



2021

可持续发展报告

Sustainable Development Report

统一石油化工有限公司

目录

Contents

致辞01

了解统一03

01
加速低碳转型, 发掘环保动能

环境管理体系	09
应对气候变化	10
能源管理	13
水资源管理	15
化学品管理	16
污染物管理	17

02
专注客户诉求, 提供优质服务

质量保障与技术创新	23
业务模式与营销策略	26
消费者意识提升	29
优质售后服务	31

03
坚持以人为本, 激发员工价值

和谐劳动关系	37
工作条件和社会保护	38
民主管理	39
职业健康与安全	39
发展与培训	40

04
尊重伙伴关系, 致力公平运营

崇尚商业道德, 反贿赂反腐败	43
提高政治自觉, 落实党建责任	44
倡导公平竞争, 遵守法律要求	46
引导价值链协作, 注重责任采购	47
尊重知识产权, 保护商业机密	48

05
投资社区发展, 践行社会责任

参与当地社区发展	51
促进当地经济发展	52

展望53

附录54

致辞

2021 年，历经 28 年的创业与发展，统一石化通过重组实现 A 股上市，为公司开辟了全新的征程。更大的平台意味着更大的责任。统一石化对履行社会责任做出庄严承诺，面对世纪疫情和百年变局，公司坚持稳中求进，在创造经济价值、提升社会福祉、提高环境效益方面，以可持续发展实践交出答卷。

加强组织治理，提升风险防范水平。统一致力于将社会责任的基本原则纳入公司各个层面的决策流程，尊重利益相关方的诉求，营造负责任的企业文化，动员公司全体员工践行社会责任，并开展行之有效的社会责任评估；对公司的履责绩效进行记录，识别改进空间并付诸实践。

保障员工权益，投资员工发展。统一致力于构建和谐劳动关系，秉持以人为本的发展理念，重视和维护员工的各项合法权益；重视员工职业生涯规划，不断创新人才成长环境和体制机制，为员工提供畅通、稳定的职业发展通道，助力员工实现自我价值。

聚焦低碳，完善环境管理体系。统一致力于通过产品和商业创新，表达对地球的善意，率先提出了全球领先的“5E 能效润滑理念”，为地球降温减碳尽一份力；推进闭环清洁生产，遵循“废弃物产出最小化，资源循环使用最大化”的可持续发展原则，积极落实源头减量策略，不断降低污染物排放强度。

公平运营，与合作伙伴互利共赢。统一在整个价值链，践行诚实、正直和尊重他人的核心价值观，对任何违反商业道德的行为秉持“有错必纠”的态度，对于贿赂、腐败行为坚决重拳打击；推行负责任采购，在整个价值链中公平务实的对待社会责任的成本和收益，实现发展成果与价值链共享。

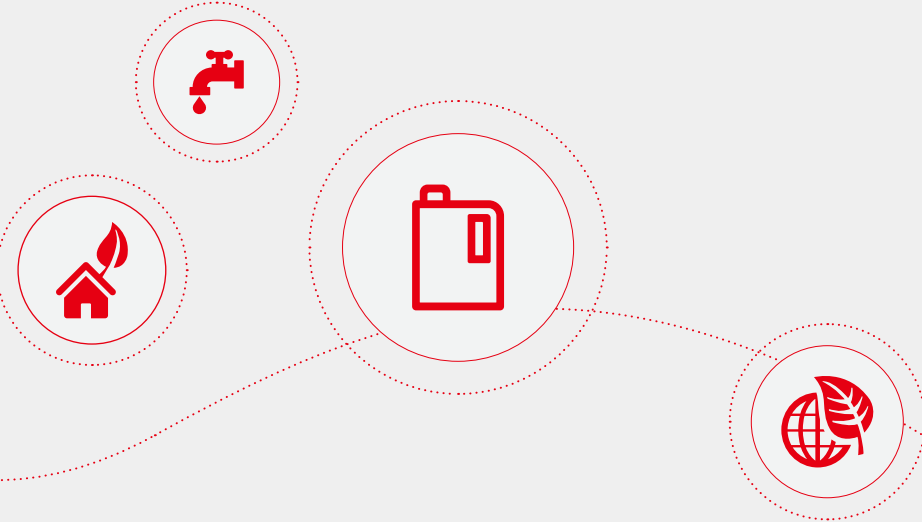
加强产品创新，保护消费者权益。经过多年积淀，统一已经积累了良好的口碑和极具竞争力的产品矩阵。统一依托国家级实验室——统一 T-lab 润滑科技实验室的自主研发能力，不断加速产品更新迭代，产品应用场景覆盖卡客车、轿车、工程机械 & 矿业、摩托车、农业机械、船舶、工业、新能源车、铁路等 9 大领域；重视聆听客户声音，开展年度客户满意度调查，并形成以客户反馈推动产品提升的管理闭环。

投资社区，发展社区。统一积极带动并促进运营地的经济发展，不断改善为业务所在社区直接或间接造福的方式，加强本地采购和本地雇佣的倾斜力度，努力成为社区的好邻居。

领导签名：



2022.12





了解统一

企业概况

统一石油化工有限公司是一家服务于中国本土市场的专业润滑油制造商，其在汽车用油、摩托车用油、工业用油、工程机械用油及润滑脂、防冻液等领域，为客户提供专业、优异的润滑及养护方案。目前统一石化自建及租用的润滑油、润滑脂产品年产能约 30 万吨，防冻液生产能力达 3.9 万吨，是目前中国较大的润滑油专业制造商之一。2021 年，统一石化业务收入为 236,115 万元。



防冻液生产能力达

3.9 万吨



2021 年，统一石化业务收入为

236,115 万元

生产模式

统一石化采用以销定产为主、统筹安排为辅的生产模式，以销售预测和库存情况为基础，结合每个产品的最优生产批次、市场需求周期特点、市场销售特殊要求备货、原料供应、生产能力等信息，制定生产计划。

为了满足不同客户的不同场景需求，统一石化形成了 3000 余种润滑油牌号，能够满足不同客户小额定制要求，丰富的产品品类、灵活的生产计划和高效的发货制度，是统一石化的重要竞争力之一。

销售模式

统一石化销售模式以经销模式为主，辅以直销模式和代加工模式。在经销模式下，统一石化的主要客户为经营润滑油产品的商贸公司、线上电商，经销商根据自身销售情况向统一石化进行采购，自主定价并向终端用户群体进行销售。在直销模式下，统一石化以直接对终端用户销售的模式为主。在代加工模式下，统一石化向下游客户提供代加工服务。

主要产品

统一石化自主生产的产品包括汽车用油、摩托车用油、工业用油、工程机械用油及润滑脂、防冻液等，通过外协生产并销售的产品为工业尿素，其中润滑油为公司的主要产品。按照产品品牌及市场定位差异，统一石化产品可分类为“统一润滑油”、“美国顶峰 PEAK 汽车用品”、“美国突破 TOP1”。按照终端用途，统一石化产品的主要品类分为乘用车润滑油、柴油机润滑油、施工设备用油、工业用油、摩托车机油等。

认证与荣誉

机构	奖项名称
汽配圈	2020 年度中国汽车配件行业金翼奖最具竞争力润滑油品牌
	2020 年度中国汽车配件行业金翼奖领军企业
	2019 年度汽配商最喜爱的润滑油品牌
	2019 年度润滑油五大民族品牌
	2019 年度最具竞争力品牌
AC 汽车	2021 汽车后市场影响力品牌
聚汽网	2021 匠心中国领军品牌企业
润滑油信息网	2021 中国润滑油十大品牌（蝉联 5 年）
	2021 年度绿色低碳标杆企业
中国质量检验协会	2018 年全国产品和服务质量诚信示范企业、全国质量信得过产品（蝉联 3 年）
	2021 年全国质量检验稳定合格产品、全国产品和服务质量诚信示范企业（蝉联 3 年）
中国交通运输协会物流投融资分会	2019 年度中国物流行业最具投资价值企业
	2019 年度中国物流行业最佳配套服务商
雅森国际、中国汽车工业协会	2018 中国汽车后市场百强品牌
安莱（北京）汽车技术研究院	2019 中国汽车诊断师最喜爱品牌
中国汽车维修行业协会、润滑油脂养护工作委员会、天津市汽车后市场行业协会、全国汽车售后市场服务联盟	2018 年中国润滑养护服务推荐品牌
中国合格评定国家认可委员会	实验室认可证书
快准车服	2019（第九届）汽车服务金勋奖终端影响力百强品牌
汽车服务世界	2021 年度推荐品牌（蝉联 4 年）
中国连锁经营协会	2021 中国特许连锁百强（蝉联 4 年）
	2021 中国汽车后市场连锁企业 Top40
中国汽车流通协会	2021 数字化转型突出企业
国际绿色零碳节	2022 绿色可持续发展贡献奖

可持续发展管理

统一石化重视利益相关方参与，积极识别利益相关方的期望与诉求，并及时沟通和回应。

利益相关方	期望与诉求	沟通与回应
员工	- 依法保障员工权益 - 完善的薪酬制度 - 畅通的职业通道	- 依法雇佣 - 市场化薪酬 - 完备的员工管理制度 - 畅通的对话与丰富的工会活动 - 清晰的职级管理与晋升制度
股东及投资者	- 保障出资人权益 - 风险管理和内部控制	- 信息披露 - 建立畅通的投资者沟通渠道 - 合理化利润分配
政府及监管机构	依法合规运营	- 依法经营，诚实守信 - 响应政府号召，接受监管
供应商	稳定合作，互利共赢	- 供应商评估 - 供应商交流与培训 - 可持续采购
客户 / 消费者	- 提供安全、环保、优质的产品 - 提供优质服务 - 建立沟通机制	- 提供多品类的优质产品 - 推动产品“低碳”环保转型 - 关注客户满意度，以客户沟通推动管理提升
社区	- 促进社区发展 - 保护社区环境 - 增加社区就业	- 注重本地采购和本地雇佣 - 杜绝污染



LubTop2021 中国润滑油十大品牌



LubTop2021 年度绿色低碳标杆企业



“匠心中国领军品牌企业”卡斯夫奖



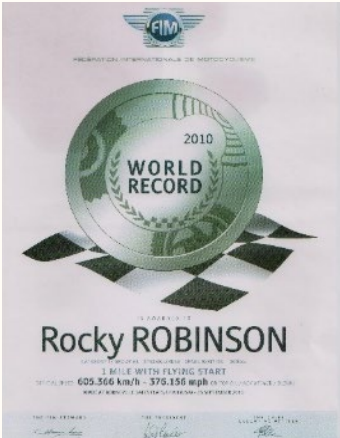
“汽车后市场影响力品牌”奖

2021 年中国特许连锁 Top100									
行业	企业名称	主要品牌	2021 销售额 人民币(万元)	2021 门店 数量(个)	2021 品牌 数量(个)	2021 品牌 数量(个)	2021 品牌 数量(个)	2021 品牌 数量(个)	备注
西式快餐	百胜中国投资有限公司	肯德基、必胜客等	6469230	11788	1737	1	1	1	1
	麦当劳(中国)有限公司	麦当劳	2455050	4388	858	1	1	1	1
	华莱士(中国)投资有限公司	华莱士	788000	3600	3600	1	1	1	1
	汉堡王(中国)投资有限公司	汉堡王	438732	1379	359	1	1	1	1
	德克士(中国)投资有限公司	德克士	233551	1186	362	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	150000	6000	6000	1	1	1	1
	杭州华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	130000	2200	2200	1	1	1	1
	无锡华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	28100	350	350	1	1	1	1
	杭州华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	24000	400	400	1	1	1	1
	杭州华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	23470	271	259	1	1	1	1
中式快餐	江苏新康餐饮管理有限公司	和府捞面	17318	385	18	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	11000	2000	2000	1	1	1	1
	北京华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	8549	289	289	1	1	1	1
	天津华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	7000	481	481	1	1	1	1
	北京华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	6000	1800	1800	1	1	1	1
	北京华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	5000	111	52	1	1	1	1
	北京华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	2607	430	431	1	1	1	1
	北京华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	2000	200	11	1	1	1	1
	北京华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	1000	100	100	1	1	1	1
	北京华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	800	100	100	1	1	1	1
西式快餐	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	8818	738	474	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	125000	1800	1800	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	11000	1000	1000	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	61000	3800	3187	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	27700	1800	1800	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	4000	1000	1000	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	18000	3400	3400	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	11000	2000	2000	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	10000	2000	2000	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	10000	1000	1000	1	1	1	1
西式快餐	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	10000	1000	1000	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	10000	1000	1000	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	10000	1000	1000	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	10000	1000	1000	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	10000	1000	1000	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	10000	1000	1000	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	10000	1000	1000	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	10000	1000	1000	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	10000	1000	1000	1	1	1	1
	上海华莱士餐饮管理有限公司	华莱士	10000	1000	1000	1	1	1	1

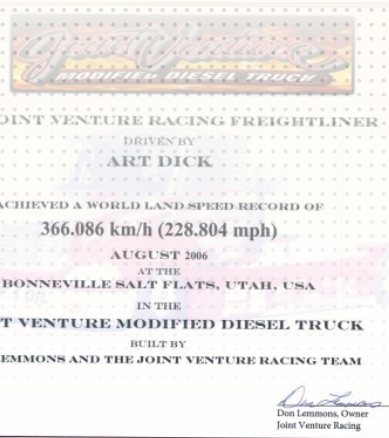
“2021 年中国特许连锁 Top100” 榜单



2021 最受用户喜爱的润滑油品牌



“美国突破 TOP1” 品牌荣获 3 项吉尼斯世界纪录



An aerial photograph of a dense, green forest. A light-colored, winding road cuts through the trees, forming a large 'S' shape. Two cars are visible on the road: a yellow one on the left curve and a red one on the right curve. In the top left corner, there is a large, semi-transparent dark circle containing the number '01'.

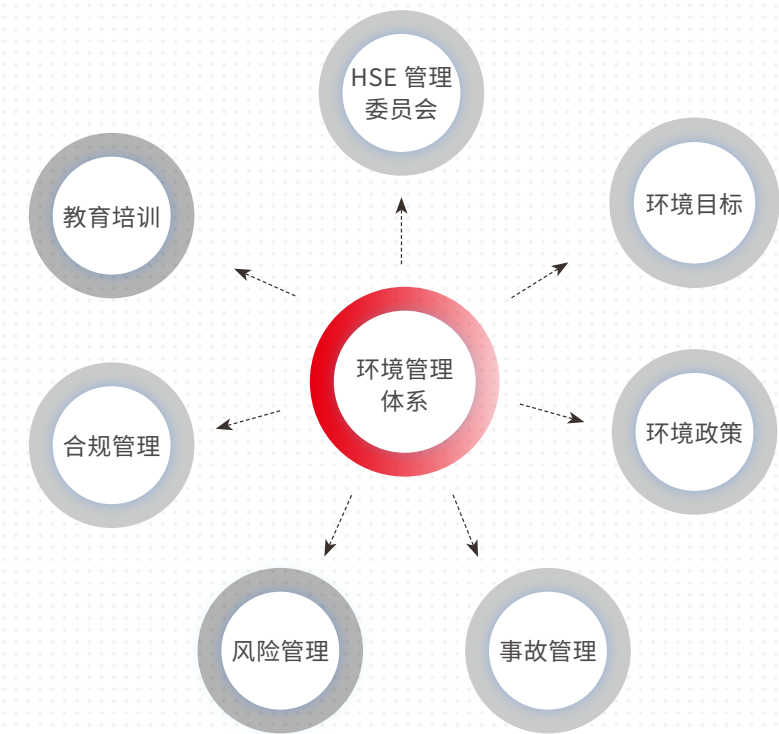
01

加速低碳转型 发掘环保动能

- 环境管理体系
- 应对气候变化
- 能源管理
- 水资源管理
- 化学品管理
- 污染物管理

环境管理体系

统一始终坚持可持续发展理念，倡导和践行清洁生产，持续减轻生产运营各环节对环境产生的影响。为确保实现和维持高质量的环境绩效，统一一直积极建立健全环境管理体系，并全面推进体系认证，通过内部持续改进和外部专家检验，不断夯实和完善环境管理水平。北京工厂已获得 ISO14001 环境管理体系认证。



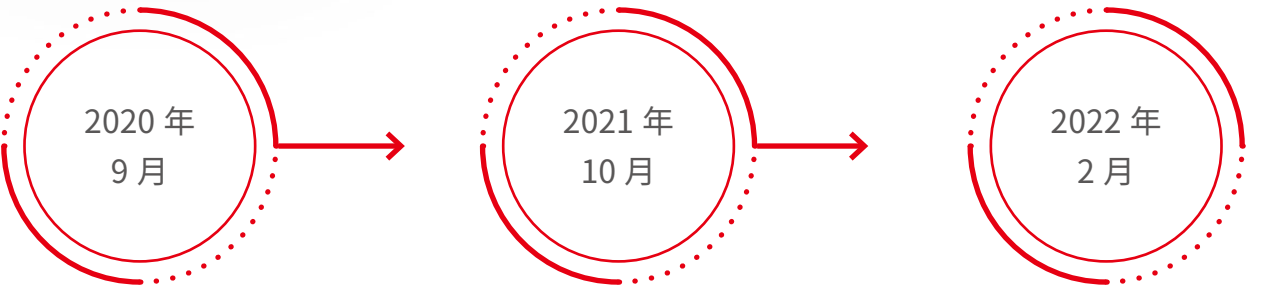
统一设立安全环保部，配置 HSE（健康、安全 and 环境）管理岗位专门负责全厂安全环保职责，确保工厂废气、废水治理等设施的正常运行，保障工厂的清洁生产机制。同时，统一坚持防患于未然的环境管理意识，对环境风险进行及时的识别、评估和防控，环境突发事件应急预案向北京市大兴区生态环境局备案，并建立突发环境隐患排查管理制度，将环境风险降到最低。

此外，提升全员环境意识和环境管理者的管理能力是环境管理体系的另一主要要素。统一建立了完备的环境意识和培训管理计划，定期开展企业全员 HSE 培训，培训主题包括：合规管理、能源管理、化学品管理、水体污染预防、污染物排放和检测等。通过系统的能力建设，使每个员工理解 HSE 相应的职责，提高员工的基础环境意识，确保责任落实到个人，为公司主动识别和降低潜在环境风险奠定了基础。2021 年，统一在环境保护方面投入资金 1,150,940 元。



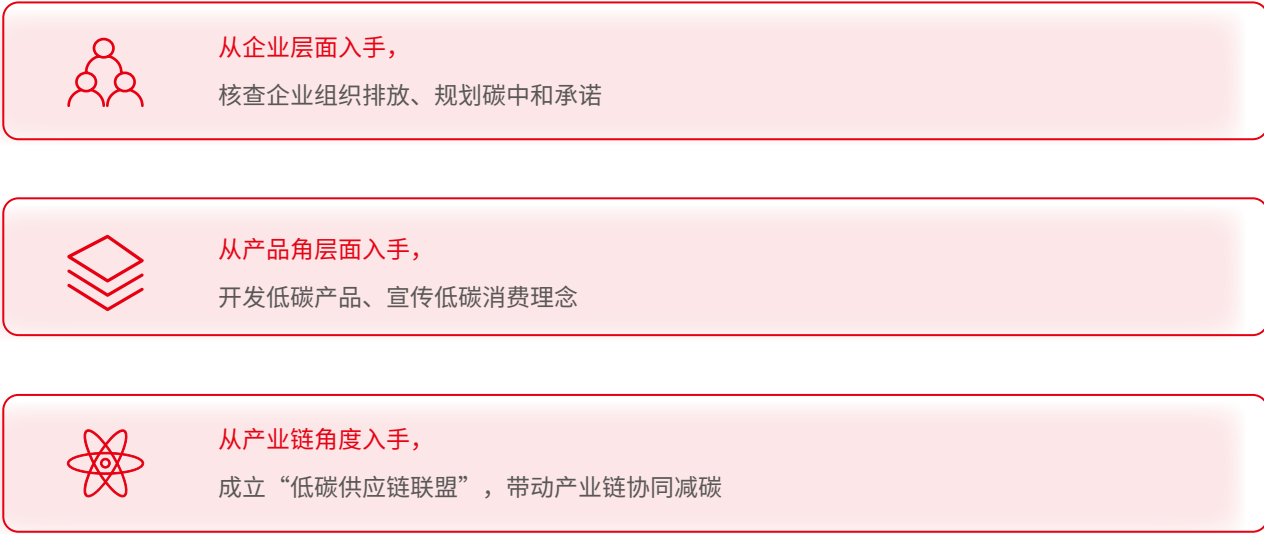
应对气候变化

根据联合国《2022 年可持续发展目标报告》，气候危机、“新冠”疫情和世界各地越来越多的冲突对 17 项可持续发展目标的实现造成了严峻挑战。



2020 年 9 月	2021 年 10 月	2022 年 2 月
习近平总书记宣布了“二氧化碳排放力争于 2030 年前达到峰值，努力争取 2060 年前实现碳中和”的“双碳”气候目标	国务院印发《2030 年前碳达峰行动方案》，工业领域碳达峰行动的重点任务中石化行业被单独列明行动方针	国家发展改革委等四部委印发《高耗能行业重点领域节能降碳改造升级实施指南（2022 年版）》，明确提出推动炼油行业节能降碳改造升级举措。

作为资源型和能源型产业，石化行业碳排放量在工业领域居于前列，产业自身发展也受到碳达峰、碳中和浪潮的时代挑战，同时也面临着调整产业结构、提高竞争力、实现生态文明可持续发展的新机遇。面对新环境、新市场、新挑战。统一化挑战为机遇，在业内率先开展低碳技术创新，发布低碳品牌战略，从多维度开展应对气候变化的相关工作：从企业层面入手，核查企业组织排放、规划碳中和承诺；从产品角层面入手，开发低碳产品、宣传低碳消费理念；从产业链角度入手，成立“低碳供应链联盟”，带动产业链协同减碳。统一坚信“赚钱和责任并举，商业为地球降温”，希望为实现我国生态环境由量变到质变、建设人与自然和谐共生的现代化作出贡献。



集团层面：制定低碳目标，发布能效润滑理念

作为中国工业及交通领域首家低碳润滑解决方案供应商，统一积极响应国家政策、倡导低碳发展，率先提出了全球领先的“5E 能效润滑理念”，为轿车、卡客车、新能源车、工程机械 & 矿业、船舶、工业乃至农业的全域产业链，源源不断地提供能效润滑解决方案，提升能源使用效率，降低能源成本，并开启可再生能源的循环利用，为客户和企业赋能，破局未来。



Energy Save：更少能耗

通过使用能效润滑产品节省燃油、电力、原油等能源消耗。

Efficiency：更高效率

借助能效润滑产品维修保养车辆与设备，使之保持最佳性能状态，用更少能耗获得更大效益。

Eco-Friendly：更环保

以环保性能领先的能效润滑产品取代普通润滑产品，改善尾气排放等问题对环境的负面影响。

Extend Life 更长使用周期

通过能效润滑产品延长车辆及设备使用周期，提高资源利用效率，避免资源浪费。

Energy Recycle：润滑油再利用

开展废旧润滑油回收再利用，实现循环商业模式，缓解化工品污染问题，呵护环境。

工厂层面：落实减排计划，注重低碳研发

统一将碳减排聚焦于全流程生产制造。为了更高效地实现减排目标，持续加大绿色研发技术的资金投资，全面升级统一 T-lab 低碳润滑研究院，整合世界级尖端科研力量，研发专利低碳技术，努力攻克技术空白，为助力“碳达峰”、“碳中和”提供坚实的技术后盾。
统一成立有国内领先的国家级实验室——T-lab 润滑科技实验室。截至 2021 年末，该实验室已获得 5 项国家节能产品奖、71 项高新技术成果、1 项交通部科技成果、22 个荣誉称号，以及百余项 OEM 认证产品和国际认证产品。



产品层面：核算产品碳足迹，挖掘产品低碳势能

产品是链接生产与消费的重要纽带，可以帮助上游生产制造商将“双碳”理念更好地传递给下游客户或终端消费者。统一突破单独的生产环节，聚焦整个产品生命周期，致力于实现全生命周期的低碳排放，打造全领域低碳润滑解决方案。统一通过采用业内领先的减碳配方技术，支持交通运输、工程机械等不同领域的用户，降低燃油消耗、延长使用寿命、减少碳排放。



2021 年 12 月 18 日的统一润滑者“粘”会上，统一推出“碳索者”系列减碳产品，不仅包括符合 VG32、VG46 标准的高压液压油，还包括以 10W-40、15W-40、10W-30 为标准打造的一系列低粘度、高性能 CK-4 油品。其中，高压液压油可有效减碳 43.12%，CK-4 油品可有效减碳 15.72%；“碳索者”系列的每一款产品都获得认证证书。



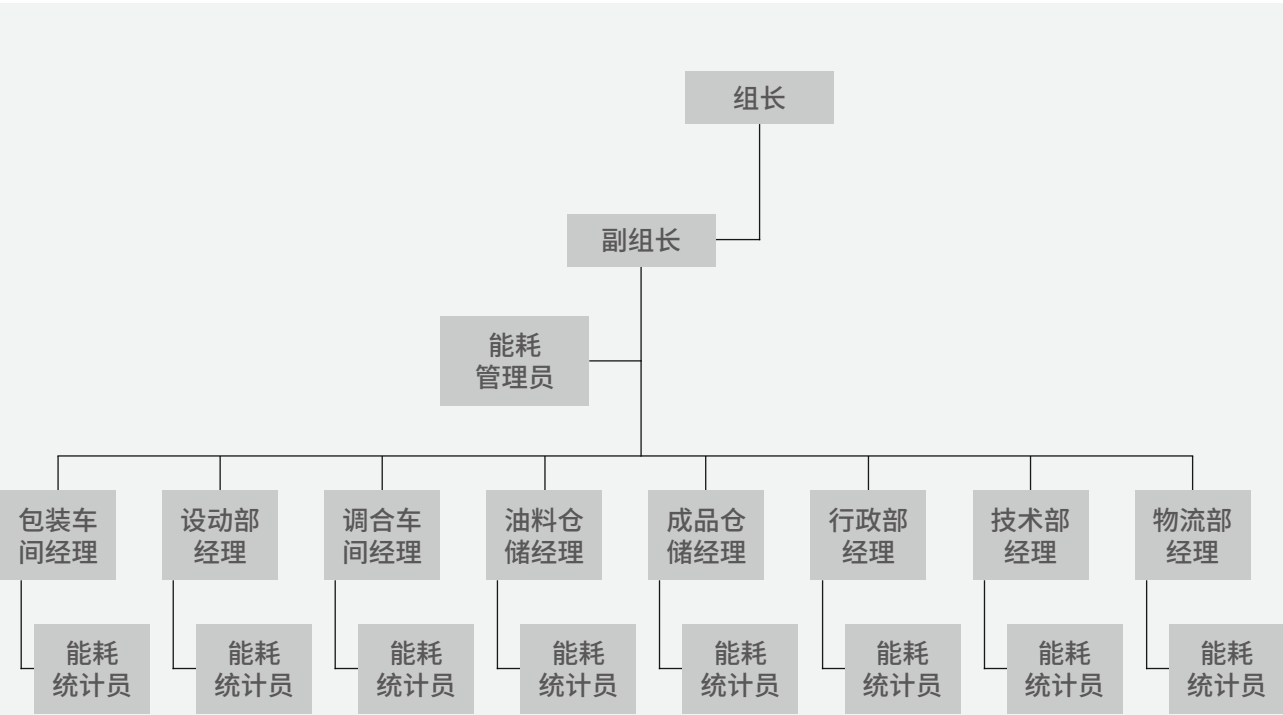
产品类型	CK-4
统一碳足迹	3.26
行业值	3.86
减排强度	-15.72%



能源管理

能源管理制度

降低能源成本、提高能源效率等能效战略正成为企业最重要的发展战略之一。统一十分重视能源管理，2009 年即建立了能耗管理制度。2021 年，统一能耗管理制度持续优化，已更新至 6.0 版本，并设立了专门的管理机构——节能降耗管理小组，以确保制度落实到位。同时，统一为了进一步提升员工节能意识、降低公司动力能源的消耗、减少日常能源浪费，出台了能源管理激励政策，每年开展评选表彰活动，对每年度达到能耗奖励评定级别的部门颁发奖金，对每年度达到能耗奖励评定级别的部门颁发“年度节能降耗标兵奖杯”，对获奖部门进行公布表扬。



节能降耗管理小组成员组成：

- 组长：公司主管能耗工作的厂长；
- 副组长：设备动力部经理；
- 组员：部门经理或区域管理负责人；
- 能耗管理员：设备动力部能耗管理工程师；
- 能耗统计员：各部门或各区域主管

能源使用

统一将能源管控作为日常管理的重点，致力于打造高能效的生产过程，从管理制度、生产工艺、运营方式和硬件技术方面持续改善，多措并举加强能源管理。如通过引入三级计量表优化能源统计分析、识别管理或工艺的不足、寻找设备或设施的缺陷，进而提出整改方案或措施，从源头减少能源消耗量并提升能源使用效率。统一还积极探索可再生能源投资，稳步推进能源结构的清洁转型。

统一 2021 年能源消耗量如下：

能源渠道	能源类型	单位	总量
外购	电力	千瓦时	5351670
	天然气	立方米	1008807

能源减量亮点举措

序号	改善项目	项目内容	改善目标
1	空压机改善	设备动力部投资 13.92 万元，安装空压机自动控制装置，根据车间用气量大小及压力自动切换空压机台数和相应空压机容量	节省电量 192000 度，降低 15 万元成本支出
2	天然气能耗改善	调和车间通过提高多部门协作效率，以备及时空釜，集中进行升温调合，同时安排专人收集天然气数据并进行分析整改	节省天然气 70192 立方，降低约 1.77 万元成本支出
3	变速箱油产能提升及染色功能改善	调和车间在成品槽安装管道泵，染料从相应的成品槽添加后进行循环	分别节省电量 8010 度、天然气用量 3560 立方，降低约 1.74 万元成本支出
4	铁桶产品改进自动线灌装	包装一车间从作业规范标准化的角度来节能降耗，组织专业人员对设备进行改进	节省电量 12191 度，降低约 1.83 万元成本支出



水资源管理

水资源管理思路

统一水资源管理工作思路紧跟国家步伐：完整、准确、全面贯彻新发展理念，深入落实习近平总书记“十六字”治水思路

和关于治水重要讲话指示批示精神，贯彻落实水利部关于推动新阶段水利高质量发展的安排部署，坚持问题导向、目标导向和底线思维，加快建立水资源刚性约束制度，提高水资源集约节约安全利用能力和水平，促进生态文明建设和高质量发展。

健全初始用水指标制度

认真做好水资源刚性约束制度顶层设计，充分考虑部门特点，按照不同工艺分类划定每月的水资源约束边界，以严格的用水定额管理倒逼提高用水效率、减少废污水排放。

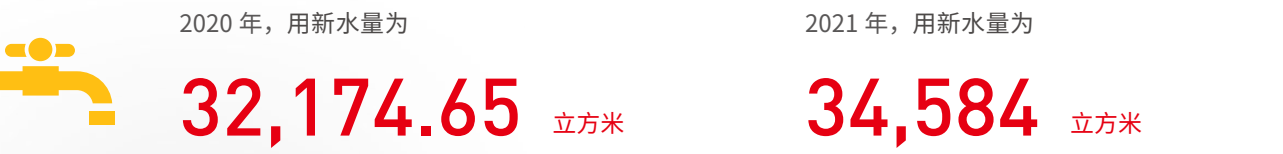
制定区域责任划分与考核制度

对各区域的水资源管理责任按照制造过程使用类和非制造过程使用类别进行划分，确保责任落实到个人。按照月度消耗量进行核算，并制定考核指标。立红线、设禁区，为的是及时把工业生产对环境的影响控制在合理范围。

水资源使用

统一十分注重水资源管理，严格遵守《中华人民共和国水法》等水资源相关法律法规，不在水资源短缺地区建造或运行生产设施。统一主要的生产及运营用水来自自备井取水。通过强化各生产及运营环节的用水过程管理、升级节水设备、应用先进节水和水资源回收利用技术，提升水资源利用效率，减少新鲜水用量。

统一 2021 年水资源使用量如下：



水资源减量亮点举措

序号	改善项目	项目内容	改善目标
1	车间用水优化管理	包装车间持续加强管理和日常监督降低加工用途和办公用途的用水量	节省水量 38 立方米
2	冷却液腐蚀试验节水改善	技术部将旧设备上换下来的制冷器，安装在了腐蚀设备上，原腐蚀设备是通过自来水流进设备再排走制冷的方式来排散热量，制冷器是通过电能制冷	通过冷却液腐蚀试验新方法成本更低，年度节约用水 1680 立方米，减少约 4.2 万元成本支出

化学品管理

化学品管理体系

化学品是统一产品生产过程中不可或缺的重要原材料之一。统一采购的化学品中，主要包括乙二醇、硬脂酸、氢氧化锂、正丁醇等。作为行业可持续发展的践行者，统一建立了完整的化学品管理体系，涉及化学品的采购、运输、使用、储存和废弃。统一积极研发和采用先进的清洁生产技术，不断减少生产过程中有害化学物质的使用，呼吁全行业范围内实现有害化学物质零排放的目标，保障健康、安全和环境相关工作的稳步进行的同时，减轻其对地球和人类的负面影响。



采购

- 对供应商信息进行登记管理，定期对供应商的价格、交货情况、服务、HSE 等项目进行综合评价监视
- 根据《危险化学品安全管理制度》等操作流程规定，由 HSE 部门总体控制，各部门配合管理采购、运输、存储、使用、废弃处理等环节

运输

- 只与合格的运输服务提供商合作
- 根据承运商的运输记录对承运商绩效进行监视

使用

- 不断更新工厂的有害化学品管理及化学品管理标准化程序
- 针对危险化学品制定减量化相关年度目标，确保其符合严格的安全标准

储存

- 编制发布化学品安全技术说明书 (MSDS) 并积极开展员工安全操作相关培训
- 在工厂安装紧急恢复设施，并为员工提供个人防护设备
- 制定化学品泄漏的应急计划并进行演练

废弃

- 将化学品废弃物储存在指定的地点，并由合格的废弃物收集公司进行合规、无害化处置

化学品使用

统一 2021 年危险化学品使用情况如下：



污染物管理

统一建立了完善的污染防治管理体系，配套了先进的排污管理系统，通过定期监测和监督检查机制，保证生产及运营过程产生的废气、废水、废弃物符合国家及工厂所在地的法律法规。

废气管理

统一深入推进大气污染物管理工作，积极开展污染物识别和计量。统一在生产及运营过程中的废气排放主要来自工厂生产过程的有组织排放，主要污染物包括生产工艺废气中的挥发性有机物 (VOC_s)，以及天然气燃煤锅炉烟气中的二氧化硫 (SO₂)、氮氧化物 (NO_x) 等。

统一 2021 年废气排放总量与单位产品排放量如下：

统计项	2021 年废气排放量 (吨 / 年)	2021 年单位产品排放量 (克 / 吨)
VOC _s	0.440	2.935
SO ₂	0.082	0.543
NO _x	0.940	6.264

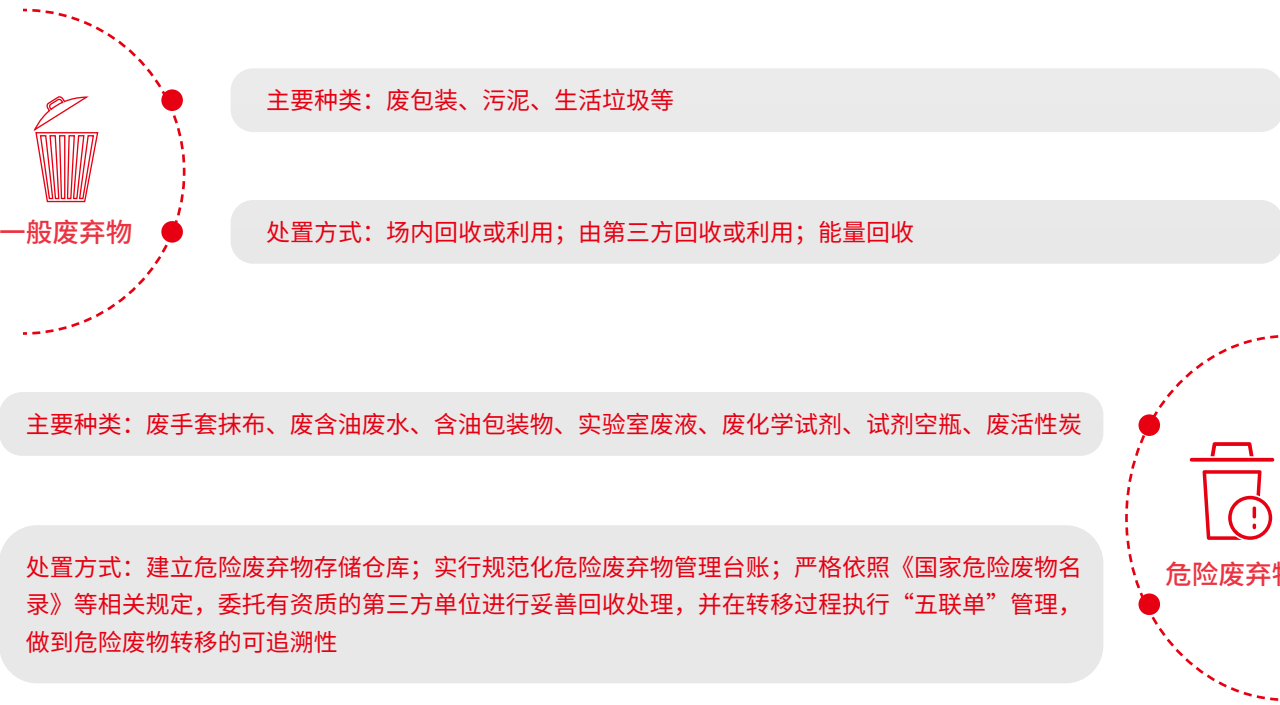
废水管理

统一在生产及运营过程中的废水排放包括工业废水及生活污水，主要污染物包括化学需氧量 (COD)、总磷 (以 P 计)、氨氮 (NH₃-N) 等。在满足合规达标排放的基础上，积极发展各项水污染预防措施，减少生产废水排放量，同时降低污水排放浓度。

废弃物管理

统一在生产及运营过程中产生的一般固体废弃物包括一般工业固体废弃物及办公生活产生的市政垃圾，危险废弃物包括工业危险废弃物及办公生活产生的有害废弃物。其中，危险废弃物按照法规要求委托有资质的危废处置机构进行无害化处置；一般废弃物在厂区分类后，由资源回收厂商回收处置；生活垃圾由园区统一收集处置，均满足法规要求。

统一致力于扩大废弃物再生利用，并承诺以负责任地方式处理危险废弃物，制定了严格的危险废弃物管理制度，本着“预防为主”的基本原则，逐级落实固体废弃物管理责任制，明确废弃物收集及处置的方式和流程，在废弃物的产生、收集、标签、记录、储存、运输、移交、处置等环节进行监督管理，确保所有固体废弃物得到有效处理。



污染物减量亮点举措

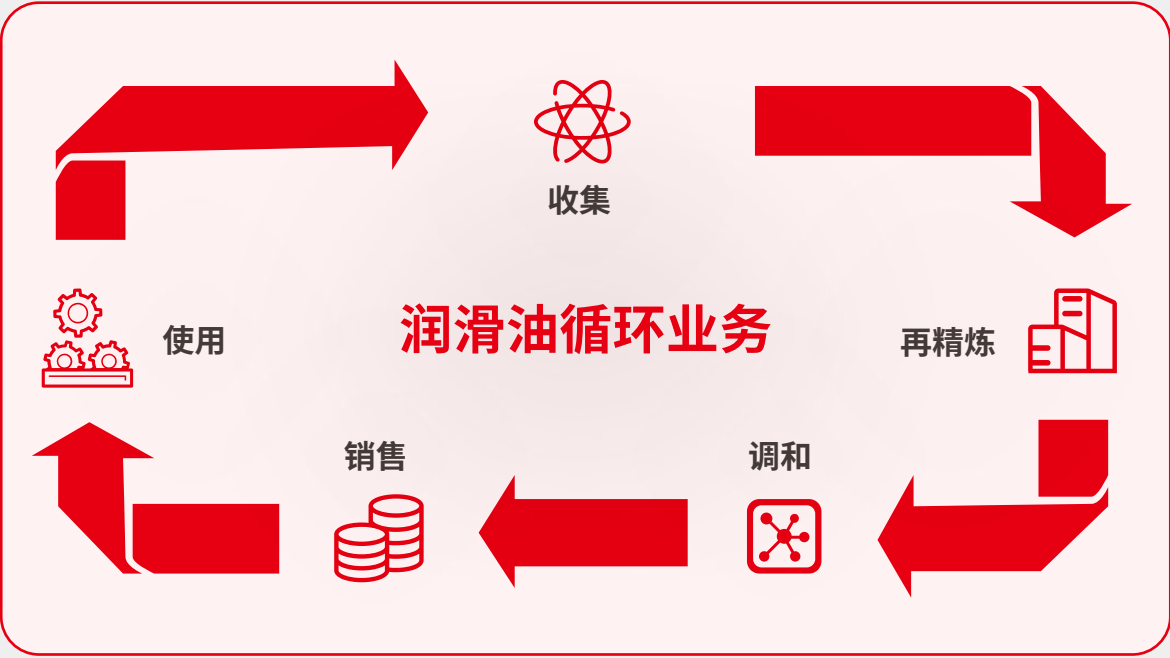
作为中国润滑油行业绿色环保的标杆，统一坚持推进闭环清洁生产，遵循“废弃物产出最小化，资源循环使用最大化”的可持续发展原则，积极落实源头减量策略，优先考虑循环再使用。

资源循环使用

依托 T-Lab 润滑实验室技术，成功地完成再生油提炼，通过多次提纯及精炼，使“废油”变为符合国标及 API 标准的精致基础油。2020 年 1 月，统一推出再生油品牌“纯粹”，产品获得国际知名制造商及 OEM 品牌认证，保证产品质量及性能。

“通过将废弃润滑油再生技术，再循环润滑油的使用能够提高 40% 经济收益，而这样的废弃润滑油再生技术也完全符合全球生态环保要求，将危险废物提出的排放过程减量化、利用过程资源化、处理过程无害化的标准要求。”

—— 统一 T-Lab 润滑实验室技术人员



废弃物产出最小化

2021 年统一降低废弃物排放典型举措如下：

包装一车间

喷码机废气处理设施升级改造

- 喷码废气收集罩投影面积增大，现已覆盖住所有喷码作业区

包装一车间

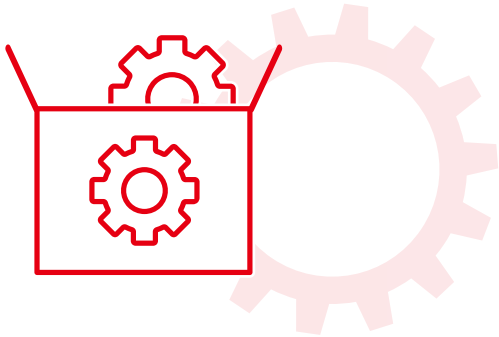
VOC_s 升级改造，更换活性炭箱

- 活性炭吸附能力增加，处理风量达 35000m³/h，提高 voc 的净化效率

油水分离项目

采购油水分离设备膜组件，设动部自行采购其余组件，进行整体设计、组装，达到运行要求，并对含油废水进行分离处理

- 处理后 90% 的生产废水可以达到入水标准，再经过污水处理站处理后进行外排处理，剩余 10% 的浓缩含油废水按危废处理。减少油水混合物的委外处理费用，降低公司费用支出







02

专注客户诉求 提供优质服务

- 质量保障与技术创新
- 业务模式与营销策略
- 消费者意识提升
- 优质售后服务



质量保障与技术创新

经过多年积淀，统一已经积累了良好的口碑和极具竞争力的产品矩阵。在市场需求急剧变化和消费升级的当下，统一以解决行业痛点为起点，领跑中国油液市场的发展。其中，技术创新是统一多年来能够占据市场主动权的核心优势，为企业带来加速发展的底气与活力。

2021 年，公司在研项目 16 项，其中新立项 11 项。研发费用投入占营业收入的比例超过 3%^①；公司从事研发科技活动的人员 111 人，其中，硕士研究生 6 人，本科及以上学历 74 人。研发科技人员专业涵盖石油加工与技术、化学工程与技术、能源化学工程、高分子材料工程、环境工程技术、热能与动力工程等。在人员结构上体现了专业化、学历水平高、专业涵盖面广的特点。



研发人员学历结构	
学历结构类型	学历结构人数
博士研究生	0
硕士研究生	6
本科	74
专科	31
高中及以下	0

研发人员年龄结构	
年龄结构类型	年龄结构人数
30 岁以下（不含 30 岁）	16
30-40 岁以下（含 30 岁，不含 40 岁）	58
40-50 岁以下（含 40 岁，不含 50 岁）	24
50-60 岁以下（含 50 岁，不含 60 岁）	13
60 岁及以上	0

① 按高新技术企业认定口径的研发费用

统一倾力打造的国家级实验室——统一 T-lab 润滑科技实验室。经过 20 余年的发展，该实验室已经发展成为一个拥有大数据管理平台的创新技术研发实验室，为统一打造极具竞争力的产品提供了坚实的技术后盾，使得能效润滑解决方案遍布卡车、客车、轿车、冶金、电力、水泥矿山、高端制造、通用机械等数十个产业。



质量认证与检测

173 个国际认证，93 个国内权威认证：统一不仅在性能方面表现卓越，更是获得了行业权威机构多项认可，相继获得原厂认证的支持，奔驰、沃尔沃、康明斯、MAN、道依茨、底特律等国际知名汽车厂商及发动机品牌悉数在列。此外，还获得了美国石油协会、欧洲 ACEA 等 10 大权威组织授予的技术认可。



合作汽车品牌

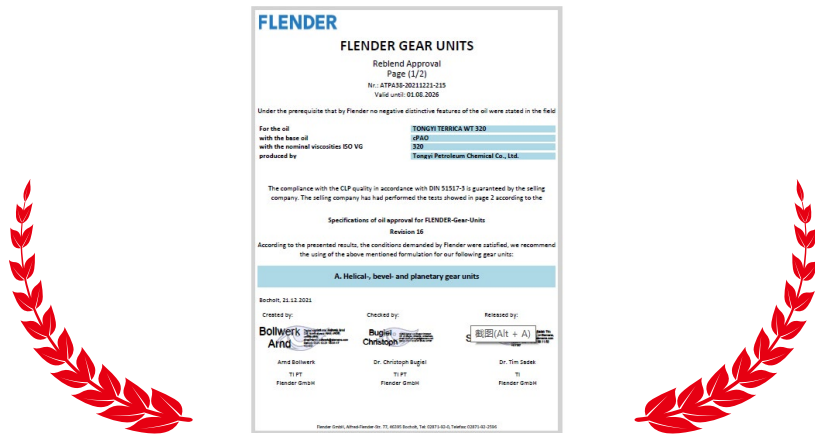
乘用车品牌



商用车品牌

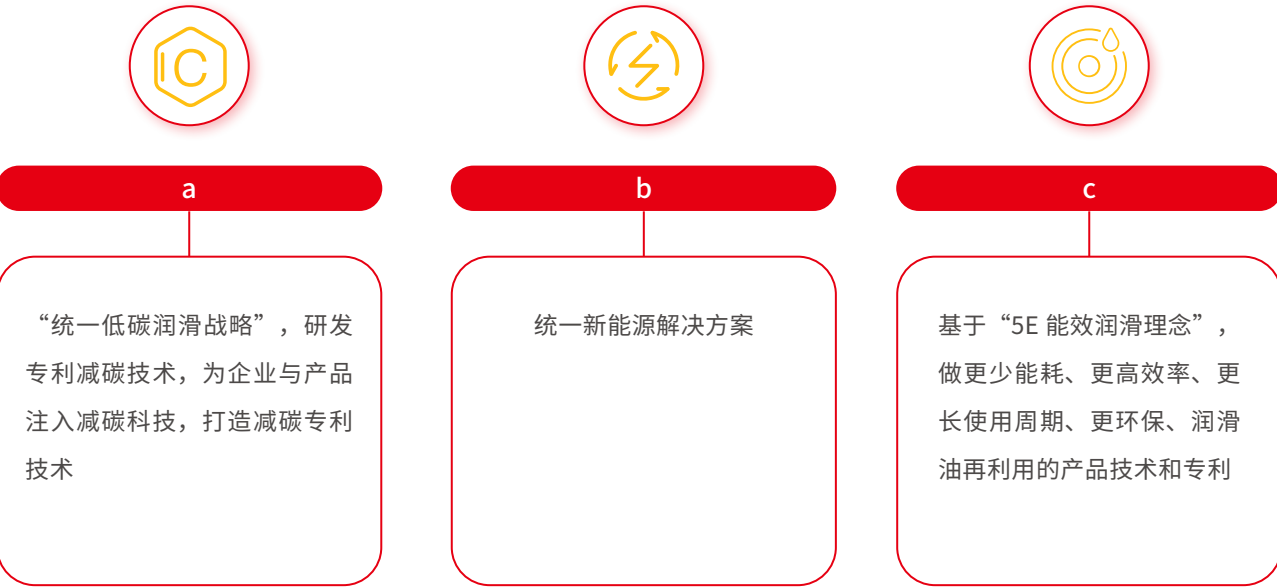


其中，2021 年，工业油部门与 BYD 新能源和瑞普新能源合作，为其提供全合成节能合成导热油产品，为江西国轩高科锂电池正极原材料提供工厂润滑解决方案。同时，积极与德国 FLENDER-WINERGY 风力发电机合作，并获得 FLENDER 风电齿轮油认证。



知识成果与专利

截至 2021 年底，统一 T-lab 润滑科技实验室先后诞生了 5 项国家节能产品奖、71 项高新技术成果、1 项交通部科技成果、12 件版权证书、17 件专利证书，成为强制性国家标准《机动车冷却液第 1 部分：燃油汽车发动机冷却液》的起草单位。其中，2021 年新增 7 件专利证书，主要聚焦于三点：



业务模式与营销策略

产品开发策略

强大的科研技术实力以及创新的产品迭代能力是企业做大做强的关键。润滑油行业竞争激烈，没有特点的产品将很快被市场淘汰。统一自成立以来，便将技术研发与创新作为突出重围的关键。统一积极拓宽产品门类，包括柴油机油，汽机油，工业油等产品线，应用场景覆盖卡客车、轿车、工程机械 & 矿业、摩托车、农业机械、船舶、工业、新能源车、铁路等 9 大领域，持续为市场提供卓越品质的润滑油产品。

创新推广减碳类产品：

统一在产品开发理念上积极响应国家“碳中和”战略，主要产品通过了国际组织 BSI 协会减碳认证。包装上除了按国家法规要求标注的参数内容外，还会单独注明产品减排强度，这在中国大陆区域尚属首家。统一产品希望通过产品减碳内核精神的传递，唤起社会对于“碳中和”的广泛认知，帮助中国道路交通领域早日达成碳中和目标，为低碳环保尽到企业社会责任。



着力推广服务型产品：

统一与中国人寿达成战略合作，率先推出“延长保修”型柴油机油。该产品除了提供高品质的润滑油产品，同时向终端客户提供一张“中国人寿”承保的延长保修保单，对于发动机 19 个核心部件可以承保 3000 元的维修损失。这体现了统一对于产品品质的高度自信，也表达了统一以消费者利益为核心追求的产品开发理念。中国人寿 & 统一联名延保产品广受用户好评。



新兴业务渠道

随着 90 后新的消费群体的崛起，中国汽车用户规模成倍增长。年轻用户群体汽车保养意识增强，而且更加青睐于从线上搜索、视频种草、直播下单购买汽车保养类产品。围绕用户需求，统一大力开拓布局线上业务，积极创新零售渠道，与网络销售渠道达成深度合作，并开启直播销售模式，线上线下相辅相成，多方面触达消费者。

全面布局传统电商平台

统一全面布局京东、天猫、苏宁、拼多多，在各个电商平台形成“1+N”的矩阵模式，1 家官方旗舰店和多家专卖店、专营店同步运营，实现多店销售和传播，力求以更便捷的渠道，为更多用户提供优质产品。

其中，统一与京东开展深入合作，京东自营官方旗舰店销售额呈倍速增长，联合“京东车管家”、“京车会”整合线上线下资源，为用户提供专业化定制化的养护产品和服务；在京东平台完善产品线布局，“中国杯”IP 系列入选京东集团最值得入手单品；自主产品“经典 SP 系列”全面打造低碳环保的全合成超值性价比产品，OEM 原厂认证系列产品全面抢占高价值用户市场；同时布局摩油细分市场，以丰富的专业化的产品更好地满足电商用户的多元需求。

尝试覆盖线上直播平台

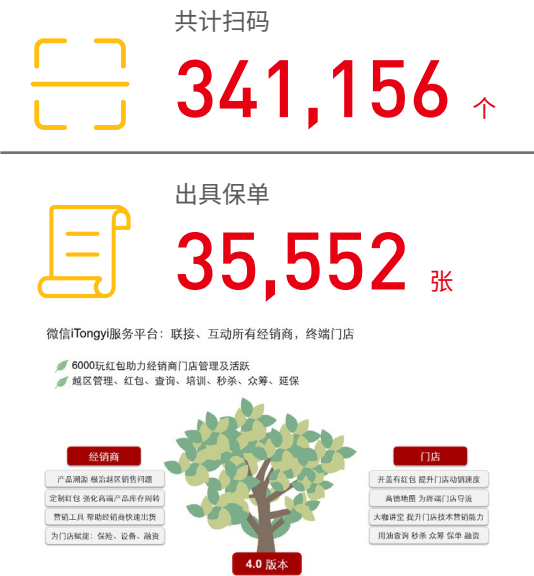
统一在内容营销、直播带货上进行的诸多尝试和创新，全面布局抖音、快手等内容直播电商，内容多元化，渠道多样化，品效合一化的新兴渠道运营模式，不断为品牌发展增流蓄水。

统一利用电商促销活动，在京东平台开展“京保养 * 中国杯”新品发售直播活动，取得了品牌宣传和销售提升的双重拉动作用；在抖音平台，结合社会热点，制作和推出润滑油知识科普、机修工日常工作等主题的短视频，以年轻人喜爱的方式，赢得了大量粉丝的关注和喜爱；在快手平台，积极与汽车用品领域的知名短视频创作者合作，利用行业“达人”的粉丝经济效应开展直播销售，单场销售额超过 100 万元。

创新服务平台

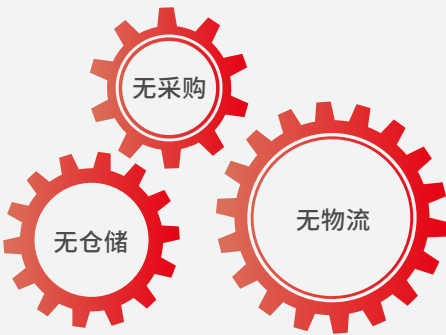
iTongyi 平台是统一自主打造的连接互动所有经销商、门店、车主、厂商等汽车后市场全链条的二维码大数据智慧生态系统，旨在为经销商和门店引流赋能，为高品质产品触达消费者搭建桥梁。作为业内领先的营销服务平台，iTongyi 平台营销渠道覆盖全国各地，服务 1200 家经销商的 3 万余家门店。基于 LSB 云计算，iTongyi 可通过企业微信公众号、企业服务号，以及天猫、京东、苹果商店、安卓商店等在线平台，为用户提供 BBC 延保、验证身份、限时抢购、扫码查询等多项交互服务功能。2021 年，平均每月活跃用户超 4000 名，共计扫码 341156 个，出具保单 35552 张。

销售额超过
100 万元



除可实现上述功能外，iTongyi 平台还通过加持区块链技术来发行统一创富积分，打造分布式商业模式，让每一次开盖积分都成为投资。该功能不仅可以通过积分累积让用户变为投资人取得更大收益，还可以助力经销商快速拓展门店、快速动销产品、增加客户粘性、提升产品销量。

依托 iTongyi 平台，统一还在打造“1+N”（“1”代表 iTongyi 平台；“N”代表客户资源）项目，为各平台客户提供无采购、无仓储、无物流的“三无”解决方案，助力各平台零压力为车主提供保养换油服务，赋能客户盈利，同时为消费者创造更高价值。同时，该平台为优质门店引流，解决车主保养不知该去哪的问题，为消费者获得优质服务提供便捷。



消费者意识提升

统一通过“线上+线下”相结合的方式,开展主题不同、形式丰富、载体多样的系列宣传教育活动。在线上渠道,统一设立了“统一小课堂”,分享和传播知识内容。在线下渠道,统一还会借助媒体定期、系统地传播润滑油知识和选用原则,帮助消费者识别优质产品,保障消费者的权益。

2021 年,统一借助腾讯会议和抖音两种渠道,发布线上课程共计 80 期;腾讯会议开展行之有“销”+ 新经销商培训,共计 39 期,参训超过 2500 人次;抖音发布线上培训课程 41 门,产品类 9 期,销售支持类 8 期,技术类 24 期,总计浏览量达 26000 次以上;开展线下顾问式销售培训 10 期,覆盖 200 余人次。



环保意识提升

作为倡导“5E 能效润滑理念”的先行者,统一一直在用行动领跑环保能效。为了让消费者更好地了解国家的低碳发展政策及统一的“5E 能效润滑理念”,统一通过微信文章、视频号短视频等形式,解析国家政策和行业趋势,分享企业策略,解释产品的可持续特色,让消费者可对可持续消费有更深入的理解,并能切实投身到可持续行动中去。



安全意识提升

统一高度重视消费者使用中的安全问题,坚持为消费者竖起安全盾牌。除了在产品包装上警示或提醒消费者关于安全使用产品、合规处置相关废弃物外,也会在线上“统一小课堂”中向消费者宣传使用中的注意事项。



专业能力提升

统一通过线上的“统一小课堂”和线下的面对面宣传培训,帮助用户克服购买中的技术障碍,解释润滑油产品的技术与使用规格,针对用户的车辆类型、出厂日期、使用年限、生产厂家、选用油的质量级别等,定期、系统地传播润滑油知识和选用原则。2021 年,统一针对经销商和终端用户共进行了 263 次产品和技术培训。



优质售后服务

2021 年，统一为终端客户现场服务共计 304 次、终端客户技术答疑 3122 次、终端油样检测服务 1175 次。通过为客户提供优质的产品和服务，公司在 2021 年共获得客户书面形式的正面评价，即产品使用证言，达 23 条。

技术答疑 **3,122** 次

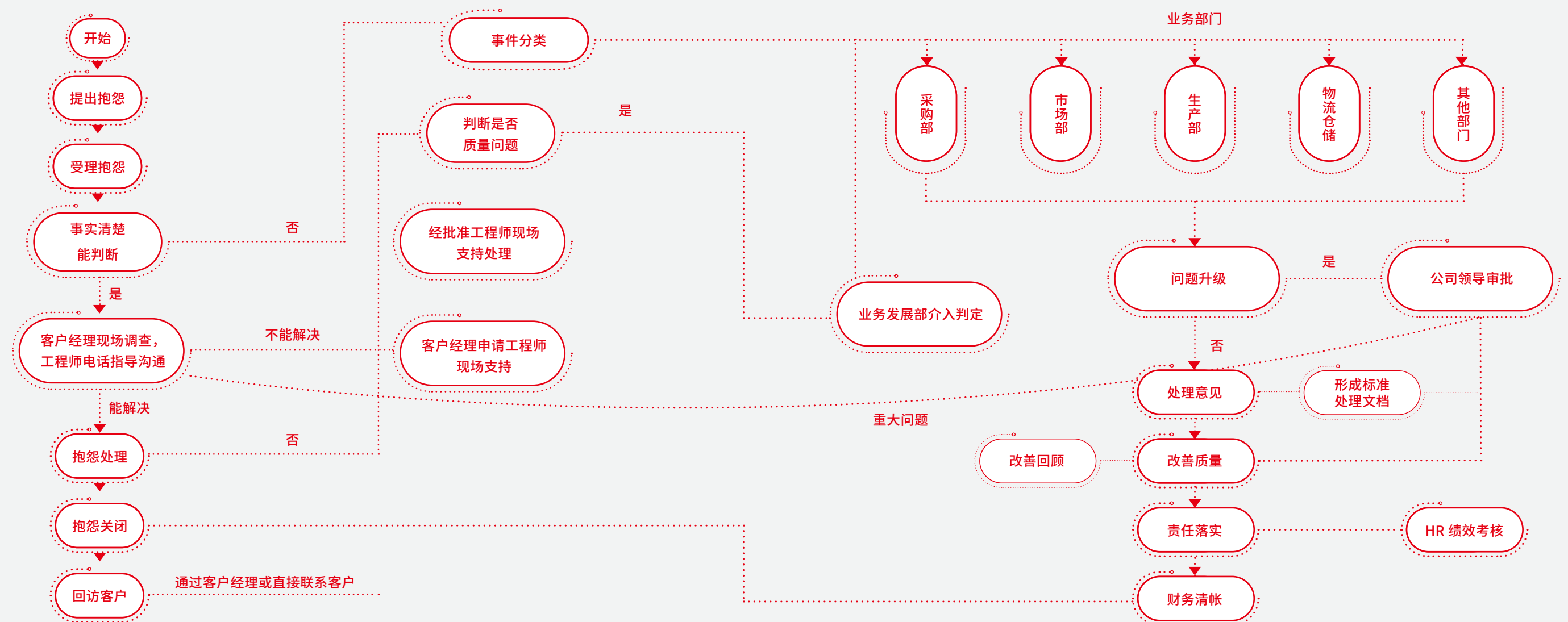
检测服务
1,175 次



客户抱怨管理制度

为能及时有效地处理客户抱怨、提高客户满意度，规范公司内外部抱怨处理程序，统一制定了《客户抱怨管理流程》，该流程用于管理客户反映的各类信息处理的活动，处理过程包括信息接收、事件调查、认定、原因分析、处置、纠正预防措施制定及跟踪验证等一系列活动的管理。

客户抱怨管理流程



根据抱怨事件的性质和紧急程度进行分类（见下表），各销售处客户经理收集现场信息，并将抱怨事件及时反馈到技术服务部，由技术服务部工程师根据事件类别分解至相关部门，对于已经形成明确处理意见的，技术服务部在《客户抱怨台账》上进行记录并跟踪处理结果。

客户抱怨问题分类简表：

一级分类	二级分类	三级分类
投诉类	产品类	产品外观质量
		灌装计量类
		油品质量类
		油品使用效果类
	非产品类	产品运输类
		技术咨询类
	油品检测	市场监管或工商等部门抽检
		用户送检

客户咨询问题分类简表：

一级分类	二级分类	三级分类
咨询类	业务联系	润滑知识
		经销商 / 客户经理信息
		条码查询
		产品信息
		提供相关材料
	订单服务咨询类	售前咨询
		售中咨询
		售后咨询

各相关部门接收技术服务部转发的客户投诉问题信息，责任部门根据客户或客户经理反馈的信息将任务分解到部门处理人，部门处理人制定合理的行动计划，完成后将最终结果发送至技术服务部。



各部门职责分工为：技术部负责产品内在质量鉴定分析、采购部负责包材质量鉴定分析、生产部负责生产工艺涉及的问题、市场部负责产品标签等外观设计内容涉及问题、法务部负责与政府机构及媒体的沟通对接等。根据抱怨的性质将其分类并划分到不同的部门。

客户满意度调查

统一每年第一季度开展一次客户满意度调查，以了解前一年的客户满意度情况。调查由渠道发展部发起，订单中心向客户发放收集调查问卷，对外的调研时间一般设在 15 天。内部的调研由物流部、技术服务部、计划部、渠道发展部、财务部提供相关数据明细。渠道发展部将收集到的调查问卷和内部相关数据，统一进行分析归纳，输出客户满意度调查报告，了解客户关注的问题，交由各责任部门，各责任部门应做出相应改善措施，解决客户关注的问题。

包材质量得到提升：

客户发现包装质量问题时，现场提出投诉，技术服务部的员工当场及时处理，为客户退换货、赔偿损失，并获得客户谅解。问题信息以邮件的形式反馈给采购部，并进而开展多部门员工的面对面沟通。后续，采购部对包材供应商加强管理，维修模具，确保桶把处合模闭合良好；修改标签的材质，改为合成纸标签。

优化包装设计，突出产品标识：

客户反馈，部分产品频繁更换包装，而且标识不够明显的问题。问题信息以邮件的形式发送给市场部。市场部随即对更换包装频率的计划做出调整，并加大包装级别粘度标识。整个沟通过程在 3 个工作日内完成，问题的解决也获得了长期、持续的正面效益。

A hand is shown holding a transparent glass globe. Inside the globe, a small green plant with several leaves is growing. The hand is positioned as if it is gently supporting or nurturing the globe. The background is a soft-focus green landscape with sunlight filtering through the trees, creating a warm and natural atmosphere. The overall image conveys a sense of care, growth, and environmental stewardship.

03

坚持以人为本 激发员工价值

- 和谐劳动关系

- 工作条件和社会保护

- 民主管理

- 职业健康与安全

- 发展与培训

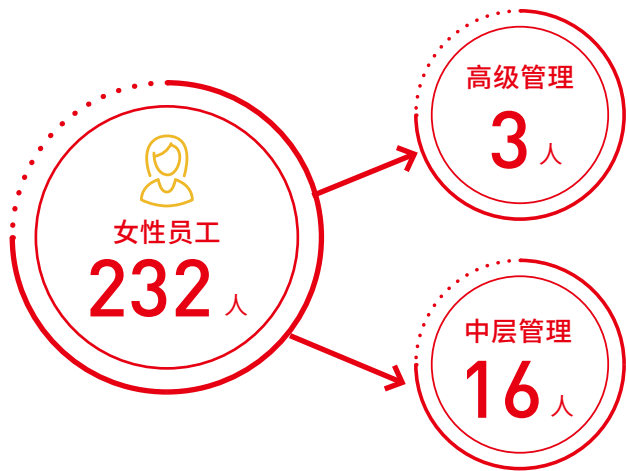
和谐劳动关系

人才是公司发展最重要的资源。统一致力于构建和谐劳动关系，秉持以人为本的理念，重视和维护员工的各项合法权益。严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》和《中华人民共和国工会法》，坚决杜绝雇用童工和强迫劳动。2021 年，劳动合同签订率 100%。



统一奉行平等、非歧视的用工政策。统一注重维护女性权益，严格落实女性员工孕产期、哺乳期休假规定，保障女性员工拥有平等的薪酬福利和职业发展机会。

截至 2021 年底，统一有女性员工 232 人，占比 26.8%；其中，女性高级管理人员 3 人，女性中层管理人员 16 人。



年度	期初人数	期末人数	离职人数	离职率
2019	957	886	282	31%
2020	886	871	190	22%
2021	871	865	169	19%

2021 年，伴随着公司精简组织结构、提高管理效率的目标，不同业务板块的采购部、人力资源部等部门进行合并和职能重组。统一积极与每一个涉及劳动关系变更和解除的员工沟通，通过充分有效的沟通确保和员工达成一致，在合理合法前提下，充分考虑员工的切身利益，促使劳动合同的变更得到员工的认同，避免了劳动争议的产生。

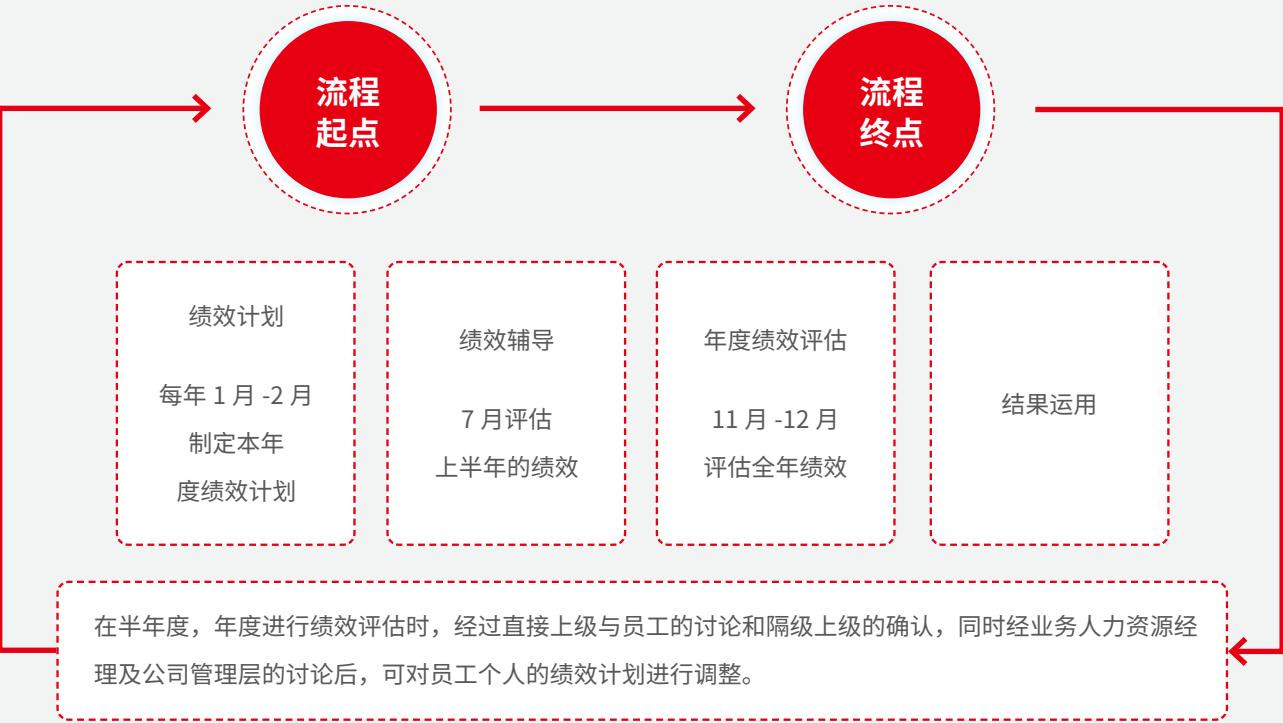
工作条件和社会保护

统一努力把企业发展创新成果惠及全体员工，实现企业和员工的共同成长。持续完善薪酬福利制度体系，持续加大管理人才、研发人才和高技能人才的激励力度，让员工更好体现自身价值。

2021 年度统一石化员工工时统计如下：



统一制定了科学的绩效考核方案，并根据每年度的经营特点进行修正，确保每一位员工的工作付出得到了等价值的回报。公司制定了总计 14 个层级的职级序列，并根据工作内容的不同，对管理支持序列、销售序列、供应链序列及工人序列进行个性化管理，并制定了绩效管理闭环。2021 年，公司社会保险覆盖率 100%。





民主管理

统一注重发挥员工民主管理、民主参与、民主监督的作用。2011 年，统一石化成立了工会，截至 2021 年末，工会共有会员 720 人。

公司工会严格按照上级工会工作部署，全面推进民主协商和职工代表推选工作。2021 年，在公司业绩受市场环境影响出现盈利下滑的前提下，经过管理层、工会和业务部门积极协商，为一线员工提薪，调整幅度最高接近 20%，很好地保留和激励了一线工人。

公司维护职工的知情权、参与权、表达权和监督权。在工会的推动下，公司每半年举行一次管理层与员工之间的业绩沟通大会，管理层将公司的重点项目计划、遇到的挑战以及准备采取的行动与全员进行沟通，并倾听员工的意见和建议，极大地提升了员工的凝聚力和向心力。公司还为员工提供了诸如工会联系人、总经理信箱、违纪举报邮箱等多元化的申诉渠道，确保员工的心声得到聆听和尊重。

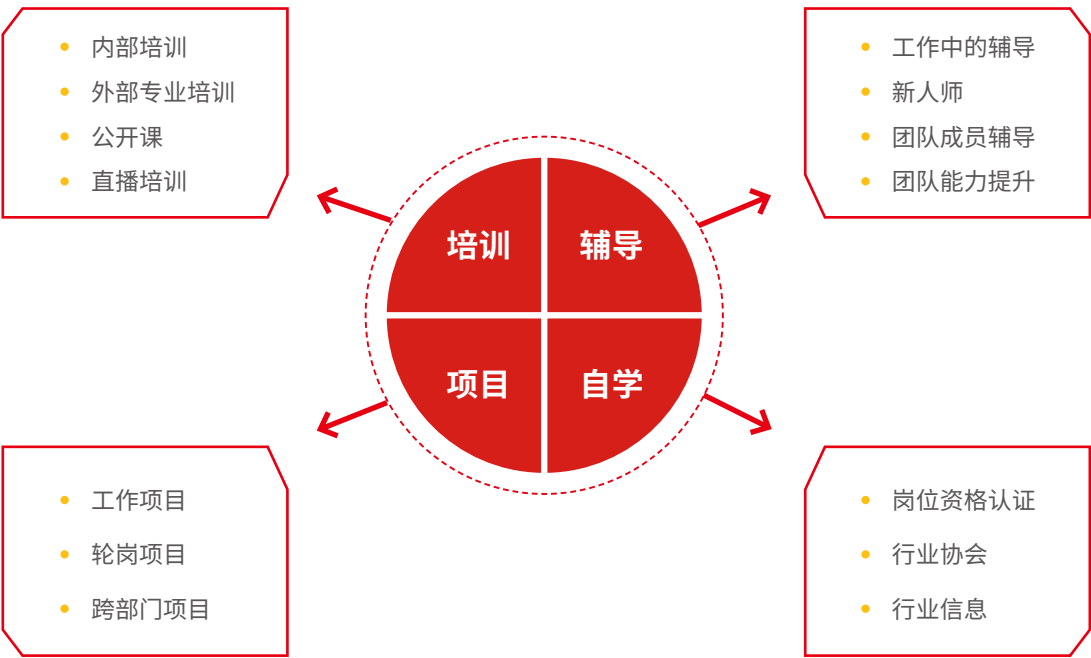
职业健康与安全

统一注重加强员工职业健康保护工作。2021 年，公司贯彻落实《中华人民共和国职业病防治法》、《职业健康监护技术规范》、《北京市职业健康检查工作规范》的技术规定，委托国家卫生健康委职业安全卫生研究中心石龙医院体检中心，于 2021 年 12 月 3 日为员工进行职业健康检查，总计 89 名在岗员工参与了体检，职业健康体检率 100%。完成作业场所职业病危害因素检测率 100%。



发展与培训

统一关注员工在不同阶段的发展需求，重视员工职业生涯规划，不断创新人才成长环境和体制机制，制定《内部调转、晋升制度与流程细则》，为员工提供畅通、稳定的职业发展通道，助力员工实现自我价值。



2021 年统一员工接受培训的情况统计如下：

培训类型	费用（元）	参加人数	总课时（小时）
公司层面组织外训 / 外出培训	107,882	15	119
公司层面内部培训 (包含 e-learning 平台)	210,377	343	2,608
总计	318,259	358	2,727



04

尊重伙伴关系 致力公平运营

- 崇尚商业道德，反贿赂反腐败
提高政治自觉，落实党建责任
倡导公平竞争，遵守法律要求
引导价值链协作，注重负责采购
尊重知识产权，保护商业机密

崇尚商业道德，反贿赂反腐败

诚实、正直和尊重他人，是统一的核心价值观，也是统一商业原则的基础。统一致力于打造兼具商业道德与合规经营的企业文化，制定了《统一公司行为准则》、《统一公司商业原则》、《反贿赂腐败手册》等制度，对员工进行指导与教育。统一对任何违反商业道德的行为秉持“有错必纠”的态度，要求在一经营活动中坚持诚实、正直和公平的商业原则，并期望在所有和公司有业务往来者的关系中，体现同样的原则，对于贿赂、腐败行为坚决重拳打击。

反贪腐治理方面

统一建立了坚实的内部审查管理机制，并且组建了内部审计团队，采取严密的内审工作流程，从专业化角度，协助管理层建设、完善公司内部控制体系，提升风险管理水平，保证公司遵循各种政策和程序，帮助公司更加经济地利用各种资源，提高运行效率，促进公司价值增长。公司和供应商、客户的合同，均会附上反腐协议附件作为合同的一部分，提示合作方遵守，以有效避免供应商贪腐事件的发生。统一的一切交易必须遵守既定的规章制度，公司涉及的对外礼品款待方面持续做备案登记制度，以备审核和公布，确保从源头上遏制腐败风险事件的发生。

反腐败意识提升方面

公司人力资源部每年度都会组织全体员工签署《有关利益冲突的政策》等文件，并且组织线上学习，要求所有员工在履行公司职务和从事私人经济活动时，必须避免两者之间发生利益冲突，还必须向受雇公司披露潜在的利益冲突。2021 年，统一员工接受反腐败培训的覆盖率达到 100%。

100%

员工接受反腐败培训的覆盖率达到

流程保障方面

统一也建立了成熟的举报与投诉机制，制定《违纪行为的调查及处理程序》，确保所有事件都根据调查原则适当记录并处理，鼓励内外部利益相关方及时举报任何可能存在的腐败行为；同时，对举报人施以全方位的保护措施，所有举报或指控都由领导小组以保密、公正和及时的方式处理，以保证提出指控的任何人免受打击报复。

提高政治自觉，落实党建责任

2000 年 11 月 24 日，统一党支部正式成立。伴随公司的发展，中国共产党统一石油化工有限公司支部委员会（下称“支部”）经过 21 年的成长，始终把党的政治建设摆在首位，坚决贯彻落实习近平总书记重要讲话精神和党中央决策部署，坚持稳中求进的工作总基调，完整、准确、全面贯彻新发展理念，加快构建新发展格局，推动高质量发展。2021 年，统一基层党建工作卓有成效，成为了增强企业凝聚力和塑造企业核心竞争力的有效手段。

加强理论学习，持续提升自我修养

在上级党组织的指导下，支部始终坚持“两学一做”常态化，把“不忘初心、牢记使命”作为党建的重点工作。结合《习近平谈治国理政》、党的十九届四中全会《决定》学习辅导百问以及《光荣在党 50 年》等资料，每月积极组织党员们进行学习和研讨。

支部通过组织活动、观看视频、参加培训等多元化的教育方式，把学习教育贯穿始终，不断深化认识，增强自觉性，使党员的整体理论水平有所提升。借助“学习强国”平台、“党员 E 先锋”小程序的云课堂及报刊资料，持续深入学习和理解。同时，支部积极参加镇党委组织的党史知识竞赛，入党积极分子的党史培训，利用假期组织全体党员参观了京郊延庆古北口战役纪念遗址，缅怀革命先辈的光荣事迹，丰富了组织生活的形式，加强了支部与党员们的有效互动。



坚持党建引领，疫情防控勇于担当

在党建理论学习的指导下，支部全体党员全身心地投入到公司的各个业务线的生产经营活动中。无论是在研发实验室等科研部门，还是在生产一线、物流发货、外部销售等业务部门，党员都充分体现了在工作中的模范带头作用。2021 年年初，国内疫情多点散发，疫情防控形势更加复杂，政府及各级组织提出了员工“就地过年”指导方向。统一石油党支部坚持党建引领、凝心聚力，主动承担责任，坚决落实各项防疫举措，全力以赴做好疫情防控工作，经过统筹安排顺利解决公司近 400 名外埠员工的每日三餐，提供形式多样有益身心健康的休闲活动，丰富员工的业余生活。

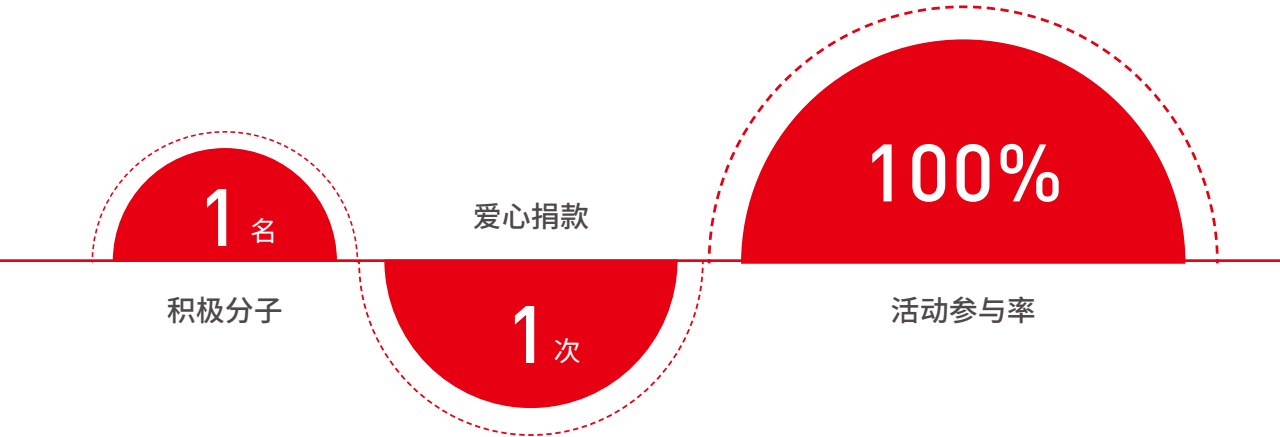


在后续的防疫工作中，更是积极助力复工，圆满完成系列抗疫复工任务，确保了企业的正常生产运营，为全年公司业绩打下了良好的基础。支部不仅落实环境（食堂、办公区域）和人员（重点人员）多频次的核酸检测，完成镇下属区域内企业疫苗接种的任务，还配合公司人力资源部协调安排少数员工在家远程办公的相关事宜，确保业务的正常进行。针对节后回京人员在公司进行宿舍内有效隔离过程中生活上的不便，支部党员志愿者们为宿舍隔离人员提供周到的服务和积极支持（包括一日三餐的送餐上门、日常用品的采购等），一起渡过难关，充分体现了支部是公司坚强的后盾。



重视支部管理，强化党员作风建设

在支部日常管理方面，2021 年，支部按时上交党费；持续培养准备发展的 1 名积极分子，组织入党积极分子参加相关培训；梳理 3 名流动党员；接收 1 名党员组织关系的转入；适时更新支部班子成员信息。全年支部班子与 10 名党员进行了谈心，同时听取了 10 名普通员工对党建工作提出的建议；组织党员献爱心捐款 1 次，活动参与率 100%。另外，支部圆满完成了今年的区、镇党代会的相关的选举工作，配合公司完成人大代表的选举工作。



在强化作风方面，支部坚持党员对照《承诺书》严格要求自己，逐步建立起党员在群众中的先锋模范作用。结合公司内控的要求，在涉及反贿赂反腐败的党风建设方面，全体党员均签订了《礼品和款待政策》的承诺书，强化了党员在反腐倡廉方面的意识。同时结合《大兴廉政》平台的分享，时刻提醒大家，做到警钟长鸣。

倡导公平竞争，遵守法律要求

作为润滑油行业的领先企业，统一始终秉持公平竞争的原则，致力于与市场其他主体公平、合法地开展竞争，尊重每一个竞争对手，并把优秀的竞争对手作为激励公司不断求新、求变的动力。统一掌握并严格遵守业务所在地或其他适用的相关法律法规，公司严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关规定，坚决抵制以不正当手段限制或排除市场竞争的行为。

反不正当竞争法旨在促进并维护竞争，同时制止并惩罚破坏竞争的行为，如协议固定价格、分割市场、串通投标、限制产量等非法行为，以及一些企图获得或维持市场支配地位的违规行为。由于法律规则将会影响统一商业活动的方方面面，不恰当地与竞争者交流可能被控实施了不正当竞争行为，从而使统一面临声誉受损、严厉制裁及诉讼的风险，员工个人也可能遭受处罚。



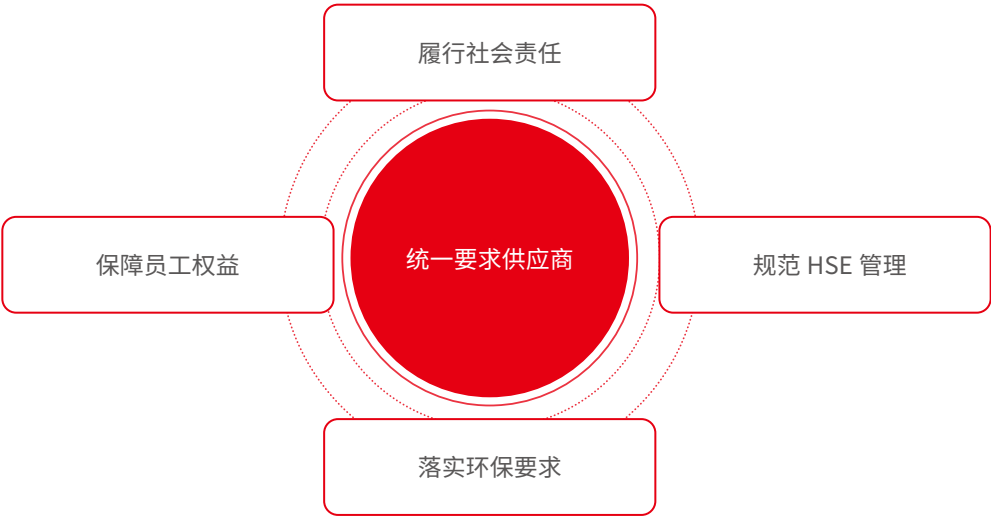
统一对于任何不正当竞争做法及行为持“零容忍”的态度，并制定了《反不正当竞争手册》，帮助员工了解哪种情形可能引致反垄断风险以及统一业务部门及职能部门采取一切合适的措施防范该风险。手册的规章制度由统一业务部门及职能部门的高级管理层（部门副总或同等职务）负责，员工在行事中未遵守适用法律、公司相关文件，可能遭受纪律处分，甚至被解雇或终止劳动关系。同样，作为统一的代理、代表统一或以统一名义工作的承包商或咨询公司在代表统一行事时，也须始终遵守《统一行为准则》中的反不正当竞争条款。

引导价值链协作，注重负责任采购

过去供应链中的社会责任更多体现的是下游企业对上游企业的监督和审核，而“新冠”疫情让下游企业对上游企业的帮助和合作更加凸显出来。统一推行负责任采购，在整个价值链中公平务实的对待社会责任的成本和收益，在可能时提高价值链中各组织实现社会责任目标的能力，包括恰当的购买行为，如确保支付公平的价格、给出充裕的交货期，以及稳定的合同关系。



统一遵守国家法律法规，坚持在价值链中促进社会责任，与供应商在公平，公正的环境中合作共赢，如在采购过程中采用网上竞标机制，实现公平竞争，透明可视化；执行供应商评分机制，设立《供应商绩效考核评估表 KPI 标准》，将健康、安全与环境（HSE）作为考核关键 KPI 之一。统一要求供应商需要履行社会责任，规范 HSE 管理，保障员工权益，落实环保要求。



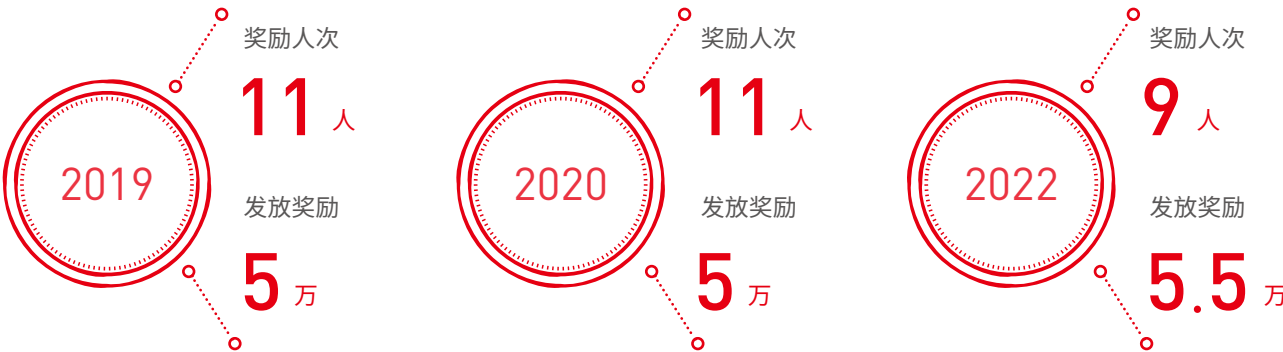
同时，统一积极验证准入并使用国产基础油、添加剂等原料，以实现原料的本地化采购。同时，统一积极帮扶供应链上的中小企业，现场考察提供技术支持与运营建议，实现合作共赢。2021 年疫情严峻期间，更是根据供应商的生产能力，进行调配份额，最大限度保证疫情期间的正常供应。为有财务困难的供应商安排提前付款，共渡难关。

此外，2021 年，统一启动碳中和认证行动，和优质供应商签订战略合作协议，携手价值链合作伙伴共同打造低碳产品，营造低碳未来，为国家“双碳”行动贡献企业力量。并且，统一秉持“无额外代价”减碳的理念，即在保证质量不变、低碳升级的双重前提下，不给经销商、用户增加任何额外的成本。

尊重知识产权，保护商业机密

统一尊重知识产权，且严格保护客户和供应商的商业机密信息。知识产权资产和权利，包括与统一的业务或技术有关的专利、商标、专有技术、商业秘密，是统一最宝贵的资产，也是实现业务目标的关键性战略工具。

公司鼓励员工的技术创新，制定了《高新科技等奖励政策》并于 2018 年 3 月开始实施。在这一奖励政策的激励下，公司员工的创新热情得到了提升，并为公司创造了丰硕的知识产权成果。近年来，高新科技奖励情况如下：



统一坚定维护自身知识产权，对仿冒产品持续进行打假，打假工作分为线下方面：



线下方面

如客户或统一员工发现有仿冒伪劣产品，将会向当地工商局进行投诉，由工商局进行调查处理，没收仿冒伪劣产品并按法律法规进行处罚。此类事件的处理统一采取授权经销商或员工去投诉处理两种方式，并出具现场鉴定书。若有消费者投诉或机关单位发起的打击仿冒产品行动，统一也会积极配合相关部门的工作。

A close-up photograph of a hand cupping a stream of water falling from above. The background is a lush green forest with sunlight filtering through the leaves, creating a bokeh effect. The water is clear and splashing, symbolizing purity and life.

05

投资社区发展 践行社会责任

- 参与当地社区发展
促进当地经济发展

参与当地社区发展

在发展公司业务的同时，统一充分认识到自身的发展也离不开政府、社区和广大居民的理解支持与帮助。因此，统一积极带动并促进当地社会经济的发展，不断改善直接或间接为业务所在社区造福的方式，努力成为社区的好邻居。

统一审慎处理业务活动带来的社会影响，与他方合作，共同为当地社区增加福利，并尽量减轻业务活动所造成的负面影响。除此以外，统一公司还以建设性的态度关心和业务直接或间接相关的社会事务，与当地各级政府和周边社区建立及时有效的沟通机制，增强相互了解，积极参与社区建设。



社区志愿服务方面

社区志愿服务方面，统一积极鼓励员工参与社区志愿活动，在保障生产运营的前提下，给予员工时间安排上的便利，并且允许员工带薪参加志愿活动。特别是，面对“新冠”疫情，统一员工积极参与当地社区核酸检测的志愿服务活动。



社区健康安全方面

统一从社区实际需求出发，帮扶弱势群体、改善社区环境，与社区和谐共生，相携发展，构建新型社企关系。在北京冬奥会期间，统一主动让北京工厂适当地停工停产以减少夜间噪音污染；使用环保添加剂以降低污染，保证社区居民的健康和安全。



促进当地经济发展

优先本地化采购

统一坚持互利共赢，通过提倡优先本地化采购与承包，在上下游领域全面扩大当地合作，带动关联产业发展，为当地社区创造更多就业岗位，增加当地居民的收入，在消除贫困、履行纳税义务等重要社会发展问题上做出贡献。

2021 年，在“新冠”疫情趋势严峻背景下，统一加速原材料的本地化供应，积极开发验证国产基础油，以实现基础油本地化；同时加强与国内添加剂供应商的合作，扶持本地添加剂企业。此外，公司通过实施本地化采购与优先策略，从而降低物流里程，实现碳减排，一举多得。



提倡本地化雇佣

统一十分注重与运营所在地的社区搭建良好的用工关系，优先雇佣工厂所在地当地的居民，通过创造就业机会的方式，统一为当地减少贫困、增加经济和社会福利贡献力量。为稳定就业并持续增强员工本地化，统一拓宽员工招募渠道，鼓励本地员工为公司推荐人才，并根据公司内部员工推荐政策对成功推荐者给予奖励；同时加强当地雇主品牌建设，采取如提供宿舍、用餐补贴、免费班车等措施，保障员工的生活水平，有效提升了本地员工占比。



展望

2021 年统一登陆 A 股资本市场，为下一步的发展建立了坚实的基础，也为公司发展新业务寻求融资渠道提供了更多的选择和更广阔的空间。未来，统一将从以下四点出发，全面推进公司的可持续发展转型：

- 1

在国家积极发展低碳经济以及成为央企控股的上市公司的大背景下，制定中长期发展规划，为统一的基业长青树立远大的理想和目标；同时开展集团层面的碳排放基线测算，制定企业碳达峰、碳中和的计划和战略。
- 2

进一步提升产品质量和服务水平，强化企业的核心竞争力，统一将依托中国领先的 T-lab 润滑科技实验室及完善的终端服务网络，不断提升和优化技术、产品和服务，满足消费者对能效润滑产品的多样化需求，并且结合低碳发展趋势开发低碳产品。
- 3

构建开放稳定、互惠互利的价值链合作伙伴关系，和利益相关方携手同行，在价值链中传递社会责任价值观，通过产品向下游消费者传达低碳发展理念；同时，将依托 iTongyi 数字化平台为经销商伙伴搭建发展平台，不断提升终端门店盈利能力，与合作伙伴共同发掘未来润滑油市场。
- 4

继续坚持上市公司市场化、规范化经营，优化激励约束机制，筑牢公司发展的基础，为统一的发展注入新的动力，为股东创造最佳回报，为社会承担更大责任，为国家实体经济的发展贡献统一力量。

附录

关于报告

报告目的

本报告旨在就统一石化的可持续发展理念、实践绩效等内容与各利益相关方进行坦诚交流，系统回应利益相关方期望和诉求。

时间范围

2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。部分内容超出上述范围。

发布周期

本报告为统一石化发布的首份可持续发展报告。报告周期为自然年，即每年发布一次。

数据说明

本报告使用数据来源包括公司实际运行的原始数据、内部统计数据、政府部门及第三方机构公开数据等。本报告的财务数据以人民币为记账本位币。

报告称谓

为便于表述，报告中统一石油化工有限公司（简称“统一石化”、“统一”或“公司”）及其二级控股子公司履行经济、社会、环境方面的责任信息，相关典型案例来自公司所属企业。

编制标准

- 国际标准 ISO 26000:2010《社会责任指南》
- 联合国 2030 年可持续发展目标（SDGs）
- 全球可持续发展标准委员会《GRI 可持续发展报告标准》
- 上海证券交易所《< 公司履行社会责任的报告 > 编制指引》

报告获取

本报告电子版可在公司官网（www.tongyioil.com）查阅获取。



信息反馈表

非常感谢您在百忙之中阅读《统一石油化工有限公司 2021 年度可持续发展报告》。为了向您及其他利益相关方提供更有价值的信息，并有效促进公司提升履行社会责任的能力，我们真诚期待您的意见和建议。

您对本报告的总体评价是：

☐非常好 ☐好 ☐一般 ☐较差 ☐差

报告对利益相关方所关心问题的回应和披露？

☐非常好 ☐好 ☐一般 ☐较差 ☐差

您认为统一石化在经济责任方面做得如何？

☐非常好 ☐好 ☐一般 ☐较差 ☐差

您认为统一石化在环境责任方面做得如何？

☐非常好 ☐好 ☐一般 ☐较差 ☐差

您认为统一石化在安全管理方面做得如何？

☐非常好 ☐好 ☐一般 ☐较差 ☐差

您认为统一石化在员工责任方面做得如何？

☐非常好 ☐好 ☐一般 ☐较差 ☐差

您认为统一石化在社区责任方面做得如何？

☐非常好 ☐好 ☐一般 ☐较差 ☐差

您认为报告披露的信息、指标、数据是否清晰、准确、完整？

☐非常好 ☐好 ☐一般 ☐较差 ☐差

您认为本报告的内容安排和版式设计是否方便阅读？

☐是 ☐否

开放性问题

您对统一石化履行社会责任及本报告有任何意见与建议？

您的联系方式：

姓名：

工作单位：

您可以通过来电、发送电子邮件或寄送反馈意见给我们，联系方式如下：

联系地址：

邮政编码：

联系电话：

电子信箱：



统一 润滑油

中国润滑油知名品牌。

地址：北京市大兴区芦城开发区

电话：010-61238888

网址：www.tongyioil.com

邮箱：xiaomengdi@tongyioil.com