



2022年6月28日 每周一、二、三、四、五出版(今日八版) <http://www.sinoppecnews.com>

星期二 第6993期 中国石油化工集团有限公司主管、主办 国内统一连续出版物号:CN 11-0141 邮发代号:1-136



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

## 中国石化启动2022年夏季校园招聘

本报讯 为深入贯彻落实党中央、国务院关于促进高校毕业生就业的部署要求,中国石化迅速启动有关工作,深挖岗位资源,进一步创造就业岗位,于6月27日正式启动2022年夏季校园招聘,积极履行国资央企的经济责任、政治责任、社会责任。

作为此次招聘唯一渠道,中国石化招聘网站(<http://job.sinoppec.com>)于27日开始接收高校应届毕业生网上投递简历,至7月12日24时止,统一初选考试将于7月16日举行,各招聘单位将于8月15日前在招聘网站进行拟录用入选公示。

中国石化成立以来,始终坚持“爱我中华、振兴石化”“为美好生活加油”的使命担当,积极拥抱能源转型和产业变革,打造第一氢能公司,开辟出一条高质量可持续发展道路,为党和人民再立新功、再创佳绩。中国石化已连续10年位居《财富》世界500强前五位,欢迎优秀毕业生加入,共同为美好生活加油。

据悉,中国石化招聘网站是毕业生招聘唯一渠道,没有其他任何招聘方式和途径,也不会以任何形式收取应聘毕业生报名费、考试测试费、保证金等,监督邮箱为[job@sinoppec.com](mailto:job@sinoppec.com)。

(本报记者)

奋进新征程  
建功新时代

牢记嘱托 再立新功 再创佳绩 喜迎二十大

## 浙江石油差异化营销管家式服务逆势创效

本报讯 记者舒志国 通讯员洪宇 周桥伟 吴斌才报道:今年以来,浙江石油克服疫情影响,扎实开展主题行动,以市场为导向,以客户为中心,通过灵活市场经营、稳固零售终端、创新易捷服务等举措,前5个月效益居销售企业第一,成品油经营量、零售量、直分销量和易捷服务等主要指标均居前列。

市场经营方面,该公司坚持“量效兼顾”策略,采取差异化营销和管

家式服务,发挥好“我要买油”“团购秒杀”数字平台作用,不断扩大直分销经营规模,提升整体创效水平。5月以来,面对严峻经营形势,该公司一方面扩大汽柴油出库量,以出库促销,另一方面多维度做好市场预判,顺势促量。同时,细分终端客户做好营销组织,开展全省柴油促销,组织杭州及周边地区复工复产的相关客户重点定向团购,扩大直分销规模。1月至5月,直分

销销售额同比增长11%。稳固终端销售方面,他们通过留住老客户、拓展新客户,做大零售经营规模。为唤醒加油卡睡眠客户,从5月开始在全省开展“寻找零售流失客户”活动,推动员工“走出去”,拉动顾客“走回来”。为吸引新客户,通过调整“周六666”品牌活动,降低充值门槛,有效提升客户参与度,新一期活动单日充值额超9000万元,参与客户7.8万人次。以

销售公司百日竞赛活动为抓手,聚焦一站一策“大对标”,在全省精选395座核心加油站,从服务提升、提量改造、用工考核等多个维度对标,重点推进夜间亮化、24小时营业等扩销增量措施。

创新易捷营销方面,浙江石油通过创新营销场景、营销产品、营销模式等举措,稳步推进大易捷服务规模。为减少疫情期间人员聚集和流动,他们率先拓展“泵岛购”消费场

景,将商品和收银台挪出便利店,顾客不进店即可完成购物、支付,从3月推出到6月中旬,“泵岛购”累计销售额达3600万元。聚焦用户加油、洗车、保养三大核心需求,推出电子养车卡,在全省招募“养车卡推荐官”,共销售养车卡12万张。充分发挥加油站网点优势、业态优势和客户优势,1月至5月累计开发企业大客户427家,实现营业额1.4亿元。

## 江苏石油全流程优化服务激发市场活力

本报讯 记者何康报道:集团公司主题行动开展以来,江苏石油聚焦安全环保、攻坚创效、转型升级等重点任务,把“以客户为中心”贯穿到业务全流程,夯实服务基础、提升服务内涵、优化客户全方位消费体验,以优质服务激发市场活力。5月,江苏石油利润完成月度计划的103%,经营创效能力进一步向好。

优化便捷服务。结合疫情常态化管控形势,他们积极推广“加油、购

物、充值、开票”全环节“零接触”服务,目前非现金支付比例达88.2%,电子发票开票率达99%,在南京、苏州等地192座加油站运行无感支付加油服务项目,较2021年末增长92%,有效提升了车辆通过率和客户满意度。推进直分销数字化转型,发挥“我要买油”线上营销、管理和服务功能,今年以来,通过“我要买油”累计实现销量102.6万吨,线上销售占比达90%。开展“追客、寻客、蓄客、

稳客”行动,推行精准营销定制服务,开发新客户682个。

丰富增值服务。该公司把汽服业务作为增值服务的重要抓手,今年以来新建洗车项目122个,全面实施积分洗车,推广自营洗车全免费,目前全省共建272个洗车网点、45座综合汽服站,城区型汽服网点覆盖率达56%。抓住夏季水电气销售旺季,全力推广易捷酒水节活动,5月,易捷酒水节活动商品销售量同

比增长127%,易捷服务营业收入位居销售企业首位。结合货车司机实际需求,在国省道加油站开设核酸检测点,为客户提供加油、检测“一站式”服务,有效提升进站率,促进汽油销量提升。

夯实基础服务。江苏石油狠抓骨干队伍建设一线员工服务能力提升,组织全省片区经理、后备片区经理339人,开展安全管理、营销技能等培训,通过“理论+实操+面试”

方式进行资格认证,提升服务能力。开展“铁脚板”行动,分公司领导班子成员带头深入加油站,帮助一线解决问题,形成“大零售、大家管”新局面,截至目前,在全省开展“铁脚板”行动879站次,整改问题6060条。建立加油站“周周行”例会制度,每周下发简单易懂、简便易行的经营管理要点,将当期工作重点直接传递到“神经末梢”,全面提升一线员工执行力。

## 安全生产月 企业在行动

王军 樊明飞

### 强化安全督查 确保整改到位

本报讯 “项目施工、装置检维修等直接作业环节安全隐患不少,请相关单位严格落实属地管理责任和日常监督主体责任,积极采取措施防控作业风险。”6月22日,洛阳石化纪委副书记张帅在开展安全生产重点工作专项监督检查时指出。

洛阳石化坚持把落实安全生部署情况作为政治监督重要内容,层层压实责任,强化风险防控。“我们督促两级领导班子和基层党支部深入开展‘三查三强’促安全主题党日,查摆在抓安全、强安全、保安全方面的差距,强化安全防范意识,加强安全教育和突发事件演练,提升应急处突能力。”张帅说。目前,该公司在56个基层党组织、1585名党员群众中开展“安全在心、责任到岗”承诺,营造抓安全、强安全、保安全的浓厚氛围。

该公司纪检监察部门加强与安全生产主管部门的协调联动,成立专项监督工作小组开展现场督导检查,在HSE体系内审和日常专业检查基础上,深入9个生产运行部开展蹲点式调研,紧盯安全生产领域形式主义官僚主义整治,细化12项监督内容,通过现场查看、核对台账等方式逐个检查特种设备管理、消防设施维护、作业安全等方面是否存在风险隐患,并不定期再次回头督查整改情况,切实做到督查安全生产工作无死角全覆盖,确保发现隐患及时整改、妥善处理,将不安全因素消除在萌芽阶段。

5月以来,专项监督工作小组下沉一线开展监督检查21次,通过每周生产经营调度会、HSE月度例会等形式督导通报风险隐患,提出加强作业现场监护人履职管理等意见建议10项,督促专业考核33次,以强有力的监督为安全生产保驾护航。

(王元胜 关中昊)



近期,胜利油田海上作业区域雷雨天气频繁,海洋采油厂加强生产监控,组织岗位员工加强巡检,严查雨天生产隐患。图为6月23日凌晨,中心三号平台员工冒雨巡检室外设备。

要做到“三定”和“五到”:定时、定线、定检点,走到、看到、听到、摸到、摸到。

为实现巡回安全检查标准化,华北石油工程公司结合《钻井队设备巡回检查制》,整理,制作了“岗位巡回安全检查卡”,涵盖设备、物资、施工参数等300多个检查点。每名员工上岗前,须携带对应岗位的“巡回安全检查卡”,逐点检查,一旦发现设备安全隐患,要立刻反馈给值守班组,让他们下班前整改完毕。如果整改不完,值班干部进

行协调,让下个班组接着整改,直至隐患消除,完成一个闭环。

高压循环系统、高空悬挂系统、传动部位等均有醒目的颜色标记和专门的台账管理。每次上班,刘广帅要定时检查和记录。作为副班长的他,也是班组安全员。除了负责自己的责任区,还要经常检查班组成员在各自责任区的巡检情况。

“只有定期巡检,把工作做到位,才能消除物的不安全状态。”刘广帅说。

## 消除隐患 筑牢根基

徐徐

集团公司安全生产警示教育大会要求,全面排查整治安全隐患,对重点环节严抓严管,以“零容忍”态度整治“三违”,筑牢安全生产根基。

消除隐患,先要消除“思想隐患”。思想麻痹是最大的安全隐患。石油石化行业生产具有高温高压、易燃易爆、连续作业等特点,风险是客观存在的,安全生产没有“休止符”。不怕千日紧,只怕一时松。最可怕的不是隐患有多少,而是不以为意、熟视无睹、作壁上观。每名干部都要从思想上牢固树立“万无一失”的责任意识和“一失万无”的忧患意识,把麻痹大意、侥幸心理从头脑里彻底“洗”出去。既要有正视问题的自觉,也要有亮短揭丑的勇气,拿出锲而不舍的信心和决心把隐患整改到底。

消除隐患,必须精准“治愈”隐患。隐患之所以“隐”,是因为潜藏着容易被忽视的细节中。海因里希法则告诉我们,重大事故背后必有轻微事件或潜在隐患,看似防不胜防,实则萌芽于日常。

小事不断,大事不远。当前,我们要坚决贯彻落实党组部署要求,压实责任、迅速行动,进行全面彻底的安全风

## 易派客大力推广金砖国家产品和服务助力贸易融通

本报讯 6月22日,易派客受邀参加2022年金砖国家工商论坛。作为金砖数字经济小组成员单位和服务金砖国家工业品电商平台,易派客已连续6年参加金砖机制工作会议、金砖国家工商论坛等活动,在促进金砖国家贸易融通过程中积极发出中国声音。截至目前,易派客共展示其他金砖国家供应商100余家、商品400余种,业务涉及钻采设备、化工品、阀门、管材、电缆等20余类。

2017年,易派客被金砖国家工商理事会确定为服务金砖国家唯一的工业品电商平台。同年,易派客“金砖国家馆”上线运营,服务金砖国家贸易往来。2021年6月,易派客联合金砖各国主流搜索引擎,开展平台线上营销,推广各国优质产品和服务,创造贸易和投资机会,推动金砖合作在数字经济领域取得重要突破。2022年3月,全新改版的“金砖国家馆”上线,进一步提升了平台在金砖国家市场开拓、项目对接、政策咨询等领域的服务能力。今年11月,由易派客承办的第二届中国泛工业品展将在苏州举办,届时将展出金砖各国优质供应资源与贸易案例,搭建供需对接平台。

(罗晓寒 刘洋 方啸天)

## 西南油气川西中浅层新建年产能3.89亿方

本报讯 记者冯柳 通讯员唐灵冉旭报道:今年以来,西南油气分公司在川西中浅层强化地质物探一体化、建模数模一体化、地质工程一体化攻关,截至6月23日,部署井位超60口,新建年产能3.89亿立方米,超额完成计划任务。

该公司针对川西中浅层气藏,持续开展地质物探一体化研究,深化气藏认识,优选潜力区,开展潜力评价,强化跟踪优化,做好井位部署,为老区稳产奠定基础。在特定气藏强化建模数模一体化研究,明确潜力区,目前4口井已投产。

为提高单井产能,该公司坚持地质工程一体化攻关,“一井一策”差异化设计储层改造方案及工艺参数,加强体积压裂新工艺在不同储层改造效果的适应性评价,提高方案针对性。截至目前,多口井完成测试,产能较设计方案进一步提高。

## 东北油气与吉林石油合资成立新能源公司

本报讯 6月23日,东北油气分公司与吉林石油合资成立中石化吉林新能源发展有限公司。该公司将致力于经营吉林地区天然气终端市场,推动上下游产业链紧密衔接,共同打造中国石化在吉林地区稳定的天然气资源供给基地。

中石化吉林新能源发展有限公司以东北油气分公司稳定的资源供应能力为依托,以吉林石油现有的终端市场为基础,通过代工、合资、租赁、参股等模式,加强与当地CNG、LNG工厂合作,为CNG、LNG生产销售业务提供稳定资源;同时,聚焦创新管理,不断提升质量和效率,加强与地方政府合作,寻求拓展充电、加氢等新能源市场机遇,为企业转型发展和新业务拓展打好基础。

(张万东 王方 苏靖淞)

导读

一线长镜头

## 重点工程项目稳步推进

.....(详见4版)

## 上海工程为化工医药行业提供全生命周期解决方案

(详见8版)

反“三违”防事故  
全员大讨论

本期话题:

如何加强  
直接作业环节管控?

(详见3版)



安全短剧:  
驯服“驴头”

石化V视

现场视频

今日视点

●责任编辑:徐徐 ●电话:010-59963186  
●电子邮箱:xuxu@sinopec.com  
●审校:聂明钧 邹水平 ●版式设计:冯丹