



中国石化销售企业内部培训教材

我们的企业

中国石化销售有限公司《我们的企业》编写组 编



中国石化出版社

[HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM](http://www.sinopec-press.com)

F270
719



中国石化销售企业内部培训教材

356/360

我们的企业

中国石化销售有限公司《我们的企业》编写组 编

中国石化出版社

中国石化出版社出版

地址:北京市东城区安定门外大街 58 号

邮编:100011 电话:(010)84271850

读者服务部电话:(010)84289974

<http://www.sinopec-press.com>

E-mail:press@sinopec.com.cn

北京精美实华图文制作中心排版

河北天普润印刷厂印刷

*

850 × 1168 毫米 32 开本 5 印张 2 插页 104 千字

2007 年 1 月第 1 版 2007 年 1 月第 1 次印刷

定价:20.00

统一书号:1580229·080

(内部资料·注意保存)

《我们的企业》编审委员会

主 任	张海潮	孙久勤			
副主任	何敏君				
顾 问	林葆立				
委 员	张希平	观鹏程	吴玲凤	杨前战	
	刘万江	张兆宽	翁亮然	樊 林	
	肖铁岩				

《我们的企业》编写组

主 编	何敏君				
副 主 编	樊 林				
策 划	肖铁岩				
执行主编	刘淞烈				
审 订	何敏君	林葆立	翁亮然	樊 林	
	肖铁岩	左定中			
编 写	刘全英	杜志强	李志刚	王志东	
	王冀兵	余羽华	陈伟君	柯婧芳	
	刘晓飞				

前 言

《我们的企业》经过近一年的辛勤编撰，终于与您见面了。

本书是中国石化销售企业职工系列培训教材中的通用部分，供销售企业广大经营管理人员学习；也可作为教学辅导材料，供加油站、油库等基层员工学习时参考。

我们的中国石化集团公司，是一个位列世界五百强的企业，正在向着建设具有国际竞争力的企业集团大步迈进。

我们的中国石化销售企业，是中国最大的石油销售企业，与油田、炼化企业一起，正在为实现企业发展目标而奋勇拼搏。

本书以过去、现在和未来为纵向轴线，重点展示了中国石化集团公司和销售企业的发展历程，从中不难看出，我们这样一个企业的发展史，就是一部石化企业员工“爱我中华、振兴石化”的奋斗史、贡献史，也是一部中国国有企业的改革史、发展史。从企业改革发展的轨迹中，您可以从感性和理性上，加深对企业发展战略的认识，并从企业灿烂的发展愿景中，树立坚定信念，汲取巨大力量，心甘情愿地贡献自己的全部聪明、才智，担负起企业和国家的重托和期望。

本书以中国石化集团公司和销售企业各业务板块为横向轴线，集中展示了企业改革发展的实绩。从一个个事实、一组组数据中，您可以清楚地认识企业雄厚的经济技术基础和竞争实力，领略企业独特的文化传统和魅力，了解包括您在内的企业全体员工的辛勤劳动和伟大创造，从而更加准确地把握自己在企业的定位，明确自己的责任，认清自己的努力方向，以更加出色的成绩，去实现企业发展和个人职业生涯发展的双赢。

存史以立志，教化而笃行。我们企业的每一位员工都能认识企业、热爱企业、奉献企业，为实现企业腾飞的共同理想而不懈进取、顽强拼搏。这就是编写《我们的企业》一书的初衷和目的。如果本书能在这些方面对您有所助益，作为编写者，我们将感到无限的欣慰。

目 录

上篇 中国石化集团公司篇	(1)
第一章 历史性的跨越	(3)
第一节 中国石油化工总公司正式组建	(3)
第二节 中国石油化工集团公司重组成立	(6)
第三节 中国石油化工股份有限公司改制 上市	(8)
第二章 改革发展的巨大成就	(12)
第一节 经济效益持续跃升	(12)
第二节 拓展资源多管齐下	(14)
第三节 炼油化工比翼齐飞	(17)
第四节 销售板块争创一流	(21)
第五节 合资合作不断发展	(24)
第三章 不断创新发展的企业文化	(26)
第一节 石化集团公司企业文化的形成与 发展	(26)
第二节 石化集团公司企业文化理念及其 内涵	(27)
一、企业精神：爱我中华，振兴石化	(28)
二、经营理念：竞争、开放	(28)
三、经营战略：拓展市场、扩大资源、 降本增效	(29)

四、经营宗旨：公司利润最大化、股东 回报最大化	(30)
五、经营机制：外部市场化、内部紧密化 ...	(31)
六、经营准则：规范、严谨、诚信	(32)
七、激励机制：永不满足、各得其所	(33)
第四章 面临的形势和发展目标	(35)
第一节 面临的形势	(35)
第二节 发展目标	(40)
下篇 中国石化销售企业篇	(43)
第一章 销售企业的历史沿革和管理体制	(45)
第一节 销售企业的历史沿革	(45)
一、计划经济下的石油商业运行体制	(45)
二、产销合一体制的探索和运行	(46)
三、产销一体化体制的确立和发展	(49)
第二节 销售企业管理体制	(51)
一、石化销售有限公司(油品销售 事业部)	(51)
二、省(区、直辖市)石油公司	(52)
三、区域石油公司	(52)
第三节 销售企业业务范围和组织机构	(53)
一、主要业务范围	(53)
二、组织机构	(55)
第二章 销售企业的改革和发展	(56)
第一节 深化体制改革，促进机制转换	(56)
一、深化体制改革的动因	(57)

二、集中统一管理的改革实践	(59)
三、专业化管理体制的进一步探索	(62)
第二节 强化市场营销, 增强集约化经营能力	(66)
一、注重市场研究, 提高预测水平	(66)
二、统筹资源管理, 抓好资源平衡	(67)
三、加强运输组织, 优化物流运行	(70)
第三节 优化网络体系, 提升竞争实力	(72)
一、打造黄金终端, 构建网络体系	(72)
二、加速管道建设, 改变运输结构	(76)
三、优化物流布局, 降低储运成本	(77)
第四节 利用信息技术手段, 提高管理现代化水平	(78)
一、加快信息系统建设, 提升管理效率	(78)
二、推广石化加油 IC 卡, 打造石化品牌	(79)
第五节 提升品牌价值, 塑造企业形象	(80)
一、规范管理标准, 提高加油站服务水平	(80)
二、讲求营销方式, 扩大市场覆盖	(82)
三、加强内外合作, 推动共赢发展	(85)
四、拓展非油品业务, 培育新的利润增长点	(86)
五、规范特许加油站管理, 维护石化品牌形象	(87)

第六节 夯实管理基础,提升管理水平	(87)
一、实行全面预算管理,提高资金使用效率	(88)
二、细化费用指标,控制成本支出	(89)
三、加强投资管理,追求投资回报	(89)
四、严格内控管理,降低经营风险	(90)
五、狠抓数质量管理,维护消费者利益	(90)
六、建立 HSE 管理体系,追求企业和谐发展	(91)
第七节 加快机制转换,调动员工积极性	(93)
一、引入市场机制,调整用工结构	(93)
二、改革分配制度,建立有效激励机制	(95)
三、规范用工制度,落实各项待遇	(96)
第八节 以人为本,注重人才队伍建设	(97)
一、加强组织建设,优化班子结构	(97)
二、开展多层次培训,加快人才培养	(98)
三、加强党的建设,提高思想政治工作有效性	(101)
四、开展全员竞赛比武活动,全面提升员工岗位技能	(102)
第三章 销售企业的奋斗目标和基本措施	(105)
第一节 成品油行业的发展态势	(105)
一、我国成品油消费走势	(106)
二、我国成品油行业政策趋向	(107)
三、国内成品油行业格局的发展趋势	(109)
四、销售企业与市场全面开放	(111)

第二节 奋斗目标和基本措施 (114)

一、奋斗目标 (114)

二、基本措施 (114)

第四章 努力为员工创造成才环境和发展

空间 (120)

第一节 提高薪酬待遇,鼓励多做贡献 (120)

一、不断完善薪酬制度 (120)

二、向经营一线倾斜 (122)

三、切实保护基层员工利益 (122)

第二节 提供培训锻炼机会,促进员工

成长 (123)

一、多层次、多类型的培训满足员工

不同需求 (124)

二、为员工提供锻炼机会和事业舞台 (125)

第三节 开辟多条职业晋升发展通道,使

员工各得其所 (126)

一、开辟“三支队伍”的职业晋升通道 (126)

二、重视一线员工的职业发展 (127)

三、建立有利于人才脱颖而出的考评

机制 (127)

第四节 关爱员工,努力创建和谐企业 (128)

一、努力加强基层党团组织建设 (128)

二、改善员工工作生活条件 (129)

三、切实维护员工合法权益 (130)

四、组织评先选优表彰活动 (130)

五、开展各种文体娱乐活动 (131)

第五章 销售企业员工的核心品质和核心能力	(132)
第一节 销售企业员工的核心品质	(132)
一、诚信	(133)
二、敬业	(134)
三、热情	(135)
四、节俭	(135)
第二节 销售企业员工的核心能力	(136)
一、学习能力	(137)
二、执行能力	(138)
三、创新能力	(139)
四、团队合作能力	(139)
第三节 时不我待,努力做一名优秀员工	(140)
一、从现在做起,只争朝夕	(141)
二、从自身做起,当好主人	(141)
三、从小处做起,成就大业	(142)
附录	(144)
附录一 胡锦涛同志提出的“八荣八耻”社会主义荣辱观	(144)
附录二 公民基本道德规范	(144)
附录三 全国职工守则	(145)
附录四 1998年以来销售企业主要经营指标	(145)
后记	(146)

第一章 历史性的跨越

上 篇

中国石化 集团公司篇

第一节 中国石化集团公司成立前的历史回顾

当前正是一个伟大的时代，我国正处在改革开放的
新时期，祖国大地一片万象更新，百业兴旺。需要是
中国石化工业发展的强大动力，也是石油、化学工业
走上生产高质量产品的必由之路。

我国石油工业，经过几十年的发展，已经形成了上、中、下
游，在传统的地质勘探基础上，由于石油、化学工业
的工业化和基础化学工业的发展，我国石油、化学工业
生产、管理、销售、服务等方面都有了长足的进步。这
些成绩的取得，为我国石油、化学工业的发展奠定了基

第一章 历史性的跨越

中国石油化工集团公司(简称石化集团公司)成立至今,已经走过二十四个不平凡的岁月。在这二十四年的发展历程中,石化集团公司的全体员工经历了一番番改革开放的风雨洗礼,经受了一场场市场竞争的严峻考验,逐步由小变大、由弱变强,以惊人的速度,把一个传统的国有企业打造成中国最大的石化航母,名列世界500强的企业之林,实现了石化集团公司三大历史性的跨越,为中国石化工业的崛起和腾飞做出了自己的突出贡献。

第一节 中国石油化工总公司正式组建

党的十一届三中全会以后,我国进入改革开放的新阶段,神州大地一派万象更新、百业待兴的繁荣景象。我国石化工业乘改革开放东风,斗志昂扬、生机勃勃地走上了振兴发展的道路。

到1978年,我国的原油产量就已经达到了1亿吨。但是,在传统的经济管理体制下,由于炼油、化工、化纤工业和成品油销售分属不同部门,条块分割、多头领导、管理分散,造成资源利用不合理、原油综合效率低、经济效益差的弊端。当时,我国每一千美元国民生

产总值的原油消耗，不仅远远高于美国、日本等发达国家，就是与国情和我们相近的印度比，还要高出近20%。

如何冲破体制的制约，用好1亿吨原油这样一笔宝贵财富，提高经济效益，增加国家财政收入，事关发展和振兴中国石化工业的重大战略问题，成为摆在党中央、国务院领导案头的一项急迫要务。

党中央、国务院审时度势，在我国石油化工企业的改组、联合上做出了一系列重大部署：1981年，我国第一个跨部门、跨行业的大型经济实体——上海高桥石油化工公司挂牌成立；紧接着，又于1982年先后组建了南京金陵石油化工公司和辽宁抚顺石油化工公司；随后，天津、锦州等地的石油化工企业也相继实现了联合。改组后，这些企业在一定程度上消除了原来体制的弊端，加强了生产经营活动的衔接和统一指挥，初步发挥出集约化生产的优势，明显提高了企业的运营效率和经济效益。虽然在当时条件下，这些企业的改组还仅仅是突破部门、行业局限的初步探索，却为此后组建全国性的石化企业，实现体制机制的更大突破，创造了积极的舆论氛围，提供了重要经验。

在积极探索、充分论证的基础上，为了进一步提高原油利用效率，提高经济效益，增加财政收入，振兴我国石化工业，加速国民经济发展，确保实现2000年我国国民生产总值翻两番的战略目标，党中央、国务院高瞻远瞩，根据综合利用石油资源，平衡和衔接各个生产环节，以及产销合一、工贸结合的原则，决定正式组建

跨部门、跨行业、跨地区的大型经济实体——中国石油化工总公司(简称石化总公司)。

1983年7月,石化总公司在北京正式成立。原来分散在20个省、市、自治区,分属石油部、化工部、纺织部的39个炼油、石化和化纤企业,割断原来与条条块块的行政隶属关系,统一归属石化总公司,实行集中领导、直接管理,组成了全国最大的石油化工企业。石化总公司作为独立核算、自负盈亏的经济实体,负责对原来由部门和地方分别管理的炼油、石化和化纤企业实行集中领导、统筹规划和统一管理。

石化总公司的组建,不仅率先在我国石化产业的中游环节成功实施了体制改革和产业重组,提高了炼化生产的集中度,增强了炼化企业的整体竞争力,而且更重要的是为下一步构建中国石化产业上中下游、产销和内外贸的三个“一体化”新格局,充分提升整个石化产业链的综合效益,创造了必要条件,奠定了雄厚基础。

石化总公司的组建,是我国石化工业实现的第一步跨越。而随着我国经济体制改革的深入发展,一场力度更大、范围更广、层面更高的石油石化企业的重组改革,又势所必然地摆上了议事日程。成品油销售企业的全体员工,与油田、炼化企业员工一样,急切盼望着这一天的早日到来,期待着共同为振兴中国石化产业贡献自己的全部力量。