



体系名称	资源采购与销售	编 码	RPSM-01-15-03	版本号	2024-1
中海石油气电集团有限责任公司 液态销售资源流向管理细则					
批 准 人	资源采购与销售业务分管领导				
批准依据	《中海石油气电集团有限责任公司内控制度体系文件管理办法》（CG-02-03）				
发布范围	普发				
发布文号	海油气电企管〔2024〕174 号				
发布日期	2024 年 6 月 5 日				
生效日期	2024 年 6 月 5 日				
起草部门	资源与市场部				

1 目的

加强和规范公司液态销售的资源流向管理，明确资源流向管理的工作职责与工作界面。

2 适用范围

适用于经气电集团授权具备国内天然气液态销售权利的直属二级销售单位。非直属二级销售单位执行其上级单位相关管理要求。

3 主要应对的风险

扰乱市场秩序和价格体系，产生 LNG 槽车运输安全隐患，损害公司利益及商誉。

4 职责分工

4.1 资源与市场部

- a) 负责制订、修订《中海石油气电集团有限责任公司液态销售资源流向管理细则》。
- b) 负责对各销售单位液态销售资源管理工作进行业务指导，监督销售单位相关制度及流程的建立。
- c) 督促各销售单位落实整改自查或内外部监督检查发现的液态销售资源流向问题。
- d) 对各销售单位开展制度宣贯、业务培训，不定期开展业务监督检查。

4.2 销售单位

- a) 负责制定、修订本单位液态销售资源流向管理相关制度文件，规范对资源流向与销售要求不符问题的处理。
- b) 委托运管中心进行站点准入，收集、整理、反馈卸货地申诉材料、车辆轨迹。
- c) 监督液态客户合法经营，预防液态客户资源流向违反合同的行为。负责对客户违反资源流向管理要求行为的判定，并对涉事的液态客户、槽车承运商及时按照规定处理。
- d) 按照气电集团的要求提供相关数据信息，并配合开展核查工作。
- e) 负责对自查及内外部监督检查发现的液态销售资源流向问题进行全面整改。

4.3 信息技术中心及所属运管中心

- a) 负责为气电集团液态销售资源流向管理提供信息技术手段，对资源流向进行监控，对异常情况进行提醒，并且不断提高信息化水平，提升资源流向监控能力。
- b) 负责组织开展液态资源流向监控，依托信息技术手段开展卸货地匹配核查，并将卸货地未匹配计划定期反馈至相关销售单位。
- c) 负责制定、修订液态销售资源流向数字化监控相关文件，以规范槽车轨迹监控相关工作。
- d) 负责对自查及内外部监督检查发现的液态销售资源流向问题进行技术支持和数据支持。
- e) 根据气电集团关于销售单位销售区域的要求，负责核验准入站点区域与销售单位销售区域的匹配度。
- f) 按照资源与市场部及其他气电集团相关检查监督部门要求提供相关数据信息，并配合开展核查工作。
- g) 对槽车轨迹监控岗位，制定保密要求。

5 管理要求

5.1 LNG槽车监控及站点管理

5.1.1 运管中心动态跟踪核实LNG槽车监控信号接入情况，对未纳入监控平台的

LNG槽车及物流计划，运管中心应及时向各销售单位反馈，并联合销售单位采取有效措施及时处理；对于屡次发现LNG槽车未纳入监控平台的运输企业，销售单位应要求运输企业限期整改。

5.1.2 运管中心对纳入监控平台的LNG槽车进行轨迹监控和卸货地匹配。对于匹配失败运单，应提醒并指导客户提交卸货地申诉计划材料，并用信息技术手段核查客户卸货地申诉计划的轨迹；运管中心应及时向销售单位反馈客户卸货地申诉计划材料及轨迹核查情况，销售单位应在结算前对申诉结果进行最终确认。

5.1.3 运管中心应对申请新增准入站点区域进行核验，对于准入站点与销售区域发生不匹配的原则上不可进行站点准入；对于物流系统已有站点，销售单位及运管中心应配合做好站点区域的梳理。

5.1.4 符合以下条件的，可按照相关流程在销售区域外进行站点准入：

- a) 相关销售单位间交易，站点区域在买卖双方销售区域的，由卖方销售单位确认后可进行准入；
- b) 经气电集团审批的事项，按照审批文件要求办理。

5.2 销售区域管理

5.2.1 各销售单位应在合同中明确销售区域，以及未送至约定的供应区域的违约处理方式。违约处理方式应不低于：若客户首次出现该违约行为，给予客户正式警告；若客户第二次出现该违约行为，向客户停止供气7天；若客户再次出现该违约行为，向客户停止供气15天以上（含）。若由于客户产生未送至约定的供应区域，给气电集团造成经济损失但未形成串货的，应追回相关损失；若形成串货的，按照5.3串货管理规定执行。

5.2.2 对于销售单位客户在系统签收至其他销售单位销售区域的物流计划、疑似销售至其他销售单位销售区域的物流计划，运管中心应及时向相关销售单位（两方）反馈，并于每月汇总整理后报气电集团备案。

5.2.3 若出于实际需要，销售单位须在其他销售单位销售区域内开展销售业务的，需一事一议上报气电集团，经资源与市场部审核，气电集团分管领导批准后方可开展。涉及销量和收入考核的，应在请示中上报。

5.2.4 如气电集团对销售单位销售区域进行调整，各销售单位应尽快按照调整后的销售区域开展销售工作。对于已存在销售合同、供应关系的客户，调整/划转

可视情况适当延长，但原则上不应超过三个月；对于存在保供责任等特殊情况下需要继续延长的，需上报气电集团进行一事一议审批。

5.3 串货管理

5.3.1 各销售单位在销售合同、销售订单中，应与客户约定串货行为的违约处理。

5.3.2 如果判定客户出现串货行为，向其销售的销售单位应依据已签署合同追究客户串货行为的违约责任。即如果客户首次出现串货行为，应向客户收取两倍串货价差违约金；如果客户出现第二次串货行为，应向客户收取两倍串货价差违约金并向客户停止供气15天；如果客户出现第三次串货行为，应向客户收取两倍串货价差违约金并终止供气合同。

5.3.3 串货价差及串货次数等由销售至相关客户的销售单位判定，判定应满足集体决策原则和客户不能从串货中受益原则，确保处理方案的公平、公正、合理，以及可执行性。

5.4 其他

5.4.1 销售单位应做好对客户违约行为的处理工作，对于在资源流向管理工作责任履行不力的，气电集团将在销售单位考核中体现。

5.4.2 本细则不适用于“进口 LNG 窗口一站通服务”及同类型产品，具体同类型产品以资源与市场部通知为准。

6 附则

6.1 本细则由气电集团资源与市场部组织解释。

6.2 各销售单位应根据本细则自行建立相关制度文件。

【正文结束】

附件 1：编制依据

附件 2：释义

附件 1

编制依据

1.1 《中海石油气电集团有限责任公司国内天然气市场开发与销售管理办法》，RPSM-01-15，2023-1，气电集团。

1.2 《中海石油气电集团有限责任公司资源与销售数字化应用管理办法》，RPSM-01-18，2023-1，气电集团。

附件 2

释义

2.1 气电集团

指中海石油气电集团有限责任公司总部，包括气电集团管理层和气电集团总部各部门。

2.2 销售单位

指八个区域分公司、三个一期项目及大鹏销售等气电集团直属二级销售单位。

2.3 资源与市场部

指气电集团资源与市场部，简称“资源与市场部”。

2.4 信息技术中心

指气电集团信息技术中心，简称“信息技术中心”，下辖中国海油天然气销售运营管理中心，简称“运管中心”。

2.5 液态销售

指以液态（非管道气）形式，通过槽车、罐箱等渠道运输的销售方式。

2.6 串货

液态销售的结算卸货地与用户真实的卸货地不符且导致我方少结算的行为。

2.7 销售区域

东北分公司销售区域为东北三省、内蒙古自治区；华北分公司销售区域为京津冀、山西省、山东省、陕西省；江苏分公司销售区域为江苏省、安徽省、河南省；浙江分公司销售区域为浙江省、上海市；福建分公司销售区域为福建省、湖北省、江西省、台湾省；广东分公司销售区域为广东省、湖南省、港澳地区；西南分公司销售区域为广西壮族自治区、云南省、贵州省、四川省、重庆市；海南分公司销售区域为海南省及东南亚地区。其他气电集团直属二级销售单位，按照气电集团销售区域相关要求为准。如气电集团对销售区域调整，按照调整后要求执行，具体以气电集团正式下发文件为准。