



■ 油化之都 天然百湖之城 岳長利 攝



■ 大慶市委書記蓋如垠

以文化築高地 謀大慶大未來

「這裡擁有中國最大的油田，這座城市創造的精神和物質財富，深刻地影響着共和國……」這是2006年中央電視台中國魅力城市頒獎盛典上對大慶的頒獎詞。大慶油田產量已呈遞減趨勢，在大慶面臨創建百年油田、發展接續產業，實現可持續發展的關鍵時期，該如何打造大慶城市核心競爭力，實現可持續發展？就此問題，在一個秋日的午後，香港文匯報記者對黑龍江省委常委、大慶市委書記蓋如垠進行了專訪。



■ 百姓豐富多彩文化生活 鄭勇 攝

文化大慶的藍圖

作為不可再生能源，石油勢必有逐漸衰退甚至枯竭的那一天。資源型城市如果規劃不好，資源耗盡，接續產業缺失，城市就沒了發展後勁。世界著名油田巴庫和休斯敦就是兩個不同的典範。站在高處，面向未來，謀劃城市未來發展方向，責任重大。蓋如垠說，文化是城市的靈魂，是城市的內涵。文化思想的力量，貫穿城市的發展。「大慶精神、鐵人精神」是大慶油田開發建設給大慶帶來的最寶貴的文化財富。支撐大慶城市可持續發展，吸納高新科技產業，高新技術人才，來支撐城市可持續發展。城市文化將成為大慶可持續發展的核心競爭力。和諧社會的構建，應該由城市和諧文化來引領。光靠物質手段是不夠的，健康的、向上的文化導向，良好的文化氛圍，才能促進整個城市文明的提高。在城市間合作與競爭中，不僅是硬件競爭，同時也是軟件、軟實力的競爭。這也是一個國家、一個民族和一個城市長足發展的要求。從認識上，首先要有戰略思維，要有高度的責任感，切忌短視行為。大慶不做政績工程，盡可能地站在長遠發展的角度，去思考、規劃城市的未來。作為城市的建設者，我們有責任有義務把城市建設好。現在做的一切，都是為城市的未



■ 美麗的草原 鄭勇 攝



■ 大慶草原風情 鄭勇 攝



■ 大慶市東城區一角 鄭勇 攝

來打基礎，要經得起歷史的考驗！同時要頂住各種壓力與誘惑，按照城市所需功能，合理配置設施。城市發展規劃切忌片面追求經濟效益，不要變成開發商的規劃。可以看到，大慶市區很多在開發商眼中的黃金寶地，建成了圖書館、大劇院和市民休閒娛樂廣場。

硬環境日臻完善

有人這樣比喻大慶城市基礎環境：除了出海口，大慶別的不缺了。蓋如垠說，大慶城市基礎設施健全，產業發展環境良好。大慶薩爾圖機場已經獲得批准，預計兩年內建成通航；大慶城區主要鐵路、交通幹道已經實現全立交；建成的肇源松花江碼頭讓大慶有了水運貿易窗口；讓哈爾濱火車站改擴建工程得到了鐵道部的批准，開工建設大慶段；大慶至廣州高速公路、大慶段開工建設；哈爾濱至大慶市高速列車正在論證；城市軌道客車已經開始籌劃……大慶的交通環境得到巨大改善。大慶市行政服務中心的落成，使得40餘個政府行政部門實現一站式辦公，外來辦事人員可以一站式辦理所需手續，極大地方便了市民和來外來投資者。要生產過要生活，觀念一變天地寬。大慶近百個面積不等、被俗稱為「泡子」的天然水面，一度成為垃圾場、臭水塘。經過截流清淤、大規模治理後變成了「湖」。湖圍建城，依水而居，湖在城中，城在湖邊，不負「百湖之城」的盛名。用都市的理念來建設大慶，讓礦區變成城市。大慶本地人過去常稱為「礦區」的讓胡路區，城區繁華而不失整潔，建築典雅別緻。天藍水清草綠，遍佈城區的綠色生態園、城市廣場，是人們遊玩、休閒的好去處。大慶城市整體規劃思想得到了很好的貫徹。大慶正在打造北國綠色溫泉城，濕地風光已傾倒了中外賓客。熱氣氤氳的溫泉，鷗鳥翔翔的濕地，讓油化之都添了幾分秀美和靈動。

「綠色油化之都，天然百湖之城，北國溫泉之鄉」是大慶靚麗的城市名片。大慶人均教育資源、住房面積和醫療保障比例均居全國前列。大慶石油學院、八一農墾大學等七所大學，在校生6萬多人，為經濟建設提供了人才，為城市發展儲備了後勁。大慶大劇院、青少年活動中心、圖書館、博物館等大型公用文化設施的相繼建成，讓大慶有了許多文化休閒的去處。

軟實力建設升級

蓋如垠特別強調：軟環境就是軟實力。說到文化建設，他如數家珍，侃侃而談。大慶在營造軟環境方面下了一番苦功。大慶市委、市政府和大慶油田公司、石油管理局、煉化公司等大型央企的和諧關係，為這座城市的繁榮倍添活力。《鐵人軼事》等大慶文藝作品通過全國展演，讓全國人民對大慶有了新的認識，大慶之冬、激情之夏大型文化演出每年1000多場次；舞劇《鶴鳴嚶》正在籌劃；明年要舉行濕地文化節……盡情展現城市與人民、人與自然的和諧之美。大慶歌劇院自落成後，先後迎來了上海芭蕾舞團和維也納納德特勞斯舞團的演出。門票空前搶手，演出只能增加場次，標誌著大慶市民的文化娛樂品味的提高。書香大慶、禮儀大慶、文明大慶的倡議得到市民熱烈的響應，如書禮儀在大慶已經成一種風尚。作為北東較有影響力的《大慶晚報》，9月份在北京評估出品牌價值10億，標誌著大慶又一個文化品牌的成熟。近年來，可以發現「大慶」這個詞彙在國內外的媒體與各種重大場合的曝光率空前增多。大慶城市的知名度讓大慶人走到哪裡都倍感自豪。知名度的增加所帶來的效益是顯而易見的。近兩年來，大慶市內的大小賓館客房入住持續增長。招商局、開發區招商引資效果顯著，不斷有大項目簽約、新招商企業入駐。隨着國家振興東北老工業基地政策的出台，大慶作為哈大齊工業走廊的重要支撐，來大慶參觀考察、投資洽談、旅遊觀光的客人逐年遞增，大慶經濟面臨着極好的發展機遇。

大慶名片

1959年9月26日，在松遼盆地第三號探井——松基三井噴出了工業油流。油田的發現，打破了中國貧油論，為成立十周年的新中國獻上一份特殊的厚禮，也為中國石油工業發展史建立了重要里程碑，大慶由此得名。大慶於1979年建市，是一個僅28歲的共和國新一代年輕城市。

大慶經濟數據

人口：269.3萬 市區125.4萬
面積：2.1萬平方公里
2006年GDP總量：1620.3億元，增長10.5%
地方財政收入：總收入84.8億元，增長21.7%

城市概況

大慶在中國城市生活質量排行榜中名列第22位；人均地區生產總值在全國地級以上城市中位居第14位；被《福布斯》評為中國內地最適合開辦工廠的10個城市之一

07年發展目標

地區生產總值增長9%
固定資產投資增長25%
城鎮居民人均可支配收入增長8%

城市榮譽

CCTV2006年度中國十佳魅力城市
中國最具魅力金融生態城市
國家環境保護模範城市
全國優秀旅遊城市
創建全國文明城市先進市
城市發展目標：高科技現代化生態園林型城市



■ 大慶市龍鳳濕地一瞥 鄭勇 攝

珍、侃侃而談。大慶在營造軟環境方面下了一番苦功。大慶市委、市政府和大慶油田公司、石油管理局、煉化公司等大型央企的和諧關係，為這座城市的繁榮倍添活力。《鐵人軼事》等大慶文藝作品通過全國展演，讓全國人民對大慶有了新的認識，大慶之冬、激情之夏大型文化演出每年1000多場次；舞劇《鶴鳴嚶》正在籌劃；明年要舉行濕地文化節……盡情展現城市與人民、人與自然的和諧之美。大慶歌劇院自落成後，先後迎來了上海芭蕾舞團和維也納納德特勞斯舞團的演出。門票空前搶手，演出只能增加場次，標誌著大慶市民的文化娛樂品味的提高。書香大慶、禮儀大慶、文明大慶的倡議得到市民熱烈的響應，如書禮儀在大慶已經成一種風尚。作為北東較有影響力的《大慶晚報》，9月份在北京評估出品牌價值10億，標誌著大慶又一個文化品牌的成熟。近年來，可以發現「大慶」這個詞彙在國內外的媒體與各種重大場合的曝光率空前增多。大慶城市的知名度讓大慶人走到哪裡都倍感自豪。知名度的增加所帶來的效益是顯而易見的。近兩年來，大慶市內的大小賓館客房入住持續增長。招商局、開發區招商引資效果顯著，不斷有大項目簽約、新招商企業入駐。隨着國家振興東北老工業基地政策的出台，大慶作為哈大齊工業走廊的重要支撐，來大慶參觀考察、投資洽談、旅遊觀光的客人逐年遞增，大慶經濟面臨着極好的發展機遇。

隨着國家振興東北老工業基地政策的出台，大慶作為哈大齊工業走廊的重要支撐，來大慶參觀考察、投資洽談、旅遊觀光的客人逐年遞增，大慶經濟面臨着極好的發展機遇。

文化是持續動力

經濟是城市的骨幹，文化是城市的靈魂；未來城市之間的競爭，最終拼的是文化。蓋如垠對城市文化戰略認識深刻。為探索大慶可持續發展之路，大慶城市建設者們做出了不懈努力。在2005年初的市委六屆三次全會上提出：實施「六大戰略」，構築戰略新高地，推進大慶可持續發展。其中，「大文化戰略」被提到前所未有的高度。

2007年，大慶的決策層認真貫徹落實科學發展觀，站在更高起點上謀劃發展，綜合考慮未來五年發展的機遇、優勢、潛力和條件，提出「創建百年油田，構建戰略新高地，共建和諧社會，推動大慶邁上科學發展新階段」的發展思路，實現大慶可持續發展的新跨越。

用文化為城市發展作支撐。總結大慶發展歷程，面對大慶發展新形勢，提升整座城市科技、教育、文化、衛生和體育等五大功能，科學規劃傳媒、科技服務、文化藝術等產業作為實施的重點。

大氣派建設現代文化設施，大視野培育人文精神，大境界打造文藝精品，大格局構築文化立市。一個打造現代文化名城、國際化大都市的藍圖已經形成。

「文化的大慶」涵蓋了大慶建設以來的大慶精神、鐵人精神，涵蓋了大慶人文的、自然的城市建设成就。大慶文化正由幾代人的創業精神和艱苦卓絕的努力不斷豐滿着。打造現代城市文明，生態之城，綠色之城，文化之城。與時俱進的大慶正站在新的歷史起點上，一個以科學發展觀為統領，傳承發揚「大慶精神」和「鐵人精神」，以海納百川的精神氣度，正在引領着和諧大慶在新的征途上前行。

(特刊)



二零零七年九月八日上午十時，秋雨紛紛。黑龍江省大慶鐵人展覽館內，中石化銷售東北公司一行四十餘人，舉着「學習鐵人精神，與中石化共奮進」橫幅，站在鐵人王進喜的塑像前，面對中國共產黨黨旗宣誓，由此展開了新一輪員工思想教育的浪潮。

王潤濤 李南方 本報記者 吳秀民



■ 中石化銷售東北公司總經理紀波



■ 中石化東北分公司油庫

如果大象可以跳舞 自然市場先機搶佔

解析中國石化銷售東北公司五年市場開拓歷程

從無到有，從小到大，從單一經營到全面發展，五年時間，從零起步發展成為一個年銷售收入30億元的企業，中石化東北公司能給我們帶來哪些啟示？

思路決定出路

中石油、中石化兩大集團重組後，中石化基本退出了東北成品油市場。為了經營發展戰略的需要，2002年9月中石化集團決定在原中石化遼寧經濟開發公司、新星石油黑龍江公司、新星石油吉林公司、新星石油遼寧公司等企業基礎上整合成立東北公司。在黑龍江、吉林、遼寧、大連市建立了4家全資子公司，實行人財物統一管理。剛剛組建的東北公司舉步維艱。中石化在東北沒有自己的油田和煉廠，經營網點少，儲備設施不完善，東北公司銷售油品完全由銷售公司統一調度，沒有一條完整的銷售鏈條。而競爭對手無論在資金、資源、市場，還是在儲備設施、終端網絡上，在東北佔有絕對優勢。怎麼辦？

強勁生存能力、市場競爭力、盈利能力，成為東北公司確定的發展基點。近五年來，東北公司以搶佔中心區域主導市場為重點，確定以高速公路為主線搶佔市場，以充分調研為依據，合理佈局網絡。

市場整合之道

五年網絡建設發展的歷程，有機遇，有挑戰，更有汗水和始料未及的艱辛。東北公司以科學發展觀為統領，大膽地提出了「四點一線」的發展戰略：「四點」是指以黑龍江省哈爾濱市、吉林省長春市、遼寧瀋陽市、大連市這四個點為主導區域，「一線」是指以發展高速公路加油站為紐帶連接主導區域加油站，並以油庫為依托，重點發展高速公路和省會及重要城市的加油站。堅持「五統一」的經營原則和投資原則（資源統一收購、價格統一制定、運輸統一調度、網絡統一規劃、投資統一管理），逐步實現了由擴張式發展向內涵式發展，從爭市場到增效益、從重數量到重質量的轉型。服務是立足之基。東北公司通過科學營建加油站銷售網



■ 中國石化銷售東北分公司

絡，進行顧客滿意度測評探究，整治低效加油站，提高銷售競爭力，有效提高了經營效益。在實質化的市場中，實行差異化競爭，未來加油站趨向多元化經營發展，打造加油站為便利店成為趨勢。東北公司下一個市場營銷重點就是以中石化供油為主體，圍繞加油站開展多業經營：汽車美容、加油配送、便利店等，既創造了新的工作崗位，又通過服務內容，為中石化在東北的品牌形象得到鞏固與提升。

團隊是制勝之本

東北公司迎賓牆上有八個字：團結、敬業、嚴謹、高效。總經理紀波，東北公司的「操盤手」，年青而幹練。她直言，東北公司，東北公司的快速發展，得益於一個和諧而高效的團隊。能夠上令下達，科學決策，執行到位。紀波曾率領中層領導三十多天跑遍了東北三省各市縣交通幹道，並且模擬運輸車輛，選出加油最佳地，使得在運路車流量處於全國中等水平的情况下，單站加油量卻位居全國前列。

東北公司將中石化的經營發展理念、企業文化，結合東北地域文化特點，因地制宜，形成了東北公司一種本地化的機制。嚴格流程工藝，強調效益比，強化服務意識，要有中石化品牌責任感。做大經營總量，提高終端市場佔有率，堅持科學發展觀統籌安全環保工作全局，嚴格落實HSE規章制度和操作流程，並通過完善機制，培養人才，實行精益化管理等手段，使自身生存能力、市場競爭能力和盈利能力均得到大幅提升，基本實現了人員結構、經營結構和資產結構的三大轉變。

換位思考天地寬

戰略深遠，細節無微不至，這是國企合作多典範。有人這樣評價中石化東北公司與瀋陽客運集團的合作。2005年，瀋陽客運集團企業改制，將所屬物業公司採取合資方式，承擔4000輛公共汽車的供油業務。這樣一個穩定的銷售客戶，一時間吸引了來自國內外多家成品油銷售企業。如果單從合資供油業務角度談話，相比之下東北公司完



■ 黑龍江分公司環城加油站

全處於劣勢，所以她們決心找出客戶的最大需求點，滿足客戶需要，以期促成合作。歷經數月的調研分析，通過全方位協調、對話和談判，雙方合資成立了遼寧中石化客運能源有限公司，東北公司最終以51%的股份取得了控股權，取得了瀋陽客運集團物業公司所屬的7座加油站的經營權，以較低成本佔領了瀋陽市中心和客運的油品市場。

遼寧中石化能源公司副總經理（該公司股東之一）笑言東北公司的高明和精明：沒多花一錢，通過創造員工崗位，增添了談判籌碼。東北公司承諾在收購股權的同時，確保了原有勞動能力的職工不下降，為富餘職工提供了加油機修理、油品配送等多個關聯崗位。合資公司接管了148名職工，統一培訓，因人施教，分別上岗。原客運集團處長，現在安心做加油站站長，原來的小車司機，現在做加油機維修技師，合資公司成了熱門崗位，人人都找到了自己的位置。東北公司將社會化的業務，通過競標，以公開透明的方式，讓他們有了公平競爭的機會。而業務必須接受東北公司的宏觀指導，既防止他們騎在中石化的大樹下乘涼，也杜絕了對外發放「人情活」。

這些得到重新就業機會的職工，把技術、把服務作為競爭利器，還設立了400個呼叫中心，在東北加油機維修行業率先實現了24小時全天候服務。這次合作贏得了合作夥伴的尊重，有效密切了與地方政府之間的關係，塑造了良好的中石化企業形象，同時開拓了網絡建設發展的新思路，充分體現了具有示範意義的國企資源整合動態性和靈活性。

數字見證五年路

從無到有，從小到大，從單一經營到全面發展，在夾縫中發展，東北公司從零起步發展成為一個年銷售收入30億元的企業。2006年末東北公司擁有油庫4座，在營油庫總容量為13.93萬立方米。其中位於大連開發區北良港內的油庫，能同時進行水運、貨車接卸並擁有乙醇調配設施，結束了中石化在大連無油庫的歷史。東北公司的成品油零售量年年攀升，2004年較2003年增長139%；2005年較2004年增長了125%，2006年較2005年增長了50.97%，東北公司從成立至2006年底，累計銷售量311.25萬噸，累計零售量76.56萬噸。2006年完成上級考核利潤指標的171.55%，資產總額較2002年成立之初增加了436.63%。

五年多來，東北公司不僅打破了東北地區成品油市場壟斷的局面，站穩了腳跟，而且在局部銷售市場佔有了一定份額，樹立了中石化的品牌形象。

市場開放的挑戰與機遇並存。根據加入WTO協定，中國成品油終端市場已經全面開放。至此，外資公司可在國內營建油庫、碼頭和銷售網絡。而近年來，國外跨國石油公司已經通過各種途徑進入國內成品油零售市場。雖然中石油、中石化兩大巨頭主導國內成品油零售市場，而面對壟斷的國際油市，跨國石油公司的市場戰略變化，外資公司先進的管理方式和技術，使得未來國內成品油銷售市場的競爭將十分激烈，品牌和服務成為競爭主調。

大象需要跳舞嗎

2006年，中國石化銷售有限公司及其管理的石油分公司銷售成品油11168萬噸，佔國內成品油市場的64.6%；擁有加油站28801座。已經成為2008年奧運會石化合作夥伴的中石化，將充分利用奧運會的資源和平台，面向國際、國內市場，全方位宣傳和樹立中國石化品牌形象。國資委主任李樂融曾講過，央企做不到行業前三名的，要逐步兼併重組。充分反映了國資委希望央企提高競爭力和盈利能力的決心。IBN前總裁邵士納曾說，如果大象能夠跳舞，那麼螞蟻就必須離開舞池。用大象來比喻BP、殼牌、中石油、中石化等國際石油巨頭自是一點也不為過，面對巨大的中國內地市場，一場叢林爭霸的角逐，正在一年盛於一年。如果大象可以跳舞，腳步輕盈，舞姿曼妙自是可得博得一片掌聲，但更重要的是，它行動迅速，反應靈敏，從此又多了一份生機，多了幾分活力。

(特刊)