

确保“十四五”开好局 以优异成绩庆祝建党100周年

安全工作要以知促止

□李 煜

有位管理人员在安全会议上说,自己在执行安全任务时越来越谨慎,这是因为对安全知识了解得越多,对安全的敬畏之心就越强烈。由此想到,在实际工作中,有些业务能力不足、一知半解的人反而胆大包天,其原因就是无知者无畏、无畏者无惧。

由于无知、无畏、无惧,进而产生麻痹、莽撞、侥幸心理,继而产生安全隐患,导致安全事故。由此看来,安全工作要以知促止,为“半桶水”的员工构筑一道安全防火墙。要想构筑安全防火墙,就要让员工在“知”字上下功夫,知规矩、知理论、知方法,方能明安全底线、知安全红线、守安全规矩。

知规矩止盲动,要加强法规、制度的学习,熟悉操作流程、岗位责任制,在头脑里形成意识,并以此指导安全生产实践,约束规范自身行为;知理论止盲目,要把安全培训贯穿安全生产始终,做到制度化、全员化、常态化,既要与库站的安全工作相适应,又要做到与时俱进,避免员工在安全生产中的盲目性;知方法止盲从,要通过岗位练兵、技能比武、师带徒等途径,不断提升员工技能,杜绝违章操作,确保本质安全。

总之,员工了解的安全知识越多,就越有自律性、越能令行禁止,对自己、他人及企业的安全就越有保障。

企业看台



潍坊石油 推行双联系提升管理水平

本报讯 1~8月,山东潍坊石油汽油机销量增幅、非油品销售额均实现同比增长,排名山东石油第二。潍坊石油自年初以来通过推行“中层管理人员定点联系站点(设备)、定点联系基层员工”的双联系制度,及时了解基层情况,指导一线经营,促进了基础管理持续向好。(段明钊)

蚌埠石油 汽柴油销量环比大幅增长

本报讯 8月,安徽蚌埠石油汽柴油销量实现环比增长82%,完成月度目标任务的175%,排名安徽石油第二。蚌埠石油加强对标管理,要求直分销线条人员把握机遇、开发客户,并实行每日晒销量、晒成果比赛,形成你追我赶的创效氛围,实现了直分销增量。(贺建阳 张齐正)

宜春石油 148个站长岗位公开竞聘

本报讯 近日,江西宜春石油对148座加油站(易捷店)开展站(店)长岗位公开竞聘选拔工作,170人参加。宜春石油进一步拓宽用人渠道,推进加油站站长队伍职业化、知识化、专业化,不断提升加油站管理水平,以适应零售及非油业务的快速发展。(聂 凯)

娄底石油 加强培训促安全责任落实

本报讯 自9月1日起,新修订的《安全生产法》开始实施。湖南娄底石油组织市县库站90余名管理人员学习《安全生产法》的安全生产主体责任、全员安全生产责任、安全生产违法追究等要点,不断增强他们的安全生产法律意识,推动安全生产责任落实。(王智洪)

东莞石油 乡村站汽油销量逆势增长

本报讯 1~8月,广东东莞石油8座乡村站汽油销量实现逆势增长,同比增长6%。东莞石油深度挖掘乡村客户,通过微改造提升乡村站形象、建立汽柴客户群增强客户粘性、开展营销活动吸引客户等措施,提升乡村站汽油销量。(袁 潇)



9月12日,福建厦门突发新一轮疫情。厦门石油第一时间召开专题会议部署疫情防控工作,要求各部门坚持一手抓疫情防控、一手抓经营保供,确保疫情防控、生产经营双胜利。图为厦门石油加油站员工对加油机进行消毒。 陈荟轩 摄

精准营销花式宣传赋能柴油销售

浙江衢州石油8月柴油销量实现环比增长,9月柴油销量仍保持增长态势

□邱丽芳

浙江衢州石油针对柴油销量持续走低的经营困境,结合市场实际及客户需求,通过选择目标客户实施精准营销、线上线下宣传吸引客户参与活动、开展基层帮扶解决经营难题等措施,助力增量创效。8月,衢州石油柴油销量实现环比增长;9月,柴油销量仍保持增长态势。

精准锁定客户 以点带面增销量

“张先生,从明天开始我们站开展柴油直降活动,价格非常划算。明天是您送货的日子,一定来我们站加满油再出发,也请您帮我们多多宣传。”8月30日,衢龙加油站站长张云丰逐个打电话告知客户即将开始的柴油促销活动。

面对市场竞争激烈、柴油销量持续走低的局面,8月底,衢州石油经过前期走访调研,决定在衢龙、峡口两座加油站开展柴油直降活动,每升柴油直降1.1元。活动前夕,衢州石油通过分析销售数据选择目标客户,重点对工地、厂矿、物流园区、自建罐等客户,以及流失客户进行活动宣传。活动期间,活动站优化排班,从其他站借调员工,确保人员充足;零售管理部与物流部门协调油罐车配送油品,确保柴油不脱销。

“活动期间,现场员工加强了与柴油客户的沟通,全面了解他们的行车路线、加油站点等信息;客户经理则重点走访物流园区、自建罐等客户,扩大活动宣传范围。同时,我们组建了柴油销量监控群,安排专人每日监控柴油站销售情况,并在群内通报。”衢州石油零售管理部负责人介

绍,活动第一周,两站销量环比增长220%,带动其他柴油站销量环比增长27%。

开展花式宣传 磨刀不误砍柴工

“我在园区看到你们的流动宣传车后,拍了一张照片发到朋友圈,很多朋友看到车身上的广告后都向我咨询活动情况,我告诉他们来你们这儿看看吧。”物流园区的丁先生与峡口加油站站长聊了起来。

活动期间,衢州石油营销团队前往加油站,指导员员工摆放宣传物料,并坐车测试展板、刀旗、彩旗等物料摆放的最佳位置。同时,他们发动全员每日在朋友圈、客户群发送活动信息,并通过站内广播、电台轮播、转发视频号等多种途径宣传造势。营销团队还将送货车充当流动宣传车,在

车身上张贴海报,沿途播报活动信息,并前往附近物流园区、停车场等货车集中区域,向司机介绍活动内容。

同时,加油站通过在员工工服上粘贴活动宣传帖、在距离加油站进口100米处摆放刀旗、将客户群群名改成“柴油直降群”、在货车车身上张贴海报等措施,吸引客户参与活动。

党建经营融合 服务基层解难题

“好在你们一直与电力局联系,要不然加油站就不能营业了。”峡口加油站对片区管理人员说道。9月2日上午,峡口加油站停电,经排查为变压器故障。时间就是销量,分公司与片区得知情况后,马上联系当地电力局,并指定专人催办,半小时后加油站恢复正常营业。

“多亏党员同志到站帮忙,别看昨天那么忙,但现场井然有序,客户档案也登记得很详细。”张云丰介绍,活动期间,衢龙加油站销量增长较快,片区便从其他站调派人手增援,机关党员也到站帮忙引导车辆、登记客户档案、销售商品等,缓解了现场压力。

衢州石油根据活动站点实际情况,优化营业时间、增派现场人员、维护设备设施,确保服务质量。他们还成立党员帮扶小组,前往加油站开展志愿服务,并开展“我为油站经营献一策”活动,安排党员定点前往加油站参与经营管理工作,针对难点问题制定待办事项清单,实行销号管理,助力增量创效。

经营方略



水毁农田中救灾的石化蓝

□樊春华

不久前的一场特大暴雨,造成湖北省襄阳市谷城县紫金镇1200多间房屋被淹,7600多亩农作物被冲毁绝收。当地政府组织农民开展自救,拖拉机、旋耕机昼夜不停地在水毁农田里耕作,翻耕被冲毁的农田,补种白菜、萝卜、荞麦等农作物。

襄阳石油组织了一支8人救援小队,及时为农民耕种提供服务。一大早,救援小队带上加油机、计量器,驾驶一辆油罐车及一辆小货车,翻山越岭跑了150多公里,将10吨农用柴油,以及大米、食用油、卓玛泉、鸥露

纸等救灾物资送到紫金镇杨桥村。

救援小队将救灾物资卸到村委会后,跟随油罐车来到田间地头为农机加油。由于被冲毁的农田大多处在山沟里,油罐车无法开到农机旁,队员便顶着烈日,用自带的方便桶,一桶一桶地将柴油拎到农机旁。他们将一瓶瓶卓玛泉递到农户手里,将一桶桶柴油加到农机油箱里,他们一个个被晒得满脸通红,蓝色的工装被汗渍画上了一道道的白圈。队员将每台农机的油箱加满后,把剩余的柴油又用油罐车油枪加到农户自备的油桶里,一直干到中午才休息。当地农户感慨:“天灾无情人有情,中石化灾后见真情。”

深夜货车着火及时扑灭

□周丽洁

不久前的一天夜里,一辆大型货车缓缓驶入江西景德镇石油浮梁景婺黄高速北站,停在离前排加油机5米左右的地方。员工胡德民正准备上前询问时,发现货车中部轮胎处蹿出火苗。

“轮胎着火了,快下车!”胡德民赶紧朝着驾驶室大喊,边喊边拿起加油机旁的灭火器,对准着火位置喷射。司机听到呼喊声赶忙跳下车,这时,员工已经将明火扑灭。两人见火已被扑灭,便一同上前查看,发现起

火原因是轮胎后轴长时间摩擦导致轮胎自燃。

胡德民沉着冷静地分析起火原因后说道:“先生,您赶紧去接些水冷却轮胎后轴,要不温度过高轮胎可能会再度起火。”果然,就像胡德民预料的一样,在司机去接水时,轮胎再次燃烧起来。他赶紧拿起灭火器,迅速地把火扑灭。火被扑灭之后,司机赶紧将车开到服务区的修理店进行维修。

“真是太感谢你了,要不是你反应快,及时出手相助,我这一车货就保不住了。”司机临走前向胡德民表示感谢。

专项审计货运杂费抓整改

本报讯 自去年中旬以来,安徽石油针对企业货运杂费管理工作,对成品油二次物流及天然气、非油品、直分销等运输业务所涉及的运距、运价、运费及承运商管理等环节开展专项审计工作。

安徽石油审计人员采用线上数据比对法,即通过北斗导航远程查询车辆轨迹,再将运距与中国石化物流管理系统进行比对,选择误差较大的线

路进行现场测量,提高审计准确度。在审计过程中,审计人员克服运输线路、运距、运价等复杂因素的困难,坚守底线,对问题一追到底。审计结束后,审计人员紧盯问题整改不放手,不见效果不放松,确保审计执行到位。

经过一年多的努力,安徽石油调整运输线路213条,调减运距2765公里,节省161.58万元。

(严雅茜 张绪东)

特殊时期保供赢得信任

□戴 建

“在我们遇到困难的时候,中国石化保证了我们的柴油供应,以后,我们就认定你们了。”不久前,某施工单位负责人刘先生来到江苏扬州石油宝应加油卡营业室,再次充值了10万元。

两个月前,该客户来到当地参与省道辅道建设工程。闻讯而来的私人加油站纷纷前来,承诺给予对方优惠价格、送货服务、赊销供货等。由于刘先生对当地情况不熟悉,一时找不到合适的油品供应商,便选择在私人加

油站购油。后来,当地出现疫情,道路封锁,私人加油站告知刘先生无法供应油品。然而,施工仍在继续,耽误工期,一天要损失上万元,刘先生十分焦急。

“在中国石化购油,保质保量保供,还可以享受大客户优惠,算下来价格和私人加油站差不多。”广洋湖加油站站长徐美花得知这一情况后主动上门,提出由广洋湖加油站供货,并帮忙联系运输车、出借油桶。看到刘先生有些犹豫,徐美花继续说道:“施工机械使用优质柴油可以降低出现故障的

风险,您说是不是?”刘先生当即表示认可并充值。

宝应县公司很快配合广洋湖加油站在商务局办理了通行证,又与二次物流部门协调,准时将柴油送到工地,得到了刘先生的肯定和信任。每天,徐美花都抽空去工地转转,了解刘先生的用油情况。她还将米、油,以及自家种的蔬菜送给他,刘先生也把她当作朋友看待。8月底,随着疫情好转,县道封控解除,之前的个体加油站又找上门来,提出了更加优惠的条件,但被刘先生一口回绝了。

广东江门石油双龙加油站通过内部挖潜、丰富业态、政企联动等举措,1~8月油品销量同比增长13.87%,跻身江门石油非高速“示范达标万吨站”

万吨站的“加减乘除法”

点测试站前车流量、进站率,以及现场听取客户意见等方式,了解到由于站前路面为实线,加之站前隔离带没有开通路口,对面来车需要绕道1公里才能到站加油。找出问题根源后,江门石油借助站前道路路拓宽工程的机会,与路政、交警部门、施工单位沟通,成功将站前路面的实线改为虚线,为车辆进站加油提供了便利。

同时,该站利用网约车优惠政策,在各大网约车信息群推送加油优惠、路口开通等信息,吸引客户进站。1~8月,该站网约车日均销量同比增长62%。

“减”少问题短板

“站长,问题诊断表上的工作完

成了多少?”一周前,江门石油管理人员梁春杰前往双龙加油站检查,将需要解决的问题记录在诊断表上;一周后,他来到现场检查整改情况。

江门石油加大对双龙等加油站的巡查力度,制订专项整改计划,并分组包干挂点帮扶,提升加油站服务质量。管理人员采用现场调研、查看监控等方式,对加油站进行检查并登记在问题诊断表上,采取销项制监督落实整改情况。江门石油对照7S标准化考评方案对双龙油站全面诊断,并将整改任务责任到人、每日跟进、督促进度,确保按时间节点推进。江门石油通过深入检查、督促整改,充分挖掘了各站潜力,管理服务水平大幅提升的同时,增强了加油站综合竞争力。

立了巡警联防点、环卫驿站等,并为环卫车、巡警车开辟绿色通道,带动了销量的提升。

“除”去死角盲区

根据广东石油年中会议的工作部署,江门石油以“点”打造示范站、以“面”推广示范片区,全面提升公司整体经营管理水平。

江门石油成立党员攻坚小分队,深入双龙站全面开展环境整治工作,清理死角盲区。他们将周二定为清洁日,对可视物品进行定姿定位,清理废旧物资,建立区域清洁责任制,扎实开展“厕所革命”,营造一个舒适的消费环境。同时,他们将周三定为培训日,安排管理人员对员工进行服务培训,强调引车到位、三声服务、动作规范等,提升客户进站满意度。攻坚小分队还利用晚间重新画线,规范行车、停车区域,不断提升加油站整体形象。

管理前沿

