

《公平交易季刊》
第八卷第三期(89/7)，pp.139-150
◎行政院公平交易委員會

車用加油站業市場結構調查結果摘要分析

統計室

壹、調查目的與資料背景

本調查為配合推動「油品市場之解除管制與促進競爭」政策，依自由化時程，規劃自 87 年 7 月起進行連續六年之調查計畫，觀察開放前後油品零售市場發展態勢，追蹤瞭解油品自由化落實狀況。上次調查係以除中油以外之民營車用加油站共 1,005 座為普查對象，本次調查則以 87 年全年售油量達一定規模以上除中油以外之民營車用加油站為對象，計 500 座加油站，有效樣本回收 446 座，回收率達 89.2 %。

貳、調查結果分析

一、經營規模與分布

1. 經營項目以汽、柴油為主，其他服務僅占 1 %

民國 87 年平均每座具規模加油站業者之狀況為：員工人數 34.7 人（排名居中之中位數為 27 人），銷售額為 137,835 千元（中位數 115,900 千元），其中直營連鎖店銷售額 158,209 千元，高於非直營店之 135,175 千元；按油品種類分，92 無鉛汽油占銷售額之 17.9 %，95 無鉛汽油 47.9 %，高級汽油 10.9 %，高級柴油 22.4 %，其他非汽、柴油 0.9 %，顯示具規模加油站之營運仍以售油為主，尚未轉入多角化經營。（表一）

表一 台灣地區具規模之民營車用加油站主要營業項目按直營、非直營店及四分位組分

民國87年

	員工人數 (人)	銷售額(千元)				
		總銷售額	92無鉛	95無鉛	高級汽油	高級柴油
平均數 (\bar{X})	34.73	137,835	24,673	66,039	14,984	30,956
中位數	27.00	115,900	20,512	50,889	13,040	22,946
標準差 ($\sigma_{\bar{X}}$)	1.43	3,721	744	2,299	637	1,472
變異係數 ($\sigma_{\bar{X}}/\bar{X}$)	4.11%	2.70%	3.01%	3.48%	4.25%	4.75%
95%之信賴區間	34.73± 1.96*1.43	137,835± 1.96*3,721	24,673± 1.96*744	66,039± 1.96*2,299	14,984± 1.96*637	30,956± 1.96*1,472
按直營、非直營店分						
直營店	25.41	158,209	28,554	76,762	20,583	30,964
非直營店	35.98	135,175	24,166	64,639	14,253	30,954
四分位組(Quartile)之分配						
Q1 (最低第25%)	20.00	88,432	14,353	36,222	8,830	13,944
Q2 (中位數, 第50%)	27.00	115,900	20,512	50,889	13,040	22,946
Q3 (最高第75%)	40.00	162,948	30,512	79,961	18,582	37,523

附註: 1.本表資料為民國87年全年售油量具規模之台灣地區民營加油站500家,回收446家。

2.四分位組分(quartile)之計算係將每家特徵值依小大順序排列,將其切割成四個等分組,每組家數相同皆占25%,三個切割點依序為Q1、Q2(中位數)、Q3。

2.年平均銷售額負成長4.8%

比較兩年具規模且全年皆營業之加油站營運狀況,民國87年平均每座銷售額較86年減少4.8%,其中除95無鉛汽油年增率為0.7%外,其餘92無鉛汽油、高級柴油及高級汽油則分別為-5.2%、-5.3%及-21.3%。

3.區域別分布狀況:

(1)具規模之加油站以北部都會區營業規模較大,部分遠離都會區售油以高級

柴油居多，其餘皆以 95 無鉛汽油為主：觀察民國 87 年台灣地區各區域具規模加油站之營業狀況，其中以基隆市及台北縣、市營業規模較大，平均每座加油站銷售額介於 212~302 百萬元間，而以南投縣、宜蘭縣及屏東縣規模較小，僅 70~91 百萬元；就售油種類分，除花蓮縣、苗栗縣、嘉義縣、基隆市、台東縣、雲林縣、宜蘭縣及南投縣等八縣仍以高級柴油為主，所占比例為 35%~48%，其餘縣市皆以 95 無鉛汽油為主。（表二）

表二 台灣地區具規模之民營車用加油站主要營業項目平均銷售額按縣市別分

民國87年

單位：千元

縣市別	銷售額 合計	92無鉛	95無鉛	高級汽油	高級柴油	潤滑油	洗車服務	其 他
合 計	137,835	24,673	66,039	14,984	30,956	539	252	392
台北市	256,773	49,223	168,987	23,857	13,874	536	252	44
高雄市	144,109	19,759	82,475	18,543	21,464	925	524	419
台北縣	212,386	40,711	116,835	18,955	32,466	1,322	634	1,464
宜蘭縣	83,695	12,483	31,591	6,504	32,742	294	-	81
桃園縣	120,574	23,840	54,582	12,644	28,923	282	66	238
新竹縣	125,947	19,000	50,875	26,523	29,083	403	14	50
苗栗縣	122,404	16,278	40,519	8,758	56,581	238	21	7
台中縣	102,165	20,139	37,271	12,879	30,486	397	243	748
彰化縣	110,243	19,681	44,328	12,874	32,757	433	150	19
南投縣	69,546	14,378	22,625	7,430	24,636	290	-	188
雲林縣	134,617	17,163	52,113	12,131	52,805	211	184	10
嘉義縣	104,399	14,391	31,798	11,819	45,775	448	4	164
台南縣	133,907	24,028	57,002	14,151	38,247	383	96	-
高雄縣	111,166	13,142	50,140	12,427	34,986	316	122	34
屏東縣	90,651	11,365	44,836	10,378	22,745	276	209	842
台東縣	118,478	14,841	43,005	10,676	49,334	623	-	-
花蓮縣	100,794	15,594	25,889	10,080	48,660	567	4	-
基隆市	301,882	40,738	119,810	14,696	126,352	267	21	-
新竹市	131,527	29,550	63,649	15,507	22,238	411	27	145
台中市	139,011	33,633	71,247	17,446	15,811	385	456	32
嘉義市	147,144	25,171	70,010	16,550	34,398	360	588	68
台南市	156,605	34,329	74,807	21,013	24,297	612	452	1,094

(2)都會區設站少，都會區週邊設站增幅大：因都會區內土地取得不易，居民抗爭強烈，新增設加油站困難度高。依中油公司統計至民國 88 年 5 月底止，民營加油站共 1,193 座，遠高於中油加油站 597 座，亦較上年同期增加 188 座；民營加油站設站數遠低於中油之都市，為台北市 19 座（中油 43 座）、台南市 22 座（26 座）、基隆市 4 座（16 座），其較上年同期僅分別增加 2 座、3 座及 1 座；都會區週邊縣市高於中油公司設站數者，如桃園縣之 140 座（中油 38 座）、台北縣 87 座（44 座）、台中縣 127 座（30 座）、彰化縣 100 座（27 座）、台南縣 86 座（48 座）及高雄縣 99 座（32 座），其較上年同期分別增加 14 座、6 座、19 座、17 座、19 座及 12 座，顯示加油站市場之區域性競爭已移轉至都會區週邊。

二、營業型態

1.以獨立民營加油站為主，直營店僅占一成

觀察具規模民營加油站於民國 88 年 7 月底之營業型態，以獨立民營加油站（非直營店）方式經營者占 88.6%，直營連鎖店則占 11.4%，若觀察其與上年七月底之營業型態變化，其中有 3 家直營連鎖店轉型成獨立加油站，有 5 家獨立加油站併成直營連鎖店；中油公司仍為各加油站之唯一油源供應者，其與業者普遍有簽訂供需關係之「連鎖加盟合約」；此外，正式加入其他加盟連鎖體系之加油站僅 9 家（樣本），分布於桃園縣（4 家）、台北縣（2 家）、彰化縣（2 家）及雲林縣（1 家），惟採非正式加入或正準備加入者可能遠超過於此；顯示在油品供應無其他競爭者情況下，市場之集團競爭態勢尚未明朗化。

2.直營連鎖經營之事業規模高於非直營店

觀察擁有 51 座具規模直營連鎖店之 18 家加油站事業，及 395 家單點經營之獨立加油站（非直營店）事業經營狀況，民國 87 年平均每家直營連鎖事業實收資本額 1 億 8,850 萬元，遠高於非直營店 2,320 萬元，平均每家資產總額直營店為 4 億 7,888 萬元，為非直營店 6,132 萬元之 7.8 倍，其中固定資產所占比例分別達 65.6%及 55.5%；平均每家營業收入、支出於直營店分別為 5 億 2,864 萬元及 5 億 1,233 萬元，高於非直營店後者之 1 億 4,262 萬元及 1 億 3,797 萬元，且均為其 3.7 倍；

顯示以直營連鎖集團方式經營事業之規模較單點獨立加油站為大，惟二者之固定資產（特別是土地）在營運中均占資產總額相當比重。（表三）

表三 台灣地區具規模之民營車用加油站平均每家資產及收支按直營、非直營事業分

民國87年

單位：千元

	合計		直營事業		非直營事業		比較 A/B
	平均每家 金額	分配比 (%)	平均每家 金額(A)	分配比 (%)	平均每家 金額(B)	分配比 (%)	
實收資本額	30,862	-	188,472	-	23,153	-	8.14
資產合計	79,805	100.00	478,876	100.00	61,319	100.00	7.81
流動資產	25,453	31.89	74,849	15.63	23,165	37.78	3.23
基金及長期							
投資	3,069	3.85	27,329	5.71	1,945	3.17	14.05
固定資產	46,400	58.14	313,917	65.55	34,008	55.46	9.23
其他資產	4,883	6.12	62,781	13.11	2,201	3.59	28.52
營業收入	159,485	-	528,644	-	142,615	-	3.71
營業成本	136,389	-	456,168	-	121,775	-	3.75
營業費用	17,941	-	56,161	-	16,195	-	3.47
營業利益	5,155	-	16,315	-	4,645	-	3.51
營業外收入	1,693	-	8,053	-	1,403	-	5.74
營業外支出	1,867	-	11,955	-	1,406	-	8.50

附註：1.直營事業係以總公司資料計算，共18家樣本事業（含51座直營連鎖加油站），非直營事業計回收395家事業（一座加油站為一家事業）。

三、汽、柴油銷售固定對象

民營加油站開放後，對於價格之競爭可謂十分罕見，僅對若干較大用戶有長期折扣之優待措施，民國87年具規模之民營加油站在銷售汽、柴油予消費者時，有固定客戶者占20.0%，其大多屬客貨運輸業之柴油用戶，占20.0%；另92無鉛汽油、95無鉛汽油及高級汽油則分別僅占2.7%、2.9%及1.8%，其主要對象為汽車駕訓班、汽車製造商、保全業者及其他事業等；若按區域別觀察，以台中縣、桃

園縣、高雄縣及台北縣較多。

四、各項油品價格制定過程

政府基於民生之考量，對於油價管理仍以公布零售價格為目標，具規模民營加油站於民國 88 年 7 月底對各項油品之售價亦大都依主管機關（或供應商）之統一零售價訂定，即 92 無鉛每公升 16.0 元，95 無鉛 17.0 元，高級汽油 17.2 元，高級柴油 12.4 元，僅少數 3 家（樣本）採自行訂定方式零售，售價分別為 92 無鉛汽油每公升 14.4~15.5 元間，95 無鉛汽油 15.3~16.5 元，高級汽油 15.5~16.7 元，高級柴油 11.8~12.2 元，其訂價考量因素，依序分別為「進貨成本」、「促銷策略」及「參考同行售價」。

五、汽、柴油加油槍數

民國 88 年 7 月底平均每座具規模加油站加油槍設備數為 27.9 支，其中 95 無鉛汽油有 8.6 支，92 無鉛汽油 7.5 支，高級汽油 7.0 支，高級柴油 3.9 支，另新加入市場之 98 無鉛汽油則有 1.0 支；若依區域別觀察，以台北市平均每座 41.7 支及台北縣 33.7 支加油槍數較高，以台東縣 15.0 支及花蓮縣 16.8 支較低，又 98 無鉛加油槍數較多者為台北市（3.3 支）、新竹市（2.2 支）及彰化縣（2.0 支），高級柴油加油槍數則以基隆市（6.0 支）及苗栗縣（5.1 支）較多；若按營業型態分，直營連鎖店平均每座加油站槍數為 31.9 支，高於非直營店之 27.4 支。

六、促銷活動

由於民營加油站相對於中油公司屬後加入市場者，且現階段又無法在價格上競爭，故採提供各項服務或贈品等促銷活動來吸引顧客為其行銷策略。

具規模之民營加油站於民國 88 年 7 月底對一般客戶有辦理促銷活動者占 87.8%，若依區域別觀察，以彰化縣、南投縣、嘉義縣、台南縣、屏東縣及基隆市較高，皆達 100%，以台東縣（占 50.0%）及花蓮縣（占 50.0%）較低；觀察促銷活動成本占購油成本比例，以「一成以下」居多，占 59.7%，「一成至二成」次之，占 34.6%，「二成至三成」及「三成以上」則分占 4.1% 及 1.6%；綜上資料顯示，各區域促銷活動之活絡榮枯與市場競爭具相關性。（表四）

表四 台灣地區具規模之民營車用加油站促銷活動狀況按直營、非直營店分

單位: %

	合計	無促銷活動	有促銷活動	促銷活動內容(複選)				
				降價促銷	贈送沙拉油、蔬菜油、面紙、飲料	贈折折價券	洗、擦車服務	其他服務
民國88年7月底								
合計	100.00	12.22	87.78	2.84	89.95	17.53	68.30	4.90
直營店	100.00	1.96	98.04	0.00	100.00	30.00	88.00	2.00
非直營店	100.00	13.55	86.45	3.25	88.46	15.68	65.38	5.33
民國88年7月底								
合計	100.00	20.90	79.10	3.77	81.13	17.25	67.12	11.05
直營店	100.00	15.38	84.62	0.00	61.36	29.55	72.73	9.09
非直營店	100.00	21.58	78.42	4.28	83.79	15.60	66.36	11.31

在促銷活動內容中以「贈送沙拉油、蔬菜油、面紙、飲料、雨刷精等贈品」最為普遍，占 89.9%，「洗、擦車服務」占 68.3% 次之，另「贈送折價券」、「降價促銷」及「其他服務」分別占 17.5%、2.8% 及 4.9%；又「其他服務」尚有貴賓卡、積點贈獎、信用卡刷卡、換機油、免費打臘、贈送其他贈品等促銷方式。

比較兩年具規模之加油站促銷活動狀況，對一般客戶有辦理促銷活動者已由民國 88 年 7 月之 79.1% 增至 88 年 7 月之 87.8%。若按營業型態分，非直營店由 78.4% 增至 86.5%，直營連鎖店則由 84.6% 提升至 98.0%；若依促銷活動成本占購油成本比例觀察，「一成以下」所占比例由民國 87 年 7 月之 70.2% 降至 88 年 7 月之 59.7%，「一成至二成」則由 22.2% 增至 34.6%，其中直營連鎖店則更由 2.9% 提升至 55.1%，顯示隨市場競爭白熱化，促銷活動日趨普及，促銷成本亦相對提高。

七、兼營業務

目前各加油站之兼營服務項目侷限於「加油站設置管理規則」第十八條之規定

業務，即符合土地使用管制規定及其他法令規定時，得兼營汽、機車之潤滑油脂、簡易保養、洗車、汽機車用品、便利商店、停車場、車用液化石油氣、設置自動販賣機及代辦汽車定期檢驗等。

具規模之民營加油站於民國 88 年 7 月底有辦理兼營業務者占 68.5%，若依區域別觀察，以基隆市（占 100.0%）、新竹縣（91.7%）、屏東縣（91.7%）及高雄市（84.2%）較高；以宜蘭縣（占 0%）、新竹市（42.9%）、苗栗縣（50.0%）及花蓮縣（50.0%）較低，顯示各縣市兼營業務之差異不僅與市場競爭有關，同時亦須考量符合土地使用情況。

兼營業務內容中以「洗車」最為普遍，占 91.7%，「汽機車用品」占 24.2% 次之，「汽機車簡易保養」9.9% 再次之，另「便利商店」、「車用液化石油氣」、「代辦汽機車定期檢驗」、「停車場」及「其他」則分別占 3.6%、1.7%、1.7%、1.3% 及 4.0%，又「其他」之兼營業務方式尚有汽車美容、販售回數票及電話卡、設自動販賣機、垃圾環保回收站等。（表五）

表五 台灣地區具規模之民營車用加油站兼營業務狀況按直營、非直營店分

單位：%

	合計	無兼營業務	有兼營業務	促銷活動內容（複選）								
				汽機車簡易保養	洗車	汽機車用品	便利商店	停車場	車用液化石油氣	代辦汽機車定期檢驗	其他	
民國88年7月底												
合計	100.00	31.52	68.48	9.93	91.72	24.17	3.64	1.32	1.66	1.66	3.97	
直營店	100.00	13.73	86.27	20.45	95.45	22.73	0.00	0.00	0.00	0.00	2.27	
非直營店	100.00	33.85	66.15	8.14	91.09	24.42	4.26	1.55	1.94	1.94	4.26	
民國87年7月底												
合計	100.00	27.66	72.34	8.53	90.00	30.59	3.24	1.47	0.29	1.47	2.65	
直營店	100.00	25.00	75.00	17.95	92.31	30.77	5.13	0.00	0.00	0.00	0.00	
非直營店	100.00	27.99	72.01	7.31	89.70	30.56	2.99	1.66	0.33	1.66	2.99	

比較兩年具規模之加油站兼營業務狀況，有辦理兼營業務者已由民國 88 年 7 月

之 72.3 % 降至 88 年 7 月之 68.5 %，若按營業型態分，非直營店由 72.0 % 降至 66.2 %，直營連鎖店則由 75.0 % 提升至 86.3 %。

八、未來擴大之兼營業務

針對政府擬檢討擴大開放加油站業務，具規模之民營加油站於民國 88 年 7 月對未來有 61.8 % 還可兼營部分業務，其中以「汽車修理、保養及汽車百貨」占 70.8 % 居首，「簡易速食餐飲、超市」占 61.4 % 居次，「廣告、照片沖洗、洗衣、託收交通違規罰款、代售娛樂場票券及資源回收等」占 43.2 % 再次之，以「貨運、倉儲連鎖」占 17.8 % 最低，另「其他」（占 10.2 %）尚含汽、機車代理檢驗、代售高速公路、鐵路、機票、土地仲介、汽車旅館等業務。

九、參與連鎖經營之優先次序

觀察民國 88 年 7 月具規模之民營加油站希望加入連鎖經營之第一優先考慮者，以「中油公司」居首，占 68.6 %，「台塑公司」占 8.6 % 居次，「自行組合連鎖」占 6.9 % 再次之，以「國內獨立進口商之連鎖」占 1.5 % 最低；此外，有 65.6 % 將「台塑公司」列入第二優先考慮，有 33.1 % 將「外國油公司組成之連鎖」列入第三優先考慮。（表六）

表六 台灣地區具規模之民營車用加油站希望加入連鎖經營優先情況

民國88年7月底

單位：%

連鎖型態	優先順序			
	總計	第一優先	第二優先	第三優先
總計	—	100.00	100.00	100.00
中油公司組成	89.71	68.64	13.97	7.10
台塑公司組成	84.34	8.64	65.64	10.06
外國油公司組成	41.01	1.73	6.15	33.14
國內獨立進口商經營	10.26	1.48	1.68	7.10
國內加油站業者聯合組成進口油公司經營	28.05	6.42	4.47	17.16
國內加油站業者聯合組成（但不進口油品）	24.00	2.72	5.31	15.98
自行組合，不加入其他連鎖	15.69	6.91	1.68	7.10
不自行組合，亦不加入其他連鎖	6.94	3.46	1.12	2.37

十、未來油源供應之優先次序

隨自由化腳步逐漸逼近，我國預計於民國 89 年 7 月油品全面開放，民營加油站業者將對中油、台塑及進口油品三大體系間，考量最有利的購油條件。

觀察民國 88 年 7 月具規模之民營加油站對各類汽、柴油供應來源之第一優先考慮者，以「中油公司」占 78.3 % 居首，「台塑公司」占 9.9 % 居次，「國內加油站業者聯合組成進口油品公司之經營連鎖」占 5.9 % 再次之，以「外國油公司組成之連鎖」占 1.5 % 最低；此外，有 74.7 % 將「台塑公司」列入第二優先考慮，有 40.1 % 將「外國油公司組成之連鎖」列入第三優先考慮。（表七）

表七 台灣地區具規模之民營車用加油站未來油品供應來源優先情況

民國88年7月底

單位：%

未來品供應來源	優先順序			
	總計	第一優先	第二優先	第三優先
總計	—	100.00	100.00	100.00
中油公司	94.90	78.33	10.47	6.10
台塑公司	92.94	9.85	74.66	8.43
外國油公司組成之連鎖	48.76	1.48	7.16	40.12
國內獨立進口商之連鎖	13.26	1.72	1.65	9.88
國內加油站業者聯合組成進口油公司之連鎖	46.86	5.91	6.06	34.88
其他	3.29	2.71	0.00	0.58

十一、我國加油站經營之未來發展

依中油公司統計，民國 88 年底台灣地區車用加油站計 1,884 座，其中中油加油站維持 602 座，民營加油站自 76 年開放設站後，成長快速，於 83 年設站據點數首次超越中油加油站，88 年底為 1,282 座，較中油多 1.1 倍；就售油量觀察，由於國內汽機車數量成長快速，對油品需求日增，78 年至 88 年售油量平均每年增 6.01

％，其中民營加油站售油比重持續上升，86年首度超過中油，88年占總售油量57.0％；就平均每座每日售油量觀察，近年民營加油站設站數增幅大於油品需求，已自83年之23.0公秉逐年下降至88年16.3公秉，中油公司亦由85年之27.7公秉降至88年之24.8公秉。（表八）

比較我國與先進國家設置加油站發展趨勢，我國平均每座每日售油量為19.1公秉，遠高於美國之8.7公秉、德國4.9公秉、英國3.6公秉、法國1.9公秉及日本1.7公秉。相對地，我國加油站共1,884座，低於前述國家之12.5～2.1萬座。就單位面積觀察，我國每平方公里設置0.05座加油站，與德國、法國相近，低於日本之0.16座、英國0.09座，惟高於美國之0.01座；就平均每座加油站服務人口數觀察，我國為11.7千人，高於各先進國家之1.8～4.5千人；就平均每座加油站服務車輛數觀察，我國為8.6千輛，高於各先進國之1.0～2.4千輛。先進國家加油站業之發展均已完全進入多角化經營之成熟階段，提供人、車完備服務，油品已轉為一般商品，其油外收益占相當比重，反觀國內加油站之油外收益僅占1％；故我國在開放油品零售市場的同時，為求市場健全發展，其兼營業務的推展及相關配套措施似有兼顧之必要。

表八 我國車用加油站售油概況與先進國家比較

	民國 78年	民國 80年	民國 81年	民國 82年	民國 83年	民國 84年	民國 85年	民國 86年	民國 87年	民國 88年
一、我國										
1. 加油站總數 (座)	840	1,042	1,092	1,138	1,190	1,242	1,350	1,521	1,723	1,884
中油	590	593	600	598	598	594	591	593	595	602
民營	250	449	492	540	592	648	759	928	1,128	1,282
2. 售油量 (千公秉)	7,019	8,245	9,119	9,956	10,542	11,059	11,336	11,613	12,097	12,582
中油	5,614	5,040	5,397	5,657	5,794	5,951	6,000	5,710	5,499	5,408
民營	1,405	3,205	3,722	4,299	4,748	5,108	5,336	5,903	6,598	7,174
3. 平均每座每日 售油量 (公秉)	26.07	22.42	23.35	24.46	24.81	24.92	23.90	22.16	20.43	19.11
中油	26.25	23.25	24.72	25.87	26.55	27.36	27.67	26.43	25.36	24.76
民營	25.41	21.24	21.61	22.83	22.98	22.57	20.72	19.17	17.58	16.31
二、世界先進國家										
1. 加油站總數 (座)										
美國	-	-	151,250	144,690	136,570	132,080	124,600	-	-	-
德國	-	-	24,597	22,951	20,876	19,019	18,079	-	-	-
英國	-	-	24,760	24,108	23,079	22,032	21,140	-	-	-
法國	-	-	38,500	37,500	36,000	34,200	32,000	-	-	-
日本	-	-	59,272	59,307	59,329	59,324	59,082	-	-	-
2. 平均每座每日 售油量 (公秉)										
美國	-	-	7.02	7.31	7.50	8.12	8.65	-	-	-
德國	-	-	3.17	3.86	3.66	4.82	4.94	-	-	-
英國	-	-	2.84	2.88	3.42	3.40	3.58	-	-	-
法國	-	-	1.77	1.78	1.66	1.85	1.91	-	-	-
日本	-	-	1.66	1.66	1.69	1.69	1.73	-	-	-

附註：1. 加油站座數係年底。

2. 平均每座售油量之計算為售油量除以當年底與上年底加油站平均數。

資料來源：1. 中油公司年報。

2. 賴適存（88年1月）「汽車加油站經營發展前景—由法制再造完成多角化經營之開展」，加油站雜誌，NO.2，第9頁，引自日本「給油所革命雜誌」。