

## 越到年关越要抓好安全

许奇伟

临近春节,阖家团聚、辞旧迎新的情感需求,更加凸显了人们对平安的期盼。安全是幸福的基石,一些人认为,忙忙碌碌辛苦一年,该喘口气了,安全意识松懈。殊不知这种“喘口气、歇一歇”的思想,对安全生产是致命风险。工作中,少看了一眼、少查了一项,很可能就会产生巨大的安全隐患。

“编筐捉篓,重在收口”,越到年关,越要谨慎行事。能不能多提个醒、多拉个警报,把典型案例再通报一遍,对安全意识进行一次再教育?放假离岗前,能不能再进行一次隐患大检查?安全生产制度已经存在,能不能在落实上再加把劲?安全隐患防不胜防,能不能把应急预案再梳理一遍?只有这样才能防患于未然。

安全生产工作没有缓冲期,也没有休整期,反而时时刻刻都是关键期,时时刻刻都要绷紧神经,如履薄冰。只有在确保安全环保的前提下,开展好2024年各项工作,才能顺利完成各项任务。安全生产保年关,才是幸福祥和年。



## 石家庄炼化环保装置节水优化项目效果良好

本报讯 日前,石家庄炼化环保装置节水优化项目顺利投用。截至目前,该装置运行状态良好,加药及冲洗所用的新鲜水已全部改用处理后的含油回用水,有效节约新鲜水。

石家庄炼化一直将节水工作作为重点工作来抓。该项目是该公司首次在环保装置离心机加药、污水处理加药、中水处理高密度沉淀池区加药及冲洗等环节尝试使用含油回用水。项目申报前,技术人员对项目的可行性和预期效果做了科学研判和多次对比试验;改造施工阶段,针对极寒天气,制定严格的施工方案和标准,加强现场管控和监督,确保冬季施工进度和质量。

(王叶敏 刘海霞)

## 化销华中加强产销衔接助力企业降本增效

本报讯 2023年,化销华中抓牢服务企业主责主业,优化产销衔接、资源配置、库存布局,拓展多种自营供应渠道,全力提升优质低价资源占比,保障区内企业原料稳定供应,助力企业降本增效。

该公司在确保原料稳定、均衡到货的基础上,深化产销衔接,多次实地调研,结合企业的不同需求,定制资源保供方案。深入分析市场行情,阶段性开展现货询价比价采购,充分把握时机为企业争取低价外采资源。

密切关注国内化工装置建设情况和产品质量,与国内厂家广泛接洽,寻求合作机会,通过物流运费折让、数量折扣等方式向供应商争取额外优惠,确保多渠道多物流形式资源供应。

(梅诗羽 段昊星 张 杰)

## 华北石油工程“四合一”钻头助力钻井提速

本报讯 近日,华北石油工程公司西部分公司70847HB钻井队使用通井、堵漏、打塞、打塞“四合一”新工艺钻头,用时8.46天完成AD9CH2井钻井施工任务,钻井周期缩短一半,为塔河油田老井改造施工提速提效积累了经验。

针对该井工艺流程复杂的情况,该公司组织生产技术骨干加强临井资料分析,与钻头厂商沟通协调,经过反复推演,设计出“四合一”钻头,满足起下钻清理井壁杂物需求的同时,减小钻头压耗,保证了较大排量,与传统钻头相比,省略了打塞和通井两道工序,有效提高了施工效率。

(张 均 王道钰)

(上接第一版)

以中国石化成立四十周年为契机,开展一系列庆祝活动。精心策划《石化荣光》《我们的四十年》等系列宣传,举办“石化好声音”征集、“我们的四十年”征文等活动,推出中国石化成立四十周年纪念邮册。

由中国石化承办的“2023年世界地热大会”如期在北京举行。如何做好一个世界级大会的传播工作?中国石化交出了一份令人满意的答卷。境内外主流媒体聚焦报道近5000篇,实现“破圈”传播,全方位讲好中国地热发展的绿色故事。

中国石化持续向地球深处进军,打造“深地工程”“深地一号”宣传标识。2023年,中央广播电视总台对“深地一号”跃进3-3XC并进行全景直播,“深地一号”成为中国石化乃至整个能源行业的又一张亮丽名片。

氢能产业、高端新材料、“一滴油的奇妙旅行”……2023年持续推出一批宣传标识,中国石化“为美好生活加油”的形象更加深入人心。

在加大外部宣传力度,树立企业良好形象的同时,2023年,围绕公司改革发展中心工作,集



# 起步提速 开局争先

## 胜利海上平台备足物资保障生产

▲1月25日,胜利505船载着20吨药剂运抵胜利油田海洋采油厂中心三号平台,经过近4个小时安全高效完成药剂吊装任务。针对冬季海上大风恶劣天气多等情况,该厂积极协调备足生产、生活物资,确保冬季海上油气生产安全平稳运行。图为药剂吊装作业现场。 张 灿 摄



## 扬子石化开展“创效先锋”特殊贡献行动

▲近日,扬子石化启动开展“创效先锋”特殊贡献行动,员工围绕生产经营过程优化、产品结构优化、节能降耗降本等方面,提出创效“金点子”。该公司14个单位、部门共申报创效项目92个,其中5个项目被评为“创效先锋”。图为该公司化工厂员工现场优化调整生产。

李树鹏 摄 张司雨 文

## 福建宁德石油保障开渔季

▼随着福建海城开渔季的到来,福建宁德石油提前谋划,制定开渔季保障方案,确保漳湾油库始终接近满库容运行,提高油库装卸和周转效率。同时,加大渔船客户开发维护力度,推广主动配送服务。图为员工为引航渔船加注油品。

黄通明 摄 张璐婕 文



# 中原石油工程金刚石钻头产销双提升

本报讯 1月29日,在中原石油工程公司管具公司金刚石钻头厂,从生产线出来的PDC金刚石钻头正在装箱。“我们刚往新疆发送了16只钻头,这批计划生产30只钻头。”该厂厂长彭彭强说。

1月以来,该公司金刚石钻头产量同比增加216%,销售额同比增长230%,实现了产量、销售额双提升。在新疆等地质情况复杂的工区,该厂生产的金刚石钻头备受甲方青睐。

近年来,中原石油工程公司着力构建与自主品牌产品发展相匹配的运行保障机制,

推进产品研发端与使用端协同,逐步形成了可基本满足国内各区域生产需求的金刚石钻头产品系列。

今年,该公司从沟通、生产、管理三方面入手,着力推进金刚石钻头的产量、销售额再提升。

积极沟通,打好生产提前量。该公司与甲方建立沟通机制,提前了解钻头型号、数量等需求情况,提前与物资管理部门沟通,保障原材料供应充足。在甲方订单下达后,及时汇报生产进度,做到日对接,加强产品

质量过程管控和出厂检验。

加强带班,创新工作模式。该公司要求基层干部紧盯一线,做到班班有干部。同时,强化夜班生产制度,生产车间24小时不停歇,确保钻头生产有序进行。

提级管理,加强应急保障。为确保生产安全平稳运行,该公司对生产车间实行提级管理,对所有生产环节进行无死角安全监控,强化直接作业环节管理。成立应急保障队伍,在甲方急需钻头时,确保钻头及时运送到生产一线。(魏国军 于德伟 沙德甫)

# 十建公司加快天津南港ABS装置项目建设

本报讯 记者田元武报道:近日,十建公司承建的天津南港30万吨/年ABS(丙烯腈、丁二烯和苯乙烯组成的三元共聚物)装置项目主框架板基础6200立方米混凝土浇筑提前3天完工,地下管网施工全面展开,迎来新年开门红,项目进入施工高峰阶段。

该项目开工以来,十建公司通过强化技术交底、人员培训、应急演练等23项安全管控措施,为工程建设保驾护航;优化18项质量管理方案,加大16项施工技术创新成果应用力度,助力项目建设安全、优质、高效推进。

该项目是天津南港乙烯项目的重要组

成部分,是十建公司在天津南港乙烯项目中承建的第13套主装置,项目工期紧张、安全管控难度大、施工质量管理标准高。天津南港乙烯项目实现机械竣工目标后,十建公司及时间调整项目建设总体思路,将工程建设的主阵地转移至ABS装置项目施工现场。

面对入冬以来,天津南港地区强降雪、低温等恶劣天气频繁的不利影响,十建公司提前部署ABS装置项目冬季施工安全管理措施,对从事土建、地下管网等施工人员进行专业安全培训和施工技术交底300余人次,并组织参建员工开展起重吊装、临时用

电等应急演练16次,筑牢项目冬季施工安全管控防线。

为实现高质量项目建设目标,该公司聚焦质量检查人员业务水平提升、加大施工过程中质量检查力度等12项主要内容,对土建混凝土浇筑、钢筋捆扎、地下管网安装焊接等15项关键施工作业环节进行“人盯人、全方位、立体化”质量监管。

目前,十建公司以天津南港30万吨/年ABS装置项目建设为“龙头”,持续强化春节前项目建设安全、质量、进度管理,高质量推进重点工程建设。

## 品牌赋能——打造世界一流品牌形象

中国石化始终把品牌建设作为战略工程来抓,通过理念化引领、体系化设计、架构化管理、系统化推进、价值化落地,推动公司品牌建设驶入发展“快车道”。

品牌引领行动纵深推进。集团公司优化品牌创建路径,做实第二批品牌试点,加强子品牌培育和管控,促进品牌工作深度融入改革发展全过程。中国石化品牌价值高达3586.21亿元,品牌价值连续七年位居中国能源化工行业第一,国际榜单品牌价值比上年增长4.9%,品牌建设能力连续三年位居中央企业第一,荣获全国首批“品牌建设领跑者”称号。

品牌国际影响力显著增强。2023年是“一

石化人物及团队让广大干部员工再次感受到榜样的力量;向“最美奋斗者”闵恩泽、“时代楷模”陈俊武同志学习活动持续开展,“奋进石化最美人物周榜”连续发布72期展示909个身边榜样,典型百花齐放、新星辈出的生动局面正在形成。

集团公司宣传思想文化战线使命如磐、重任在肩。

2023年,文化建设的顶层设计不断加强。开展了中国石化企业文化建设诊断评估,组织修订企业文化建设纲要,推进专项文化和基层文化建设。

企业故事会激发精神动力。从东海之滨到西北大漠,2023年,“庆祝中国石化成立四十周年企业文化故事会”在47家单位开展了56场次,累计观看人次达778万,并出版《中国石化优秀故事集100篇》,通过一个个讲述一代代石化人如何端牢能源饭碗的故事,让“传承石油精神、弘扬石化传统”日渐成为中国石化全体干部员工的自觉行动。

“红色教育基地”赓续红色血脉,成为传承企业文化的重要载体。近年来,集团公司累计遴选发布了三批40个“中国石化红色教育基地”,累计接待公众80万人次,并拍摄系列视频、制作红色画册、规范指导手册,实施提升工程,进一步丰富红色基因内涵、充实红色教育底蕴,3个基地获评国家级“科学家精神教育基地”。

持续强化典型引路释放榜样力量。致敬四十年感动石化颁奖典礼如期举行,毛炳权等感动

带一路”倡议提出十周年。中国石化发布《中国石化助力“一带一路”十年履责报告》,受到社会各界广泛关注。同时,策划组织了“中国书架”等优质跨文化融合活动,用世界听得懂、能共情的方式讲好中国故事。目前,中国石化海外社交媒体账号粉丝总量566万,位居国际能源企业前列,海外网络传播能力建设蝉联央企榜首。

品牌声誉稳步提升。系统推进社会责任和ESG管理,做优“温暖驿站”“光明号健康快车”“公众开放日”“中国石化在当地”等品牌项目,持续开展社会责任发布工作,有力彰显了负责任的品牌形象。中国石化社会责任发展指数达到五星级最高水平,处于中国企业领先地位,先后获得“中国ESG榜样”“央企ESG先锋”“2023年度责任企业”等荣誉。

向着新目标,奋楫再出发。2024年,是新中国成立75周年,是实现“十四五”规划目标任务的关键之年。中国石化宣传思想文化战线将继续坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,持续壮大主流声音,展现新气象、新作为、新成效,为中国石化打造世界一流、迈向世界领先提供坚强思想保证、强大精神力量、有利文化条件!

## 文化润心——

### 汇聚“爱我中华、振兴石化”澎湃动力

习近平总书记指出,没有文化的繁荣兴盛,就没有中华民族伟大复兴。文化的重要性不言而喻,对于一个国家而言如此,对于一个企业而言亦如是。