

# 2024-2030年中国加油站市 场深度分析与市场需求预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2024-2030年中国加油站市场深度分析与市场需求预测报告》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/202310/414420.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

20世纪90年代以来，我国加油站快速发展。1992年国内零售市场试验性开放，成品油价格实行“双轨制”以后，由于经营成品油批零差价大、利润丰厚，国内社会各业和各种经济成份纷纷涉足加油站，数量急剧增加。社会各业加油站数量约占社会总量的一半左右，其中一些经营管理比较规范的加油站加入到了两大集团特许加油站体系，成为特许加油站，国外几大石油公司也以各种方式进入国内市场。

近几年，我国的加油站呈波动态势，2021年国内加油站12.52万座左右，其中，中石化和中石油加油站数量约占加油站总量的42%，其他民营加油站占比约为50%，数量约为6.26万座。2022年，我国加油站行业仍呈现国企、民企、外企“三足鼎立”的发展态势。2022年中国加油站总数量达11.50万座，其中，中石化、中石油两大集团的加油站超过5万座，占比达46.31%，民营加油站占比达50.16%，数量在5.77万座。

中国加油站行业的发展可以用四个关键词概括：规范、竞争、转型、升级。加油站的竞争日益激烈，但是市场空间巨大，近年来国家出台多项政策鼓励民间资本进入石油行业，民营加油站前景可期。2021年5月12日，财政部、海关总署、税务总局联合发布《关于对部分成品油征收进口环节消费税的公告》，受此影响，以轻循环油为代表的调和柴油及以混合芳烃为代表的调和汽油将基本告别历史舞台；以主营销售单位为代表的正规成品油市场将“收复”前期调和油市场所腾出的空间，尤其调和油市场覆盖较高的南方地区尤为明显；航煤等组分产品在内调和属性会有所降低，同时会带动一系列替代品的价格上涨，如白油等。中企顾问网发布的《2024-2030年中国加油站市场深度分析与市场需求预测报告》共十四章。首先介绍了加油站的组成和建设的基本概念，接着概括分析了世界各国加油站行业总体情况，并对影响加油站发展的成品油市场环境进行介绍。然后，报告系统解析了加油站行业的发展状况、经营模式、内部管理、非油品业务、竞争主体等。最后，报告对加油站行业的发展前景进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、国家发改委、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对加油站行业有个系统深入的了解、或者想投资加油站行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 加油站行业相关概述

- 1.1 加油站
  - 1.1.1 加油站定义
  - 1.1.2 加油加气站相关术语
  - 1.1.3 加油站的分类
- 1.2 加油站各组成部分介绍
  - 1.2.1 加油机
  - 1.2.2 油枪
  - 1.2.3 机器设备
  - 1.2.4 油罐
- 1.3 加油站设备管理
  - 1.3.1 设备管理的重要性
  - 1.3.2 设备管理的重要原则
  - 1.3.3 设备管理的基本要求
- 1.4 加油站建设相关规定
  - 1.4.1 加油站设置标准
  - 1.4.2 新建加油站须具备的条件
  - 1.4.3 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

- 2.1 美国
  - 2.1.1 发展阶段回顾
  - 2.1.2 加油站发展现状
  - 2.1.3 加油站零售业态
  - 2.1.4 加油站需求分析
  - 2.1.5 加油站发展特点
  - 2.1.6 加油站知名品牌
  - 2.1.7 典型企业发展情况
  - 2.1.8 加油站发展困境
  - 2.1.9 加油站经营策略
- 2.2 欧洲
  - 2.2.1 加油站相关政策
  - 2.2.2 加油站建设规模

### 2.2.3 经营管理模式分析

### 2.2.4 加油站安全工作

### 2.2.5 加油站零售业态

### 2.2.6 加油站经验借鉴

## 2.3 英国

### 2.3.1 加油站建设规模

### 2.3.2 市场管理与审批

### 2.3.3 加油站缺油危机

### 2.3.4 重点企业经营动态

## 2.4 德国

### 2.4.1 加油站相关政策

### 2.4.2 加油站建设规模

### 2.4.3 加油站运营管理

### 2.4.4 加油站发展启示

## 2.5 日本

### 2.5.1 加油站相关政策

### 2.5.2 加油站发展现状

### 2.5.3 加油站并购动态

### 2.5.4 加油站发展问题

### 2.5.5 加油站发展趋势

## 第三章 2021-2023年中国成品油市场发展状况

### 3.1 2021-2023年中国成品油市场总体状况

#### 3.1.1 成品油市场政策环境

#### 3.1.2 国内成品油产量情况

#### 3.1.3 成品油市场进出口情况

#### 3.1.4 成品油市场发展热点

#### 3.1.5 成品油消费税管理情况

#### 3.1.6 成品油市场化改革发展

#### 3.1.7 成品油行业发展趋势

### 3.2 2021-2023年全国汽油产量分析

#### 3.2.1 2021-2023年全国汽油产量趋势

- 3.2.2 2021年全国汽油产量情况
- 3.2.3 2022年全国汽油产量情况
- 3.2.4 2023年全国汽油产量情况
- 3.2.5 汽油产量分布情况
- 3.3 2021-2023年全国柴油产量分析
  - 3.3.1 2021-2023年全国柴油产量趋势
  - 3.3.2 2021年全国柴油产量情况
  - 3.3.3 2022年全国柴油产量情况
  - 3.3.4 2023年全国柴油产量情况
  - 3.3.5 柴油产量分布情况
- 3.4 2021-2023年全国燃料油产量分析
  - 3.4.1 2021-2023年全国燃料油产量趋势
  - 3.4.2 2021年全国燃料油产量情况
  - 3.4.3 2022年全国燃料油产量情况
  - 3.4.4 2023年全国燃料油产量情况
  - 3.4.5 燃料油产量分布情况

#### 第四章 2021-2023年中国加油站行业分析

- 4.1 2021-2023年中国加油站行业整体发展状况
  - 4.1.1 行业发展演变
  - 4.1.2 行业发展规模
  - 4.1.3 行业盈利情况
  - 4.1.4 行业零售业态
  - 4.1.5 行业发展挑战
- 4.2 2021-2023年自助加油站的发展分析
  - 4.2.1 自助加油站发展历程
  - 4.2.2 自助加油站建设模式
  - 4.2.3 自助加油站技术应用
  - 4.2.4 自助加油站发展问题
  - 4.2.5 自助加油站发展对策
- 4.3 2021-2023年加油站支付方式发展情况
  - 4.3.1 竞争状况

- 4.3.2 支付宝
- 4.3.3 中海油
- 4.3.4 中石油
- 4.3.5 华为
- 4.4 智慧加油站发展综述
  - 4.4.1 基本概述
  - 4.4.2 发展现状
  - 4.4.3 发展成果
  - 4.4.4 建设实践
  - 4.4.5 发展动态
  - 4.4.6 发展建议
- 4.5 加油站布局问题
  - 4.5.1 加油站布局现存的问题
  - 4.5.2 优化加油站布局的建议
  - 4.5.3 加油站合理布局要点分析
  - 4.5.4 加油站选址建议
- 4.6 加油站环保问题
  - 4.6.1 加油站对环境污染的基本特征
  - 4.6.2 中国加油站污染防治迫在眉睫
  - 4.6.3 加油站实施油气回收势在必行
  - 4.6.4 加油站地下油罐防渗改造建议
  - 4.6.5 做好加油站环保管理的建议
- 4.7 加油站油品质量问题
  - 4.7.1 加油站油品质量亟需提高
  - 4.7.2 改善成品油质量监管升级
  - 4.7.3 加油站油品升级障碍及对策
  - 4.7.4 油品数量质量出现问题及建议
- 4.8 加油站行业发展对策
  - 4.8.1 中国加油站发展策略与重点
  - 4.8.2 中国加油站建设和发展建议
  - 4.8.3 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

### 5.1 加油站经营模式概述

#### 5.1.1 加油站经营模式介绍

#### 5.1.2 全资（租赁）加油站

#### 5.1.3 控股加油站

#### 5.1.4 参股加油站

#### 5.1.5 特许经营加油站

#### 5.1.6 国外加油站经营模式特点

#### 5.1.7 国内加油站经营存在的不足

#### 5.1.8 加油站经营模式选择建议

#### 5.1.9 加油站经营模式变化趋势

### 5.2 中国高速公路服务区加油站经营分析

#### 5.2.1 服务区加油站市场需求

#### 5.2.2 服务区加油站经营模式

#### 5.2.3 服务区加油站经营问题

#### 5.2.4 服务区加油站经营策略

### 5.3 加油站连锁经营

#### 5.3.1 中国加油站连锁经营现状

#### 5.3.2 加油站连锁经营的必备条件

#### 5.3.3 加油站连锁经营的几种形式

#### 5.3.4 加油站连锁经营优势与不足

#### 5.3.5 加油站连锁经营发展策略

#### 5.3.6 加油站连锁经营控制与整合建议

### 5.4 加油站特许经营发展状况

#### 5.4.1 加油站特许经营的特征

#### 5.4.2 中国加油站企业特许经营动态

#### 5.4.3 对加油站特许经营模式的思考

#### 5.4.4 加油站特许经营存在的不足

#### 5.4.5 加油站特许经营发展的阻碍

### 5.5 加油站特许经营发展对策

#### 5.5.1 加油站特许经营发展战略

#### 5.5.2 特许经营加油站规范方法



5.5.3 加油站特许经营指导原则和规范程序

5.5.4 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

### 6.1 中国加油站管理情况整体分析

#### 6.1.1 加油站管理的重要性分析

#### 6.1.2 加油站建设管理的主要问题

#### 6.1.3 加强加油站建设管理的对策

#### 6.1.4 加油站管理系统建设分析

#### 6.1.5 加油站成品油库存管理状况

#### 6.1.6 加油站有效管理方法探讨

#### 6.1.7 加油站管理者应具备的素质

#### 6.1.8 国内加油站管理发展方向

### 6.2 加油站安全管理

#### 6.2.1 加油站安全管理的特点

#### 6.2.2 加油站安全管理存在的痛点

#### 6.2.3 加油站设计施工安全的管理

#### 6.2.4 加强加油站安全管理的对策

#### 6.2.5 加油站安全生产管理智能化

### 6.3 加油站建设项目管理

#### 6.3.1 加油站建设项目管理的重要性

#### 6.3.2 加油站建设项目管理的主要问题

#### 6.3.3 改进加油站建设项目管理的建议

### 6.4 加油站财务管理

#### 6.4.1 加油站财务管理概括分析

#### 6.4.2 加油站财务管理问题分析

#### 6.4.3 加油站财务管理的优化策略

#### 6.4.4 加油站资金管理的运用与操作

#### 6.4.5 加油站资金管理的问题及解决方法

#### 6.4.6 加强加油站资金管理的思路

#### 6.4.7 加油站资金管理面临的风险

#### 6.4.8 加油站资金风险防控办法

## 6.5 加油站的信息化管理

### 6.5.1 加油站人工管理的不便

### 6.5.2 加油站信息化管理意义

### 6.5.3 加油站信息管理系统介绍

### 6.5.4 信息化管理存在的问题

### 6.5.5 加油站信息化管理路径

## 6.6 自助式加油站的管理

### 6.6.1 自助式加油站特点及优势

### 6.6.2 自助式加油站加油业务存在隐患

### 6.6.3 自助式加油站应防范的安全问题

### 6.6.4 自助式加油安全管理建议

## 第七章 2021-2023年非油品业务发展分析

### 7.1 国外加油站非油品业务发展借鉴

#### 7.1.1 全球非油品业务发展综况

#### 7.1.2 全球非油品业务发展特点

#### 7.1.3 美国非油品业务发展现状

#### 7.1.4 加拿大非油品业务发展状况

#### 7.1.5 欧洲非油品业务发展现状

#### 7.1.6 德国加油站便利店市场分析

#### 7.1.7 日本非油品业务的发展特点

#### 7.1.8 南非加油站非油业务一体化服务

### 7.2 2021-2023年国内非油品业务分析

#### 7.2.1 国内非油业务相关概述

#### 7.2.2 中国非油业务发展综况

#### 7.2.3 非油业务盈利模式分析

#### 7.2.4 中石化非油品业务发展

#### 7.2.5 中石油非油品业务布局

#### 7.2.6 非油业务未来发展方向

### 7.3 加油站便利店业务发展分析

#### 7.3.1 加油站便利店的特点

#### 7.3.2 加油站便利店发展背景

- 7.3.3 非油品便利店发展现状
- 7.3.4 中石化便利店业务现状
- 7.3.5 中石油便利店业务动态
- 7.3.6 加油站便利店餐饮业务
- 7.3.7 加油站便利店O2O模式
- 7.3.8 加油站便利店发展问题
- 7.3.9 加油站便利店发展对策
- 7.3.10 加油站便利店营销策略
- 7.4 加油站经营汽车维修保养业务分析
  - 7.4.1 加油站汽车服务业务介绍
  - 7.4.2 加油站经营汽车服务定位分析
  - 7.4.3 加油站汽车服务业发展背景
  - 7.4.4 加油站洗车服务产业概况
  - 7.4.5 开展汽车服务业务策略
  - 7.4.6 汽车服务业务前景向好
- 7.5 非油品业务存在的问题
  - 7.5.1 与发达国家的差距
  - 7.5.2 非油品业务管理问题
  - 7.5.3 非油品业务发展困境
- 7.6 发展加油站非油业务的对策
  - 7.6.1 非油品业务管理策略
  - 7.6.2 非油品业务发展建议
  - 7.6.3 非油品业务品牌策略
  - 7.6.4 非油品业务经营策略
  - 7.6.5 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

- 8.1 外资加油站
  - 8.1.1 外资油企加油站发展历程
  - 8.1.2 外资油企加油站SWOT分析
  - 8.1.3 外资加油站发展状况分析
  - 8.1.4 外资油企国内的发展动态

- 8.1.5 外资加油站未来发展模式
- 8.1.6 外资加油站发展机遇分析
- 8.1.7 外资加油站对行业的影响
- 8.1.8 国内企业应对外资企业的对策
- 8.2 民营加油站生存状况
  - 8.2.1 民营加油站发展现状
  - 8.2.2 民营加油站数量规模
  - 8.2.3 民营加油站油价分析
  - 8.2.4 民营加油站发展动态
  - 8.2.5 民营加油站典型企业
  - 8.2.6 民营加油站发展机遇
- 8.3 互联网+民营加油站
  - 8.3.1 民营加油站的发展痛点
  - 8.3.2 互联网+民营加油站融合动态
  - 8.3.3 互联网+民营加油站案例分析
  - 8.3.4 民营加油站O2O模式分析
  - 8.3.5 互联网+民营加油站发展对策
- 8.4 民营加油站存在的问题及对策
  - 8.4.1 民营加油站发展挑战
  - 8.4.2 民营加油站发展困境
  - 8.4.3 民营加油站发展对策
  - 8.4.4 民营加油站发展方向

## 第九章 2020-2023年三大国有油企及其加油站分析

- 9.1 中国石油化工股份有限公司
  - 9.1.1 企业发展概况
  - 9.1.2 加油站业务总体情况
  - 9.1.3 加油站竞争战略优势
  - 9.1.4 加油站非油业务
  - 9.1.5 经营效益分析
  - 9.1.6 业务经营分析
  - 9.1.7 财务状况分析

- 9.1.8 核心竞争力分析
- 9.1.9 未来前景展望
- 9.2 中国石油天然气股份有限公司
  - 9.2.1 企业发展概况
  - 9.2.2 加油站发展现状
  - 9.2.3 加油站竞争优势
  - 9.2.4 经营效益分析
  - 9.2.5 业务经营分析
  - 9.2.6 财务状况分析
  - 9.2.7 公司发展战略
  - 9.2.8 未来前景展望
- 9.3 中海油田服务股份有限公司
  - 9.3.1 企业发展概况
  - 9.3.2 经营效益分析
  - 9.3.3 业务经营分析
  - 9.3.4 财务状况分析
  - 9.3.5 核心竞争力分析
  - 9.3.6 公司发展战略
  - 9.3.7 未来前景展望

## 第十章 2021-2023年加油站行业竞争分析

- 10.1 加油站行业垄断现象研究
  - 10.1.1 政策垄断属性
  - 10.1.2 反垄断法作用
  - 10.1.3 反垄断现存问题
  - 10.1.4 打破垄断竞争
- 10.2 2021-2023年加油站行业竞争格局
  - 10.2.1 竞争环境优化
  - 10.2.2 区域分布格局
  - 10.2.3 市场竞争格局
  - 10.2.4 外资竞争状况
  - 10.2.5 民营加油站竞争

- 10.2.6 跨界创新竞争
- 10.2.7 竞争态势分析
- 10.3 加油站行业竞争领域分析
  - 10.3.1 油价竞争状况
  - 10.3.2 支付场景竞争
  - 10.3.3 成品油业务竞争
  - 10.3.4 非油品业务竞争
- 10.4 提升加油站竞争力策略分析
  - 10.4.1 竞争思路转变
  - 10.4.2 经营方式指导
  - 10.4.3 管理方式指导
  - 10.4.4 提高创效能力
- 10.5 加油站差异化竞争路径分析
  - 10.5.1 核心产品的差异化竞争
  - 10.5.2 加油方式的差异化竞争
  - 10.5.3 外延产品的差异化竞争
  - 10.5.4 场景展示的差异化竞争
  - 10.5.5 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

- 11.1 加油站行业营销概述
  - 11.1.1 市场营销环境分析
  - 11.1.2 加油站品牌化营销
  - 11.1.3 提高销量的关键因素
  - 11.1.4 加油站营销关系分析
  - 11.1.5 加油站营销加速升级
  - 11.1.6 “俱乐部”式营销理念
  - 11.1.7 加油站创新发展思路
- 11.2 加油站营销管理策略
  - 11.2.1 开展促销活动
  - 11.2.2 拓展业务范围
  - 11.2.3 提高员工素质

- 11.2.4 注重品牌形象
- 11.3 加油站便利店营销分析
  - 11.3.1 发展加油站便利店的必要性
  - 11.3.2 加油站便利店营销特点分析
  - 11.3.3 影响消费者进便利店的因素
  - 11.3.4 提高加油站进店率的主要措施
  - 11.3.5 加油站便利店营销的影响因素
  - 11.3.6 加油站便利店营销的主要措施
  - 11.3.7 加油站便利店市场营销策略
- 11.4 “互联网+”时代加油站营销分析
  - 11.4.1 加油站传统营销模式不足
  - 11.4.2 “互联网+”加油站营销状况
  - 11.4.3 “互联网+”加油站营销对策
  - 11.4.4 “互联网+”加油站定位策略
  - 11.4.5 “互联网+”加油站业务方向
  - 11.4.6 加油站微信营销策略分析
  - 11.4.7 加油站网络营销管理途径
  - 11.4.8 互联网下销售模式优化
- 11.5 加油站客户满意度的提高
  - 11.5.1 加油站客户满意度影响因素
  - 11.5.2 加油站全面实施服务营销
  - 11.5.3 加油站行业营销创新模式
  - 11.5.4 加油站实施顾客满意战略分析
  - 11.5.5 加油站培育客户忠诚度措施
  - 11.5.6 体验式营销加强与顾客的沟通
  - 11.5.7 加油站需妥善处理顾客投诉
- 11.6 加油站营销发展问题及建议
  - 11.6.1 加油站服务营销问题
  - 11.6.2 加油站服务营销策略
  - 11.6.3 加油站营销总体建议
  - 11.6.4 整治低效加油站策略
  - 11.6.5 培育专业营销人员

## 第十二章 2021-2023年成品油价格分析

### 12.1 2021-2023年国际油价运行状况

#### 12.1.1 定价机制分析

#### 12.1.2 国际油价回顾

#### 12.1.3 油价走势展望

### 12.2 2021-2023年中国成品油价格分析

#### 12.2.1 市场价格分析

#### 12.2.2 国内油价调整

#### 12.2.3 油价调整动态

### 12.3 中国成品油价格管理与形成机制分析

#### 12.3.1 税费改革方案

#### 12.3.2 税费改革动态

#### 12.3.3 定价机制分析

#### 12.3.4 价格传导机制

#### 12.3.5 价格机制问题

#### 12.3.6 价格市场化进程

## 第十三章 加油站行业投资分析

### 13.1 2021-2023年中国加油站投资状况分析

#### 13.1.1 加油站投资动态

#### 13.1.2 加油站投资成本

#### 13.1.3 加油站投资风险

#### 13.1.4 加油站风险控制

### 13.2 2021-2023年加油站投资并购分析

#### 13.2.1 收购加油站的形式选择

#### 13.2.2 海外企业投资收购动态

#### 13.2.3 加油站收购风险防范建议

### 13.3 加油站地产投资与收益分析

#### 13.3.1 加油站地产估价一般特点

#### 13.3.2 加油站地产估价技术要点

#### 13.3.3 加油站地产估价技术思路



#### 13.3.4 加油站地产投资案例分析

### 13.4 加油站行业投资策略

#### 13.4.1 把握宏观环境

#### 13.4.2 评估市场机会

#### 13.4.3 分析行业竞争

#### 13.4.4 投资成本控制

#### 13.4.5 市场评估与选择

#### 13.4.6 投资的财务分析

#### 13.4.7 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

### 14.1 国外加油站行业发展趋势分析

#### 14.1.1 加油站单站规模大型化

#### 14.1.2 加油站服务自助化趋势

#### 14.1.3 加油站服务多功能化趋势

#### 14.1.4 加油站经营向跨界融合发展

### 14.2 中国加油站发展的前景趋势

#### 14.2.1 加油站市场发展机遇

#### 14.2.2 加油站数字化转型趋势

#### 14.2.3 自助加油站前景可观

#### 14.2.4 加油站行业绿色趋势

### 14.3 国内部分地区加油站发展规划

#### 14.3.1 三亚市

#### 14.3.2 周口市

#### 14.3.3 安国市

#### 14.3.4 乐清市

#### 14.3.5 石狮市

#### 14.3.6 青岛市

## 附录

### 附录一：《石油价格管理办法》

### 附录二：《关于规范加油站特许经营的若干意见》

### 附录三：《关于成品油消费税征收管理有关问题的公告》

## 图表目录

图表	加油站规模划分
图表	加油站的等级划分
图表	1965-2021年德国加油站数量统计表
图表	1999-2021年中国成品油政策变化
图表	2021年中国成品油相关政策
图表	“十四五”规划成品油相关发展目标
图表	2014-2021年中国成品油（汽柴煤）合计产量情况
图表	2016-2021年中国成品油进口数量统计
图表	2016-2021年中国成品油进口金额统计
图表	2015-2021年中国成品油出口数量统计
图表	2015-2021年中国成品油出口金额统计
图表	2015-2021年中国成品油出口均价
图表	2021-2023年中国X趋势图
图表	2021年全国汽油数据
图表	2021年主要省份汽油占全国汽油比重情况
图表	2022年全国汽油数据
图表	2022年主要省份汽油占全国汽油比重情况
图表	2023年全国汽油数据
图表	2023年主要省份汽油占全国汽油比重情况
图表	2023年汽油集中程度示意图
图表	2021-2023年中国柴油趋势图
图表	2021年全国柴油数据
图表	2021年主要省份柴油占全国柴油比重情况
图表	2022年全国柴油数据
图表	2022年主要省份柴油占全国柴油比重情况
图表	2023年全国柴油数据
图表	2023年主要省份柴油占全国柴油比重情况
图表	2023年柴油集中程度示意图
图表	2021-2023年中国燃料油趋势图
图表	2021年全国燃料油数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414420.html>