

<<茂名石化年鉴2005>>

图书基本信息

书名：<<茂名石化年鉴2005>>

13位ISBN编号：9787801647979

10位ISBN编号：7801647971

出版时间：2005-4

出版时间：中国石化

作者：《茂名石化年鉴》编纂委员会 编

页数：426

字数：797

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<茂名石化年鉴2005>>

内容概要

一、《茂名石化年鉴》2005年版(以下简称《年鉴》),是中国石化股份有限公司茂名分公司、中国石化集团茂名石化公司共同公开发行的专业性年鉴。

书中除对公司历史沿革、行业发展作简要介绍外,全面、系统地记述了公司2004年发生的重大事件、主要活动及发展和变化;客观反映公司在生产、工程建设与技术改造、科研开发、经营销售、安全与环保、企业管理、体制改革、精神文明建设等方面的成绩、经验和问题;如实介绍公司的生产经营状况,并发表较为详细的统计数字。

《年鉴》中收集的资料全、新、实用、信息量大,是一本资料性的工具书。

二、《年鉴》分为栏目、类日、条目三个层次,以条目为主。

在编纂中注意点面结合、综合记述与专题记述结合。

书中设特载、大事记、综述、企业管理、党群工作、公司下属各二级单位、人物、附录等栏目。

为便于读者查阅和检索,还附有按汉语拼音排列的索引。

三、《年鉴》主要反映公司2004年的全面情况,所收录的各种资料和数字均截至2004年年底。

本《年鉴》中的统计资料,以公司统计部门提供的数据为准。

四、《年鉴》中,中国石油化工集团公司简称为“集团公司”,中国石油化工股份有限公司茂名分公司简称为“茂名分公司”(分公司),茂名石油化工公司简称为“茂名石化公司”(存续公司)。

公司所属各单位、部门一律直呼其惯称。

五、《年鉴》以文字内容为主,还编入了彩色图片和统计图表,力求图文并茂,生动形象。

六、《年鉴》由茂名石化年鉴编纂委员会主持工作,由机关各部门和各二级单位组织专人撰写初稿,稿件均经各单位、部门主管领导审核,经年鉴编辑部筛选、删改后刊用。

在《年鉴》的编纂和出版过程中,得到了茂名石化各级领导、专家、管理人员的大力支持和帮助。

在此,谨向为《年鉴》提供稿件和资料、审查稿件,以及提供各种帮助的同志们,致以诚挚的谢意。

对《年鉴》存在的缺点和疏漏,诚请广大读者批评指正。

<<茂名石化年鉴2005>>

书籍目录

特载
大事记
综述
综合计划管理（上市部分）
财务管理（上市部分）
董事会秘书室工作（上市部分）
生立管理（上市部分）
技术质量管理（上市部分）
机械动力定理（上市部分）
安全环保定理（上市部分）
人力资源管理（上市部分）
审记工作
监察工作（上市部分）
综合管理（存续部分）
财务管理（存续部分）
企业改革工作（存续部分）
保卫处工作（存续部分）
武装部工作（存续部分）
行政管理
党委办公室工作
党委组织部工作
党委宣传部工作
纪检监察工作（存续部分）
工会工作
团委工作
机关党委工作
炼油工委工作
炼油工会工作
中国石化股份有限公司茂名分公司
茂名分公司销售中心
茂名分公司物资供应中心
茂名分公司技术中心
茂名分公司信息中心
茂名分公司设备监测研究中心
茂名分公司生产监测中心
茂名分公司消防气防中心
茂名分公司机关事务中心
茂名分公司转岗服务中心
国际事业茂名公司（存续部分）
社会保险管理（存续部分）
离退休职工管理（存续部分）
动力厂
化工事业部
茂名石化港口公司
茂名石化乙烯动力厂

<<茂名石化年鉴2005>>

茂名石化铁路运输公司
茂史石化工程公司
茂名石化建设公司
茂名石化机械厂
茂名石化对外联营公司
茂名华达企业有限公司
茂名石化培训中心
新中美化工有限公司
先进人物、先进集体
附录
索引

章节摘录

版权页：“以人为本”可以说是它的文化核心，但它并不是停留在口头上，而是落实在公司的各项管理制度和企业行为中。

具体内容包括“肯定个人尊严、实施充分的培训、创造无偏见的工作环境、关心每个人的成长和个人前途、为每个员工创造事业成功的条件和体验成功的成就感”，在此基础上实施“论功定酬”的薪酬制度，让员工有机会通过不断提高业绩水平而获得加薪。

此外，公司还为员工创造良好的物质文化环境和制度文化环境，如带薪休假、保健教育、情感沟通等，因而赢得了员工的极大忠诚，成为世界著名的公司。

正反两方面的例子说明，先进的文化理念要有完善、科学的制度来落实，才会产生预期的效果。

所以，我们在提炼和形成公司的理念体系后，要着手进行制度的修订和完善工作，使其与理念相符合，与文化相融合。

比如企业管理制度、职工行为规范等，要抛弃不利于企业成长的习惯和管理方式，使公司确定的理念和价值观在各个领域、各个层面得到广泛认同和实践，不断规范企业的经营行为和职工个人行为，创造一个和谐畅顺的内部环境，打造一个意志统一、步调一致、纪律严明、能攻善战的团队。

第四，树立茂名石化新形象。

企业形象是企业文化的外在表现。

在市场经济条件下，企业形象力已日益成为企业核心竞争力的重要组成部分。

加强企业文化建设，必然要塑好企业形象。

塑好企业形象要抓好三方面工作：一是导人企业识别系统。

近年来，国内许多企业包括中央企业都十分重视形象塑造。

据不完全统计，迄今已有56家中央企业导入了企业识别系统。

许多企业为确保企业识别系统导人的科学性、规范性，还聘请了有关专家顾问进行具体指导。

我们公司曾经有过请专业公司来设计企业识别系统的想法，但因为种种原因而没有实现。

现在实施企业文化建设战略，这项工作要补上。

要按照中国石化的统一要求，根据公司的实际，重新设计企业标志，重新创作厂歌，编好广告用语，美化厂容厂貌。

其实，我们公司在形象识别方面还是做了不少工作的。

比如我们的厂区绿化美化净化工作做得非常好，被国家、省、市有关部门评为园林式工厂，吸引了众多的国内外游客来参观。

我们的乙烯、炼油、港口厂区被广东省确立为工业旅游观光景点和爱国主义教育基地。

我们职工统一着装，也有厂歌、厂徽。

在推进企业文化建设中，可以把这些工作做得更系统些、更规范些。

二是塑好品牌。

品牌是企业形象的重要体现，是企业的无形资产。

品牌对企业的作用不言而喻。

可口可乐公司曾经这样放言：“即使一夜间一场大火将可口可乐的厂房毁于一旦，只要可口可乐的人在，可口可乐的品牌还在，可口可乐很快就会崛起。

”这句话听起来很“狂”，但可口可乐在全球最具影响力的100个品牌中排名第一，其品牌价值673.9亿美元，他们就是有这样的底气。

公司精心打造的“南海牌”曾经被评为广东省著名商标，但随着润滑油品牌的整合以及润滑油业务划转润滑油分公司，“南海牌”的影响力有所削弱，我们要正视这个情况。

要继续做好“南海牌”化工产品的宣传，使这一著名品牌的亮色不减。

同时，我们还要把这一品牌覆盖到其他产品，扩大它的辐射面，让“南海牌”叫得更响亮。

三是塑好员工形象。

员工形象是企业的一面镜子，是企业形象的最直接反映。

有人说，一个企业的文化优秀不优秀，从企业的员工身上就可以看出来。

这是有一定道理的。

员工的精神风貌、员工的服务态度、员工的礼仪礼貌、员工的举止言行，员工的基本素质，在某种程度上都是企业文化的反映。

我们要努力提高职工队伍的综合素质，塑好茂名石化人形象。

茂名石化人的形象应该是什么样的呢？

在理念设计中，我们大家要共同寻求。

第五，营造文化氛围。

企业文化是一项综合性的工程，要凝聚和吸引广大职工参与建设，营造文化氛围很重要。

从狭义的角度看，我们平时开展的各类文体活动和精神文明创建活动就是营造企业文化氛围。

所以，对于群众性的文化体育活动和精神文明建设活动，如职工运动会、读书节、艺术节、创建文明工厂、争当文明家庭、建设文明示范岗（点）等，我们要继续坚持开展好，并且要与企业文化建设更加紧密地结合起来。

各类文体协会要积极开展活动，活跃职工的业余生活，陶冶职工的情操。

<<茂名石化年鉴2005>>

编辑推荐

《茂名石化年鉴:2005》是由中国石化出版社出版的。

<<茂名石化年鉴2005>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>