



建设质量强国 畅享中国品牌
中国品牌·世界共享
CHINA BRAND·WORLD SHARING

编者按:今年2月,习近平总书记在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。

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
- 沸腾床渣油加氢技术
- 陆相断陷盆地隐蔽油气藏勘探技术
- S Zorb吸附脱硫技术

专家视点

树立战略传播意识 讲好中国品牌故事



程曼丽,北京大学战略传播研究院院长、北京大学新闻与传播学院教授

因为中国企业为当地带来了工作机会,甚至帮助他们发展起自给自足的第三产业及惠民工程等。通过这些事实,好事,当地政府和群众对中国品牌就有了最基本的正面认知和良好口碑。

基础打好了,就要考虑“讲”的问题。对企业来说,要围绕我国战略传播体系,结合企业所在地实际情况,有针对性地制定品牌传播策略。

对于中国石化这样的央企来讲,在国际传播中要发挥特色优势,把对品牌战略的认知上升到国家战略传播体系的层面,构建具有鲜明中国特色的战略传播体系,加强品牌传播能力建设,这应该成为企业在海外生产经营的“方法论”。企业不仅要拓展国际视野,在对外宣传中发挥主力军作用。

企业形象是国家形象是密不可分的,对国家形象的维护是打造优秀企业品牌的前提。目前,我国国际传播还面临着一些难题,西方媒体主导的议程设置对中国国家形象带来了一些负面影响。面对这种情况,企业也可以参与到战略传播的大局中,灵活发挥区位优势,充分利用在海外建设起来的平台及长期积累的资源,发挥海外传播阵地作用,积极引导海外舆论。这就要求企业做出顶层设计的统筹谋划,“从做”与“讲”两方面齐头并进,讲好中国品牌故事。

当前,国际形势复杂多变,跨文化交流仍颇具挑战。为实现提高国际传播能力,企业需要统筹谋划,“从做”与“讲”两方面齐头并进,讲好中国品牌故事。

“做”好是“讲”好的基础。在这种情况下,首先要保证产品品质过硬,在海外赢得良好口碑。同时,要与当地各分支机构加强交往,以“人类命运共同体”为价值观指导,在海外生产经营,实现共同利益。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

(本报记者 孔煜也 采访整理)

“价值升维”打造世界一流品牌



王琳,中国质量协会副秘书长、品牌分会副会长

活,引领大众消费升级,把品牌价值输出和服务社会紧密结合起来。在突破产能中和的大背景下,中国石化“至净·至净·至美”的品牌承诺正是对这双向价值承诺的最好注解。

要实现“价值升维”,制定科学的品牌战略尤为重要。企业要通过顶层设计、系统规划,将品牌作为企业战略的有机组成部分,将品牌建设的要求贯穿于企业运营的各个方面,实现品牌战略与企业经营的有机结合。

高效整合企业资源是制定科学品牌战略的前提。对于企业来说,品牌是品牌之基,创新是品牌之核,责任是品牌之根,文化是品牌之魂,要从这些方面实现全方位品牌建设。以中国石化品牌发展为例,长海牌沥青将高品质作为打造品牌竞争力的关键,促进企业文化与企业的深度融合,实现优秀品牌价值。

当前,长海牌沥青在市场竞争中脱颖而出,品牌价值不断提升,在迈向世界一流品牌的进程中,长海牌沥青将高品质作为打造品牌竞争力的关键,促进企业文化与企业的深度融合,坚持科技先行,实现技术创新品牌化;广东石油打造多个公益项目品牌,塑造了良好形象,实现社会价值最大化;易捷公司紧密围绕客户需求,输出有温度的企业文化,实现优秀品牌价值。

在社会诚信体系建设的大形势下,舆论平台多元叠加,舆论场价值链条交织,社会大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,即社会效益和品牌认可之间的关系,品牌资产是长期和累积的,企业需要处理好几对关系:一是战略与战术的关系,打造一流品牌是战略目标,需要差异化战术实现目标;二是处理好长远和当下的关系,品牌资产是长期和累积的,要统筹兼顾当下利益和长远利益之间的协调统一;三是处理好提升核心竞争力与扩大规模之间的关系,要善于将核心竞争力转化为品牌优势,再利用品牌优势扩大规模。

在社会诚信体系建设的大形势下,舆论平台多元

(本报记者 任卓 采访整理)

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



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

“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”

品牌战略

让中国石化品牌立得住传得开叫得响

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,在万众瞩目中燃烧着微火升入空中。碳纤维编织“飞扬”外壳,清洁氢气点燃奥运火炬,洁净能源保供冬奥赛事,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建设,明确提出“推动中国制造业向中国创造转变,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,去年12月召开首次品牌建设工作会议,党组书记、董事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。

目前,中国石化已经打造形成一批具有全球影响力的产品品牌,包括十大技术品牌及11个优秀产品品牌、服务品牌、要素品牌。据2021年全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,易捷致力于打造更美好的“人·车·生活”综合服务生态圈,品

特色定位,让品牌立得住

“开车十几年,也经常到加油站购物,易捷带给我们不仅是方便,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。正是千万顾客好口碑的点滴积累,成就了易捷184.61亿元的总品牌价值。

品牌定位是品牌建设的基本理念。精准有特色的定位能为品牌建设注入灵魂,更有利抓住消费者的奇点、共鸣点和消费欲。

“中国石化坚持‘质量永远领先一步’”每一滴油都是承诺”理念,把质量贯穿生产经营的全过程,打造行业品质标杆,以过硬质量提升品牌生命力。追求持续创新,聚焦打造技术先导型公司,担当国家战略科技力量,大力推进技术创新、产品创新、管理创新、商业模式创新,用“专精特新”为品牌竞争提升不断注入源头活水。加快绿色发展,在全方位提升能源供给保障能力的基础上,推进传统能源低碳转型,擦亮品牌环保底色。

同时,中国石化立足“中国品牌·世界共享”的全球视野,加快国际化发展布局,被中宣部评为“央企国际传播的‘排头兵、领头羊’”。截至目前,中国石化海外媒体矩阵粉丝突破438万,中国石化成为全球粉丝数量最大的能源企业之一,海外正面报道量居央企第一。

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,持续寻找与受众的价值共振点、情感共鸣点,围绕“能净·能净·至净·至美”品牌承诺,讲述公司为全球人民带来美好生活的能源转型品牌故事。

“能源至净”,讲好洁净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,创新使用氢能和碳纤维技术,助力绿色奥运,获得广泛好评。

“生活至美”,为公众提供优质产品,满足人民群众对美好生活向往。经过多年努力,中国石化形成一批社会效益影响力的社会责任品牌故事。面对国家大事,更能担起责任担当。中国石化在脱贫攻坚战中全力以赴,对口支援和定点扶贫的8个县全部实现脱贫摘帽。新冠肺炎疫情暴发初期,76天建成16条熔喷布生产线,全力扩产保供。

同时,中国石化坚持“质量永远领先一步”每一滴油都是承诺”理念,把质量贯穿生产经营的全过程,打造行业品质标杆,以过硬质量提升品牌生命力。追求持续创新,聚焦打造技术先导型公司,担当国家战略科技力量,大力推进技术创新、产品创新、管理创新、商业模式创新,用“专精特新”为品牌竞争提升不断注入源头活水。加快绿色发展,在全方位提升能源供给保障能力的基础上,推进传统能源低碳转型,擦亮品牌环保底色。

同时,中国石化立足“中国品牌·世界共享”的全球视野,加快国际化发展布局,被中宣部评为“央企国际传播的‘排头兵、领头羊’”。截至目前,中国石化海外媒体矩阵粉丝突破438万,中国石化成为全球粉丝数量最大的能源企业之一,海外正面报道量居央企第一。

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,持续寻找与受众的价值共振点、情感共鸣点,围绕“能净·能净·至净·至美”品牌承诺,讲述公司为全球人民带来美好生活的能源转型品牌故事。

“能源至净”,讲好洁净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

化从质量管理、创新驱动、绿色发展等方面着力优化客户体验,增强品牌认同,让中国石化品牌叫得响。

中国石化坚持“质量永远领先一步”每一滴油都是承诺”理念,把质量贯穿生产经营的全过程,打造行业品质标杆,以过硬质量提升品牌生命力。追求持续创新,聚焦打造技术先导型公司,担当国家战略科技力量,大力推进技术创新、产品创新、管理创新、商业模式创新,用“专精特新”为品牌竞争提升不断注入源头活水。加快绿色发展,在全方位提升能源供给保障能力的基础上,推进传统能源低碳转型,擦亮品牌环保底色。

同时,中国石化坚持“质量永远领先一步”每一滴油都是承诺”理念,把质量贯穿生产经营的全过程,打造行业品质标杆,以过硬质量提升品牌生命力。追求持续创新,聚焦打造技术先导型公司,担当国家战略科技力量,大力推进技术创新、产品创新、管理创新、商业模式创新,用“专精特新”为品牌竞争提升不断注入源头活水。加快绿色发展,在全方位提升能源供给保障能力的基础上,推进传统能源低碳转型,擦亮品牌环保底色。

同时,中国石化坚持“质量永远领先一步”每一滴油都是承诺”理念,把质量贯穿生产经营的全过程,打造行业品质标杆,以过硬质量提升品牌生命力。追求持续创新,聚焦打造技术先导型公司,担当国家战略科技力量,大力推进技术创新、产品创新、管理创新、商业模式创新,用“专精特新”为品牌竞争提升不断注入源头活水。加快绿色发展,在全方位提升能源供给保障能力的基础上,推进传统能源低碳转型,擦亮品牌环保底色。