油站三、控股加油站四、参股加油站五、特许经营加油站六、国外加油站经营模式特点七、国内加油站经营存在的不足八、加油站经营模式选择建议九、加油站经营模式变化趋势第二节、中国高速公路服务区加油站经营分析一、服务区加油站市场需求二、服务区加油站经营模式三、服务区加油站经营问题四、服务区加油站经营策略第三节、加油站连锁经营一、中国加油站连锁经营现状二、加油站连锁经营的必备条件三、加油站连锁经营的几种形式四、加油站连锁经营优势与不足五、加油站连锁经营发展策略六、加油站连锁经营控制与整合建议第四节、加油站特许经营发展状况一、加油站特许经营的特征二、中国加油站企业特许经营动态三、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五节、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六章 中国加油站内部管理分析节、中国加油站管理情况整体分析一、加油站管理的重要性分析二、加油站建设管理的主要问题三、加强加油站建设管理的对策四、加油站管理系统建设分析五、加油站成品油库存管理状况六、加油站有效管理方法探讨七、加油站管理者应具备的素质八、国内加油站管理发展方向第二节、加油站安全管理一、加油站安全管理的特点二、加油站安全管理存在的痛点三、加油站设计施工安全的管理四、加强加油站安全管理的对策五、加油站安全生产管理智能化第三节、加油站建设项目管理一、加油站建设项目管理的重要性二、加油站建设项目管理的主要问题三、改进加油站建设项目管理的建议第四节、加油站财务管理一、加油站财务管理概括分析二、加油站财务管理问题分析三、加油站财务管理的优化策略四、加油站资金管理的运用与操作五、加油站资金管理的问题及解决方法六、加强加油站资金管理的思路七、加油站资金管理面临的风险八、加油站资金风险防控办法第五节、加油站的信息化管理一、加油站人工管理的不便二、加油站信息化管理意义三、加油站信息管理系统介绍四、信息化管理存在的问题五、加油站信息化管理路径第六节、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、自助式加油站安全管理建议第七章 2021-2023年非油品业务发展分析节、国外加油站非油品业务发展借鉴一、全球非油品业务发展综况二、全球非油品业务发展特点三、美国非油品业务发展现状四、加拿大非油品业务发展状况五、欧洲非油品业务发展现状六、德国加油站便利店市场分析七、日本非油品业务的发展特点八、南非加油站非油业务一体化服务第二节、2021-2023年国内非油品业务分析一、国内非油业务相关概述二、中国非油业务发展综况三、非油业务盈利模式分析四、中石化非油品业务发展五、中石油非油品业务布局六、非油业务未来发展方向第三节、加油站便利店业务发展分析一、加油站便利店的特点二、加油站便利店发展背景三、非油品便利店发展现状四、中石化便利店业务现状五、中石油便利店业务动态六、加油站便利店餐饮业务七、加油站便利店O2O模式八、加油站便利店发展问题九、加油站便利店发展对策十、加油站便利店营销策略第四节、加油站经营汽车维修保养业务分析一、加油站汽车服务业务介绍二、加油站经营汽车服务定位分析三、加油站汽车服务业发展背景四、加油站洗车服务产业概况五、开展汽车服务业务策略六、汽车服务业务前景向好第五节、非油品业务存在的问题一、与发达国家的差距二、非油品业务管理问题三、非油品业务发展困境第六节、发展加油站非油业务的对策一、非油品业务管理策略二、非油品业务发展建议三、非油品业务品牌策略四、非油品业务经营策略五、非油品业务创新发展第八章 2021-2023年外资及民营加油站分析节、外资加油站一、外资油企加油站发展历程二、外资油企加油站SWOT分析三、外资加油站发展状况分析四、外资油企国内的发展动态五、外资加油站未来发展模式六、外资加油站发展机遇分析七、外资加油站对行业的影响八、国内企业应对外资企业的对策第二节、民营加油站生存状况一、民营加油站发展现状二、民营加油站数量规模三、民营加油站油价分析四、民营加油站发展动态五、民营加油站典型企业六、民营加油站发展机遇第三节、互联网+民营加油站一、民营加油站的发展痛点二、互联网+民营加油站融合动态三、互联网+民营加油站案例分析四、民营加油站O2O模式分析五、互联网+民营加油站发展对策第四节、民营加油站存在的问题及对策一、民营加油站发展挑战二、民营加油站发展困境三、民营加油站发展对策四、民营加油站发展方向第九章 2019-2023年三大国有油企及其加油站分析节、中国石油化工股份有限公司一、企业发展概况二、加油站业务总体情况三、加油站竞争战略优势四、加油站非油业务五、经营效益分析六、业务经营分析七、财务状况分析八、核心竞争力分析九、未来前景展望第二

节、中国石油天然气股份有限公司一、企业发展概况二、加油站发展现状三、加油站竞争优势四、经营效益分析五、业务经营分析六、财务状况分析七、公司发展战略八、未来前景展望

第三节、中海油田服务股份有限公司一、企业发展概况二、经营效益分析三、业务经营分析四、财务状况分析五、核心竞争力分析六、公司发展战略七、未来前景展望

第十章 2021-2023年加油站行业竞争分析节、加油站行业垄断现象研究一、政策垄断属性二、反垄断法作用三、反垄断现存问题四、打破垄断竞争

第二节、2021-2023年加油站行业竞争格局一、竞争环境优化二、区域分布格局三、市场竞争格局四、外资竞争状况五、民营加油站竞争六、跨界创新竞争七、竞争态势分析

第三节、加油站行业竞争领域分析一、油价竞争状况二、支付场景竞争三、成品油业务竞争四、非油品业务竞争

第四节、提升加油站竞争力策略分析一、竞争思路转变二、经营方式指导三、管理方式指导四、提高创效能力

第五节、加油站差异化竞争路径分析一、核心产品的差异化竞争二、加油方式的差异化竞争三、外延产品的差异化竞争四、场景展示的差异化竞争五、服务流程的差异化竞争

第十一章 2021-2023年中国加油站营销分析节、加油站行业营销概述一、市场营销环境分析二、加油站品牌化营销三、提高销量的关键因素四、加油站营销关系分析五、加油站营销加速升级六、“俱乐部”式营销理念七、加油站创新发展思路

第二节、加油站营销管理策略一、开展促销活动二、拓展业务范围三、提高员工素质四、注重品牌形象

第三节、加油站便利店营销分析一、发展加油站便利店的必要性二、加油站便利店营销特点分析三、影响消费者进便利店的因素四、提高加油站进店率的主要措施五、加油站便利店营销的影响因素六、加油站便利店营销的主要措施七、加油站便利店市场营销策略

第四节、“互联网+”时代加油站营销分析一、加油站传统营销模式不足二、“互联网+”加油站营销状况三、“互联网+”加油站营销对策四、“互联网+”加油站定位策略五、“互联网+”加油站业务方向六、加油站微信营销策略分析七、加油站网络营销管理途径八、互联网下销售模式优化

第五节、加油站客户满意度的提高一、加油站客户满意度影响因素二、加油站全面实施服务营销三、加油站行业营销创新模式四、加油站实施顾客满意战略分析五、加油站培育客户忠诚度措施六、体验式营销加强与顾客的沟通七、加油站需妥善处理顾客投诉

第六节、加油站营销发展问题及建议一、加油站服务营销问题二、加油站服务营销策略三、加油站营销总体建议四、整治低效加油站策略五、培育营销人员

第十二章 2021-2023年成品油价格分析节、2021-2023年国际油价运行状况一、定价机制分析二、国际油价回顾三、油价走势展望

第二节、2021-2023年中国成品油价格分析一、市场价格分析二、国内油价调整三、油价调整动态

第三节、中国成品油价格管理与形成机制分析一、税费改革方案二、税费改革动态三、定价机制分析四、价格传导机制五、价格机制问题六、价格市场化进程

第十三章 加油站行业投资分析节、2021-2023年中国加油站投资状况分析一、加油站投资动态二、加油站投资成本三、加油站投资风险四、加油站风险控制

第二节、2021-2023年加油站投资并购分析一、收购加油站的形式选择二、海外企业投资收购动态三、加油站收购风险防范建议

第三节、加油站地产投资与收益分析一、加油站地产估价一般特点二、加油站地产估价技术要点三、加油站地产估价技术思路四、加油站地产投资案例分析

第四节、加油站行业投资策略一、把握宏观环境二、评估市场机会三、分析行业竞争四、投资成本控制五、市场评估与选择六、投资的财务分析七、投资能力及可行性分析

第十四章 加油站行业发展前景展望节、国外加油站行业发展趋势分析一、加油站单站规模大型化二、加油站服务自助化趋势三、加油站服务多功能化趋势四、加油站经营向跨界融合发展

第二节、中国加油站发展的前景趋势一、加油站市场发展机遇二、加油站数字化转型趋势三、自助加油站前景可观四、加油站行业绿色趋势

第三节、国内部分地区加油站发展规划一、三亚市二、周口市三、安国市四、乐清市五、石狮市