



牢记嘱托 再立新功 再创佳绩 喜迎二十大

编者按:

2月18日“北京2022云展厅”中国石化品牌日活动中,中国石化综合加能站以全新形象正式亮相。功能更加完善、形象更加靓丽、体验更加舒适的综合加能站,旨在进一步提升中国石化的窗口形象和市场竞争力,加快向“油气氢电服”综合能源服务商转型,让每一位来到加能站的消费者都能轻松愉悦地消费购物。

中国石化为什么要开展加能站形象迭代工作?设计理念是如何延伸和突破的?新形象站点改造是一项长期性、系统性的工作,应如何积极推进标准的落实落地?将会对打响和擦亮中国石化品牌发挥怎样的作用?围绕这些问题,本期特邀请销售公司党委书记、董事长陈成敏进行解读,敬请关注。

本版文字由本报记者雷蕾 通讯员魏富盛 梁爽于慧整理 图片由梁爽提供



●新版罩棚

檐口采取弧形结构替代以往直角转边,以斜切角替代传统的满天星造型。

●加油岛造型

设计借鉴卯榫结构
由4个模块组成
○能源信息模块
○广告模块
○造型包柱
○油品导向标识



用新形象打造更多优质综合服务体

- 销售公司将加快打造“油气氢电服”综合加能站,锻造强韧高效产业链
- 中国石化综合加能站新形象标准推广工作,为亿万消费者提供高质量的“中国石化服务”
- 新形象“新”在设计思路、“新”在设计灵感、“新”在功能设计
- 新形象综合加能站的精品网络将逐步布局,今年力争完成800座,“十四五”期间力争完成5000座

问:此次发布的是中国石化综合加能站新形象,从加油到加能,一字之差背后有着怎样的变化和考量?

答:随着新能源格局不断延伸,广大客户对中国石化期待和要求不断提高,已经远超“加油”的范畴,希望能够在加油站满足人、车、生活的一站式需求。打造国际一流、形象靓丽、服务齐备的综合加能站,实现工业元素向商业元素转变,由单一油品经销商向综合能源服务商转型升级,为客户提供油气氢电等多种能源供给和汽服、餐饮、便利店等多业态服务,成为中国石化的不懈追求。

为此,销售公司加快打造“油气氢电服”综合加能站,锻造强韧高效产业链,“十四五”期间规划建设1000座加能站、5000座充换电站、7000座分布式光伏发电站点。目前已建成加能站74座、充电站1212座、换电站83座、分布式光伏发电站点1048座。同时,在加油站设置爱心驿站、司机之家公益专区,让环卫工人、快递小哥等户外劳动者在中国石化感受到温暖,在黄金位置专门设立帮扶产品销售区,让更多产品从田间地头走上百姓餐桌。

问:加能站是销售公司服务消费者的终端,其品牌形象对销售公司来说意味着什么?

答:统一鲜明的品牌形象是社会公众认识品牌的第一步。加能站品牌形象是公司竞争力的综合体现,是公司赖以生存的“品牌工程”,是吸引客户的“饭碗工程”,打造国际一流、形象靓丽、服务齐备的加能站终端网络,是销售企业的生存之本。

去年以来,销售公司在对标国际一流能源公司的基础上,立足客户需求,积极推进中国石化加能站形象迭代工作,完成了中国石化综合加能站新形象标准的制定工作,既能够满足广大消费者需求,改善他们的消费体验,又能够提升中国石化窗口形象和市场竞争力,对加快“油气氢电服”综合能源服务商转型具有重要的意义和价值。

当前,中国石化正全力打造世界领先洁净能源化工公司。在这一大背景下,中国石

化推进综合加能站新形象改造是一次打造精品网络、满足客户需求、提高核心竞争力的重要机遇,是实现公司世领先发展战略、推进绿色低碳和加快新能源发展的必然要求。中国石化将秉承“以客户为中心”的经营理念,打造更多优质综合服务体,为亿万消费者提供高质量的“中国石化服务”,让每一位来到加能站的消费者都能轻松愉悦地消费购物,让中国石化“党和人民好企业”“负责任国际化大公司”良好形象深入人心。

问:新形象站看上去高端大气,具体来说“新”在何处?

答:“新”在设计思路。综合加能站新形象设计工作坚持以客户为中心,秉承“洁净低碳、传承呼应、品质高效、创新智慧”的设计定位,以“传承企业文化,赓续红色基因、呼应初心使命、引领时代潮流”为设计目标,推进中国石化综合加能站的形象升级迭代。

“新”在设计灵感。新形象站整体设计灵感来自古代木艺建筑中的卯榫结构,以卯榫的牢固之态、工匠的专注之心融入设计理念,传达了中国石化乐于奉献、奋斗不息的匠人精神,以及综合加能站安全稳固的外现形象。加油站整体设计红白相间、整洁大方;造型上采用去直角化,并简化辅助图形;灯箱、立柱等融合展现了中国建筑工艺之美。

“新”在功能设计。新形象站更加智能,集成智慧支付、智慧营销、智慧物联、智慧监管等多项数字化功能,能够有效提升站点经营效率和服务品质,例如通过实时统计分析进站车流,可以推算加油高峰期,进而合理配置工作人员,缩短客户等待时间;更加环保,一方面在材质上大量使用绿色环保建材,引入新技术新工艺,降低能耗、增强质感,另一方面在数字管理平台上对站点光伏发电量、总用电量等数据进行统计分析,更好地把控站点碳排放水平;更加降本,成本上按照以形象促服务、促销量的原则,用模块化思维进行建设,压缩施工周期、便于维修保养,进一步提升性价比。

问:员工的新工装也令人眼前一亮,相比过去有哪些改进?

答:员工新款工装设计突破了20年传

统工装设计风格,采取现代化商业的设计思路,色彩款式上更具年轻活力和朝气,拉近了员工与顾客距离;面料工艺上更有弹性、更加轻薄,穿着更轻便、更舒适;工装以颜色区分岗位,工装中增加的红色与企业主色调的石化红交相辉映,符合品牌需要,符合员工期待,符合时代气息,与率先进入国际一流的愿景更加匹配。

问:中国石化有3万余座加油站,如何推进新形象改造?

答:新形象站点改造是一项长期性、系统性的工作。过去的一年,销售公司紧锣密鼓、加班加点,制定出的全新的《中国石化综合加能站形象标准手册》,是在2010版标准基础上进行的全面升级。各销售企业将加强组织和协调,明确形象改造工作的管理机制。同时,从做好第一座样板站开始,逐步布局新形象综合加能站的精品网络覆盖,把这项工作当作落实“以客户为中心”和提升企业品牌形象的关键项目。

新版《中国石化综合加能站形象标准手册》根据加油站不同规模和地理位置,设置了旗航站、标准站、普通站三个标准,各销售企业应本着节约实用原则,科学合理进行软硬件选配。在设计上抓住品牌柱、檐口、吊顶、泵岛、门头、洗车房等最能展示加能站形象的关键点,充分考虑形象与功能、局部与整体的和谐统一,坚持因地制宜,一站一设计。

按照中国石化“十四五”规划安排,根据分级分类、分步实施的原则,销售公司有序推进加油站新形象改造,全年力争完成800座,“十四五”期间力争完成新形象站点5000座;其他非形象改造站将随隐患治理、提量改造、夜间亮化提升等方式逐步

迭代,有序推进,为满足人民美好生活需求提供全方位的服务体验。



访谈嘉宾:陈成敏
销售公司党委书记、董事长



中国石化首座新形象站

作为中国石化国内首座全新形象标准综合加能站,北京石油实润站代表着中国石化加能站未来的发展方向,对油品销售企业加快推进向“油气氢电服”现代化综合能源服务商转型升级,具有重要的借鉴意义和推广价值。

实润加油站位于朝阳区亮马桥甲38号,之前于2008年奥运会前完成形象改造,距今已有14年。去年9月,该站被选定为中国石化新形象提升试点站,品牌柱、檐口标识、加油岛造型、便利店外立面、自助洗车房等改造后都焕然一新,令人眼前一亮,一起来看看吧!



●便利店外立面

以红色勾边加衬白色背板的结构,凸显了门店招牌形象。

●自助洗车房

安装隧道式自助洗车机设施,外观采用曲线造型、层叠式结构,呼应了檐口和品牌柱的圆角设计。



评论

“换装”之后是“换芯”

中国石化加油站焕新了!这是这家能源央企努力为亿万消费者提供高质量“中国石化服务”的最新大动作。

中国石化拥有遍布全国的3万座站点,更新品牌形象,做强做优品牌,是避免同质化竞争、迈向价值链高端的必由之路,更是迎合大众提升消费需求体验的必然要求。

从加油站到加能站,一字之差折射中国石化坚持人民至上、提供更多优质洁净能源产品的追求。从传统形象到新形象,面貌变化体现出中国石化为广大消费者营造舒适、温馨、便捷消费环境的努力。

形象靓丽、服务齐全的终端网络,是销售企业的生存之本。从外在形象看,新形象站在站点设计上融合展现了中国传统工艺之美,在工装设计上与石化红这一中国石化主色调交相辉映,在站点功能上更加多元、更加环保、更加智能,硬实力具有了相当的国际水准。

从内在服务看,中国石化销售企业今年全面开展“加油站服务提升百日竞赛”活动,着力用明显改善的客户消费环境、大幅提升的员工服务质量、显著提高的加油站及便利店运营效率及风险防控能力赢得客户口碑,软实力必将迈上一个新台阶。

新形象站建设是一项品牌工程,并非一蹴而就就能实现,而是需要坚持不懈持久发力。下一步,销售企业应以“换装”为契机做好“换芯”工作,秉承“以客户为中心”的经营理念,软硬件齐发力,软硬实力同提升,打造更多优质综合服务体系,为广大消费者提供更好的体验,持续增强扩量增效的能力,在服务人民美好生活上再立新功、再创佳绩。

