



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快地消费购物。

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?将会对叫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

中国石化加能站
换新装啦!

视觉形象靓丽、功能体验完善,
2022年力争改造新形象站点800座,
“十四五”期间力争完成5000座

打卡

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,北京石油实洞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。

实洞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!

品牌柱

由5个模块组成

- 石化朝阳标识
- 易捷品牌标识
- 爱跑 Xpower 品牌燃油
- 油品价格信息
- 辅助服务信息

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



访谈嘉宾:陈成敏
销售公司党委书记、董事长

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座加氢站、5000座充换电站、7000座分布式光伏发电站点。目前,已建成加氢站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展示区,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、服务齐备的综合加能站终端网络,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,是实现公司世界领先发展方略、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快地消费购物,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、奋斗不止的匠人精神,以及综合加能站安全稳固的外观形象。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电量、总用电量等数据进行统计分析,更好地把控站点减碳水平;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》根据加能站不同规模和地理位置,设置了旗舰店、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,坚持因站制宜,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。

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3万多个站点,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、服务齐备的终端网络,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建筑工程之美,在工美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、显著提高了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,打造更多优质服务体,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。