

中石化引领中国企业可持续发展

■ 本报记者 丁国明 万斯琴

中国石化又获殊荣。
11月28日,联合国全球契约中国网络年会在京举行,本次年会的主题为“引领与践行——新形势下的中国企业可持续发展”。中国石化“六维一体”模式提升社会责任管理工作”和“利用现代信息技术推进合规经营”两个案例被评为2012全球契约中国最佳实践。

评委会对媒体表示,中国石化的两个案例展现了作为全球契约领先企业在坚持可持续发展方面的优秀经验,具有较强的引领、示范和推广价值。

据悉,联合国全球契约是世界上规模最大的企业可持续发展倡议,自2011年11月28日,全球契约中国网络主席团首届轮值中国网络主席,由中石化担任,中石化积极履行并引领全球契约在中国的实践。

据介绍,此次最佳实践由全球契约中国网络成员根据自身特点结合全球契约十项原则自行申报,依据社会效果好、可操作性强、推广价值高等特点由专家评选而出,且每家企业最多可获选两个最佳实践,中国石化的两个案例获选其中。

而本次最佳实践评选的目的是为了总结、交流并在联合国系统内宣传全球契约中国网络成员在践行十项原则、积极推动可持续发展方面的优秀实践和经验。

“六维一体”模式提升社会责任管理工作”最佳实践提到中国石化加强责任治理,在董事会设立社会责任管理委员会,成为设立社会责任委员会的首家中央企业,并对责任绩效进行评价考核,实行问责和一票否决制度。

“利用现代信息技术推进合规经营”最佳实践提到中国石化95%以上的生产、建设物资实现了网上采购,真正实现“业务公开、过程受控、全程在案、永久追溯”的物资采购阳光工程。

中国石化董事长傅成玉作为中国网络主席出席会议,并在会上做题为“新时期全球契约中国网络成员的可持续发展之路”的主旨发言。



傅成玉在2012全球契约中国网络年会上做主旨发言

相关链接

2011年11月28日,全球契约中国网络成立,中国石化董事长傅成玉被推举为全球契约中国网络主席团首届轮值中国网络主席。一年来,作为轮值主席单位,中国石化积极履行并引领全球契约在中国的实践。

2012年1月,中国石化加入联合国全球契约领导者计划,同年5月加入联合国关注气候倡议,并在新一届董事会中设立社会责任管理委员会,成为设立社会责任委员会的首家中央企业。

2012年6月傅成玉董事长获联合国环境署2012年度“环境与发展优秀践行者”称号。

同时,中国石化也提高资源效率,发展绿色能源。据悉,2011年中国石化天然气产量达156亿立方米,比2005年增加了150%;销售乙醇汽油895万吨,比2005年增加230%;2011年开始销售B5生物柴油,全年销售4000吨;截至2011年底,实现地热供暖面积600万平方米,供暖规模已占全国常规地热资源供暖面积的15%。预计到2020年,中国石化低碳能源将形成规模化产业,成为主营业务的有益补充,为公司的长远可持续发展做出贡献。

目前,人类共同面临气候变化、环境保护等全球性问题,而企业正是解决全球环境问题的主体,它可以促进绿色环保技术的发展及其在全球的推广实践。

致力于建设美丽中国

中石化首发环保白皮书

■ 本报记者 丁国明 万斯琴

11月29日,中国石化首次发布《中国石油化工集团公司环境保护白皮书》(2012版)。

“中国石化未来发展的唯一选择,就是深入贯彻落实党的十八大精神,大力推进生态文明建设,努力建设美丽中国,这也是时代赋予我们的历史责任。”中国石化集团公司董事长傅成玉在发布会上说。

据介绍,中国石化此次发布的《环境保护白皮书》分为前言、主体和展望三部分。前言部分提出了中国石化的环保理念、成效和责任。主体部分从公司治理、绿色战略、低碳能源、清洁生产等8个方面介绍了中国石化在绿色低碳和环境保护方面的工作,并选用24个有代表性、针对性的案例。展望部分提出了

中国石化关于环境保护的更高追求、重点方向以及责任和承诺。

中国石化作为全球契约的领先企业,更是致力推进生态文明建设,为可持续发展而努力。

近年来,中国石化环境保护工作取得了重大进展。2005年至2011年,中国石化累计节约标煤1580万吨,相当于植树35190万棵;减少排放二氧化碳3887万吨,相当于1100万辆经济型轿车停开一年;累计节水2.27亿立方米,相当于节约16个西湖。

公开数据显示,2005年至2011年,中国石化在原油加工量增加47.9%、乙烯产量增加82.5%的情况下,炼油综合能耗下降17.50%,乙烯综合能耗下降14.83%。

2012年,向北京全面供应符合欧五排放标准的京标五油品。下一步,中国石化计划分别于2014年和2015年起供应符合国IV标准的车用汽、柴油。

同时,中国石化也提高资源效率,发展绿色能源。据悉,2011年中国石化天然气产量达156亿立方米,比2005年增加了150%;销售乙醇汽油895万吨,比2005年增加230%;2011年开始销售B5生物柴油,全年销售4000吨;截至2011年底,实现地热供暖面积600万平方米,供暖规模已占全国常规地热资源供暖面积的15%。预计到2020年,中国石化低碳能源将形成规模化产业,成为主营业务的有益补充,为公司的长远可持续发展做出贡献。

目前,人类共同面临气候变化、环境保护等全球性问题,而企业正是解决全球环境问题的主体,它可以促进绿色环保技术的发展及其在全球的推广实践。

声音

中石化集团公司董事长 傅成玉

作为一家负责任的企业,中国石化多年来在开发清洁能源和可再生能源等方面取得了一定成绩。今天,《环境保护白皮书》的发布不单是介绍中国石化的环保理念、政策和成绩,更重要的是要向全社会公开承诺,把这些理念和认识切实转化为行动,并使之成为公司文化的一部分。

国家环境保护部副部长 李干杰

这是中国工业企业首次发布《环境保护白皮书》。希望中国石化坚守承诺,进一步贯彻落实科学发展观,积极实施绿色低碳战略,为工业企业推进生态文明建设作出表率,携手各方共建美丽中国,给子孙后代留下天蓝、地绿、水净的美好家园。

联合国全球契约组织总干事 乔治·科尔

中国石化发布《环境保护白皮书》,公开承诺环境保护的责任,说明中国石化确实在以实际行动落实全球契约提出的可持续发展目标,走在了世界前列,真诚希望中国石化能持续发挥全球契约领跑者作用,带动越来越多的工商企业共同实践绿色低碳,实现可持续发展。

逆势而上品牌营销全线出击

一汽锡柴以高端品质抢市场先机

■ 本报记者 张博 李文新

作为具有66年历史的老国有企业,一汽无锡柴油机厂义无反顾地承担起国企的社会责任,全力以赴打造资源节约型和环境友好型企业。通过节能减排,提前完成了我国“十一五”规划纲要提出的主要污染物排放总量减少10%的指标;通过技术创新,锡柴机环保性能领先国内、接轨国际,使锡柴收获了“中国节能环保型客车发动机最佳制造企业”和“最佳节油型发动机奖”的美誉。

发力海外市场

10月中旬,一汽锡柴的海外市场再次传来捷报:4辆装配一汽锡柴奥威CA6DN发动机的解放系列J6重卡顺利踏上出口哈萨克斯坦旅程。据悉,在整个行业持续低迷的形势下,一汽锡柴稳步抓市场销量,全力促份额提升,不但降幅远远低于行业平均值,而且市场份额还得到了提升。

一汽锡柴销售公司领导在接受《中国企业报》记者采访时露出自豪的神采:“我们在不容乐观的市场大环境下,市场占有率不降反增,份额足足上升了近1%;我们在与竞争对手的对决中抢得先机,取得了阶段性成果;而且,我们正在有序的发力进攻非道路市场……”

一汽锡柴应对市场颓势张弛有度,品牌营销全线出击。

高端品质是关键

对于整体减速缓行的中国动力行业而言,一汽锡柴的业绩无疑是一枝独秀。有着如此抢眼表现的一汽锡柴究竟有何诀窍?

记者了解到,一汽锡柴不断地在技术和管理上求实创新,坚定地保持产品的高端品质是关键。

卧薪尝胆抓创新。一汽锡柴重点围绕“节能减排、可靠耐久、安全舒适、电子智能、新工艺新材料”五大技

术平台提升技术创新能力。产品方面围绕三高技术、热管理技术、低摩擦技术、混合动力、智能控制五个方面进行重点研究和全力突破;工艺方面则加快铸铁材料、冷加工工艺、刀具技术、绿色制造、材料等方面的研究和攻关进程;汽改方面全力向专特方向发展,发挥好发动机的拉动力,将产品做精做细。在此基础上,一汽锡柴全体职工加强技术创新紧迫感、责任感和使命感,落实措施,切实推动技术创新的开展。同时,在硬件方面一汽锡柴加大投入,为技术创新创造了更好的条件。

坚定不移保品质。一汽锡柴从源头抓起,通过保障采购质量来提升产品品质,为此,一汽锡柴采购部结合实际,提出了一系列切实可行的方

案:二维码信息扫描列入采购零件正常入库检验项目,检验员须100%扫描合格后方可发料,每月提交评估报告,对于涉及质量追溯的条码,检测员必须做到每批检查并记录。同时,采购部还组织对68家供应商共计87个供应代表进行业务培训。多项举措齐头并进,使得一汽锡柴的高端品质从源头上得到了保证。其次,锡柴一线职工,也发出了“提升装调质量,从我做起”的强音,以严谨细致的态度确保工艺要求百分之百得到落实。

正是通过如此卧薪尝胆抓创新、坚定不移保品质,使得一汽锡柴产品的高端品质从根本上得到了保证,受到顾客的青睐与认可,从而能够在市场上始终保持着如此强劲的气势。

新兴际华多种形式学习宣传贯彻十八大精神

■ 本报记者 丁国明

近日,新兴际华集团认真落实《国资委党委关于认真学习宣传贯彻党的十八大精神的通知》文件精神,在全集团范围内全面深入开展了以“认清形势、坚定信心、攻坚克难、科学发展”为主题的

多种形式的十八大精神宣贯活动。

通过开展宣讲活动,利用各种媒体,大力开展十八大精神宣传活动,开展干部轮训活动,分类组织各层次党员、干部座谈会,开展领导干部走一线活动,组织开展征文和大讨论活动。向全集团各级企业宣讲十八大精神。

新兴际华集团把“稳增长、提效益”作为当前工作的重中之重,围绕中心、服务大局,不断完善党的思想建设、组织建设、作风建设、反腐倡廉建设、制度建设“五位一体”的新格局,在创先争优和党建“五个体系”上下功夫,全面提升集团各级党组织工作的科学化水平。

海航旅游版图再扩张

■ 本报记者 张博 李志豹

日益增长的邮轮旅游市场吸引着国内企业跃跃欲试,海航集团有限公司成为第一个尝鲜者。

11月28日,海航旅游控股(集团)有限公司(以下简称“海航旅游”)在北京召开海航旅游邮轮游艇有限公司(以下简称“海航邮轮游艇公司”)成立仪式新闻发布会,正式推出中国内地最大豪华邮轮海娜号。海娜号由新成立的海航邮轮游艇公司负责运营,首航时间定于2013年1月26日。

记者注意到,随着海航邮轮游艇公司的成立和“海娜”号的亮相,海航旅游完成了“海陆空”旅游产业链的建造。

进军邮轮旅游

近年来,中国旅游市场日渐火爆,邮轮旅游也逐渐成为消费者的热门选择。据了解,自1980年以来,邮轮旅游以年均8.2%的速度增长,远高于国际旅游业4%的整体发展速度。2011年中国内地全年共接待国际邮轮262艘次,同比增长17.5%,接待邮轮出入境游客超过50万人次。

一个发展趋势是,随着北美和欧洲等传统邮轮旅游地的日益成熟,全球邮轮旅游市场正在逐步东移,以中国为核心的亚洲地区将成为未来邮轮旅游市场发展最快的区域。

“在此背景下,海航旅游集团抓住市场契机,引进海娜号邮轮,率先投入邮轮旅游市场。”海航旅游副董事长韩立新告诉《中国企业报》记者,中国旅游业将来的发展趋势就是会展和邮轮,海航集团就是看准了这个国际发展趋势。

在旅游业内人士看来,海航此举标志着本土品牌正式进军邮轮旅游市场,吹响了国内邮轮旅游产业先锋号角。

业内人士同样表示,中国内地拥有自有豪华邮轮的邮轮游艇公司的出现,标志着中国邮轮旅游市场将打破境外大型邮轮公司垄断的局面,从而进入本土品牌与外资品牌竞争的新阶段,此举将进一步推动我国邮轮旅游产业的发展。

据了解,海航旅游是海航集团三大战略的核心企业,进入邮轮旅游的产业早在两年前就已经开始运行。海航邮轮游艇公司总裁张浩表示,目前全球的游轮市场一年2000万人次,到2015年能达到2500万人次,到2020年达3000万人次,有很大的市场规模和发展空间。

据海航邮轮游艇公司市场负责人袁媛介绍,2011年12月,海娜号由海航集团从嘉年华邮轮集团引入,原名Pacific Sun。为了提供更令国内消费者满意的邮轮旅游体验,海娜号引入后,首先在新加坡三巴旺船厂根据华人消费者消费习惯进行了为期半年的“特色”改装。

据悉,海娜号邮轮全长223米,船身宽28米,最大宽度31米。船上设有游客客房739间,可容纳游客1965名。船内各类公共设施齐全,可以最大程度满足船上乘客生活和娱乐需求。

完善旅游产业链

“海娜”号的引进,让海航旅游在邮轮旅游这项产品中占据了国内同行业的领先地位,以往内地企业还没有一家旅游集团拥有自己的豪华邮轮。海航邮轮游艇公司成立之后,海航旅游的旅游链条也变得更加完整,成为国内绝无仅有的集“海陆空”各种旅游产品并形成互相之间完美搭配的旅游产业集团。

由此带来的互补优势十分明显。借助海航旗下酒店、航班、旅行社等多元产业链的支持,海娜号除了提供更符合国人习惯的邮轮度假体验服务外,还利用其旅游产业链优势以更高的性价比赢得消费者青睐。

目前,海航旅游拥有首都航空、金鹿公务航空、北京首都直升机通用航空服务有限公司三家航空公司,还拥有康泰旅行社、凯撒旅游以及海航酒店(集团)有限公司。

上述业内人士指出,完成了产业链条的整合后,海航旅游要思考的就是如何充分利用好自己手中的各种资源,搭配出让各个层次的消费者都满意的旅游产品。目前海航旅游已经有了一个完整的概念和计划,海航旅游同时表示他们将围绕细分市场制定相关的套餐产品和推广计划。

成立于2007年的海航旅游,只用了短短5年,便从一个注册资金5.5亿元的企业发展成了一个总资产超过260亿元资产的旅游集团。海航旅游于2011年跻身年度中国旅游集团20强并位居第六。截至2012年6月30日,海航旅游总资产达到262.93亿元,总收入为75.69亿元。



中国内地最大自有邮轮海娜号的问世首开旅游业先河