

产品链要加快迈向中高端

肖乾

近日,《中国石化报》先后报道了中科炼化、川维化工开拓市场、优化创新的优秀经验,他们的共同之处就在于持续推进结构调整,加快迈向产品价值链中高端。

市场竞争归根到底是产品的竞争。有效开拓市场、占领市场,赢得市场竞争主导权,必须做好结构调整文章,在产品的差异化、特色化、高端化上下功夫。

布局调整要坚决。迈向价值链中高端须按照效益最大化原则,优化资源配置,调整资源布局,尽快从低端业务和大宗产品、常规产品市场转向高端业务布局开发,把资源更多集中到“高精尖”产品研发生产上,加快产品升级换代,重塑产品链、价值链。

技术创新要给力。如果把走高端、创特色比作“撑杆跳”,工艺技术创新就是撑杆和支点。技术领先产品才能领先,技术高端产品才能高端。也就是说,只有工艺技术给力,真正拥有自己的长项、优势和独到之处,特色才能创得出,高端之路才能走得稳、走得远。

导向转变要跟上。加快走向中高端,意在形成供需之间的良性互动。这就需要企业进一步突出价值引领,从生产导向型向市场导向型转变,从单一产品竞争向产业链竞争、供应链竞争转变,形成更高效率和更高质量的投入产出关系,带动产业链和产品链向高技术、高效益、高附加值方向延伸。



安徽石油无感加油项目荣获国资委大赛优胜奖

本报讯 10月14日,国务院国资委公布“第三届中央企业熠星创新创意大赛”获奖名单。安徽石油报送的北斗大数据无感加油项目荣获大赛优胜奖。

北斗大数据无感加油系统由北斗定位终端、北斗定位服务中心、智慧加油平台及大数据精准营销4部分组成。签约车辆进入卫星划定的电子围栏后,由北斗定位服务中心通知智慧加油平台对加油机进行授权,客户加油挂枪后自动结算。该系统根据客户以往的行车轨迹、消费习惯、年龄结构等信息,通过模型计算对客户实施精准营销。

(张绪东 王劲松 孙宗奎)

河南油田 采购降本成效明显

本报讯 今年前9个月,河南油田节约采购资金6200余万元,采购资金节约率11.49%,采购策略被集团公司评为优秀采购策略。

今年以来,煤炭、油套管、聚合物、天然气等大宗材料价格大幅上涨。河南油田对大宗商品进行市场调研和成本构成分析,低价期锁定资源,打出降本组合拳。加强物料消耗分析,在摸清消耗规律的基础上,整合主要生产单位常用物资和重点工程项目通用物资需求,实施规模化采购降本。推进标准化采购,引导用户准确提报需求,前9个月,通过标准化采购降本300万元以上。

(张伟英)

中原油田环保监测总站 通过国家监督抽查

本报讯 10月18日,中原油田环保监测总站顺利通过2021年度国家级资质认定检验检测机构“双随机、一公开”监督抽查审核。

据悉,此次监督抽查是近年来中原油田检验检测机构首次接受国家级资质认定机构的监督抽查。检查组对环保监测总站的监测能力、实验室规范标准化现场、质量体系运行等给予了高度评价和认可,同时也对监测工作过程中存在的不足之处,提出了整改要求和建议。下一步,中原油田将根据检查组建议,加大整改力度,努力成为石油石化系统环境监测行业的排头兵。

(魏园军 胡星沛)

广州石油 护航第130届广交会

本报讯 10月15日至19日,第130届广交会在广东广州举办。广州石油高度重视,专题研究制定工作方案,确保各项措施落实到位,全力护航广交会。

广州石油选定广交会场馆、高速公路、城区主干道、旅游风景区附近54座加油站作为资源保供重点站,实行领导干部责任包干制和24小时值班制度,对保供重点加油站开辟会务用车、参展用车绿色通道,确保加油站不脱销不断档。广交会期间,在琶洲会展中心周边7个加油站设立服务台,77名优秀员工作为志愿者增加现场服务力量,确保工作秩序良好。完善站内服务措施,为旅客提供免费热水、休息室、免费充电等服务。

(刘婷)

浙江石油四获易享节销售冠军

加大渠道外广告投放破圈传播,强化“易享节囤货”概念,店庆日活动5天销售4.8亿元

本报记者 舒志国

通讯员 吴斌才

10月10日至14日,中石化易捷第四届易享节期间,全国易捷门店销售额达27.2亿元,较上年增长172%。今年,浙江石油从强化囤货理念、营造卖场气氛和拓展外宣渠道三个维度发力,重构大卖场,为一线门店销售赋能,再次刷新销售纪录,连续第四年获得易享节销售冠军。

强化囤货概念,重新定义易享节

易享节是中石化易捷2018年推出的线下便利店店庆购物节,已持续运作3年,在浙江地区市场具有一定影响力,但客户认知度还不够高。为改变这种状况,今年易享节前期,浙江石

油从商品维度不断强化囤货概念,努力将“易享节囤货”的标签植入客户心里,提升易享节在客户心中的辨识度。

在商品选择方面,浙江石油以适合囤货、家庭生活必需的生活用品为主,如粮油、米面、纸巾、牛奶、酒水等。在商品规格上支持整箱、整件加1元多1件等销售模式,提升整件商品售卖量。在优惠力度上,配合“加1元多1件”活动强调“多买多省”“量大优惠”“一年一次”等概念,吸引客户为家庭囤货、为父母下单。同时,浙江石油争取到了一批供应商提供的免费资源,在易享节期间开展进店送大米、送口香糖的免费送活动,真正做到惠民便民,门店现场人气显著提升。

本次易享节浙江石油精选了120多种家庭日用品参加“加1元多1件”活动。易享节期间,门店顾客平均消

费金额是平时的4倍,销量超千万元的单品9个,超百万元的单品106个,“易享节囤货”的概念被越来越多的客户接受、熟知。

打造易捷卖场,刺激购买欲望

在门店运营方面,为强化“易享节囤货”这个概念,浙江石油要求各易捷门店尽可能营造“囤货”氛围。

首先,借鉴大卖场和仓储式会员店的仓储模式,将仓库和营业厅合二为一,实现店仓一体。易享节活动期间,要求各易捷店尽可能将仓库商品搬运到营业厅,在营业厅内打造爆款商品堆头,形成直观的视觉冲击,增加客户接触商品的机会。其次,在视觉、听觉上营造门店现场囤货抢货的气氛,易享节期间,浙江石油各加油站充

分利用门店吊旗、冰箱灯箱、货架侧板、油站立柱和墙面广告,加大对进站加油客户的宣传力度,配合活泼轻快的音乐和明亮的灯光效果,刺激顾客的购买欲。

今年易享节,浙江石油金华义乌徐村店单店销售额达802万元,全省销售额超百万元的门店达74家,客户现场抢购的场景在多家门店上演。

拓展外宣渠道,实现破圈传播

如何实现破圈传播,吸引更多客户是今年易享节宣传的关键。浙江石油在加大自有渠道宣传力度的同时,结合“易享节囤货”概念,强化渠道外广告的投放。

易享节活动前期,浙江石油规划了传统媒体和新媒体两个宣传阵地,在电

台广播、地方纸媒、电梯、停车场等渠道外媒体高频投放“加1元多1件”广告。同时,联合团委发动青年力量,制作了10多个易享节情景创意短视频,在微信短视频、哔哩哔哩短视频平台投放,同步在中国石化官方微博号转发。

易享节活动期间,浙江石油还联合省级交通电台FM93,在北高峰软件平台发起“易起约惠吧”易享节探店直播,联合浙江本地流量大V,发布KOL探店视频,吸引一大批年轻客户群体,这些破圈传播方式极大带动了活动期间门店客流量。

为减轻高峰期门店通行压力,帮助扩大销量,浙江石油党委积极号召公司各支部、党员干部下站帮扶。活动期间,公司系统党员团员累计到店帮扶3000多人次,有力地支援了易享节销售活动。

茂名石化提前完成 化工新产品年度生产任务

本报讯 记者张亚培 通讯员

谭捷 报道:今年前9个月,茂名石化新增3个万吨级新产品牌号,拓展10余家新客户,生产化工新产品11.42万吨,提前3个月完成化工新产品年度生产任务。

近年来,茂名石化持续在科技创新、新产品开发、顶替进口等方面加大投入力度,新产品占比超10%,成效显著。随着工作的深入,累积的新产品牌号过多、创效不明显、培育周期长、超万吨牌号增加少等问题开始出现。为改变现状,研究院牵头联合销售部门建立新产品评价模型,针对公司近3年在产的

50多个化工新产品牌号,多视角、多维度评价市场竞争力,明确产品定位。

1月至9月,茂名石化对模型分析排名靠前的7个牌号重点组建拓市增量联合攻关团队,有针对性地制定工作措施,解决生产技术难题,稳定生产和产品质量,挖掘潜在的大客户,结合客户需求做好技术服务和推广,成功实现拓市增量目标。同时,对模型分析排名靠后的9个牌号变更服务计划,终止生产无法达到该领域标杆牌号指标要求的产品,释放更多的资源为重点目标市场服务。

天然气分公司山东南干线 焊接超350公里

本报讯 近日,天然气分公司山东管道公司东南管道工程项目部精心组织,科学施工,确保南干线工程建设累计焊接量超350公里,截至目前已完成全线焊接任务的80%。

南干线管道工程项目是国家环渤海地区天然气储运体系建设重点项目,管道总里程490公里,一期设计年输气能力96亿立方米,今年3月31日南干线工程全线开工建设。项目投产后,将发挥国家天然气能源安全战略通道的作用,最大限度满足山东市场天然气需求。

(李云飞 李素珍)



10月16日,镇海基地2号乙烯装置9号裂解炉点火烘炉一次成功。2号乙烯装置共有9台裂解炉,继9号裂解炉点火后,7号、8号裂解炉也陆续进行点火烘炉,共同进入为期9天的烘炉期。图为操作人员对9号裂解炉进行点火烘炉。

万里 摄 华贊文

《质量管理体系有效性评价》标准发布实施

本报讯 10月18日至23日,集团公司科技部在青岛召开《质量管理体系有效性评价》标准宣传贯彻会。会议由青岛安全工程研究院承办,共分为3期,系统116家单位参加培训。

今年8月9日,集团公司发布企业标准《质量管理体系有效性评价》,10月1日起正式实施。该标准由科技部

会同青岛安工院、4个事业部及石油工程、炼化工程2个专业公司共同制定,总结了近10年来开展质量管理体系检查评价经验,规范了质量管理体系监督检查工作流程,针对集团公司产业链长、业务类型差异大的特点,分为油气(气)田、炼油、化工、油品销售、石油工程、炼化工程、科研7个专业类型识别业务过程,构建了质量管理体系有效性的量化评价模型。

该标准的发布,标志中国石化质量管理体系有效性建设进入一个新阶段,是新时期质量工作的科学指引,将对提升中国石化企业质量管理水平发挥积极作用。

(赵巍)

自主研发软件插件提升设计效率

本报记者 石建芬 通讯员 何艳 肖雨

“我们自主设计的绘图坐标标注插件,减少了烦琐的计算程序,工作效率大幅提升。”日前,石油工程建设公司江汉设计公司结构专业工程师肖雨自豪地说。

以前没有专业的坐标标注插件,做管线的水工保护项目十分费时费力,标注过程和计算程序十分烦琐,一次只能获取一处水保点信息,一名熟练的设计人员一天最多只能完成两公里管线水工保护设计。对于长输管道的水工保护设计,在管线长、时间紧的情况下,想提升效率就得增加人力成本。

“烦琐的计算不是制图软件的强项,办公软件最擅长计算,如果将这两者关联起来,各取所长,就能达到为公司降本增效的目的。”肖雨将这个想法告诉了结构专业室主任叶丹,两人一拍即合,说干就干。经过半个月的不断尝试与研发,制图软件插件诞生了。

该插件可以直接在制图软件上加载运用,输入命令就可快速拾取线路纵断面上所有的水保点,自动生成导标并导入表格,自动计算生成需要的数据,省去了烦琐的计算。

一天下来,一个熟练的设计人员可完成4到6公里的管线水工保护设计,工作效率大幅提高,也确保了数据的可靠性和准

确性。

“目前我们研发的小插件已在多个项目上运用,广受好评。”提起这个插件,肖雨忍不住多说几句,“在已完工的潜江—韶关输气管道工程、南川水江—涪陵白涛输气管道工程中运用效果良好,正在设计的新疆煤制气外输管道广西支干线工程及江津—南川天然气输气管道工程,也运用了该插件进行水工保护设计。”



(上接第一版)

攻克关键核心技术,加快清洁高效开发利用,提升能源供给质量、利用效率和减碳水平。

胜利油田开发地质首席专家、勘探开发研究院院长胡勇说,作为石油科技工作者,将牢记总书记嘱托,尽全力为油田勘探开发工作做好,持续加大科研攻关力度,真正实现原始创新和自主创新,突破“卡脖子”技术,推进页岩油规模化开发,加快CCUS(碳捕集、利用与封存)项目建设进度,为实现“双碳”目标、保障国家能源安全作出新的贡献。

总书记在莱113区块考察调研后的第二天,也就是10月22日,胜利油田注汽服务中心二氧化碳项目部党支部书记、经理屈龙涛立刻组织干部员工学习习近平总书记的重要讲话和重要指示精神。“总书记的重要讲话,极大地鼓舞了干部员工继续做好优二氧化碳事业的决心和信心,我

们一定牢记总书记嘱托,扛起绿色低碳发展的大旗。”屈龙涛激动地说。

下一步,胜利油田将细化工作计划,确保百万吨级CCUS项目高质量、高效率、高效益推进,计划2025年达到300万吨、2030年达到1000万吨的注入能力,争做碳达峰、碳中和的引领者。

10月22日晚7时,胜利石油工程公司黄河钻井总公司70183队干部员工在井场空立起的屏幕前围坐,收看习近平总书记来胜利油田考察调研的新闻报道。深秋的夜晚,风有些凉,员工们个个精神抖擞、热情高涨。

当听到总书记说“代表党中央向为我

们表示崇高敬意”时,大家再次不约而同地热烈鼓掌。

“我们有信心在多打井、快打井、

打好井的同时做好环境保护工作。”

70183队平台经理黄利民说。

砥砺前行,集中资源攻克关键核心技术

10月23日,第五届感动石化人物、胜利油田化学高级专家王涛正在实验室里进行高温高盐化学驱关键采油工艺技术研究。

化学驱是大幅提高采收率的“撒手锏”技术。目前,胜利油田聚合物驱油的应用温度突破85℃,累计产油7000万吨,提高采收率10%以上,保持了国内外领先水平。“十四五”期间,将攻关耐温100℃、抗盐50000毫克/升更高性能的聚合物驱油体系,增加覆盖储量10亿吨,促进油田持续稳产。

王涛说,面对石油天然气领域迫切需求,自己要把论文写在祖国大地上,把研究成果应用到勘探开发实践中,以实际行动为油田高质量发展再立新功、再创佳绩。

胜利油田经历了长期开发以后,新发现的油藏埋藏越来越深,油藏越来越致密,效益开发的难度非常大。胜利油田勘探开发研究院专家曲全工在现场聆听了总书记的重要讲话和重要指示后,深感责任重大。他说,我们要扛好保障国家能源安全的职责使命,在拓展相关勘探领域,推动地质工程一体化、勘探开发一体化,深化油藏描述等方面努力攻关,找到更多规模储量,推动油田高质量发展,为美好生活加油。

第25届“中国青年五四奖章”获得者、胜利油田物探研究院首席专家秦宁正在研究的压缩感知地震技术,有望为低成本实施高密度地震开辟一条崭新的道路,为油田高质量发展提供新动能。秦宁说,一定牢记总书记嘱托,坚持自主创新,自主研发软件解决“卡脖子”难题,把勘探技术的饭碗牢牢端在自己手里。