

编者按:12月15日,中国石化召开品牌建设工作会议,全面推进公司品牌建设,提升品牌管理水平。近年来,中国石化各企业以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,践行集团公司品牌战略,全力打造世界领先品牌,谱写公司高质量发展新篇章,为构建新发展格局、全面建设品牌强国作出新贡献。会上有5家企业进行经验交流,本版特对这5家企业的品牌工作经验亮点进行介绍,敬请关注。

高起点高标准高水平 打造世界级领先品牌

胜利石油管理局有限公司

在推进品牌战略中走在前作表率

摘要:

近年来,胜利油田聚焦实施世界领先发展方略和“一基两翼三新”产业格局,践行集团公司品牌战略,扛牢核心职责,提升品牌形象,为集团公司打造世界领先品牌贡献胜利力量。

60年来,胜利油田累计发现探明储量56亿吨、生产原油12.5亿吨。累计获得各类科技成果8000多项、国家级科技奖励122项、国家授权专利5752件。今年,济阳埕陷页岩油实现商业产能的战略性突破,我国首个百万吨级CCUS项目正在建设中。



胜利油田CCUS项目丰15区块二氧化碳1站现场。

提高政治站位,以高标准高定位融入品牌战略

始终把品牌建设作为增强影响力、提升竞争力、凝聚向心力的关键支撑,全面推动品牌试点规范创新。

坚持高站位、宽视野、大格局,积极融入集团公司品牌布局,系统谋划胜利品牌建设工作,有效将品牌战略融入勘探开发、生产经营全业务全过程,纳入油田“十四五发展规划”和“百年胜利战略规划”,进一步明确全产业链品牌塑造的着力点、品牌增值的发力点,引领推动油田可持续发展。

践行责任担当,以持续效益稳产筑牢品牌根基

始终将增储稳油降本、保障国家能源安全作为油田展现品牌价值核心。大力提升油气勘探开发水平,全面推进七年行动计划,持续保持高效增储、效益稳产的良好态势,推动较长时间内涵益稳产2340万吨以上、盈亏平衡点持续下降,努力当好国内油气增储上产推动者。今年,济阳拗陷页岩油实现商业产能的战略性突破,以实

际行动扛稳了能源央企责任担当。

积极践行绿色发展、奉献清洁能源,自觉融入黄河流域生态保护和高质量发展战略,加快地热、风能、太阳能等新能源开发利用,打造形成多能互补、低碳循环新模式,积极推进CCUS、CCS等脱碳产业发展,建设我国首个百万吨级CCUS项目,绿色能源正成为鲜明的品牌彰显。

强化创新驱动,以硬支撑提效率擦亮品牌成色

始终坚持把创新作为品牌建设的第一动力,坚持科技先行,全面聚焦打造技术先导型企业,培育创新生态,加大攻关力度。

持续锻造复式油气聚集区和隐蔽油气藏等相关“撒手锏”理论技术品牌,打造出一批具有核心知识产权、处于行业先进水平的理论技术,自主创新页岩油勘探开发、高温高盐聚合物驱提高采收率和CCUS等技术,为集团公司成为重要创新策源地、提升品牌“含金量”贡献了胜利智慧。

积极构建现代企业管理体系,聚焦油藏经营价值最大化,以变革性思维实施流

程再造、组织重构、资源优化,深化推进油公司体制机制建设、提升整体管理效能,努力培育具有市场影响力的业务品牌,以品牌驱动业务、以品牌拓展市场的格局初步形成。

厚植文化底蕴,以良好社会声誉展示品牌形象

充分发挥党建和思想政治工作优势,始终唱响“我为祖国献石油”主旋律,深挖石油精神石化传统时代内涵,打造系列优良传统教育基地,注入红色基因提升品质风范,凝炼“爱国、创业、创新、开放”的新时代胜利文化,将文化理念沉到基层、融入岗位,始终保持石油人的红色底蕴和战斗情怀。

深化推进品牌立体化传播,发挥“报刊台网端微”全媒体优势,组织“中国石化在山东”、公众开放日等品牌体验活动,聚焦胜利油田发现60周年,加大外宣推介力度,多篇报道登上央媒头版头条。增强品牌受众影响,深化油地融合发展、加大对口帮扶力度、助力湖北疫后重振发展,彰显特殊时刻央企“顶梁柱”作用,整体增强了中国石化品牌影响力和美誉度。

镇海炼化分公司

大力推进“321工程”开启品牌建设新局面

摘要:

镇海炼化作为品牌建设首批试点企业之一,围绕“五个一”工作任务,大力推进品牌建设“321”(“三有”“二常”“一融合”)工程,探索品牌与业务融合的路径与方法,积极为中国石化品牌走向世界领先探路引航。

持续加强“公众开放日”品牌的经验分享,“白鹭”品牌致力打造石化企业的白鹭自然保护区,“最强操作”竞赛连续5年为生产一线员工搭建竞技平台和展示舞台。



宁波大学留学生参加中国石化公众开放日镇海站活动。

“三有”:品牌建设有人说不、有人谋、有人干

强化宣传贯彻,培育品牌自信。坚持以文化润品牌,把石油精神、石化传统作为传家宝。全员全覆盖学习,把“品牌”列入中心组学习、干部政治学习、班组学习;开设品牌建设宣传贯彻培训班、工作坊。

站位排头,着眼增值。编制《镇海炼化“十四五”品牌建设规划》,多渠道探索品牌与业务的融合,助力企业高质量发展。2021年,部署“四大目标”“五项任务”,确保品牌建设工作往实处落、往深里走。建立“核心团队+品牌建设员”的工作网络。“核心团队”,即公司一把手领导,品牌部牵头,从发展部、计划部、生产部、安环部、企管部等主要部门优选骨干,成立工作专班。“品牌员”由“VI员”培训后转型,负责各单位品牌工作宣传贯彻执行。目前全公司50多家单位都有品牌员。

“二常”:品牌传播常做常新,VI管理常抓不懈

构建全媒体“正向发声”语境。从疫情防控、复工复产、攻坚创效到“扶贫带货直播”,通过线上线下主流媒体齐发声,共同唱出石化“好声音”。电视剧《大江大河2》曾在镇海炼化多处取景,公司借势做好品牌宣传,提升品牌热度,使更多人看到石油石化行业砥砺前行的奋斗缩影。

践行“品牌行动”输出品牌价值。持续加强“公众开放日”品牌的经验分享,“白鹭”品牌致力打造石化企业的白鹭自然保护区,“最强操作”竞赛连续5年为生产一线员工搭建竞技平台和展示舞台。

VI管理常抓不懈、精准规范,纳入月度岗检、半年度联检。

“一融合”:积极推进品牌与业务融合

从业务线切入探索品牌与业务融合,识别出发展、营销、生产、安环、

企管、传播6大类主营业务26条业务线,以此为基础建立起“业务与品牌结合点、品牌受众及感知、品牌建设目标”等8个业务线品牌建设维度。

业务线品牌建设牵引业务与品牌共生共荣。根据业务线的早中晚排序,从最早可以开展品牌建设的业务线入手。从生产端切入,致力向社会提供更多的产品及解决方案。从市场端切入,产销研用深度协同,提升品牌全球影响力,镇海炼化聚烯烃专用料出口欧美10多个国家。从发展建设端切入,全力推进镇海基地项目建设,全力打造技术先导型公司,坚定迈向高水平科技自立自强。从安全环保端切入,持续深化“网格化+专业化+规格化”大安全管理,率先实施“无废无异味绿色示范工厂”建设。从服务端切入,结合“数字镇海炼化”建设,构建更多更便捷的面向员工、用户、承包商、供应商等相关方的新协同模式,增强品牌黏性。

广东石油分公司

以客户为中心 以服务树口碑

摘要:

广东石油坚持协调发展战略,以提升客户体验为原则,着力打造“客户认同、行业领先”优质品牌。

打造“大湾区首座综合能源服务站”、中国石化充换电、光伏发电“双千座”网点。连续9年开展“情暖驿站”公益活动,吸引60多家政府单位、企业和媒体共同参与。通过营销品牌推动跨界发展,吸引外部资源投入,今年以来吸引行业客户累计投入4.9亿元资源。



11月30日,广东石油建成广州东明三路站,这是粤港澳大湾区首座“油气氢电服”综合能源服务站。

请社会监督员,开展“服务之星”评选,升级“神秘顾客”检验标准,推广智能客户服务评价系统,建立企业与客户“双向反馈”有效机制,让客户满意“看得见”。

树立新能源领域“创新引领”的品牌形象。加快建设集充换电站、光伏发电站、氢能、LNG于一体的“油气氢电服”综合能源服务网络。紧跟新能源发展步伐,密切企媒互动,以“大湾区新能源产业建设”的高度宣传造势,接连打造“大湾区首座综合能源服务站”、中国石化充换电、光伏发电“双千座”网点。

促融合,挖掘创效点提升品牌溢价力

融入经营,创新品牌营销。通过“一站一策”夯实管理基础,以点带面逐步打造样板加油站、样板经营部、样板市公司,推进加油站服务升级,带动“进站率、加满率、通过率、回头率、满意率”五率持续提升,将品牌优势转化成看得见的经营业绩。打造824座“司机之家”,日均服务超过20万卡司机,带动柴油业员增长近100万名。

融入创新,挖潜品牌价值。通过公益品牌聚集跨界资源,连续9年开展“情暖驿站”公益活动,吸引60多家政府单位、企业和媒体共同参与,打造政企、企企、企媒合作平台。通过营销品牌推动跨界发展,吸引外部资源投入。今年以来,线上跨界合作吸引了银行、保险、电信运营商等行业客户累计投入4.9亿元资源。

树理念,由内而外辐射品牌影响力

理念先行,分层分类开展品牌理念宣传贯彻。对中层以上管理干部,通过中心组学习、专家授课、外部交流等方式持续开展品牌理念培育,树立“品牌即是竞争力”意识。对省市公司机关人员,开展“品牌大家谈”,引导管理人员从自身工作实践谈认知、谈经验、谈建议。对基层一线员工,以品牌故事为载体,通过员工喜闻乐见的方式,逐步强化“爱护品牌”的意识。

文化借力,探索品牌建设与企业文化建设互融互促机制。结合品牌内涵,打造广东石油红色教育基地,以历史树品牌,以文化聚人心,引导员工始终保持广东石油人的红色底蕴和战斗精神。培育“百名企业文化宣讲员”,评选“千名卓越员工”,打造企业品牌代言人。

强内核,以客户为中心构建品牌竞争力

优化全场景品牌体验。把加油站打造成为“辐射范围内客户的最优选择”,着力提升客户品牌体验。完善设备设施VI规范,统一广告张贴,升级员工工服,让品牌形象“看得见”。开展“清洁革命”,推行“现场7S”管理,让清爽油站“看得见”。邀

易捷公司

“五位一体”打造中国零售领先品牌

摘要:

近年来,易捷公司大力提升品牌建设水平,促进品牌快速增值,形成了“五位一体”全面推进的品牌建设思路。

2021年易享节线下参与门店数量达1.64万家,成为国内线下最大的购物节。品牌价值从2018年的25.69亿元增长到2021年的184.61亿元,成为集团公司品牌价值最高的子品牌。



易享节期间,浙江杭州秋涛路加油站营造了浓厚的销售氛围。

提升产品服务质量,夯实品牌之基

易捷品牌成立伊始,就向广大消费者作出“万店无假货”承诺。多年来,易捷完善制度建设,开展各环节管控,为消费者严把质量关,以严格标准维护品牌信誉。建立严密的质量管理体系和食品安全管理体系,通过ISO 9001质量体系认证和ISO 22000食品安全管理体系认证。商品采购环节优选国际大品牌合作,提高统采比例;配送中心严格执行商品存储保管制度,启用商品封签管理和唯一编号管理;建立门店保质期日查制度,严格落实商品质量盘点制度,2020年度对2.7万门店及45处配送中心的6万余种商品进行专项质量检查及库存盘点工作。

培育孵化自有品牌,构建品牌矩阵

易捷构建了包含产品品牌、服务品牌、活动品牌、平台品牌的自有品牌矩阵。截至目前,已培育开发卓玛泉、长白山天泉、鸥露纸、赖茅酒、海龙燃油宝、尾气处理液等12个自有产品品牌,易捷咖啡、澳托猫两个服务品牌,易享节、微光计划两个活动品牌,以及易捷商城、易捷国际两个平台品牌,在不同行业的细分领域践行“品质生活、易捷随行”理念,开拓增长空间。

拓展多元服务业态,凝聚品牌合力

易捷以“更美好的人·车·生活”为核心理念,积极引入合作方资源,快速拓展汽服、广告、快餐、咖啡等新业务,全力打造“1+N”多方共赢平台。构建汽服体系,

积极与第三方汽服门店合作,目前全国汽服门店已超8600座。加快布局餐饮业务,与肯德基、麦当劳等合作形成的“加油吃鸡”模式成为加油站餐饮模式的典型代表,累计建成餐饮项目1100余座。今年与西贝、好伦哥等餐饮企业扩大合作范围。成立易捷咖啡合资公司,推动加油站咖啡业务规模化发展。

促进营销运营创新,激发品牌活力

打造易享节知名IP,2021年易享节线下参与门店数量达1.64万家,成为国内线下最大的购物节。活动期间,易捷开展线上线下媒体宣传和广告投放,易享节系列视频播放量超7000余万人次,易享节活动登上央视新闻联播,店庆日5天实现销售额27.2亿元。推进运营数字化创新,构建“加油中石化”全国统一平台。有效整合线上线下渠道,构建扫码购、易捷到车、易捷到家、无人值守洗车等智慧场景,开启智慧零售新生态。

积极服务国家战略,彰显品牌使命

新冠肺炎疫情期间,火速跨界“卖口罩”,推出“一键到车”无接触服务,开展“我有易捷店,谁有滞销品”公益活动,解决“市民买菜难、农民卖菜难”问题,荣获“我喜爱的中国品牌”“匠心品牌奖”“亚洲便利店社区服务与支持奖”等国际内奖项。

利用渠道优势开展产业扶贫。产业援藏打造的“易捷·卓玛泉”成为西藏水产业龙头品牌,截至目前,为西藏自治区贡献税收2.47亿元。今年,易享节发布乡村振兴行动和关注乡村教育的“易捷微光计划”。

润滑油有限公司

创新引领 品质保障 打造世界级润滑油品牌

摘要:

伴随新中国工业化发展历程,长城润滑油逐步构建起以服务航天为差异化特征的品牌体系。润滑油公司积极落实集团公司品牌战略,推进品牌建设与业务发展的深度融合,进一步培育企业竞争优势。

长城润滑油是国内唯一、世界少数几个掌握航天润滑技术的公司,打破了国外对高端装备核心润滑技术的垄断,被誉为“大国重器背后的隐形力量”。产品销往70多个国家和地区,并在新加坡投资建设了中国首家海外润滑油工厂。

提高站位,品牌理念树起来

成立品牌建设领导小组,确立打造世界领先润滑油企业和塑造世界级品牌的战略目标和行动方案。将“高科技、高品质、国际化”作为品牌定位的核心要素,以“航天级润滑保护”作为品牌个性,以“科技引领、品质可靠、服务至上、精细管理”为品牌支柱,以“创新科技,让运转的世界更轻松”为品牌理念,以“专业、专注、专家”为品牌承诺,构成了长城润滑油品牌战略的核心内容。

坚守社会责任,从初心看品牌。长城润滑油把“每一滴油都是承诺”的理念作为目标要求和工作标准,将社会责任固化到品牌发展、生产运营、科技创新、质量管理和人才培养等具体战略当中,将“履行社会责任”定为两大发展目标之一。

拓展全球视野,从世界看品牌。长城润滑油已成为亚洲最大、国际知名的润滑油研究、生产、销售、储运一体化的专业公司。

坚持市场导向,从竞争看品牌。2020年开始,以搭建“万站、万店”网络为目标,通过打造“线上销售、加油站提货、线下换油”的车用润滑油新零售模式,加快构建与“人、车、生活”消费理念紧密结合的产业生态圈。



9月24日,润滑油公司开展“喜迎国庆,感恩回馈”主题高档汽油机油商品直播带货活动。

瞄准一流,品牌价值创出来

塑造中国的世界级品牌是实现公司高质量发展的战略行动。

创新为先,激活品牌价值的源泉。长城润滑油自主研发7大类50多种航天润滑产品,形成了节能润滑技术、排放控制技术、环保润滑技术、低温保护技术、清洁能源适配、衰变控制技术。作为中国高端装备制造业的支持者与参与者,长城润滑油为高铁、“雪龙号”、“蛟龙号”、“华龙一号”等众多“大国重器”提供配套润滑保障,打破了国外对高端装备核心润滑技术的垄断,被誉为“大国重器背后的隐形力量”。

管理为要,助力品牌价值的提升。全面推行精益化管理,实现品牌建设与服务发展紧密联动,促进品牌与业务的融合。

品质为基,缔造品牌价值的载体。牢牢树立“质量第一”“每一滴油都是承诺”的价值理念,聚焦价值创造,持续完善质量管理和保证体系。公司成立以来,接受国家及地方行政机构产品抽查千余次,合格率100%。

久久为功,品牌形象亮起来

近年来,长城润滑油努力与社会公众特别是消费者进行有温度的沟通,把握全媒体时代媒体深度融合的趋势,讲好品牌故事,将业务的宣传转变为品牌的体验,让长城润滑油更可亲近。

面对新的历史机遇和风险挑战,长城润滑油将以打造中国的世界级润滑油品牌为目标,不断强化品牌理念,推进长城润滑油从业务驱动发展到品牌驱动的新阶段。