

阅读提示:

今年夏天,全球多个国家的气温都创下历史新高。国内多地的高温天气也异常猛烈,不少地方接近甚至超过40摄氏度的高温。

酷暑难当,中国石化销售企业充分发挥加能站网络优势,一方面以易捷便利店为平台推出“水饮节”促销活动,为消费者打造夏日清凉盛宴;另一方面面向车友及户外劳动者开展各类防暑降温活动,提供优质、满意、高效、清凉的贴心服务,彰显中国石化良好形象。

# 来中国石化,享清凉——“夏”

“水饮节”:

尽享夏日清凉盛宴

自2018年起,中国石化每年夏季在全国加油站易捷便利店开展“水饮节”系列营销活动,为消费者打造尽享夏日清凉的水饮盛宴,目前该活动已成为易捷便利店每年主要的主题营销活动之一。今年“水饮节”,全国2.8万家易捷便利店和“易捷加油”“易捷商城”平台上线超170款水饮类商品,并同步开展“整箱冰点价”等水饮类商品巨惠促销活动,各销售企业通过直播带货、站内站外促销等方式进一步促进消费、惠及民生,回馈消费者。

## 上海石油 携手品牌文创打造水饮“网红”

□陆佳宏 朱 用

“水饮节”活动开展以来,上海石油加大卓玛泉系列产品、易享家蜂花檀香皂液,以及劲淳功能饮料等优质优价中石化易捷特色商品的促销力度,精选多款高性价比、市场畅销的酒水饮料、百货等商品,满足消费者多元化需求。

近日,上海石油还携手“一大文创”推出首款红色文创产品,首批1.5万瓶“树德里1921X卓玛泉”上架销售,成为“一大文创”商店内的

“网红爆款”。如今,来到一大会址参观的游客,进入纪念馆北面的文创店,第一眼就能看到冰柜里整齐排列的卓玛泉,瓶身上,中共一大会址的石库门图案引人注目,观众通过手机扫描瓶身上的二维码,即可观看一段生动视频,重温党的初心之地,受到市民、游客的青睐。上海石油以卓玛泉品牌为载体,首次在红色文创领域的探索和实践,为“水饮节”活动添上了颇具特色的一笔。

在各经营网点,上海石油通过制定激励措施,发动员工走访易捷商品大客户,主动联

系客户群中的新老客户,打出一张张“巨惠牌”。“王经理,水饮节期间,我们站供应的550毫升农夫山泉每瓶不到1元,很优惠。”南汇加油中心员工倪芳打电话给老客户某机械设备公司负责人。王经理随即表示:“天气热了,正好要给员工采购一批防暑降温用品,帮我预订200箱。”

“水饮节”活动启动一个月以来,上海石油营造网点“比学赶帮超”氛围,一线员工线下主动推介,持续推高易捷商品销售额,6至7月,上海石油易捷基础品类销售额环比增长29%。

## 浙江杭州石油 丰富商品促消费惠民生

□龚良奇 叶晓霞

“这大热天,饮用水和饮料都更好卖了。”近日,在浙江杭州石油莫干山路加能站现场,站长金燕玲拿着两箱水快速搬上顾客汽车后备厢,随后又赶紧忙碌补货。

莫干山路加能站6月份水饮商品销售额为54万元,荣登杭州石油销售榜首。夏季水饮销售旺季,杭州石油运用资源优势,在辖区200余家便利店大力推介“水饮节”促销活动,为客户提供“品类丰富、购买放心、价格实惠”的商品,

进一步促消费、惠民生。今年7月,杭州石油“水饮节”活动商品销售额同比增长4%。

杭州石油通过层层分解指标、细化考核方案,充分调动加油现场员工促销积极性。“将客户引流落实到每班每人,聚焦商品促销优化考核办法。”杭州石油易捷负责人刘杭介绍,活动开展以来,该公司加强内容宣传贯彻、落实员工培训,一方面积极发动全员促销,主推卓玛泉、双柚汁等优选畅销单品;另一方面通过线上线下推广、送货上门的形式为顾客提供多样化选择。

此外,杭州石油挖掘重点门店销售潜力,着

力解决部分加能站便利店吨油零售额低、进店顾客少、购买力弱的难题。建德焦山加能站是一座万吨站,过去便利店日均销售额不到3000元,杭州石油组织专家组成员采用“多对一”帮扶的形式,围绕便利店商品引进、陈列和销售精准把脉,逐项提升。7月,该站把握住“水饮节”销售契机,完善管理的同时,便利店销售额同比增长124.75%。

“把价格实惠的水饮商品推介给更多顾客。”焦山加能站站长许昊阳信心十足,他表示,活动期间要让更多的消费者“清凉度夏”。

## 辽宁石油 来“宝藏门店”购“消暑神器”

□李 夏 王 晶

辽宁石油从“客户需求、企业需求、员工需求”三方面着手,通过市场反馈,识别到现阶段客户消费较为理性,追求实惠是主流心理,“水饮节”期间,策划推出9.9元、19.9元等低价爆款商品实现引流进店,进店率提升1个百分点,带动现金销售同比增长15%,经营结构进一步优化;持续发挥“油非互促”提质增效优势,增加“满99元减25元”“满200元减100元”等折扣券活动,通过低价爆款引流进店后,实现折扣券活动二次推介,加速消费转化,带动营业额增长。

在营造场景方面,辽宁石油充分利用门店宣传手册、线上H5精选商品集、专项活动海报、现场声音物料、加油机显示屏物料等烘托“可见即可买”的活动氛围;通过包装“整箱冰点价”商品,以室外冰桶销售的方式,打造“消暑神器”等多个畅销单品,把冰镇饮料场景延伸到泵岛;开设“宝藏门店”发现计划,邀请广大客户打卡当地核心站点、形象站点、网红站点,把“水饮节”打造成辽宁石油的夏季营销文化IP。截至7月底,便利店常规品类营业额同比增长19%,水饮目录类商品营业额达220万元,自有品牌水销售量同比增长40%。

## 江西石油 直播培训带火“清凉经济”

□肖 颖

江西石油为推进“水饮节”促销活动,一改往年发文等单一活动方式,开展现场直播培训,以示范门店为案例,针对“水饮节”活动商品陈列、开口营销等方面进行线上培训,并邀请销售能手讲授销售技巧。

“俗话说,纸上得来终觉浅。”江西石油易捷服务负责人周俊介绍,在直播过程中,不仅培训了活动商品陈列、宣传推广、营销执行等规范要求,还生动地展示了关联商品陈列、营销活动推广等工作经验,以线上互动、答疑解惑的形式帮助全省员工对照先进查找不足、改

善细节。直播结束后,该公司还针对性地收集培训反馈,通过直播回放、问卷调查、线上答疑等方式了解员工意见和建议,协助门店解决活动开展过程中遇到的问题。

“以前,只知道按照活动方案里的要求去陈列泵岛商品,观看了直播,才真正感觉到与示范门店陈列的差距在哪,要改进的地方在哪。”此次“水饮节”,江西宜春外北站员工通过观看直播学习,将以往单调的货架陈列改进为丰富多样的堆头专区,整体布局的视觉冲击力及员工现场服务水平都有所提升,门店进店率由8.53%提升至11.83%,日均营业额由过去的1000元提升至8000元。

## 江苏苏州石油 营造浓厚氛围激活夏日经济

□姜璟雯 陈吉有

“您好,6至8月是中石化易捷水饮节,最近上新350毫升元气森林mini版水饮,每包原价24元,现在爆款直降仅需13.2元,小包装饮料解馋不浪费,要带几包吗?”在江苏苏州石油各加能站内,员工热情地推介“水饮节”活动商品。

此次“水饮节”活动中,苏州石油充分满足客户高品质消费需求,精心组织员工学习新商品卖点,对新品饮料试饮,有针对性地进行推介,如0糖0脂饮品适合商务人士,低糖100%果汁适合

女士、大瓶乌龙茶更适合卡车司机等。此外,在顾客选购时,员工主动推介“满减优惠券”,让顾客从不买到买、从买到买多,提高成交率的同时,也提升了客单价。

此外,该公司还安排督导员到现场与站经理共同构思规划设计陈列布局,打造粮油专区、水饮专区、易捷自有品牌专区、乡村振兴帮扶专区和积分兑换专区等,根据不同商品变换陈列堆头,让顾客保持对新款水饮的新鲜感,营造浓厚的销售氛围,吸引关注度,从而激发顾客购买欲望,在完善商品品类的同时激活夏日消费经济。



广东茂名石油官渡加能站员工为环卫工人送上免费冰镇西瓜。 李叶霞 摄



福建漳州石油延北加能站员工向车友推介饮品。 许珠璇 摄



浙江杭州石油桐庐方埠加能站员工送货到店后。 陈瑞津 摄



江西宜春石油袁州新城区加能站员工为进站顾客介绍水饮节热销商品。 胡鑫摄

送“清凉”:

关爱车友及户外劳动者

多年来,中国石化以服务地方经济发展和助力社会公益为己任,持续开展暖人心、稳人心行动和项目。今年面对全国多地持续高温天气,中国石化不仅发挥自身渠道和资源优势,大力打造、开放爱心驿站和司机之家,为公众提供饮水、冰箱、空调、小药箱等免费增值服务,还提供自制绿豆汤、冰镇西瓜等“凉”方,保障户外劳动者和车友清凉度夏。

## 广东茂名石油

“爱心纳凉点”上了地图APP

□李叶霞 陈 乐

入暑以来,粤西地区气温持续飙升。为更好地践行“我为群众办实事”服务理念,广东茂名石油在加能站开展“十项清凉服务”活动,从“递一块西瓜,赠一杯绿豆汤”做起,用实际行动关心关爱在户外高温下工作的一线劳动者。6月以来,广东茂名石油已为超过2.8万名户外劳动者提供“十项清凉服务”。

“大姐,加能站里有免费的冰镇西瓜和矿泉水,您快进来休息一下。”茂名石油水东加能站站长邓青看到环卫工人刘大姐在路边休息,主动邀请她到加能站爱心驿站休息,并为她送上一瓶冰镇矿泉水。

通过前期走访调研,了解到户外劳动

者实际需求,茂名石油精心选址,在辖区39座司机之家和爱心驿站开设“爱心纳凉点”,为户外劳动者提供个性化的清凉食品(冰镇西瓜、绿豆汤、冰棍)、应急防暑药箱、24小时空调、芦荟晒后修复霜等十项免费清凉服务,让丝丝冰凉沁人心脾。

此外,他们还联合茂名市总工会在各个工会集中服务点发放“中国石化‘送清凉’服务地图”,联合百度地图、高德地图上线了39个“爱心纳凉点”地图指引,环卫工人等户外劳动者可以更方便、更便捷地找到离自己最近的“爱心纳凉点”。

将手机充上电,又接了杯水坐下休息,通过地图APP搜索过来的修路工人张师傅打量着快马加能站“爱心纳凉点”,冰箱、空调、躺椅等一应俱全,他说:“大热天有个地方歇脚,实在太方便了!”

## 湖北武汉石油

“万斤西瓜”公益送清凉

□陈艺婷

“我们准备了卓玛泉、绿豆汤,要是热了、渴了、累了欢迎到站里来歇歇脚、喝口水。”湖北武汉石油贺家墩加能站爱心驿站内,冰箱里放满了矿泉水、绿豆汤、酸梅汤、冰西瓜,加能站员工一边招呼环卫工人葛师傅,一边从冰箱里拿出卓玛泉。

入夏以来,武汉持续高温,户外劳动者备受“烤”验。湖北武汉石油持续打造“万斤西瓜”公益品牌,在11座司机之家和23座爱心驿站内打造“爱心纳凉点”,免费向社会公众开放,为途经武汉的司机朋友,以及环卫工人、快递工作者等户外劳动者送上一份清凉,传递一份关爱。

“多亏了这个加能站,我们才能在工作之余有个歇脚的地方。”2020年夏天,环卫工人秦师傅中暑晕倒,菱角湖加能站员工王勇连忙将他扶到便利店内休

息,从急救箱里拿出藿香正气水让他服下。从那以后,秦师傅就成了到菱角湖加能站歇息的常客。也是从那时起,武汉石油经过走访调研,选择在市区最集中、商业最繁华、地理位置最便利的区域打造23座爱心驿站,为环卫工人等户外劳动者提供纳凉、歇脚、充电、看报、热饭等贴心服务。驿站内除配有空调、冰箱、微波炉、休闲座椅等硬件设施外,还提供医药箱、手机充电设备、饮用水和无线网络等服务配套设施,努力打造看得见、摸得着、用得上的“能量站”。

“这里是我们的休息之所,中午在这儿还能吃个饭,吃着冰凉的西瓜,心里很舒服。”据正在休息的环卫工人杨师傅介绍,他们每天凌晨4时就要开始清扫作业,打扫完后就到加能站爱心驿站内休息一会儿,紧接着进行下一项工作。入夏以来,武汉石油免费送出上万斤西瓜、上万升酸梅汤等消暑食品,累计服务近3万人次。

## 福建福州石油

“喷雾降温”进站如避暑

□肖 京

加个油,感受阵阵凉意。7月3日,车友林先生在福建福州连潘加能站加完油后指着喷雾降温装置称赞:“这个东西好,一下车就吹来一阵清凉的雾气。”

据了解,福州石油为提升加能站空气质量 and 客户消费体验,紧紧围绕“把服务做到客户心坎里”的目标,近年来以“新形象改造”“治破治旧”为契机,为有条件安装喷雾降温装置的加能站“应装尽装”。截至目前,福州石油已在五区八县90余座加能站安装喷雾降温装置,并在高温季定时开启,让消费者进站如避暑。

喷雾降温装置具有降温、除尘、防静电的效果,可以为市民和加能站工作人员提

供更舒适、更健康、更安全的环境。“尤其是夏天,顾客进站率也提升了不少。”加能站工作人员说,“安装喷雾降温装置后,车友都觉得加能站环境改善了,更舒适了。”

那么,喷雾降温装置是什么?它是否会打湿衣服?福州石油相关负责人介绍,喷雾降温装置主要是由主控制器、雾化装置、专用输液管路及配件等设备组成的“降温神器”,它将水处理成雾气后喷洒在加能站罩棚下,可有效将气温降低5摄氏度以上。虽然“雾气”肉眼可见,但雾气的颗粒直径只有10至30微米,不会明显打湿衣服和车辆。

据了解,喷雾降温装置还能冲散空气中积聚的油气、粉尘等污染物,现场温度越高,喷雾降温效果越好。