

科威特国家石油公司(KOC)一口31年前修过的老井再次修井,设备搬迁必须48小时内完成,面对这项难以完成的任务,南部油田作业组组长阿卜杜拉·马拉菲斩钉截铁地宣布:

“让SP926队上,我信任这支中国队伍!”

积极履行社会责任 提升企业品牌形象

□翟瑞龙

4月22日,第55个世界地球日,中国石化所属企业在近百座城市同日开放,举办“探秘智慧能源”公众开放日活动,通过发布社会责任报告、现场参观体验、科普互动交流等多种方式积极展示履行社会责任的做法、故事和成效,从不同维度展示中国石化“能源至净、生活至美”品牌承诺。

企业存于社会,都是社会企业。只有对社会高度负责的企业,才能成就卓越的品牌和非同凡响的业绩。社会责任体现企业对社会的责任和态度,企业不仅要为员工负责,也要对购买产品的所有消费者负责,更要对企业所在的社区、国家乃至全球负责。

企业积极履行社会责任有利于提升品牌的知名度,有利于建立品牌的美誉度,有利于提升消费者对品牌的偏好度、保持对品牌的忠诚度。企业在履行社会责任的同时,亦是塑造品牌形象、维护品牌信誉、传递品牌文化。

深化认识,积极履责。企业是履行社会责任的主体,社会责任则是品牌建设的稳定器、品牌影响的扩散器、品牌价值的推进器、品牌风险的减震器。当好企业公民,持续塑造负责任品牌形象,有利于提升和扩大企业品牌的影响力,是打造世界一流企业、塑造品牌卓越形象、提升文化软实力的必由之路。

提升标准,率先履责。据权威媒体报道,国务院国资委即将发布《关于新时代中央企业高标准履行社会责任的指导意见》,以推进中央企业ESG(环境、社会和公司治理)建设。作为一种关注企业环境、社会、治理绩效而非财务绩效的投资理念,ESG已成为衡量企业可持续发展能力的“标尺”。中央企业率先高标准履行社会责任,不仅是对中央企业自身发展的促进,而且是对整个社会可持续发展的贡献。

文化润心,全员践行。品牌卓越彰显着高质量、高效益、高知名度与领先文化。品牌的背后是文化,其中包括勇担社会责任的企业文化。要深入宣传贯彻中国石化新版企业文化建设纲要,推动企业文化“融入人心”,融入改革发展、经营管理和队伍建设全过程,成为全员的行为准则和自觉习惯,持续塑造负责任品牌形象,做到人人皆为兑现和传播中国石化“能源至净、生活至美”品牌承诺增光添彩。

(作者来自仪征化纤)



“为什么KOC会毫不犹豫地选择我们?不仅仅因为我们有丰富的经验和超强的技术实力,更因为我们‘服务甲方,舍我其谁’的责任感和使命感,这是一份沉甸甸的荣誉,这是中国石化负责任的品牌形象在科威特的生动展示。我们就是要再啃下这块硬骨头!”

——西南石油工程公司科威特项目SP926修井队平台经理 张勇

□龚荣佳 张俊 侯炼/文 张勇 刘栋/图

4月29日,一场隆重的庆祝活动在西南石油工程公司科威特项目SP926修井队AH-0044井现场举行。科威特国家石油公司南部油田作业组组长阿卜杜拉·马拉菲和南部油田作业组组长阿卜杜拉·马拉菲一同参加。

这场庆祝活动是甲方的承诺和赞赏——之前一项限定在48小时内完成的搬迁任务,看上去似乎难以完成,阿卜杜拉·马拉菲选择了有着科威特“城市油井修井专家”美誉的SP926修井队,他对该平台经理张勇承诺:“井施工完毕,我给你们庆功!”

4月19日,该队成功穿越两条科威特城市道路和居民区,仅用24小时就完成了设备搬迁,创造了一个奇迹。4月29日,科威特国家石油公司举行盛大活动为他们庆功。

高难度搬迁 科威特国家石油的选择

从科威特国家石油公司出发,沿着科威特208城市道路向北前行5公里,右转驶入科威特国防部基地外围大门,再往前1公里便是SP926队施工的AH-0044井场,距离科威特国际机场不到1公里。

大布尔干油田的AH区是科威特最早开发的区块之一。AH-0044井完钻于1965年,上一次修井是1993年。随着城市发展,城市道路和居民区不断外溢,原本处于荒野的油井逐渐被城市包围。

AH-0044井就是这样的典型,它位于科威特208城市道路内侧,已经属于主城区。这口井是科威特国家石油公司的功勋井。资料显示,该井累计生产原油超过600万桶,近年来,原油产量持续下降,含水率不断升高,加之长达50多年的生产造成套管严重腐蚀,亟须套管修复和转层生产。

老井修井方案的制定酝酿了长达两年之久,方案敲定后,“由谁来施工”是摆在科威特国家石油公司南部油田作业组组长阿卜杜拉·马拉菲面前的问题。复杂的老井修井和搬迁穿越城市道路,是两大难题,必须选择最优秀的队伍来施工。“不仅仅是井况复杂和安全风险,搬迁超时也是一个严重的问题。”阿卜杜拉·马拉菲说。



▲ 钻机搬迁路上。

► KOC为SP926队颁奖。左一为颁奖者阿卜杜拉·拉巴赫,右二为阿卜杜拉·马拉菲。

从科威特特区AH-0030井把修井设备搬迁至该井,需要连续穿越科威特环线高速和208城市道路,以及居民区。在日费制的科威特市场,搬迁时效不仅是经济问题,更是甲乙双方共同面临的KPI(关键绩效指标)考核问题。穿越两条城市道路,科威特国防部基地外围大门和居民区,搬迁时间超过科威特国家石油公司规定的48小时,根据以往经验来看几乎是必然的。

“让SP926队上,我信任这支中国队伍!”阿卜杜拉·马拉菲在南部油田作业组工作会议上斩钉截铁地说。他亲自打电话给SP926队平台经理张勇安排任务,早就听闻此井大名的张勇,毫不犹豫地接下了任务。

全体动员 迎接挑战

如果说科威特北部稠油井两天一次的搬迁是“轻骑兵”,那么南部城市油井搬迁就是“重装部队”,30辆重型车辆组成的车队绵延2公里浩浩荡荡穿越城市道路和居民区,何其壮观,又何其麻烦!

在全队动员大会上,张勇说:“为什么科威特国家石油公司会毫不犹豫地选择我们?不仅仅因为我们拥有丰富的经验和超强的技术实力,更因为我们‘服务甲方,舍我其谁’的责任感和使命感,这是一份沉甸甸的荣誉,这是中国石化负责任的品牌形象在科威特的生动展示。我们就是要再啃下这块硬骨头!”

动员大会,张勇回忆起2022年KH-0001井的施工经历。这口井被誉为“科威特国家1号井”,也位于主城区,科威特国家石油公司反复斟酌了3年才下定决心施工。该队以坚定的意志和顽强的毅力,攻坚克难、精准施策,让那口诞生于1962年的油井焕发了新生,取得了日增油上千桶的丰硕成果。就是那一次施工,为SP926队赢得了科威特“城市油井修井专家”的赞誉。

风险分析 制定方案

修复AH-0044井,张勇明白,这又是一个“烫手的山芋”。在48小时内完成搬迁,是一项艰巨且充满高风险的任务。“我们必须制定好搬迁方案和应急预案,提前把可能出现的问题都分析清楚。”张勇在搬迁准备会上反复强调。

针对夜间搬迁的安全风险,他们提前与甲方对接,与搬迁承包商充分沟通,编制搬迁方案,完善应急预案,强化应急演练,从甲方取得了夜间搬迁的书面许可。

搬迁车队要穿越科威特的环线高速,前行5公里后再穿越208城市道路,两条道路有不同的管理者。这一系列动作必须在凌晨1时至4时完成,容不得半点马虎。他们分别与两条道路辖区警察局取得联系,获得了准

予封路的函件。他们还安排精通阿拉伯语和熟悉科威特事务的科籍员工阿里·优素福跟随搬迁车队,以便应对突发情况,并安排专人前往科威特国防部基地说明情况,获得了进入许可。针对居民区的穿越,他们制定了详细的措施,既确保安全,又杜绝扰民,坚决维护中国石化品牌形象。

至于搬迁工作常规的要求,驾轻就熟,他们也是事无巨细,没有丝毫懈怠。一切准备就绪。

过程管控 提升时效

4月18日,科威特天气晴朗,清晨的第一缕阳光射到AH-0030井场,SP926队的搬迁将从这里开启。

上午,井队就将不超宽不超高的外围设备搬迁到了AH-0044井,在修井机释放前就只剩下了30车超宽超高的设备。张勇与甲方监督反复沟通试采进度,11时,甲方决定停采。张勇悬着的心终于放了下来。“这个时间停采,我们就有望当天完成所有设备的拆卸和装车!”张勇激动地说。

考验井队效率的时候来了。他们仅用1小时就完成了甲方计划3小时完成的恢复原油和GC(集输)管线等工作,又成功抢下2个小时。这是多么宝贵的2个小时啊!争分夺秒,放井架、甩钻台……全部动作如教科书般一气呵成。14时,修井机释放,设备拆卸、装车、固定……18时,在天黑之前,搬迁车队准备就绪。安全官刘栋一辆车一辆车地检查,确保设备固定牢靠。他深知,不管如何分秒必争,确保安全始终是第一位的。

“车辆检查完毕,出发。”张勇带领30辆重型车辆组成的车队浩浩荡荡地从AH-0030井场驶出。

21时,车队顺利抵达环线高速封路的路口。但直到4月19日2时,负责封路的警察才经反复沟通终于到场。“封路”一声令下,昔日车水马龙的科威特环线高速彻底封闭了。

3时,搬迁车队抵达了208城市道路路口。已在这里等候的警察说,如果你们再晚到15分钟,我们就不会让你们通过了,因为前往科威特国际机场乘坐早班飞机的旅客可能因此错过航班。随着整个车队安全穿越208城市道路,大家长出了一口气。一路上,中国车队始终安静平稳行驶,让沉睡在梦乡中的科威特国民没有丝毫察觉。

5时,车队到达科威特国防部基地外围大门,基地工作人员为车队打开了大门,清晨的第一缕阳光又一次照亮了整个车队。

连续奋战 提前开钻

6时,车队抵达井场,迅速开始了设备卸车和安装;7时,循环系统就位;9时,钻台就位;11时,井架矗立起来。上百英尺高的井架正对着科威特国际机场,飞机的轰鸣声不断从井场上方传来。

“已到达开钻标准,请验收。”13时,张勇向甲方监督沙达布·西迪基铿锵有力地汇报。“完全符合KOC开钻要求,准许开钻!”沙达布·西迪基向张勇竖起了大拇指。

张勇看了看时间,正好是14时,搬迁刚好用时24个小时,比甲方标准还提前了50%,为公司创造了效益,甲方的KPI考核也拿到了高分,监督开心地笑了起来。而这时,张勇已经连续奋战了32小时没有合眼,这位刚刚步入不惑之年的四川汉子,已累得说不出话来。

4月29日,未待该井施工结束,科威特国家石油公司便在SP926队举行隆重庆祝活动,阿卜杜拉·拉巴赫和阿卜杜拉·马拉菲一同出席,盛赞该队安全、专业、高效,国际石油工程公司科威特分公司副总经理姚运杰也称赞该队“敢打硬仗,能打胜仗”。

品牌资讯

益阳石油直分销考核“五个第一”

本报讯 湖南益阳石油深耕直分销管理,4月,直分销实现五大考核指标省公司排名第一,即任务计划完成率148%、同比增长105.4%,县域直分销计划完成率181%,价差收入计划完成率103.6%,终端占比99.6%,领跑省公司直分销考核排名。

今年以来,益阳石油直分销条线加强政企互动,以涉税云平台上线为抓手,紧盯省公司考核导向,强化调度,持续优化客户经理配置与考核,加大客户走访力度,增强全员营销活力。尤其是深耕县域市场,实施差异化营销,一户一策持续挖掘县域市场的增量潜力,为直分销市场的拓展开辟了新天地。(张青山 赵忠良)

中石化壳牌“爱跑98”销量大增

本报讯 今年以来,中石化壳牌激发全员销售热情,多措并举提升“爱跑98”汽油销量。1-4月,该公司“爱跑98”汽油销售占比4.6%,销量同比增长80%,4月以来销量同比增长283%。该公司成立“98号占比提升”攻坚小组,党员到一线帮扶、现场引导、为客户讲解油品优势、协调车辆送油;员工分享促销话术;营造宣传氛围,全面提升“爱跑98”油品知晓率,“品质化、高端化、差异化”的服务理念深入人心。(王钰)

湖州石油汽油直分销销量大增

本报讯 浙江湖州石油坚持以市场为导向,以客户为中心,锚定“量价兼顾、量效双收”目标,把准节奏造势扩销,助力汽油直分销销量大幅增长,不断提高经营质效。1-4月,该公司汽油直分销效益完成率排名省公司第一。

该公司强化市场调研和地毯式走访,摸清辖区各行业客户数量、用油及分布情况,一户一策制定供油方案,当好客户“油管家”,并从量效、配送、交易客户数、管理工作等方面做好考核,激发创先争优新动能。(徐婕 施培强)

承德石油任务完成率排名省公司第一

本报讯 今年以来,河北承德石油积极主动应对市场,灵活调整经营策略,统筹经营重点工作。1-4月,该公司零售量完成省公司下达累计计划的97%,直分销量完成省公司下达累计计划的110%,累计成品油销售总量完成率排名省公司第一。(许静 刘东阳 袁瑞刚)

品牌之窗

开业87天,实现LNG万吨销量

□楚杰文/图

图增添了浓墨重彩的一笔。

办好实事,把难题变为加分项

“刚到站上没宿舍,没厨房,没厕所,大家一看扭头就想走。”加液员马国东说,“后来,李辉书记(宁夏石油分公司代表,党委书记)来调研,看到这个情况,不到两周都给解决了,领导这么关心我们,我们也下定决心在这儿好好干。”员工没有后顾之忧,一心扑在站上,想法于做好服务增加销量。

运营过程中,员工发现加能站的车辆动线是一个大问题,尽管场地大,但几十辆17.5米长的大卡车动起来容易乱,更容易出安全问题。桃山加能站站长周俊海带着站上员工反复模拟站内行驶路线和各种可能发生的情形,找到最优动线。可是画好线后有司机抢道、不排队,堵得水泄不通的情况还常常发生。怎么办吧,大家思来想去,认为“还差个指挥”,周俊海连夜报告想法,公司领导当即同意加一名保安人员现场指挥车辆,问题迎刃而解。

“动线加指挥解决了大问题”,站内实现有序排队加油,极大助力提高车辆通过率,最多可同时容纳70辆重卡在站内。

优质服务,把新客变为回头客

周俊海浓眉大眼让人过目不忘,客户总能第一时间认出他,他也总是笑容灿烂地回应客户。站上其他员工每天也都是笑呵呵的,无数次与客户打招呼“师傅,给您添点热水吧”“师傅慢走”。

一个冬夜,有位司机手里拿着塑料袋不知所措,员工上前询问,了解到这位张师傅从浙江出发前往新疆,有件急用的东西要寄回浙江,第一次到桃山不熟悉线路,想让站上帮忙邮寄,但东西非常重要,又有些犹豫。

周俊海知道后立刻加了微信留下快速

信息。第二天东西寄出,第一时间通知张师傅。第三天快递送达,张师傅特意打电话致谢。后来,张师傅每次往返浙江新疆都会到桃山站加液,热情地向站内员工打招呼。

员工们深知,真诚服务是赢得客户的法宝。驾驶“豫”字牌照卡车的郭师傅说:“你们这个站服务确实可以,等的时间不长、胎压也足,我会经常来。”

桃山加能站,不仅见证了LNG在西北区域的快速发展,也见证着宁夏石油紧紧抓住机遇推进高质量发展不懈的努力。

