



长城星光

孙毓霜

何镇邦

主编

群众出版社

1223818

长城星光

孙毓霜

何镇邦

主编

群众出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

长城星光/孙毓霜, 何镇邦主编. - 北京: 群众出版社, 2002
ISBN 7-5014-2664-3

I. 长… II. ①孙… ②何… III. ①管理学-文集
②科学技术-文集 IV. ①C93-53②G301-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 005887 号

长城星光

主 编: 孙毓霜 何镇邦
责任编辑: 张 蓉
封面设计: 张晓光
责任印制: 连 生

出版发行: 群众出版社 电话: 67633344 转
社 址: 北京市丰台区方庄芳星园三区 15 号楼
邮 编: 100078
印 刷: 北京公大印刷厂
经 销: 新华书店

开 本: 850×1168 毫米 32 开本 插页 23
字 数: 388 千字
印 张: 17
版 次: 2002 年 3 月第 1 版 2002 年 3 月第 1 次印刷
书 号: ISBN 7-5014-2664-3/D·1252
印 数: 0001-5000 册
定 价: 30.00 元

群众版图书, 版权所有, 侵权必究。
群众版图书, 印装错误随时退换。

中国石化集团
在全国范围内
打响“花城”牌。
李毅中

中国石化集团公司党组书记、总经理，中
国石化股份有限公司董事长李毅中题词



长城润滑油公司厂前区



长城润滑油公司企业文化广场



原中国石化总公司总经理盛华仁（右）、中国石化集团公司总经理李毅中在视察长城公司时与职工座谈



中国石化集团公司总经理李毅中（左二）、副总经理牟书令（左三）参观长城公司厂区



中国石化股份有限公司总裁王基铭（左一）
参观上海国际润滑油展览会长城公司展区



中国科学院、中国工程院院士侯祥麟（左二）、中
国工程院院士侯芙生（左三）来长城公司参观指导



原中国石化总公司总经理盛华仁、北京市副市长刘海燕为长城润滑油集团公司成立揭牌



孙毓霜总经理在第二届中国润滑油国际会议上演讲



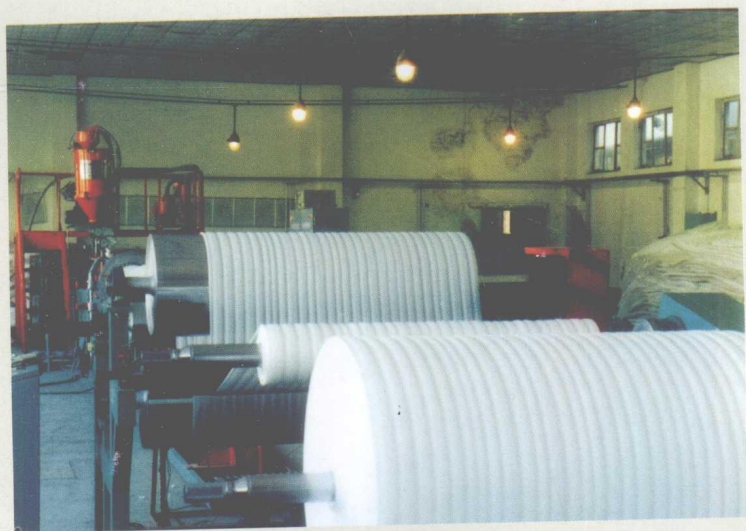
孙毓霜总经理在长城公司 CIS 导入通报会上发言



长城润滑油公司全自动调合装置



长城润滑油公司高速制桶灌装一体化生产线



长城润滑油公司包装材料厂EPE生产线



长城润滑油公司特种塑料厂注塑机



长城润滑油武汉分公司生产厂房



长城润滑油燕化分公司罐区

长城润滑油天
津分公司码头



长城润滑油公司天津制桶厂生产线



《长城情思》出版座谈会



《长城润滑油》报创刊座谈会

序

孙毓霖

世界前进的脚步已迈入了二十一世纪，中国经济的发展也随着世界经济一体化的步伐在大踏步向前迈进。中国已加入 WTO，将直接参与国际化的市场竞争，这对于中国的企业来说，既是巨大的压力，又是腾飞的机遇。

在刚刚过去的“九五”中，在中国石化集团公司的领导下，长城公司伴随着国家经济改革和开放取得了辉煌的成绩，成功地创立了中国润滑油的名牌，完成了“九五”规划中所确立的指导思想，即：以润滑油为主，兼顾军工和其它产品，以高档润滑油为主，创中国石化自己的名牌；完成“九五”奋斗目标即“两个翻番，四个创优”——“润滑油产量翻番，经济效益翻番；管理水平创优，产品档次创优，产品质量创优，技术服务创优”。长城公司创造性地建成了世界先进的高速制桶灌装生产线和全自动润滑油调合生产装置，从年产销总量 6 万余吨发展到 30 万吨，占到国

产润滑油总量的 12.15%。在效益得到发展的同时，公司内部管理也上了新台阶，建立了产品质量保证管理体系 ISO9002、QS9000，通过了 ISO14000 和 OHSAS18000 环境及职业安全卫生管理体系认证，使长城公司树立起健康、环保、向上的企业发展新形象，为开拓市场创造了条件。全面导入 CIS 企业形象识别系统，树立了鲜明统一的企业形象，增强了“长城”产品的市场号召力，促进了企业形象与企业文化的共同进步，使长城润滑油全新的商标形象获得了社会的推崇和用户的认可，1999 年被评为“中国驰名商标”，企业被评为“全国质量效益型先进企业”，2000 年获得国家级企业现代化管理创新成果一等奖。通过组建润滑油集团，使企业获得更快、更大的发展。

跨入新世纪，长城公司面对的将是更大的市场和更大的生存压力，外国石油大公司强强联合，欲垄断国际市场，中石化集团在海内外成功上市，这一切的变化，都使我们面临更强有力的挑战和发展机遇。“九五”的成就只能摆在过去的功劳簿上，我们必须抓紧时间，从“零”开始，打起精神迎接新挑战。“十五”期间，长城公司必须确立更高的发展目标，继续拓展市场，保持“长城”品牌的优势，创建国际一流的润滑油品牌；继续发展企业文化建设，增强企业可持续发展的后劲。树立了这样的目标，不仅能使企业进一步扩大市场，也能使用户对产品树立更强的信心。