

加油站 消防安全与站长业务 全书

中国石化出版社

加油站消防安全 与站长业务全书

主 编 刘品和

(下 卷)

中国石化出版社

目 录

下 卷

第七篇 加油站站长业务

第一章 加油站资金筹措与管理	(905)
第一节 加油站资金筹措的方式和渠道	(905)
一、财政银行资金	(905)
二、企业内部筹资	(907)
三、资本市场融资	(908)
四、租赁、信用融资	(911)
五、国际金融融资	(912)
六、其他融资方式	(913)
第二节 加油站筹资的资金成本与筹资风险	(914)
一、资金成本的计算与应用	(915)
二、资金筹措方案的制定	(921)
三、资金筹措的风险及降低措施	(922)
第三节 加油站筹集资金的管理	(926)
一、筹集资金使用的管理	(926)
二、筹集资金的综合管理	(926)
第二章 加油站长期投资管理	(928)
第一节 加油站项目投资及其重要性	(928)
一、加油站项目投资的特点	(928)
二、加油站资金的投向	(929)
三、加油站项目投资决策的重要性	(931)

四、加油站项目投资及程序	(932)
第二节 加油站项目评价的方法	(932)
一、回收期法 (PP)	(933)
二、净现值类方法	(934)
三、内部收益率法 (IRR)	(935)
第三节 加油站现金流量估计	(938)
一、加油站现金流量分析的意义及其内容	(938)
二、相关现金流量的确定	(940)
三、现金流量估计的程序和实例	(941)
第四节 风险投资分析	(943)
一、风险价值的概念	(943)
二、风险投资分析的基本方法	(946)
三、项目敏感性分析	(950)
第五节 项目投资的实施和回收管理	(951)
一、投资实施组织管理	(951)
二、项目建设施工管理	(952)
三、投资工程项目竣工验收	(954)
第六节 对外投资管理	(955)
一、对外投资的概念	(955)
二、对外投资战略	(955)
三、证券投资管理	(956)
第三章 加油站成本和费用管理	(958)
第一节 加油站的成本和费用	(958)
一、加油站成本费用及其开支范围	(958)
二、加油站成本核算的原则及要求	(961)
第二节 成本预测与计划管理	(964)
一、加油站成本预测和计划管理的意义与原则	(964)
二、加油站成本计划	(968)
第三节 成本控制与考核	(972)
一、成本控制的概 念、内容及原则	(972)
二、定额成本控制	(973)
三、成本动态控制	(977)
四、成本考核	(981)
第四章 加油站盈利分配管理	(984)
第一节 加油站收入与管理	(984)

一、加油站收入的内容	(984)
二、加油站收入实现的确认	(984)
三、加油站产品定价策略	(986)
四、销售数量预测	(987)
第二节 加油站税金的缴纳与税收筹划	(987)
一、流转税的缴纳	(987)
二、其他税的缴纳	(991)
三、所得税的缴纳	(993)
四、税收筹划	(995)
五、石油企业税后利润的分配与股利分配探讨	(1000)
第五章 加油站联合、兼并与清算	(1005)
第一节 加油站联合与兼并	(1005)
一、联合兼并的意义和途径	(1005)
二、联合兼并的形式及对被联合企业的评估	(1007)
三、兼并后的财务处理	(1012)
四、控股公司	(1014)
第二节 企业失败与清算	(1019)
一、企业失败的类型及其处理	(1019)
二、企业清算	(1021)
三、破产可能性的预估	(1023)
第六章 加油站的资产管理和资产评估	(1027)
第一节 加油站产权关系的界定	(1027)
一、产权界定的概述	(1027)
二、石油企业产权界定的范围和方法	(1030)
三、新型产权关系对油田财务管理的影响	(1033)
第二节 石油企业的资产评估	(1034)
一、资产评估的涵义	(1035)
二、资产评估的主体、客体和范围	(1037)
三、资产评估的程序	(1038)
四、资产评估的基本方法	(1039)
五、整体资产的评估	(1043)
第三节 石油企业无形资产管理	(1044)
一、无形资产及其分类	(1044)
二、无形资产的计价和摊销	(1045)
三、无形资产评估与管理原则	(1046)

四、无形资产评估的估价标准	(1046)
---------------------	--------

第七章 加油站管理整体优化的模式及运行调控

第一节 加油站管理整体优化的理论基础

一、加油站管理系统	(1048)
二、现代加油站管理的系统特性	(1049)
三、加油站管理系统的结构与功能	(1051)
四、加油站管理系统的动态发展	(1054)
五、加油站管理系统的协调和谐	(1055)

第二节 加油站管理整体优化的一般模式

一、几种主要的优化模型	(1056)
二、加油站管理整体优化的一般模式	(1057)
三、加油站管理整体优化的关键技术	(1061)

第三节 加油站管理整体优化的运行调控

一、加油站管理整体优化的运行	(1065)
二、加油站管理整体优化的调控	(1072)

第四节 加油站管理整体优化的动力机制和约束机制

一、加油站管理整体优化的动力机制	(1077)
二、加油站管理整体优化的约束机制	(1080)

第八章 加油站管理整体优化的环境条件分析

第一节 加油站管理整体优化的外部环境分析

一、企业管理整体优化对环境的要求	(1083)
二、目前我国企业管理整体优化的环境状况	(1084)
三、改善企业外部环境与企业管理整体优化	(1085)
四、石油企业现今所处的外部环境	(1086)

第二节 企业管理整体优化的内部环境分析

一、企业各生产要素的质和量对企业的决定作用	(1087)
二、生产要素的有机组合和合理匹配是企业管理整体优化的根本要求	(1091)
三、企业管理整体优化与机会成本和长期成本	(1092)
四、企业管理整体优化与动力及约束机制	(1092)

第三节 国际石油经济的一般规律

一、石油资源及石油工业的特点	(1092)
二、宏观规律	(1093)
三、微观经济规律	(1095)

第九章 加油站管理整体优化的评价

(1104)

第一节 整体优化方案的评价	(1104)
一、整体优化评价标准	(1105)
二、企业管理整体优化的线性规划模型	(1105)
三、整体优化方案评价的层次分析法	(1108)
第二节 整体优化实施效果评价	(1114)
一、评价指标体系	(1115)
二、整体优化模糊综合评价模型	(1118)
 第十章 加油站管理整体优化与战略决策	(1127)
第一节 现代决策	(1127)
一、现代决策理论	(1127)
二、战略决策是大企业管理的核心	(1128)
三、现代企业管理结构的发展	(1130)
第二节 竞争战略	(1132)
一、通用竞争战略	(1132)
二、竞争战略的选择	(1134)
三、产业发展和组织结构	(1137)
四、战略计划的制定过程	(1138)
第三节 战略决策	(1139)
一、纵向联合的战略分析	(1139)
二、业务能力扩展战略	(1145)
三、进入新业务领域的战略	(1148)
第四节 替代分析	(1151)
一、替代识别	(1152)
二、替代的经济涵义	(1153)
三、替代威胁中的变化	(1154)
四、替代路线	(1155)
五、替代与竞争战略	(1156)
 第十一章 加油站管理整体优化与资产有效经营	(1160)
第一节 企业的资产	(1160)
一、资产	(1160)
二、资本与资金	(1161)
三、现代财务管理的目标与资金结构	(1163)
第二节 企业资产价值分析	(1165)
一、价值分析的基础——货币的价值观念	(1165)
二、资产保值增值	(1167)

第三节 企业资产经营	(1171)
一、资产经营：现代企业发展新概念	(1171)
二、资本运营的特征方式	(1173)
三、石油储量的评估	(1175)
第四节 企业资产经营水平的基本评价	(1177)
一、财务分析的目的和内容	(1177)
二、财务比率分析体系	(1179)
三、财务状况综合分析与评价	(1186)
第十二章 加油站管理整体优化与人才管理	(1191)
第一节 企业领导及经营管理人才	(1191)
一、国外企业家理论概述	(1191)
二、石油企业家及其特征	(1192)
三、石油企业家的市场化与职业化	(1193)
四、加强企业经营管理人才队伍建设	(1195)
第二节 市场经济条件下的人才市场建设	(1196)
一、人才市场的发展与社会经济和科技增长的关系	(1196)
二、人才市场的三大机制	(1197)
三、我国人才市场建设和发展思路	(1198)
四、国外人才市场模式	(1199)
第三节 合理使用人才	(1200)
一、人才缺乏与人才流失	(1201)
二、关于合理使用人才的原则和措施	(1202)
第十三章 加油站企业精神的培育	(1204)
第一节 企业精神的培育及其在加油站发展中的作用	(1204)
一、什么是企业精神	(1204)
二、企业精神包括哪些基本内容	(1205)
三、为什么要培育企业精神	(1206)
四、企业精神在企业发展中有何重要作用	(1207)
第二节 企业精神形成的特点及过程	(1208)
一、企业精神形成的特点	(1208)
二、企业精神形成的过程	(1210)
第三节 提炼企业精神的基本原则	(1212)
一、个体性原则	(1212)
二、先进性原则	(1213)
三、时代性原则	(1214)

四、群众性原则	(1214)
五、科学性原则	(1215)
第四节 培育企业精神的基本途径	(1216)
一、灌输教育	(1216)
二、实践锤炼	(1217)
三、树立榜样	(1217)
四、环境渗透	(1217)
五、活动熏陶	(1218)
六、形象塑造	(1218)
七、制度保证	(1219)
第五节 培育企业精神与加强企业管理	(1219)
一、培育企业精神是加强企业管理的重要内容	(1219)
二、培育企业精神与加强企业管理的辩证关系	(1220)
三、以企业生产管理为载体,努力培育企业精神	(1222)
第六节 培育企业精神与加强思想政治工作	(1224)
一、加强思想政治工作需要大力培育企业精神	(1124)
二、思想政治工作在培育企业精神过程中的作用	(1225)
三、培育企业精神有利于加强企业思想政治工作	(1226)
第七节 企业精神培育与企业形象塑造	(1227)
一、什么是企业形象	(1227)
二、培育企业精神是塑造企业形象的关键	(1228)
三、塑造企业形象的具体方法	(1229)
第八节 加油站站长在培育企业精神过程中的作用	(1232)
一、加油站站长是企业精神的积极倡导者	(1232)
二、加油站站长是培育企业精神的具体组织者	(1233)
三、加油站站长是企业精神的模范实践者	(1233)
第九节 培育企业精神与加强职业道德建设	(1234)
一、企业精神与职业道德各自的内涵	(1234)
二、企业精神与职业道德的关系	(1235)
三、培育企业精神与加强职业道德建设的要点	(1236)
第十节 传统文化与现代企业精神	(1237)
一、传统文化及其价值肯定	(1238)
二、现代企业精神对传统文化的继承	(1239)
三、几个值得注意的问题	(1240)
第十一节 企业精神培育与企业文化建设	(1242)
一、国内企业文化多视角的界定	(1242)
三、从中国实际出发建设社会主义企业文化	(1244)

四、企业文化建设与整体优化	(1247)
---------------------	--------

第十四章 发挥团组织在企业文化建设中的作用 (1251)

第一节 团组织应用企业文化培养和造就跨世纪青年员工 (1251)

一、树立企业意识,提高认同程度	(1252)
-----------------------	--------

二、多途径促进青工个人发展,密切青工与企业的关系	(1253)
--------------------------------	--------

三、用企业精神培育青工树立优良形象	(1253)
-------------------------	--------

四、参与企业经营活动,靠行动实践企业精神	(1254)
----------------------------	--------

第二节 团组织应带领青工积极推进企业文化建设 (1255)

一、为企业生存发展提供宝贵信息	(1255)
-----------------------	--------

二、沟通企业与青工的内在联系,加强企业管理	(1255)
-----------------------------	--------

第十五章 加油站的思想政治工作 (1256)

第一节 思想政治工作的基本理论 (1256)

一、思想政治工作的基本方向	(1256)
---------------------	--------

二、思想政治工作的理论基础	(1257)
---------------------	--------

三、思想政治工作的地位和作用	(1258)
----------------------	--------

四、思想政治工作的根本目的和任务	(1263)
------------------------	--------

第二节 思想政治工作的基本原则和特点 (1266)

一、思想政治工作的基本原则	(1266)
---------------------	--------

二、思想政治工作的基本特点	(1273)
---------------------	--------

第三节 企业思想政治工作的基本内容 (1275)

一、社会主义初级阶段和党的基本路线教育	(1281)
---------------------------	--------

二、理想教育	(1282)
--------------	--------

三、道德教育	(1283)
--------------	--------

四、形势政策教育	(1284)
----------------	--------

五、爱国主义和国际主义教育	(1285)
---------------------	--------

六、社会主义民主和法制教育	(1286)
---------------------	--------

七、正确处理国家、集体、个人三者利益关系的教育	(1286)
-------------------------------	--------

八、革命传统教育	(1286)
----------------	--------

九、科学文化,业务知识和系统政治常识教育	(1288)
----------------------------	--------

第四节 思想政治工作的方式方法 (1288)

一、思想政治工作的方式	(1288)
-------------------	--------

二、思想政治工作的方法	(1292)
-------------------	--------

三、正确运用方式方法开展思想政治工作	(1294)
--------------------------	--------

第五节 政治工作者面临的新课题 (1295)

第八篇 加油站与中国 石油市场

第一章 石油市场的概念和特征	(1299)
第一节 石油市场形成的必然性	(1299)
一、石油市场的概念	(1299)
二、石油市场形成的必然性	(1300)
第二节 石油市场的特点	(1300)
一、石油市场具有行业的特殊性	(1300)
二、石油市场具有相对的独立性和关联性	(1301)
三、石油市场管理具有复杂性	(1301)
四、石油市场中来自政府宏观调控的力度较强	(1301)
五、我国石油市场发展具有渐进性	(1301)
第三节 石油市场构成的基本要素	(1301)
第二章 我国石油市场发育现状及问题分析	(1303)
第一节 市场机制日益发挥重要作用	(1303)
一、国家对天然气实行的指令性计划开始发生变化	(1303)
二、石油企业内部市场逐步启动	(1304)
三、积极占领社会市场和国际市场	(1304)
第二节 石油市场发育中存在的问题和深层次矛盾	(1304)
一、不具备与石油市场相适应的环境条件	(1305)
二、产权制度改革尚未取得实质性进展	(1305)
三、石油天然气工业商品化问题	(1305)
四、石油天然气工业不适应市场经济要求	(1305)
五、油气田企业市场机制难以发挥作用	(1305)
六、石油市场管理和市场规则尚未形成	(1305)
第三节 现行管理体制与市场经济体制比较分析	(1306)
第三章 建立石油市场的可行性和相关条件	(1308)
第一节 建立石油市场的可行性	(1308)

一、市场经济理论为建立石油市场提供了理论依据	(1308)
二、油气进入市场是石油工业管理体制改革的必然要求	(1308)
三、培育石油市场已具备一定的基础	(1309)
四、经济改革为建立天然气市场创造了一定的环境条件	(1309)
五、我国具有丰富的油气资源和旺盛的油气消费需求	(1309)
第二节 石油市场形成的相关条件	(1310)
一、构造合格的市场主体	(1310)
二、确立市场的客体	(1310)
三、造就与市场经济相适应的价格机制	(1310)
四、造就竞争环境	(1311)
第四章 石油市场的构成、运行与管理	(1312)
第一节 石油市场的构成	(1312)
一、石油市场体系	(1312)
二、石油市场结构	(1313)
第二节 石油市场的运行	(1316)
一、石油市场必须接受国家宏观调控	(1316)
二、石油市场在市场机制的作用下运行	(1317)
三、石油市场中的交易方式	(1321)
第三节 石油市场的管理	(1323)
一、石油市场的管理组织机构	(1323)
二、石油市场管理规章制度	(1323)
第五章 石油市场容量研究	(1325)
第一节 市场容量概论	(1325)
一、市场容量的概念	(1325)
二、市场容量研究的主要内容	(1326)
三、研究市场容量的意义	(1327)
第二节 油气市场容量的计算与预测	(1327)
一、油气产品市场容量预测	(1328)
二、油气勘探开发市场容量预测	(1329)
第六章 培育石油企业内部市场，加快与国内外市场接轨	(1331)
第一节 石油企业内部市场是企业制度改革的过渡性产物	(1331)
一、石油企业内部市场的形成	(1331)
二、石油企业内部市场的特点	(1332)
三、石油企业内部市场是石油市场发展的过渡阶段	(1333)

第二节 培育和完善石油企业内部市场	(1334)
一、内部市场的管理机构设置	(1334)
二、内部市场各类管理办法和规则	(1334)
第三节 石油企业内部市场是与国外市场接轨的桥梁	(1335)
第四节 石油市场建立与发展的目标	(1337)
第五节 石油市场建立与发展对策建议	(1338)
一、转变观念, 树立与市场经济相适应的观念体系	(1338)
二、理顺产权关系, 改革石油工业管理体制	(1338)
三、加快以“油公司”为核心的企业集团的改造	(1339)
四、尽快促进市场客体交易对象商品化	(1339)
五、尽快建立培育石油市场体系	(1340)
六、改革对石油工业的宏观调控方式	(1340)
七、建立石油市场管理组织和监督保证体系	(1340)
八、积极促进行业商会、协会的发展, 充分发挥它们的中间协调层作用	(1341)
九、加快制订石油市场有序进行的法律、法规	(1341)
十、培养适应石油市场建立与发展的高层次管理人才	(1341)
十一、建立与石油市场相应的社会保障体系的制度	(1341)
 第七章 中国国家石油公司的建立	(1342)
第一节 中国陆上石油工业管理体制的沿革	(1342)
一、石油工业管理体制的历史回顾	(1342)
二、石油工业管理体制历史沿革的分析	(1344)
第二节 中国石油天然气总公司的作用	(1345)
一、中国石油天然气总公司的历史作用	(1345)
二、中国石油天然气总公司目前的形势	(1347)
三、中国石油天然气总公司今后的任务	(1349)
第三节 市场体制下的中国石油工业管理体制	(1349)
一、石油工业管理体制改革目标	(1349)
二、重建石油企业组织结构、造就石油企业竞争主体群	(1350)
三、体制改革的核心	(1351)
四、公司法人企业与现代石油企业的区别	(1352)
第四节 建立中国国家石油公司的必要性	(1352)
一、国际石油公司状况的简要分析	(1352)
二、中国成立国家石油公司的必要性	(1355)
第五节 中国国家石油公司的模式	(1356)
一、中国国家石油公司目标模式	(1356)
二、中国国家石油公司定义	(1356)

第八章 中国国家石油公司的性质	(1358)
第一节 中国国家石油公司成立的法律依据	(1358)
一、世界主要产油国国家石油公司成立的法律依据	(1358)
二、中国成立国家石油公司应具备的法律依据	(1360)
第二节 中国国家石油公司是国家控股公司	(1364)
一、控股是国家石油公司本质经济内容	(1364)
二、中国国家石油公司股权结构	(1365)
三、国家石油公司是公司制企业	(1365)
第三节 中国国家石油公司具有国家性	(1366)
一、国家石油公司目标的多元性	(1366)
二、国家石油公司是国家实施石油政策的工具	(1367)
三、国家石油公司的领导制度	(1368)
第四节 中国国家石油公司是商业实体	(1368)
一、商业实体是国家石油公司的实质	(1368)
二、商业化是国家石油公司运营原则	(1370)
三、国家石油公司的商业化	(1371)
四、国家石油公司具有寡头垄断性	(1372)
第五节 中国国家石油公司是跨国公司	(1372)
一、中国国家石油公司采用的跨国公司的定义	(1372)
二、国家石油公司的国际化经营	(1373)
三、国家石油公司发展国际化合作经营的几种形式	(1374)
四、国际化经营惯例	(1376)

第九篇 加油站与国际 石油合作

第一章 国际石油合作的基本内容	(1381)
第一节 国际石油合作的概念及其含义	(1381)
第二节 国际石油合作的发展历史	(1383)
一、不平等的国际石油协作时期	(1383)

二、国际石油合作时期	(1384)
第三节 国际石油合作的类型	(1385)
第四节 中国国际石油合作的发展与趋势	(1386)
一、海洋石油对外合作的发展	(1386)
二、陆上石油对外合作的发展	(1386)
三、中国国际石油合作的经验	(1387)
四、面向 21 世纪的中国国际石油合作	(1388)
第二章 当今国际石油合作环境	(1390)
第一节 国际石油合作环境的分类与特点	(1390)
一、国际石油合作环境的分类	(1390)
二、国际石油合作环境的特点	(1391)
第二节 国际石油合作环境的内容	(1392)
一、政治环境	(1392)
二、社会文化和教育环境	(1393)
三、经济环境	(1394)
四、法律环境	(1394)
第三章 国际石油合作的主要方式及程序	(1400)
第一节 国际石油合作的主要方式	(1400)
一、石油协议的类型	(1400)
二、石油协议涉及的基本内容及相互比较	(1401)
第二节 租让制	(1402)
一、租让制概述	(1402)
二、租让制实例	(1403)
第三节 产品分成合同	(1404)
一、产品分成合同概述	(1404)
二、产品分成合同的一般内容与实例	(1405)
第四节 服务合同	(1406)
一、服务合同概述	(1406)
二、服务合同实例	(1407)
第五节 联合经营	(1409)
一、联合经营概述	(1409)
二、参股与投标协议和作业协议	(1410)
第六节 国际石油合作的工作程序	(1412)
一、资源国进行招标准备工作	(1413)
二、资源国进行招标	(1413)

三、合同执行	(1413)
四、合同终止	(1414)

第四章 国际石油合作人员的选拔与培养

第一节 国际石油合作人员的素养	(1415)
一、政治素养	(1415)
二、业务能力	(1416)
三、外语水平和语言能力	(1416)
第二节 国际石油合作人员的选拔与培训	(1417)
一、国际石油合作人员的选拔	(1417)
二、国际石油合作人员的培训	(1418)
三、石油公司国际石油合作人员的选拔和培训系统	(1419)

第五章 中国周边国家石油概况

第一节 俄罗斯	(1420)
一、概况	(1420)
二、区域地质	(1420)
三、油气资源	(1422)
四、油气田开发	(1428)
第二节 阿塞拜疆	(1429)
一、概况	(1429)
二、油气工业发展史	(1429)
三、油气工业现状	(1429)
四、油气勘探历程	(1430)
第三节 中亚地区	(1431)
一、地理概论	(1431)
二、油气资源	(1432)
三、哈萨克斯坦	(1436)
四、土库曼斯坦	(1439)
五、乌兹别克斯坦	(1443)
六、吉尔吉斯斯坦	(1445)
七、塔吉克斯坦	(1447)
第四节 巴基斯坦	(1448)
一、概况	(1448)
二、油气工业发展史及现状	(1448)
三、对外经济技术合作	(1450)
第五节 印度	(1452)

一、概况	(1452)
二、油气工业发展史	(1452)
三、油气勘探开发现状	(1454)
四、对外经济技术合作	(1455)
第六节 孟加拉国	(1456)
一、概况	(1456)
二、含油气远景	(1457)
三、油气勘探开发现状	(1457)
四、对外经济技术合作	(1458)
第七节 缅甸	(1460)
一、概况	(1460)
二、油气工业现状	(1460)
三、对外经济技术合作	(1462)
四、产量分成合同的主要条款	(1464)
第八节 泰国	(1464)
一、概况	(1464)
二、油气工业发展简史	(1465)
三、对外经济技术合作	(1466)
四、石油法规	(1468)
第九节 越南	(1468)
一、概况	(1468)
二、油气勘探开发现状	(1469)
三、越南油气工业展望	(1473)
第十节 马来西亚	(1475)
一、概况	(1475)
二、油气勘探开发现状	(1475)
三、对外合作	(1476)
第十一节 印度尼西亚	(1477)
一、概况	(1477)
二、油气工业发展史	(1478)
三、油气勘探开发	(1479)
四、对外合作	(1480)
第十二节 菲律宾	(1482)
一、概况	(1482)
二、勘探开发现状	(1482)