

石油工业出版社走过了60年的发展历程,实现了开创石油出版事业和繁荣发展石油出版事业的目标,成果显著,业绩辉煌。60年来累计出版各类出版物20000多种,总印量近8000万册,有近200种图书荣获国家和省部级奖励。经过60年发展,特别是改革开放后本世纪前10年的跨越式发展,出版社“立足石油求发展,面向社会创效益”的发展战略加快实施,图书出版规模不断扩张,主营业务能力不断增强,发展质量明显提高,锻造出一支攻坚克难、敢打硬仗的员工队伍,实现“做强、做大、做优、做久”的奋斗目标取得重大阶段性成果,初步跻身全国出版界大社行列,为石油工业发展和集团公司建设综合性国际能源公司作出了重要贡献。



# 石油工业出版社有限公司喜迎60周年庆典 奋发向上勇攀登 创新发展新辉煌



总经理白泽生(右二)、党委书记郭玉宝(右三)、副社长张卫玉(右四)、总编辑张棋(右一)

## 发展历程

石油工业出版社的前身是1951年3月成立的燃料工业出版社,距今已整整60年。1951年中央人民政府燃料工业部成立燃料工业出版社,出版煤炭、电力、石油等燃料工业方针政策和技术方面的图书。随着石油工业部的建立,1956年1月石油工业出版社正式成立。1961年石油工业出版社撤销,在石油部内保留石油图书编辑室,出版工作由中国工业出版社承担。1972年中国工业出版社撤销,成立了燃料化学工业出版社。1975年撤销燃料化学工业出版社,同时组成石油化学工业出版社。1978年撤销石油化学工业出版社,恢复石油工业出版社建制,直属石油工业部。1983年11月,恢复石油工业出版社建制,直属石油工业部。1988年,随着石油工业部改为中国石油天然气总公司,石油工业出版社直属中国石油天然气总公司。1998年石油工业重组,成立中国石化集团石油工业出版社,直属中国石化集团公司。2011年3月,石油工业出版社完成“转企改制”,成立石油工业出版社有限公司,为集团公司全资子公司。

## 营销能力明显提高 规模效益日益显现

经过“十五”和“十一五”10年的发展,图书营销稳健增长,规模效益日益显现。石油出版社图书营销建立和完善了稳固的销售体系:油市各主要油气区和石化企业的16个石油图书发行站,每年销售回款超千万元;依托石油行业各企业质量安全环保部门成立的24个标准发行站承担着各类安全环保标准的配发;覆盖全国44所石油高校和行业外石油院校的教材发行体系为石油教材的发展提供了保障;与全国各省市区图书发行集团、新华书店等经营的合作使石油图书在社会化营销的规模不断扩大。大众图书营销在全国布局,推行各大区销售代表制,终端销售进入全国280多个大中城市书店,批发销售网络覆盖各市区发行集团;树立“大营销”理念,不断创新营销模式和手段;充分利用社会各种营销资源,壮大营销力量,扩大营销领域,全面提升与全国图书市场竞争,走了一条全新的独立发展之路。石油图书和大众图书两大营销体系通力合作,共同努力,全面提高了出版社图书营销能力和水平,成为图书出版跨越式发展的坚强保证。2010年实现销售码洋1.827亿元,创历史新高。“十五”和“十一五”期间共实现图书销售码洋约6.5亿元,是“八五”和“九五”10年的6.2倍(不含价格因素)。



《中国石油“十五”科技进展丛书》荣获首届中国出版政府奖提名奖

## 企业宗旨: 为石油工业发展服务 为广大石油职工服务 为改革开放和经济建设服务

发展目标: 做强、做大、做优、做久  
经营管理战略: 立足石油求发展,面向社会创效益

## 图书出版跨越发展 产品结构日趋合理

面对激烈的图书市场竞争,“十五”、“十一五”以来,图书出版工作按照“立足石油求发展,面向社会创效益”的发展战略,坚定地处“规模扩张、内涵发展、好字当头、稳中求进”的跨越发展道路。深度挖掘出版资源,全面调整图书结构,强化选题自主策划,发展新创图书,积极实施“图书出版工程”,全力推进选题策划“五抓”法,先后深入开展“质量效益年、选题储备年、打造精品年、争创三好年”活动,取得丰硕成果。石油图书适应石油工业和集团公司发展需要,坚持“精品”工程“和”实用、应用”并举,形成石油科技、院校及培训教材、石油标准三大优势板块;大众图书贴近市场,打造品牌,使英语、员工励志、青少年阅读、健康和社科综合五大板块在市场上站稳脚跟。全社出版品种和出版码洋一年一个新台阶,2010年实现码洋2.686亿元,“十五”和“十一五”10年,累计完成出版品种11499种,总码洋4141.19万册,总码洋13.439亿元,分别较“八五”和“九五”10年的2倍、2.7倍和1倍(不含价格因素)。

## 重大工程支撑引领 着力打造出版品牌

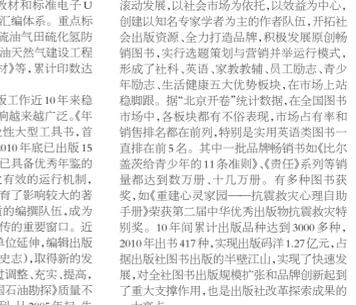
重大出版工程对石油出版事业的跨越式发展发挥着重要引领、推动和支撑作用。多年来,出版社高度重视重大出版工程建设,举全社之力先后出色完成《中国油气地质志》、《英汉石油大辞典》、《天然气工程丛书》、《中国石油“十五”科技进展丛书》等一批重大出版工程任务。“十一五”期间已经启动和正在实施的重大出版工程有《中国石油勘探开发百科全书》、《中国油气田开发志》、“千万图书送基层、百万员工品书香”活动送书工程等,形成了重大出版工程群,为打造石油出版品牌和提高员工队伍整体素质体质的首要重要策略。活动的主要内容是从2009年开始,利用3年时间,投资3亿元,为集团公司4万多个基层队(站、车间)配备石油专业、石油综合类通用类图书,平均每个站队配送图书200册左右,完善基层站队图书室,在基层掀起读书学习热潮。活动由集团公司思想文化工作部统一组织,石油工业出版社负责图书的筹备和配送,各企事业单位具体落实活动任务。出版党委全社会之力努力实施“送书工程”,实现严格的项目管理,严把图书质量关,不断协调加快配送进度,带动了全社各方面工作的进展。自2009年8月“送书工程”启动,到2010年底,已确定送书书目530多种,为25039个基层站队配送图书458万册,总码洋1.58亿元,配送图书数字图书在网卡4000余张,配送架次23236个,书册2115个,取得重要阶段性成果。2009年11月,中国石油“千万图书送基层、百万员工品书香”活动,被中宣部、中央文明办和新闻出版总署评为全民阅读活动优秀项目。

## 领导寄语

石油工业出版社有限公司总经理白泽生: 60年风雨兼程,辛勤耕耘,石油工业出版社有限公司收获了图书出版累累硕果,逐步迈入成熟稳健的“耳顺之年”。站在新的历史起点,石油工业出版社有限公司将继续坚持“和谐、勤奋、严谨、创新”的企业精神,坚持“立足石油求发展,面向社会创效益”的发展战略,以推动石油工业科技进步、传播知识、传承文化为己任,抓住时代赋予出版业的难得机遇,以开拓创新的锐气与勇气,争创一流的雄心与壮志,努力建设专业特色鲜明、社会影响力较大的一流图书出版公司,续写新的更大的辉煌。

石油工业出版社有限公司党委书记郭玉宝: 坚持服务人民,坚持发展创新,最大限度地满足人民群众的精神文化需求,是出版工作者的神圣职责和使命。面对新的机遇和挑战,石油工业出版社有限公司将继续坚持“为石油工业发展服务,为广大石油员工服务”宗旨,继续发扬几代石油出版人传承下来的优良传统和作风,深入贯彻落实科学发展观,坚持方向,守好阵地,加快发展,不辱使命,努力建设和发展社会主义先进文化,生产更多更好的精神文化产品,实现社会效益和经济效益的统一,绝不辜负社会各界和广大读者的殷切期望。

## 部分获奖石油科技图书



## 部分大众品牌图书



## 部分版权输出品牌图书



## 企业精神: 和谐、勤奋、严谨、创新 价值观念: 服务石油、奉献社会、发展自己 利益排序: 读者——作者——出版社整体——个人 团体形态: 像家庭、像学校、像舞台、像赛场

面对传统出版行业发展瓶颈和数字出版带来的挑战和机遇,出版社积极开发数字出版业务,把数字和网络出版方向,列入“十一五”发展规划,设立电子音像出版部,配备购置高质量设备,按照工程项目立项管理,狠抓工程实施,先后开发出石油电子书词典软件和网络版电子词典,以及石油辅助翻译系统软件和网络版翻译系统。经过3年努力,又于2009年12月建成“石油数字图书在线”平台,并正式开通上线,内容涵盖出版社建社以来出版的各类图书、标准、期刊约5000余种。与此同时,积极配合石油纸质图书出版,努力开发了一批以安全、教育、技能为内容的石油音像制品。通过全面规划,明确数字出版在今后发展中将以开发新的网络项目为重点,向数字出版内容服务型;从图书的初步出版向深入生产化过渡,努力达到图书内容生产数字化,进一步拓展数字图书在网平台内容领域,按知识向读者提供内容服务,加强营销力度,实现做强做大目标。

“十五”和“十一五”期间,对外交流和合作交流及版权贸易工作得到全面加强和推进,各类业务活动日益活跃,国内外图书资源和市场开拓开发取得重要进展。先后自行组团赴美国、俄罗斯和哈萨克斯坦、英国和法国访问考察,实现了“走出去”的“破冰之旅”和“拓展之旅”。

## 科学管理创新发展 人才队伍茁壮成长

按照“公司化结构、企业化经营、市场化运作、制度化治理”的体制机制创新要求,近年来自强出版社加大体制机制改革和管理新路的力度,全面实施机构、分配、人事三项改革,建立法人治理结构,加快发展方式转变,于2011年3月顺利完成“转企改制”,成立石油工业出版社有限公司。坚持完善管理制度,内强发展道路,建立健全社一级管理制度100多项,同时不断完善各部门各单位管理制度,形成制度体系,实现了“制度化治理”;以市场为导向,以效益为中心,重点强化了图书选题策划管理、图书营销管理和“服务经济”(展览展示、印刷生产管理,初步实现了“企业化经营”和“市场化运作”);推行以财务和管理为双核心的图书运行和生产经营机制,以及以严格运行和效益为主要内容的图书质量管理体系,使“成本控制”收到实效,图书质量和各项业务质量水平不断提高;加大投入,不断完善信息化建设,储运基地建设、印刷生产信息化建设、办公设施建设等基础建设。向管理要效率,向管理要效益,全社整体管理水平明显提高,经济效益逐年增长。

## 党的建设成绩斐然 企业文化凝心聚力

近十年来,出版党委认真贯彻落实党的十六大、十七大和“两会”历次全会精神,按照“推动发展、服务群众、凝聚人心、促进和谐”的基层党建工作总要求,落实集团公司党建工作部署,紧密结合出版社工作实际,深入开展以实践“三个代表”重要思想为主要内容的党员先进性教育活动,以及深入员工实践科学发展观活动,达到了活动预期目标;切实学习中国特色社会主义理论体系学习,创建学习型党组织,以创建“好领导班子”为载体,大力加强各级领导班子建设,提高“五种能力”,深入开展“六个一”创建活动和“创先争优”活动,强化基层组织建设;以建立健全制度、监督并重的预防和预防腐败体系为重点,不断推进反腐倡廉建设;以加强工会和共青团的领导,团结凝聚全体员工;不断创新的工作方式方法,实行了“党建进工作例会”一整套创新工作机制。全面推进出版社党的思想建设、组织建设、作风建设、制度建设和反腐倡廉建设,充分发挥党组织的政治核心作用,党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用,涌现出一批先进基层党组织和优秀共产党员,为出版事业跨越式发展提供了强有力的组织和思想保障。

## 对外合作发展迅猛 展览展示形成品牌

展览市场中占据重要地位,成为集团公司对外宣传、展示的重要支持平台,也是集团公司科技推广的有效平台。2010年,展览展示业务实现营业收入近3000万元。经过多年努力,展览展示水平得到较快提高,发挥集体智慧和搭建能力,搭建的展台造型大气美观,研发的技术系列模型主题鲜明,多受到集团公司领导肯定和国内外各界的称赞。在历年大型展览中获奖近百余次。如在2009年中国国际节能减排和新能源博览会以及2011年“十一五”国家重大科技成就展等国家重大展览中,中国石油展台都成为展会亮点,也是国家领导参观的重点展台;自主研发的模型展示手段新颖、自主开发、科技等国家部委领导及集团公司领导的高度重视,引起参观者的强烈反响。2009年以来承担中国石油大厦展览厅建设任务,实现了固定展面型展览项目的突破,使自身展览能力和水平更上一层次。

## 数字出版成果初显 图文印制水平上乘

经过“十五”和“十一五”期间的大力建设和投入,出版社印刷生产系统建立了国内一流的现代化印刷生产基地,拥有了世界领先水平的桌面设计和排版、高分辨率数码打样、多色印刷、数码印刷等硬件设备,使用世界先进生产的色彩管理及直喷制版系统,并配套一批国内先进设备,形成了彩色印刷、丝网印刷和数码印刷三条生产线,具备了较宽的图文设计、排版和印刷能力。按照“以质量求生存、以服务求发展”理念,坚持转变发展方式,实行现代印刷企管管理,坚持建立先进的管理流程,严格执行规范化管理,分别于2004年和2010年通过ISO9001国际质量管理体系认证和ISO14000环境管理体系认证;造就了一支优良的技术服务团队,实现了从批生产到个性化加工的全方位一站式服务,出色完成了集团公司、股份公司重大印刷任务,以及出版社图书印刷任务。质量水平不断提高,经济效益逐年增长,品牌影响力大幅提升,打造“服务经济”成果显著。2010年实现销售收入3402万元,加工产值1949万元,分别为“十五”末增长52.6%和85.6%,分别为图书出版跨越式发展的重要保证力量。

“十五”和“十一五”期间,对外交流和合作交流及版权贸易工作得到全面加强和推进,各类业务活动日益活跃,国内外图书资源和市场开拓开发取得重要进展。先后自行组团赴美国、俄罗斯和哈萨克斯坦、英国和法国访问考察,实现了“走出去”的“破冰之旅”和“拓展之旅”。

## 科学管理创新发展 人才队伍茁壮成长

按照“公司化结构、企业化经营、市场化运作、制度化治理”的体制机制创新要求,近年来自强出版社加大体制机制改革和管理新路的力度,全面实施机构、分配、人事三项改革,建立法人治理结构,加快发展方式转变,于2011年3月顺利完成“转企改制”,成立石油工业出版社有限公司。坚持完善管理制度,内强发展道路,建立健全社一级管理制度100多项,同时不断完善各部门各单位管理制度,形成制度体系,实现了“制度化治理”;以市场为导向,以效益为中心,重点强化了图书选题策划管理、图书营销管理和“服务经济”(展览展示、印刷生产管理,初步实现了“企业化经营”和“市场化运作”);推行以财务和管理为双核心的图书运行和生产经营机制,以及以严格运行和效益为主要内容的图书质量管理体系,使“成本控制”收到实效,图书质量和各项业务质量水平不断提高;加大投入,不断完善信息化建设,储运基地建设、印刷生产信息化建设、办公设施建设等基础建设。向管理要效率,向管理要效益,全社整体管理水平明显提高,经济效益逐年增长。

## 党的建设成绩斐然 企业文化凝心聚力

近十年来,出版党委认真贯彻落实党的十六大、十七大和“两会”历次全会精神,按照“推动发展、服务群众、凝聚人心、促进和谐”的基层党建工作总要求,落实集团公司党建工作部署,紧密结合出版社工作实际,深入开展以实践“三个代表”重要思想为主要内容的党员先进性教育活动,以及深入员工实践科学发展观活动,达到了活动预期目标;切实学习中国特色社会主义理论体系学习,创建学习型党组织,以创建“好领导班子”为载体,大力加强各级领导班子建设,提高“五种能力”,深入开展“六个一”创建活动和“创先争优”活动,强化基层组织建设;以建立健全制度、监督并重的预防和预防腐败体系为重点,不断推进反腐倡廉建设;以加强工会和共青团的领导,团结凝聚全体员工;不断创新的工作方式方法,实行了“党建进工作例会”一整套创新工作机制。全面推进出版社党的思想建设、组织建设、作风建设、制度建设和反腐倡廉建设,充分发挥党组织的政治核心作用,党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用,涌现出一批先进基层党组织和优秀共产党员,为出版事业跨越式发展提供了强有力的组织和思想保障。

## 对外合作发展迅猛 展览展示形成品牌

展览市场中占据重要地位,成为集团公司对外宣传、展示的重要支持平台,也是集团公司科技推广的有效平台。2010年,展览展示业务实现营业收入近3000万元。经过多年努力,展览展示水平得到较快提高,发挥集体智慧和搭建能力,搭建的展台造型大气美观,研发的技术系列模型主题鲜明,多受到集团公司领导肯定和国内外各界的称赞。在历年大型展览中获奖近百余次。如在2009年中国国际节能减排和新能源博览会以及2011年“十一五”国家重大科技成就展等国家重大展览中,中国石油展台都成为展会亮点,也是国家领导参观的重点展台;自主研发的模型展示手段新颖、自主开发、科技等国家部委领导及集团公司领导的高度重视,引起参观者的强烈反响。2009年以来承担中国石油大厦展览厅建设任务,实现了固定展面型展览项目的突破,使自身展览能力和水平更上一层次。

## 展望未来,前景光明,任重道远

展望未来,前景光明,任重道远。今后一个时期,石油工业出版社有限公司面临的发展环境总体有利。我国经济社会发展仍处于可以大有作为的重要战略机遇期,从现在起到2020年也是集团公司发展的黄金10年,出版社作为中国石油的重要组成部分,势必会获得更加广阔的发展领域、更好的服务条件。随着全面建设小康社会进程进一步加快,建设学习型社会持续深入,全民学习、终身学习理念深入人心,必将带来出版业的更大发展。根据中央深化文化体制改革的部署,出版社完成转企改制,将获得一系列优惠政策,发展面临更加有利的政策环境和市场环境。经过“十五”期间跨越式发展,出版社初步跻身全国大社行列,为今后起步发展打下了坚实基础。

同时,也要清醒地看到出版社发展面临的不利因素。随着全国文化产业竞争进一步加剧,选题开发的竞争、高水平作品的竞争和销售网络的竞争等更加激烈。出版社转企改制,出版行业重新洗牌,出版集团的崛起,使专业出版社的发展空间受到挤压。以数字技术和互联网为代表的现代出版,对传统纸质出版形成极大冲击。从出版社自身情况来看,科技图书选题储备仍显不足,院校和培训教材市场不稳固,大众图书优质板块还不突出,图书营销推广力度依然薄弱,图书盈利水平总体不高。出版社的管理体制、经营机制还没有完全理顺,管理粗放的问题没有从根本上解决,人才资源在数量和质量上都不能满足需要,人工成本和生产成本逐年上升等,这些问题都将制约出版社的发展。

## 在出版社今后一个时期的发展中,“十二五”是至关重要的5年

在出版社今后一个时期的发展中,“十二五”是至关重要的5年。社党政领导班子在2011年工作会上,深刻剖析出版社当前面临的不利条件和不利因素,以科学发展为指导,贯彻落实集团公司“十二五”规划部署,提出以“抓住黄金机遇,把握主业发展的新辉煌”为主题的“十二五”发展设想。“十二五”发展的主要目标是:到2015年,各类出版物总码洋保持在3亿元到3.5亿元,出版品种达到2000种,图书销售收入稳定在1.8亿元以上,展览展示收入达到3500万元以上,印刷加工产业产值达到2500万元至3000万元。出版资源、作者资源和选题储备更加丰富,原创图书比例增大,形成优势板块和图书品牌。管理体制更加完善,经营机制更加灵活,基础工作更加扎实,党的建设得到加强,企业文化建设更有活力,和谐团队建设更有成效,员工队伍素质明显提高,员工队伍整体素质、执行力和战斗力进一步加强,为实现“做强、做大、做优、做久”奋斗目标提供了人才和人才保证。

## “十二五”发展的主要目标

“十二五”发展的主要目标是:到2015年,各类出版物总码洋保持在3亿元到3.5亿元,出版品种达到2000种,图书销售收入稳定在1.8亿元以上,展览展示收入达到3500万元以上,印刷加工产业产值达到2500万元至3000万元。出版资源、作者资源和选题储备更加丰富,原创图书比例增大,形成优势板块和图书品牌。管理体制更加完善,经营机制更加灵活,基础工作更加扎实,党的建设得到加强,企业文化建设更有活力,和谐团队建设更有成效,员工队伍素质明显提高,员工队伍整体素质、执行力和战斗力进一步加强,为实现“做强、做大、做优、做久”奋斗目标提供了人才和人才保证。

## 着力抓好图书出版核心业务,在坚持规模扩张同时,更加注重单书效益和综合效益

着力抓好市场营销工作,加强市场推广力度,逐步实现大发行的网络和格局。着力发展数字、网络出版,实现内容产品的多元化和立体化。着力推进版权贸易,引进版权数量和重量要有较大增长和提高,同时要加大版权出口力度和规模。着力抓好“服务经济”,展览展示和彩色印刷要在中石油北京地区占据主导地位,形成优势、特色品牌。着力推进体制和管理创新,完善经营机制,建立有效激励和有效约束,完善管理制度。着力加强人才培养,队伍引进建设,强化现有人员培训,逐步引进社会人才,建立结构合理、专业突出的人才队伍。着力推进企业文化建设,形成石油出版特色企业文化建设,提高队伍整体素质。着力加强党的建设和领导作风建设,反腐倡廉、勤勉敬业,形成强有力的领导核心,发挥党组织和党员骨干的作用。



《天然气工程丛书》荣获首届中国出版政府奖提名奖