



建设质量强国 畅享中国品牌

中国品牌日
CHINA BRAND DAY

中国品牌·世界共享
CHINA BRAND·WORLD SHARING

编者按:今年2月,习近平总书记主持召开中央全面深化改革委员会第二十四次会议时强调,要“加快建设一批产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流企业”。

去年12月15日,中国石化召开首次品牌建设工作会议,明确提出要在打造享誉全球的中国品牌上有所作为、有所建树,在建设品牌强国的宏伟进程中彰显“大国重器”的责任担当。

今年5月10日,我们迎来第6个中国品牌日。本期专题展示中国石化品牌建设工作成果,分享品牌建设试点企业及优秀子品牌经验做法,并邀请专家学者共同探讨特色品牌建设路径,敬请关注。

中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变

打造卓著品牌 迈向世界领先



中国石化
SINOPEC



BEIJING 2022

北京2022年冬奥会官方合作伙伴
Official Partner of the Olympic Winter Games Beijing 2022

能源至净 生活至美

产品卓越 品牌卓著 创新领先 治理现代

中国石化十大技术品牌

- 千万吨炼油成套技术
- 海相碳酸盐岩油气勘探开发技术
- 高效环保芳烃成套技术
- 百万吨乙烯成套技术
- 页岩气勘探开发技术体系
- 选择性加氢—催化裂化生产高辛烷值汽油或芳烃料技术
- 丙烯腈成套工艺技术
- 沸騰床渣油加氢技术
- 陆相断陷盆地隐蔽油气藏勘探技术
- S Zorb吸附脱硫技术

品牌战略

本报记者 孔煜也

2022年2月4日晚,北京“鸟巢”国家体育场,火炬“飞扬”被稳稳放入“大雪花”中央,在万众瞩目中燃燃微火升入空中。碳纤维编织的“飞扬”外壳,清静氢点燃奥运火炬,清洁能源保供冬奥赛事,中国石化全力以赴为2022年北京冬奥会和冬残奥会基础设施建设和赛事运营提供保障,讲述了人文自然与现代科技深度融合的中国品牌故事。

党的十八大以来,习近平总书记高度重视中国品牌,明确要“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”。今年2月,习近平总书记指出,要“加快建设一批产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流企业”。

中国石化深入贯彻习近平总书记重要指示精神,董长马永生在会上提出,要大力塑造品牌形象,形成与公司规模实力相匹配的影响力,让品牌立得住、传得开、叫得响,在打造享誉全球的中国品牌上有所作为、有所建树,在建设品牌强国的宏伟进程中彰显“大国重器”的责任担当。

“十四五”时期,中国石化以打造“软硬实力皆位居行业前列的世界领先品牌”为目标,努力为亿万消费者提供高质量的“中国石化服务”

让中国石化品牌立得住传得开叫得响

特色定位,让品牌立得住

“开年十几年,也经常到加油站购物,易捷带给我的不仅是方便,还有放心。”浙江杭州出租车司机吴才昌是中国石化加油站多年的老顾客,向易捷竖起大拇指。正是千万顾客好评的点滴积累,成就了易捷184.61亿元的品牌价值。

品牌的定位是品牌建设的基石。精准有特色的定位能为品牌建设注魂赋能,更有利于抓住消费者的好奇心、共鸣点和消费欲。为此,中国石化提出“创新引领行业未来,责任创造美好生活”的品牌主张,并围绕这一定位形成了“单一主品牌、少量优质子品牌”架构模式,聚焦集团品牌力的提升,着力打造少部分具备高附加值、有市场差异化需求的业务品牌,发挥母子品牌协同效应,凸显品牌核心竞争力。

目前,中国石化已经打造形成一批具有全球影响力的子品牌,包括十大优秀技术品牌及11个优秀产品品牌、服务品牌、要素品牌。据2021年中国品牌价值评价信息,5个业务品牌在各自行业中表现出色。其中,易捷品牌价值达到184.61亿元。易派客全面打造阳光、诚信、可靠的世界领先工业品电商品牌,品牌价值达到104.72亿元。长城润滑油强化品牌经营理念,实现品牌驱动型发展,品牌价值达到87.23亿元。东海牌沥青积极参与国家重大工程基础设施,品牌价值达到14.63亿元。中国石化机械致力推进品牌提升战略,树立行业高端品牌形象,品牌价值达到5.8亿元。

讲好故事,让品牌传得开

在广东东莞石油东达加油站环卫驿站,刘阿伯早上接热水泡茶,中午用微波炉热午饭,还能吹会儿电风扇休息,前来探亲的老伴儿看到后十分放心。中国石化在全国建成2300个“爱心加油站·环卫驿站”,为环卫工人及交警、快递员等有需要的人群留一盏灯、备一杯茶。

中国石化围绕品牌理念进行全产业链品牌建设,构建全媒体品牌传播矩阵,持续寻找与受众的触点提供点、情感共鸣点,围绕“能源至净、生活至美”品牌承诺,讲述公司为全球民众带来美好生活的能源转型品牌故事。

“能至净”,讲述清洁能源和绿色产品故事,赢得利益相关方的情感认同、理念认同和价值认同。中国石化牵头进行冬奥火炬研发攻关和量产工作,实现全球首次以碳纤维复合材料制作奥运火炬外壳,创新使用氢能

全球看中国石化

- 品牌价值3085.91亿元人民币,位居中国能源化工行业第一、全国第三
- 《财富》世界500强企业排名第5位
- 炼油能力全球排名第1位
- 化工品销售额全球排名第2位
- 加油站数量全球排名第2位

数说品牌

“十三五”期间

- 供应洁净燃料10.6亿吨
- 供应化工产品超4亿吨
- 获得国家技术发明奖8项
- 获得国家科技进步奖20项
- 获得授权专利2.4万件
- 获得中国专利金奖2项、银奖7项、优秀奖奖30项
- 定点扶贫和对口支援的8个县全部实现脱贫摘帽

试点企业

胜利油田以创新驱动品牌建设

本报讯 记者于佳 通讯员翟晓晨报道:4月的油城,苍翠欲滴,繁花似锦。4月19日,胜利油田党委理论学习中心组组成员重走习近平总书记视察路线,重温总书记殷切嘱托,激发奋进动力。同一天,以“牢记嘱托担使命 高举旗帜向百年”为主题的新时期价值宣讲会召开,现场的每一名观众真切感受着石油精神的磅礴。

近年来,胜利油田把品牌建设作为增强影响力、提升竞争力、凝聚向心力的关键举措,突出品质、品格、品位的叠加效应,实现中国石化品牌效应在上游企业落地。

胜利油田传承红色基因,始终唱响“我为祖国献石油”主旋律,深挖石油精神、石化传统的时代内涵,将增储稳油降本、保障国家能源安全作为展现品牌价值的核心,当好国内油气增储上产推动者,不断提

程曼丽,北京大学国家战略传播研究院院长、北京大学新闻与传播学院教授

2021年5月31日,习近平总书记在看主持中央政治局第三十次集体学习时强调,必须加强顶层设计和研究布局,构建具有鲜明中国特色、国际影响力和竞争力的国际传播格局,着力提高国际传播能力、中华文化感召力、中国形象亲和力、中国话语说服力、国际舆论引导力。中国企业在国家传播体系构建中发挥着重要作用。企业应想方设法讲好中国品牌故事,助推国家形象和企业形象同步提升。

当前,国际形势复杂多变,跨文化交流仍颇具挑战。为切实提高国际传播能力,企业需要统筹谋划,从“做”与“讲”两方面齐头并进,讲好中国故事。

“做”好是“讲”好的基础。在这种前提下,首先要保证产品质量过硬,在当地形成良好口碑。同时,要与当地各方人员机构加强交往,以“人类命运共同体”为价值观指导,在海外开展生产经营活动,实现互利共赢。我在海外访问调研时,发现一些“一带一路”沿线国家对中国企业很欢迎,这是

王琳,中国质量协会秘书长、品牌分会副会长

2月28日,中央全面深化改革委员会第二十四次会议审议通过《关于加快建设世界一流企业的指导意见》,提出“加快建设一批产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流企业”的战略要求。培育具有全球竞争力的世界一流企业,是党的十九大对国有企业改革发展作出的重大部署,也是新时代赋予国有企业的使命。

当前,全球价值链重进入关键时期,产业发展正由制造导向转为创新驱动、品牌导向,品牌在竞争中的作用日益凸显。在迈向世界一流品牌的途中,企业需要做到“价值升维”,建立价值管理体系,识别企业的主要价值链乃至价值链,强化品牌在驱动企业经营过程中的导向作用。

在社会化媒体大发展的时代,舆论平台多元叠加,舆论场价值立体呈现,社会公众更希望感受到人格化、有温度的品牌形象。国资央企品牌工作也面临着矛盾,即企业贡献和社会认知之间的不平衡、价值输出与社会认知之间的不充分。因此,国资央企打造世界一流品牌,要聚焦品牌工作的主责,关注品牌价值的“双向”输出。一方面,要融入国家历史进程,倡导国家公共价值,塑造国家整体品牌形象;另一方面,要融入人民的生

中国石化机械

整合优势资源实现高效传播

- 品牌荣誉
- 特色做法

长城润滑油

拓展定位打造“有温度”品牌形象

- 品牌荣誉
- 特色做法

易捷

贴近用户搭建“人·车·生活”综合服务平台

- 品牌荣誉
- 特色做法

易派客

立足品牌与业务融合“让采购更专业”

- 品牌荣誉
- 特色做法

东海牌沥青

参与国家重点工程打响“基建”高端招牌

- 品牌荣誉
- 特色做法

全球看中国石化

- 品牌价值3085.91亿元人民币,位居中国能源化工行业第一、全国第三
- 《财富》世界500强企业排名第5位
- 炼油能力全球排名第1位
- 化工品销售额全球排名第2位
- 加油站数量全球排名第2位

数说品牌

“十三五”期间

- 供应洁净燃料10.6亿吨
- 供应化工产品超4亿吨
- 获得国家技术发明奖8项
- 获得国家科技进步奖20项
- 获得授权专利2.4万件
- 获得中国专利金奖2项、银奖7项、优秀奖奖30项
- 定点扶贫和对口支援的8个县全部实现脱贫摘帽

胜利油田以创新驱动品牌建设

本报讯 记者于佳 通讯员翟晓晨报道:4月的油城,苍翠欲滴,繁花似锦。4月19日,胜利油田党委理论学习中心组组成员重走习近平总书记视察路线,重温总书记殷切嘱托,激发奋进动力。同一天,以“牢记嘱托担使命 高举旗帜向百年”为主题的新时期价值宣讲会召开,现场的每一名观众真切感受着石油精神的磅礴。

近年来,胜利油田把品牌建设作为增强影响力、提升竞争力、凝聚向心力的关键举措,突出品质、品格、品位的叠加效应,实现中国石化品牌效应在上游企业落地。

胜利油田传承红色基因,始终唱响“我为祖国献石油”主旋律,深挖石油精神、石化传统的时代内涵,将增储稳油降本、保障国家能源安全作为展现品牌价值的核心,当好国内油气增储上产推动者,不断提

镇海炼化全产业链提升品牌影响力

本报讯 5月,镇海炼化的上空,成百上千的鹭鸟嬉戏飞翔,成为宁波市最美的一景。石化企业中的白鹭自然保护区,为企业高质量发展代言,成为中国石化“能源至净、生活至美”品牌承诺最有力的注脚。

当前,镇海炼化正持续打造企业与自然、企业与社会、企业与地方、企业与员工“四个共同体”,持续推进品牌与业务融合,传播中国石化品牌情怀。

在生产端,奉献更多清洁产品,夯实品牌之基。镇海炼化致力开发各类高端石化产品,引领行业更为洁净、更可持续。镇海炼化生产的生物航煤应用中国石化自主研发技术,使我国成为全世界拥有生物航煤技术的四个国家之一。

在市场端,产销协同与深度协同,提升品牌影响力。以高效的客户服务机制和专业化服务团队,快速响应客户需求,客户满意度连续11年增长。2021年镇海炼化聚烯烃专用料出口欧美10多个国家,为中国石化“能源至净、生活至美”品牌承诺最有力的注脚。

在品牌端,持续提升发展能力,为品牌赋能。镇海炼化形成了2700万吨/年炼油和220万吨/年乙烯的生产能力,成为国内最具竞争力的炼化企业。积极推进上下游一体化协同发展,已有70余460多公里输煤管道与园区工厂连接,实现了产业共建、资源共享、利益共赢。

在安全环保端,向“净零”迈进,彰显品牌绿色调性。全面推行“管理网格化+技术专业化+现场规格化+行为规范化”大安全管理,率先实施“无废异味绿色示范工厂”建设,是首批获得中国石化绿色认证的示范企业之一,也是国内首家被评定为ISRS6级的炼化企业。(庄美琦)

广东石油探索品牌与业务有效融合

本报讯 记者黄嘉莉报道:4月28日凌晨3时,位于韶赣高速公路服务区的广东韶关石油机耕加油站车棚络绎不绝。“这里场地大,够亮堂,我们都喜欢来这里加油!”物流车司机刘师傅道出了这里“生意兴隆”的秘密。通过亮灯亮店工程、厕所革命等系列行动,广东石油聚焦市场开拓、业务融合,形象提升三方面,大力推进品牌竞争力提升。

立足市场,快速释放品牌溢价红利。广东石油摸索出一条既能有效开拓市场又能快速复制推广的路径。瞄准用户体验与需求,立足现有条件,通过自办修、小资金投入等方式开展低成本改造。2021年以来,打造21个样板店工程,476座标杆加油站,打造一个复制一个,“小步快跑”迅速提升加油站管理水平,客户满意度提升3.3%。

立足融合,为业务推广注入品牌动力。转变品牌工作模式,成立领导专班子牵头的品牌建设领导小组,将品牌建设纳入战略层面,从人员、制度、资金等方面予以保障与支撑。夯实执行层面运作机制,打破专业线条隔阂,成立多部门融合的品牌专业团队,将品牌化运作思维融入业务工作全过程,将零散的、阶段性的营销活动升级为品牌推广项目,让业务工作进展更强大、更持久的影响力。

在安全环保端,向“净零”迈进,彰显品牌绿色调性。全面推行“管理网格化+技术专业化+现场规格化+行为规范化”大安全管理,率先实施“无废异味绿色示范工厂”建设,是首批获得中国石化绿色认证的示范企业之一,也是国内首家被评定为ISRS6级的炼化企业。(庄美琦)