

# 黄昶生

教授、博导、战略与营销系

Email: glhcs@upc.edu.cn

## 研究兴趣

战略管理、绩效管理、能源产业经济、营销管理

## 主讲课程

本科生：《组织行为学》、《市场营销学》、《消费者行为学》、《新生研讨课（市场营销专业）》等

研究生：《组织行为学》、《市场营销学》

## 教育经历

2010年，中国石油大学（华东），工学博士（石油工程管理）

1998年，中国石油大学（北京），管理学硕士（管理工程）

1995年，中国石油大学（华东），管理学学士（管理工程）

## 承担项目

主持完成以“山东省软科学研究项目”为代表的纵向项目 8 项，研究集中在产业经济方面。强化与石油企业的联系，主持完成了 20 余项石油企业管理的横向项目，研究集中在战略管理、绩效管理、管理体制变革方面。近几年主要研究集中在油田企业的油藏经营、绩效体系、科研体制机制、经营模式等方面。

近几年主持校企合作项目：

- 1.中石化石油工程科技创新战略研究（主持）（2019），合作对象：中石化油服
- 2.中石油管理创新体制机制研究（主持）（2020），合作对象，中石油
- 3.中石化石油工程创新体制机制研究（主持）（2021），合作对象：中石化油服胜利钻井院
- 4.华北油田新兴业务经营模式创新研究（主持）（2020），合作对象：中石油华北油田
- 5.基于油气体制改革背景的中石化天然气终端业务发展战略（2023），合作对象：中石化胜利油田
- 6.基于高质量发展的胜利石油管理局运输分公司绩效考核体系研究（主持）（2022），合作对象：中石化胜利石油管理局运输分公司
- 7.胜利石油管理局平台化发展研究（主持）（2024），合作对象：中石化胜利石油管理局
- 8.中石化上游企业财务绩效管理体系研究（主持）（2019），合作对象：中石化胜利油田

## 发表论著

在 CSSCI、中文核心期刊、统计源期刊发表论文 60 余篇，出版（合作出版）学术专著 3 部。近几年代表性论文如下：

- 1.AOBLMOA: A Hybrid Biomimetic Optimization Algorithm for Numerical Optimization and Engineering Design Problems,2023,BIOMIMETICS
- 2.品牌犯错下微博品牌拟人化对消费者宽恕的影响研究,2023,中国石油大学学报（社会科学版）
- 3.An A\*-PSO Hybrid Algorithm for Mobile Robot Path Planning,2023,IEEE ACCESS
- 4.COLMA: a chaos-based mayfly algorithm with opposition-based learning and Levy flight for

numerical optimization and engineering design,2023,JOURNAL OF SUPERCOMPUTING

- 5.山东省环境规制与经济高质量发展耦合研究,2022,河南科学
- 6.基于 NSGA-II 算法的港口供应链运营优化模型研究,2021,甘肃科学学报
- 7.混合所有制改革与企业价值提升,2021,工业技术经济
- 8.缓和并非结束：中美贸易摩擦对中国能源安全的启示,2020,价格月刊
- 9.我国石油公司天然气管道运输竞合策略研究,2014,管理现代化
- 10.互联网企业参与下能源企业合作效应研究——基于 Lotka-Volterra 模型的分析,2016,中外能源
- 11.国际油价波动对我国消费者信心指数的影响研究——基于 VAR 模型的实证分析,2016,价格管理与实践
- 12.青岛市生态文明建设效率实证研究——基于非期望产出 SBM 模型,2017,资源开发与市场

### 出版教材

- 1.《组织行为学》，科学出版社
- 2.《市场营销学》，石油大学出版社

### 奖励和荣誉

- 中国石油大学（华东）“教学名师”，2016  
山东软科学优秀成果一等奖，2012  
东营市优秀社会科学成果一等奖，2012

### 学术兼职

山东市场学会副会长