

学校编码: 10384

学 号: 200415139



分类号 \_\_\_\_\_ 密级 \_\_\_\_\_

UDC \_\_\_\_\_

# 厦 门 大 学

## 硕 士 学 位 论 文

### 宁德鼎升撬装加油站项目可行性研究分析

The Feasibility Analysis of Ningde Dingsheng's  
HAN Gas Station Project

陈 坚

指导教师姓名: 李常青 教授

专 业 名 称: 国际工商管理 (IMBA)

论文提交日期: 2011 年 4 月

论文答辩时间: 2011 年 月

学位授予日期: 2011 年 月

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

2011 年 4 月

宁德鼎升撬装加油站项目可行性研究分析

陈 坚

指导教师

李常青

教授

厦门大学

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（ ）课题（组）的研究成果，获得（ ）课题（组）经费或实验室的资助，在（ ）实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：

年 月 日

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

## 摘要

国内原油需求将持续快速增长。根据美国能源信息署（EIA）数据，中国原油消费2009年约为8.4百万桶/日，至2010年该数据增长到了9.1万桶/日，预计2011年将再度增长达到9.5万桶/日。根据中国加入世贸组织承诺，2004年成品油市场零售逐步放开以来，包括BP、埃克森美孚、道达尔等国际大公司都已经开始在我国市场显现身影；2006年又再度放开成品油批发市场。成品油市场，尤其是终端零售市场竞争已愈演愈烈。中国石油天然气股份有限公司1999年进入福建市场成立福建省销售分公司后，2001年渗透进入福建省宁德市场，截止目前投资开发了30多个加油站。为了进一步开拓宁德市场，经过沟通，我们将与该公司合作，以撬装加油站形式为其进一步开拓宁德成品油零售市场。

本文第一章介绍了论文的研究背景、研究内容和方法。第二章对可行性计划的公司进行了介绍，主要包括公司的基本情况介绍，公司的商业模式和公司的业务介绍。第三章对该项目的外部环境进行介绍和分析，主要通过PEST模型和五力模型对公司所面临的宏观环境和行业环境进行了分析，以表明该项目的外部环境的可行性。第四章通过对市场细分的分析确定了目标市场的选择，在此基础上进一步确定了该项目的营销组合策略，包括项目的产品策略、定价策略、渠道策略和促销策略。第五章进行了财务可行性的分析和论证。第六章指出了该项目的风险并提出了可能的应对措施。第七章为本文的结论，通过全篇分析，表明该项目是可行的。

本文从现有市场情况及相关公司内部政策出发，从宏观经济环境、行业环境、市场竞争情况、营销组合策略及财务分析和风险分析等多角度对该项目进行了可行性分析，经过分析该项目是可行的。本文研究的项目是确实存在且正在实施的，本文的研究对该项目的实施具有很强的理论价值和指导意义。

**关键词：**加油站；撬装加油站；可行性分析

## **Abstract**

China's domestic oil demand will continue rapid growth. According to the U.S. energy information administration (EIA) data, China's crude oil consumption in 2009 was about 8.4 million barrels per day, the data by 2010 has increased to 9.1 million barrels per day, are expected to increase again in 2011 to 9.5 million barrels per day. According to China's promises to WTO commitments, its refined oil retail market is opened step by step. Since 2004, including BP, EXXSON Mobil, TATOL and other international companies have stepped into our country market; In 2006, China has once again opened oil wholesale market. The refined oil market, especially terminal retail market competition has intensified. China's oil and gas Co., LTD was established in 1999 in Fujian province and established Fujian branch sale office. In 2001, it entered Ningde district in Fujian, So far, it has developed more than 30 gas station in this district. In order to further explore Ningde market, through communication, we will cooperate with the company, in the form of its HAN gas station to further develop the Ningde oil retail market.

The paper's first chapter presents the research background, content and method. The second chapter introduces the feasibility plan, mainly conclude the company's brief introduction, the company's business model and the company's business. The third chapter demonstrates the external environment, mainly through the introduction and analysis of PEST models and five competitive forces model, thus explicit the macro environment and the industrial environment the company faces, in order to show the feasibility of the external environment. Based on the analysis of the market segmentation, the fourth chapter chooses the target market, on the basis of further define the marketing mix strategy, which includes the project's product strategy, pricing strategy, channel strategy and marketing strategy. Chapter 5 is about the financial feasibility analysis and verification. Chapter 6 points out the project's risk and offers possible countermeasures. Chapter 7 draws the conclusions of the paper, through the total analysis, show that the project is feasible.

The paper bases on current market conditions and related companies internal policies, analyzes from the macroeconomic environment, industry environment, market competition situation, the marketing mix strategy and financial analysis and

risk analysis, to explain the feasibility of the project. The project in this paper does exist and the project is being implemented, this paper studies on the project implementation has a strong theoretical value and significance.

**Keywords:** gas station; HAN gas station; Feasibility analysis

厦门大学博硕士学位论文摘要库

# 目 录

1 绪论 .....	1
1.1 选题背景.....	1
1.2 研究内容和方法.....	2
2 公司介绍.....	4
2.1 公司简介 .....	4
2.2 公司商业模式.....	5
2.3 公司业务介绍.....	6
3 外部环境分析 .....	11
3.1 宏观经济介绍.....	11
3.2 行业环境分析.....	17
4 营销策略.....	29
4.1 目标市场分析.....	29
4.2 营销组合策略.....	30
5 财务分析.....	38
5.1 资金需求.....	38
5.2 财务假设 .....	38
5.3 单站财务评价指标.....	39
5.4 整体项目评价指标.....	45
5.5 敏感性分析.....	46
6 风险分析.....	48
6.1 市场风险.....	48
6.2 法律及政策风险.....	49
6.3 其他风险.....	49
7 结论 .....	51
7.1 研究的主要结论.....	51

7.2 研究的不足和待改进之处.....	51
参考文献 .....	53
后 记 .....	54

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## Table of Contents

<b>1</b>	<b>Preward</b>	<b>1</b>
1.1	Research background	1
1.2	Ontents and methods	2
<b>2</b>	<b>Introduction of the Company</b>	<b>4</b>
2.1	Brief introduction	4
2.2	Business model	5
2.3	Business of the company	6
<b>3</b>	<b>External Environment Analysis</b>	<b>11</b>
3.1	Macro economy ntroduction	11
3.2	Industry envionment analysis	17
<b>4</b>	<b>Marketing Strategy</b>	<b>29</b>
4.1	Targeting market analysis	29
4.2	Marketing strategy combination	30
<b>5</b>	<b>Financial Analysis</b>	<b>38</b>
5.1	Fund demand	38
5.2	Financial assumptions	38
5.2	Financail buget for a single project	39
5.3	Financail buget for the whole project	45
5.4	Sensibility analysis	46
<b>6</b>	<b>Risk Analysis</b>	<b>48</b>
6.1	Market risk	48
6.2	Legal and policy risk	49
6.3	Other risk	49
<b>7</b>	<b>Conclusion</b>	<b>51</b>

7.1 Main conclusion of the study.....	51
7.2 Where there needs to improve .....	51
<b>References .....</b>	<b>53</b>
<b>Afterword .....</b>	<b>54</b>

厦门大学博硕士学位论文摘要库

# 1 绪论

## 1.1 选题背景

### 1.1.1 国内原油需求持续快速增长

国内原油需求将持续快速增长。根据美国能源信息署（EIA）数据，中国原油消费2009年约为8.4百万桶/日，至2010年该数据增长到了9.1万桶/日，预计2011年将再度增长达到9.5万桶/日。

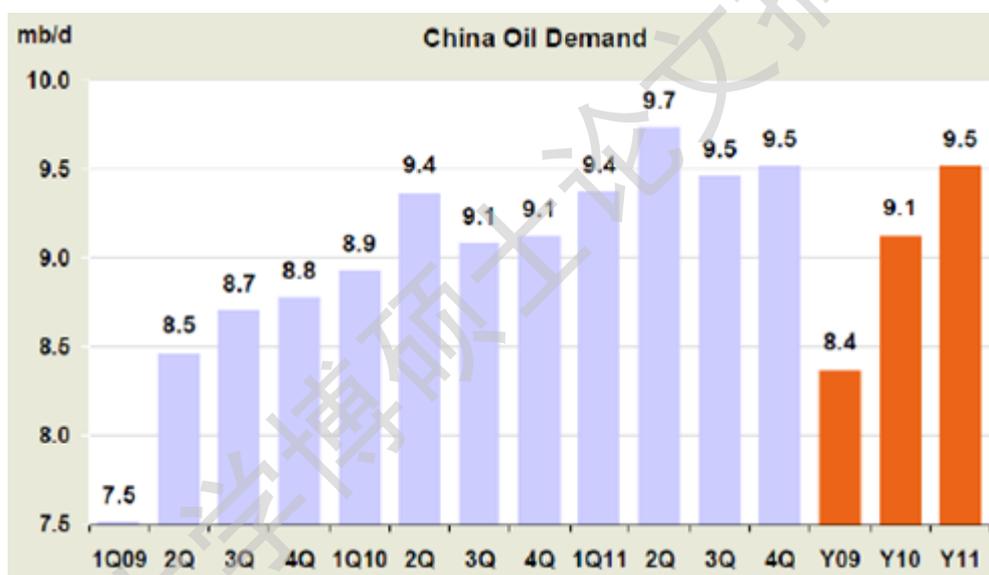


图1 2011年中国原油需求同比大幅增长

数据来源：EIA，齐鲁证券研究所

### 1.1.2 成品油零售竞争愈演愈烈

上世纪90年代以来，中国石油天然气股份有限公司（以下简称“中石油”）与中国石油化工股份有限公司（以下简称“中石化”）以黄河为界相互渗透经营；根据中国加入世贸组织承诺，2004年成品油市场零售逐步放开以来，包括BP、埃克森美孚、道达尔等国际大公司都已经开始在我国市场显现身影；2006年又再度放开成品油批发市场。成品油市场，尤其是终端零售市场竞争已愈演愈烈。

### 1.1.3 中国石油即将开拓宁德撬装加油站市场

中国石油福建销售分公司成立于1999年，是中石油在福建的全资子公司。为

了获得更大的零售市场份额，该公司尝试了一种新型的加油站装置——撬装加油站。这种装置在北京奥运会、上海世博会、汶川大地震、广州亚运会等影响重大的世界性盛会及国内重大突发性事件上得到广泛运用。

中国石油福建宁德销售分公司（以下简称“中石油宁德公司”）将在宁德地区重点开展撬装加油站业务。经过沟通，我们与中石油宁德公司合作，开展撬装加油站业务，共同开拓宁德成品油零售市场。

## 1.2 研究内容和方法

### 1.2.1 研究内容

本文主要研究的是宁德撬装加油站项目的可行性。本文开篇对选题背景、研究方法以及论文架构进行了介绍。在此背景及理论基础下，本文主要分为以下几方面进行研究：

首先，本文对目标项目的公司进行了介绍，具体包括公司简要情况介绍、公司商业模式介绍和公司业务介绍。

其次，本文对项目的外部环境、目标市场及竞争策略进行了分析。具体包括目前宏观环境和未来五年的经济发展规划、宁德市经济环境及成品油市场状况介绍、相关政策介绍等，同时还对成品油零售行业进行了介绍，并对该行业进行了五力模型的分析。

再次，本文对该项目的竞争、营销、财务进行了可行性分析。本文对目标市场及可能面对的竞争环境进行了介绍和分析，经过科学分析对比竞争优劣势，制定了竞争策略；而对于公司的产品、定价、渠道、促销策略进行研究制定了可行的营销组合；并且基于以上分析，假设了财务前提，进行了财务可行性分析。除此之外，本文对可能遇到的风险进行了分析并提出了相应的可能对策。

最后，本文经过分析得出结论，并指出了本文待改进的地方。

### 1.2.2 研究方法

研究方法主要有以下两种：

#### 1、以可行性研究相关理论为基础

根据可行性研究的标准格式和要求内容等有关理论来组织全文章节。具体包括以PEST模型分析了企业所处宏观环境，以迈克尔·波特教授1980年提出的产业

竞争五力模型分析了产业竞争环境，根据组合营销策略确定了公司的营销组合，根据动静态财务效益评估法对项目可行性进行了分析。

## 2、数据来源和收集

本文采取了多种方式来收集数据，具体包括文献资料的阅读、国家及地方统计局网站资料查询、目标客户及竞争对手的实地调查研究、企业内部政策及数据调查等。

### 1.2.3 论文思路及框架

本文第一部分为绪论部分；第二部分为公司介绍部分；第三部分为外部环境分析，主要包括宏观经济介绍和行业环境分析；接着，根据环境的分析制定了相应的营销策略；然后本文基于营销策略和项目情况进行了财务分析和风险分析；最后为本文的结论部分。

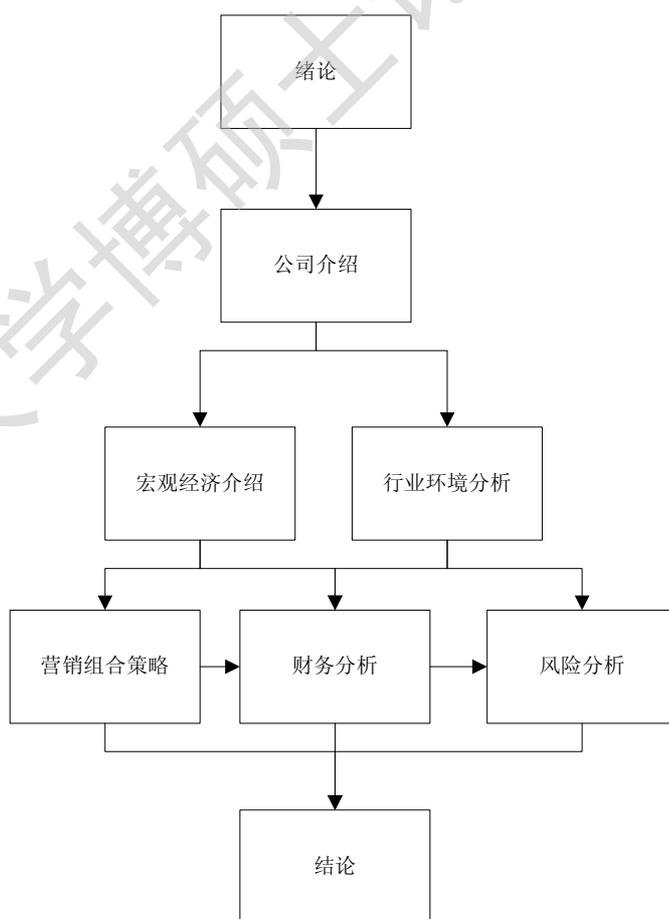


图2 论文思路及框架

来源：作者整理

## 2 公司介绍

### 2.1 公司简介

#### 2.1.1 公司情况介绍

本公司名称为福建省宁德市鼎升投资有限责任公司（以下若无特殊说明，简称“公司”），公司地址在福建省宁德福安市，注册资本500万元，业务范围包括加油站股权收购、加油站转让、加油站新建等。

#### 2.1.2 公司经营宗旨

公司的目标是宁德地区建设撬装提油点，为成品油用户提供更安全、更高效、更便宜的成品油。

为达到此目的，首先公司将与中国石油福建宁德销售分公司达成合作，以公司的努力为其带来更多的油品销售；其次公司将整合成品油用油大户，以团购的形式向中石油购油，争取更多的价格折扣；最后，为了实现安全便利的提供，公司将采用撬装加油站这种先进的油品销售形式。

#### 2.1.3 组织结构

公司初创期，采取的组织结构是直线职能制。该组织结构的优点是：既保证了公司管理体系的集中统一，又可以在各级行政负责人的领导下，充分发挥各专业管理机构的作用。同时，由于组织结构简单，也节约了管理成本。

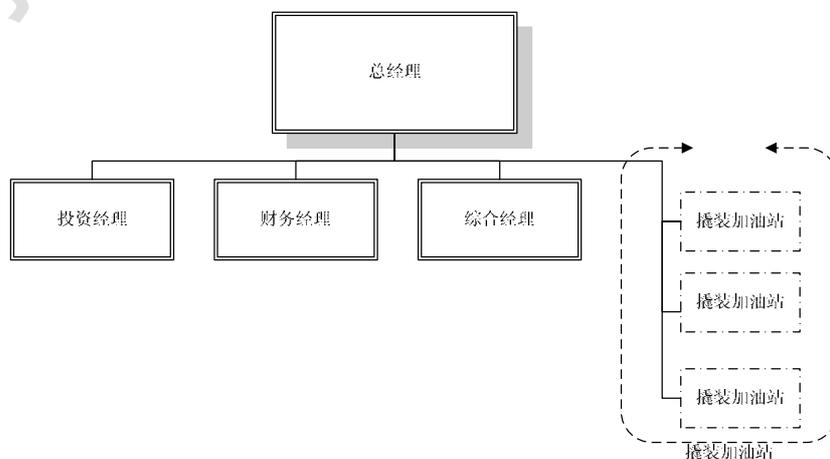


图3 公司组织结构

来源：内部资料，作者整理

公司岗位人员设置及岗位职责如下：

总经理1人，主要负责公司整体运作，包括撬装加油站项目业务开拓，撬装加油站的经营安排，公司主要管理人员的管理，投资项目的整体把握，项目投融资的整体把握及公司内外人员的沟通协调等。

投资经理1人，主要负责收集并整理国家政策、行业信息及市场信息，对拟投资撬装加油站项目进行可行性研究，向总经理提出投资建议，并根据总经理意见执行项目的投资。

财务经理1人，全面负责公司的财务会计工作，负责制定并完成公司的财务会计制度、规定和办法，负责公司项目投资过程中资金的筹集和支付等等。

综合经理1人，主要负责公司人力资源管理、办公室管理及其他后勤工作等。

公司凝聚了一支优秀的经营管理队伍，他们在加油站经营、加油站投资项目投资和资本运作等方面具有多年的丰富经验。

公司主要管理人员4人，其中2名曾获中国石油大学（华东）工商管理学士学位及厦门大学工商管理硕士学位，具有丰富的石油相关知识及石油行业人脉资源。不仅如此，公司的重要管理人员曾就职于中国石油福建销售分公司投资专业线任投资经理，具有多年丰富的加油站投资管理及经营经验。

## 2.2 公司商业模式

### 2.2.1 商业模式

公司的盈利模式是与中石油宁德公司合作开发客户，并从油品的销售中提取一定利润。该模式采用了新型加油站工具——撬装加油站，使得该项目投资小、风险小，且参与各方形成了多赢的局面。中石油得到了更多稳定的客户源，客户获得了相对更低价格的成品油供应，本公司获得了相应商业利润。

具体包括以下内容：

1、与中国石油宁德公司合作。公司盈利模式中主要依靠油品的销售，油品的提供方为中国石油宁德公司。

2、整合成品油终端用户。只有将成品油终端用户进行整合后，以团购的量与中石油宁德分公司进行谈判才能获得更多的价格优惠，也才能够为终端客户带来切实的利益，从而更大地提高他们的积极性。

3、以撬装加油装置供油。撬装加油装置具有安全、便利等优势，以其供油方能更好的完成此商业模式。

### 2.2.2 公司战略

本公司采用的是市场渗透战略与联合经营战略的结合战略。一方面，本公司与中国石油宁德分公司合作，在减少投资及经营费用的前提下降低成品油零售价格，采取市场渗透战略，以略低的价格赢取更多的客户，扩大销售，获取规模效益。另一方面，本公司整合终端成品油用户，以减少终端用户之间的竞争，扩大其讨价还价的能力以获得油品价格的更多优惠。

## 2.3 公司业务介绍

本公司的产品主要是以撬装加油站向终端用户提供汽油、柴油。以下对撬装加油装置进行介绍：

### 2.3.1 撬装加油装置

撬装加油装置全称HAN阻隔防爆撬装式加油（气）装置，它是一种地面加油装置，集储油罐、加油机、视频监控为一体的地面可移动加油站；阻隔防爆撬装加油站（集装箱）的储油罐进行了阻隔防爆技术改造，阻隔防爆技术改造是将阻隔防爆材料（阻隔防爆材料是用特种铝合金组成的一种网状机构材料）按一定的密度方式填充在储存有易燃、易爆液体的储油罐中，当遇到明火、静电、撞击、雷击、枪击、焊接、意外猛烈撞击事故时都不会发生爆炸事故。具有防火防爆，安全环保，占地面积小，便于迁移等特点，产品广泛适用于公交站点、港口、码头、机场、大型施工场地、企业内部加油站等。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库