

中国石化报

CHINA PETROCHEMICAL NEWS



2024年5月13日

星期一 第7466期(今日8版)

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

互联网址:www.sinopecnews.com
官方微博:www.weibo.com/shxww
微信公众号:SinopecNews_Official



中国石化品牌价值首次跻身全国第一

本报讯 记者戴安妮报道:5月11日,记者从中国石化新闻办获悉,2024中国品牌价值评价信息发布暨论坛在浙江德清举办。中国石化品牌价值高达3892.01亿元,增长305.8亿元,首次跻身全国第一,并8年蝉联能源化工行业榜首。

榜单显示,今年中国石化旗下业务品牌价值均有提升。“易捷”品牌价值217.45亿元,增长10.48亿元;“长城润滑油”品牌价值98.17亿元,增长13.79亿元;“易派客”品牌价值110.38亿元,增

长10.26亿元;东海牌沥青品牌价值57.23亿元,增长15.15亿元;“中国石化机械”品牌价值7.44亿元,增长0.8亿元。此次发布结果,是社会和公众对中国石化品牌影响力的高度认可,将进一步促进中国石化迈向高质量发展,走好产品卓越、品牌卓著之路,着力打造世界领先品牌。

该活动由新华社社、中国品牌建设促进会指导新华社品牌工作办公室、中国国家品牌网举办,是我国连续第11年举办的公益性品牌价值发布活动。

牢记嘱托 感恩奋进 创新发展 打造一流

仪征化纤研发生产可降解农用地膜材料,助力农业绿色发展和增产增收

让可降解农膜更加“善解地意”

加快发展 新质生产力

本报记者 阎茹钰 翟瑞龙

“你们有哪些材质的地膜?这个地膜的降解速率可以控制在几个月?”日前,在上海国际橡塑展上,来自泰国、墨西哥等地的国际客户在仪征化纤展台围绕中国石化“善解”品牌生物可降解农用地膜进行咨询。

放眼全球,“白色污染”问题日益严峻。地膜作为农业生产推动器,因其在保持土壤湿度、防止杂草生长、增强作物光合作用等方面有优异表现而被大量使用。我国农用地膜年用量近140万吨,覆盖面积2.7亿亩。因回收难、再加工处理难、成本高等问题,农用地膜循环利用困难重重。农田残膜“白色污染”给我国耕地质量、食品安全和农村环境带来巨大挑战。

近年来,随着生物可降解材料的研发成功,这个长期困扰中国农业绿色发展的难题有了新的“曙光”。仪征化纤全力“战塑”,经过10余年的产学研联合攻关,形成具有自主知识产权生物可降解材料的工艺技术和产品配方。

“这款黑色地膜有除杂草功效,白色地膜保温效果好,银色地膜可以反射太阳光避免蚜虫生长。”仪化博纳织物公司的研发部主任荣文刚向客户介绍着不同材质、各种性能的可降解地膜。

这些产品采用的均是中国石化“善解”品牌新材料——PBAT(聚对苯二甲酸-己二酸丁二醇酯)、PBST(聚对苯二甲酸-丁二酸丁二醇酯)生物可降解材料。其中,由PBAT制成的可降解地膜,在堆肥环境下经过约180天时间,可自然降解为水和二氧化碳回归自然,有效解决“白色污染”。

相比日常常规包装用可降解塑料袋,生物可降解地膜的技术则要更复杂。它要求地膜材料具有更复杂的性能,能够在绿色环保的基础上,根据农作物的特性,因地制宜调控降解速率,

实现农户增产增收的目标。

“我们会根据不同作物需求、生长环境等调配不同配方,个性化制定可降解时间。”荣文刚向记者介绍,这项工作需要大量的基础研究和实验数据,为此仪征化纤组建了由研究院、PBT部、仪化博纳织物公司等组成的产学研用一体化团队——生物可降解联合实验室。

走进仪化博纳织物公司,记者看到改性生产线正生产着“私人订制”的黑色地膜材料,往装置外走几步,一块小型试验田正在进行着对比实验。几百米外,仪征化纤研究院的实验室在同步做着材料的老化实验、吹膜实验。

“要想装满农民的粮仓,就不能只研究一种农用地膜的降解速度。”橡塑展结束后,研发团队又马不停蹄前往全国各地,有人要去跟进徐州大蒜的收割、有人要去内蒙古看看新的试验田建设情况,还有人将留在公司继续调试着材料的配方。

在辽宁盘锦北窑村的水稻田,经过连续三年水稻播种覆膜,农民们成为可降解地膜的“粉丝”。辽宁裕禾农

业科技发展公司农艺师宋宏旭说:“这项技术使用后,每年节省了30%左右的化肥,接近50%的除草剂和30%的农药,每亩地节约了近300元的成本。”

据江苏省农业科学院实验数据显示,生物可降解农膜覆盖后的稻田,甲烷排放、氮氧化物排放量降低39.6%,节约用水30%,增产幅度为3%至5%。

这些好的效果,主要得益于科研人员肯下功夫。从来没种过地的荣文刚,经过这几年田野调查,足迹已经遍布全国种植大省。辽宁盘锦水稻、贵州毕节玉米、江苏徐州大蒜……谈起这些农作物,他如数家珍。

“粮食是老百姓的饭碗,不能有丝毫大意。每次产品在投用大型农田之前,我们各线条都会反复测试,确保安全、高效之后,再将产品送到田间地头,助力农业种植技术创新。”仪征化纤研究院可降解材料项目负责人李乃祥说。

在辽宁盘锦北窑村的水稻田,经过连续三年水稻播种覆膜,农民们成为可降解地膜的“粉丝”。辽宁裕禾农

记者见闻

优质高效推进川气东送二线项目建设



在川气东送二线天然气管道(威远/泸县—铜梁)线路第三标段主体管线施工中,石油工程建设公司江汉油建大力开展管理标准化、行为标准化、作业标准化、环境标准化和智能工地“四化一智”建设,实现施工安全优质高效推进,截至5月10日建设进度超62%,连续7个月全线综合进度第一。图为施工现场。
张龙 摄 胡学珍 文

联合石化杯
新闻摄影竞赛

中原石油工程海外市场业务量效齐升

前4个月,钻井进尺同比增加25.4%,收入同比显著增加,超额完成各项生产经营指标

本报讯 记者张松才 通讯员王世英报道:今年以来,中原石油工程认真贯彻落实集团公司工作会议精神,扎实开展“牢记嘱托、感恩奋进,创新发展、打造一流”主题行动,强化绩效考核,狠抓现场管理,优化组织运行,有力推动施工提速提效。1月至4月,海外市场累计开钻197口,完井131口,钻井进尺同比增加25.4%,收入同比显著增加,各项生产经营指标均超额完成。目前,中原石油工程拥有沙特、科威特、非洲、哈萨克斯坦四大规模市场,连续17年入选ENR《工程新闻记录》全球最大250家国际承包商。

强化绩效考核,赋能对标提升。

施工过程管控。结合区域地层实际,中原石油工程编印井下故障复杂预防绩效考核细则,扎实开展对标提升行动,将绩效考核向基层队、创效单位、关键岗位大幅倾斜,对井队进行年度排名、季度评比,真正体现“干多干少不一样,干好干差不一样”。针对绩效考核排名靠后的基层队,他们挑选先进基层队与其结成帮扶对子,派出干部帮扶提升业绩,全力确保基层队业绩全面过硬。

狠抓现场管理,打造精品工程。聚焦现场管理,中原石油工程以故障复杂治理深化年行动为抓手,全方位开展井控、技术、安全施工指导,严抓

搬迁作业指导书,夯实安全快速搬迁基础。搬迁前,井队提前勘察新井场和搬迁道路,规划新井场布局及设备、设施摆放位置,制订搬迁计划,并将暂时不用的设备和散小物品归拢,对装备进行模块化整合,大大提高搬迁时效。科威特公司SP-985修井队精心组织,实现搬迁工序无缝衔接,平均两天就搬迁一口井,被甲方赞为“沙漠中的轻骑兵”。1月至4月,中原石油工程海外钻(修)井队累计搬迁127井次,每井次平均搬迁时间比定额时间节约14.8小时;海外基层队日费率由99.97%,获甲方书面表扬30次。

(详见3版)

导语
学条例 守党纪

九江石化党委:牢记嘱托 为奋进新征程提供坚强纪律保障
燕山石化党委:坚持以严的基调全面加强党的纪律建设

2024国资国企品牌建设会议在沪召开

赵东出席中国品牌日系列活动,代表中国石化发布《2023年度中央企业品牌建设发展报告》并作主旨演讲。中国石化获评中央企业首批优秀成果集团品牌,易捷获评中央企业首批优秀成果服务品牌

本报讯 记者徐徐 戴安妮 陆杨 刘锦妍报道:5月11日,中国品牌日系列活动——2024年国资国企品牌建设会议在上海召开。会上发布了《2023年度中央企业品牌建设发展报告》、中央企业品牌引领行动首批优秀成果和企业品牌价值评价模型。其中,中国石化、国家电网、中粮集团、中国建筑、中国中车等5家企业获评中央企业品牌引领行动首批优秀成果集团品牌,易捷获评中央企业品牌引领行动首批优秀成果服务品牌。

集团公司总经理、党组副书记赵东出席中国品牌日活动启动仪式,参观中国品牌博览会中国石化、中国石油、中国海油展厅,出席2024年国资国企品牌建设会议,代表中国石化发布《2023年度中央企业品牌建设发展报告》,并以“打造特色卓著品牌为建设品牌强国贡献石化力量”为主题作主旨演讲。

赵东表示,品牌是国家综合实力的重要体现、高质量发展的重要象征、满足人民美好生活需要的重要基础。中国石化将牢记习近平总书记关于“三个转变”的重要指示精神,把品牌建设作

为发展新质生产力、建设世界一流企业的主要引擎,以战略引领强化品牌塑造,以系统管理推进品牌建设,以技术创新赋能品牌增值,以责任担当提升品牌声誉,加快培育特色卓著品牌,奋力打造具有强大战略支撑力、强大民生保障力、强大精神感召力的中国石化,为推动品牌强国建设、经济社会高质量发展贡献石化力量。

2024年国资国企品牌建设会议由国务院国资委主办。经评审,最终遴选出具有良好示范效应和学习借鉴意义的集团品牌5个、企业品牌10个、产品品牌20个、服务品牌10个。此外,会议还发布了2023年中央企业品牌建设能力TOP30排行榜,中国石化排名第2。

作为品牌日活动的重要组成部分,中国品牌博览会在上海世博展览馆开幕。中国石化展厅以“向新·向未来”为主题,设有绿色转型能源向“新”力、高端智能科技向“新”力、品牌引领生活向“新”力三个展区,展示中国石化充分发全产业链优势,从源头到终端为美好生活加油的生动实践。

2024世界品牌莫干山大会在浙举行

钟韧出席

本报讯 5月11日,2024世界品牌莫干山大会开幕式暨主论坛在浙江德清举行。集团公司党组副书记钟韧出席,并讲授世界品牌公开课。

钟韧表示,中国石化多年来高度重视品牌工作,品牌价值连年增长并连续7年位居能源化工行业第一。面对当前世界百年未有之大变局,中国石化将始终牢记习近平总书记重要指示精神,深入贯彻落实品牌强国战略,坚持战略领导,突出技术创新,强化国际运营,增进民生福祉,全面提升品牌核心引领力、市场竞争力、全球影响力。将把品牌建

设作为推动高质量发展、建设世界一流企业的主要引擎,坚持“创新引领行业未来、责任创享美好生活”品牌主张,践行“能源至净、生活至美”品牌承诺,持续打造立得住、传得开、叫得响的世界领先卓著品牌,为推动我国向品牌强国迈进、实现经济高质量发展再立新功、再创佳绩。

在浙江期间,钟韧还到浙江杭州石油加能站调研,了解品牌建设、零售经营、安全生产等情况,并看望慰问一线员工。

(李冬平 舒志国)

安庆石化甲苯产品首次走出国门

本报讯 日前,安庆石化3000吨出口印度的甲苯产品装船,标志着该公司甲苯产品首次走出国门。

作为华东地区甲苯出厂量最大的企业,安庆石化把握市场形势变化,优化调整生产方案、稳定产品质量、完善

出厂设施,同时加强与化销华东沟通配合,科学统筹、精心准备,于近日打通出口流程,进一步拓宽了商品销售渠道。下一步,安庆石化将继续拓展甲苯出口业务,完善出口流程,提升市场份额。

(张珏玲 金思强)

润滑油公司4月海外销量创新高

本报讯 记者钱志勇报道:润滑油公司积极响应“一带一路”倡议,发挥品牌、技术、市场优势,为全球市场提供全产业链贯通式优质服务,不断拓展国际市场。4月,润滑油海外销量创历史新高,同比增长38%。

润滑油公司与国内企业携手开拓海外市场,不断完善全球网络布局,发展海外经销商,努力做大增量,前4个

月新开发项目40余个。他们加强与供应商的紧密合作与沟通,注重供应链的多元化布局,实现原材料稳定供应保障。持续关注市场动态和客户需求,在订单量激增的情况下,加大生产投入,不断突破设计产能,按时保质保量完成订单发运,赢得客户称赞,各项业务顺利开展,持续提升了海外竞争力。

化销华中冰醋酸自营量大幅增长

本报讯 化销华中充分发挥资源统筹调配优势,在服务好区内企业的同时持续做强做大冰醋酸自营业务,1月至4月冰醋酸产品自营总量超上年自营总量两倍以上,其中4月自营量环比增长38.5%,创历史新高。

化销华中积极开拓区内市场,安排

客户经理走访区内工厂,深挖下游冰醋酸需求;调研了解上下游资源供应现状,分析市场价格走势,向客户展现化销华中统筹资源优势,聚焦客户需求,提供优质产品和服务,与湖南地区一家醋酸酯客户达成合作协议。

(雷雨松 龙唐中)

●责任编辑:李晓君 ●电话:010-59963297 ●电子邮箱:lixiaojun@sinopec.com
●审 校:周 欣 ●版式设计:冯 丹