

## 乡镇站点变身“综合服务站”

贵州石油

### 把“惠民福利”搬进赶集乡场

□陈实 陈飞文/图

5月29日是贵州省贵阳市息烽县小寨坝乡赶集的日子,一大早安静的街道就热闹起来。“洁柔卫生用品有活动,满49元减30元!”“中国石化加能站加油单笔实付220元以上,有机会享受2元至219.99元的优惠!”在中国石化商品摊位前,贵州贵阳石油金阳加能站经理魏华锋用小喇叭热情地向乡亲们介绍优惠活动。赶集场的乡亲们纷纷聚拢过来咨询、购买。金阳加能站周边少数民族村寨

较多,为方便村民购买商品,魏华锋经常带领员工利用赶集的时间出摊,把站内的优惠活动第一时间告诉大家。不仅如此,他们还还为年纪大的村民提供粮油等大件商品送货上门服务。今年车友节期间,该站员工开着装满易捷活动商品的流动“大篷车”走村串寨,推介活动商品,深受受欢迎。

秉承“客户需要什么,我们就提供什么”的原则,贵阳石油积极响应当地乡村振兴政策,延展易捷服务销售半径,针对乡镇站点易捷便利店体

量小、销售商品结构不合理、销售业绩差、周边客户购买意愿不强等问题,转变营销思路,优化商品结构,定制营销方案,主动“走出去”服务,提升乡镇站点创效能力。

此外,贵阳石油优化销售品类,根据当地居民在“民族文化节”定时定点采购的风俗习惯,结合当季营销活动,推出物美价廉的粮油、牛奶、零食礼包及老干妈、刺梨汁等农特产品礼包,把“惠民福利”搬进村民赶集的乡场,把急需商品送到农户家里,把优质服务做到农户心里。



“民族文化节”期间,员工向当地客户推介商品。

#### 阅读提示

为深入挖掘乡村振兴战略带来的机遇,中国石化销售公司依托国道、省道及高速公路干线发展乡镇网络,结合地方经济发展特点、中国石化加能站密度、市场占有率、新能源替代后成品油销售量变化趋势等情况,加快推进乡镇站点的形象升级、管理改善、服务提升,实现乡镇站点向集加油、农资销售、农技服务、助农渠道于一体的“综合服务站”转型,提升在乡镇市场的综合竞争力。

新疆石油

### “预约订油”为农户送油上门

□萨仁花 穆合塔尔·萨吾提/文/图

“以前加油,我们往返加能站要几十甚至上百公里,费时又费力。现在只要打一个电话就能送油上门,中国石化的服务太贴心了!”近日,新疆巴音郭楞蒙古自治州野云沟乡农户阿力木江·图尔洪享受到巴州石油的“预约

订油”服务后开心地说。

传统购油模式下,巴州地区的农户想要加油,只能开到最近的加能站,往返距离远,办事效率低。巴州石油切实扛起保供责任,积极探索乡镇站点新的服务模式,在所辖一市八县中设置44座支农惠农加能站,推出“预约订油+送油上门”服务,并积极走访农户进行宣传,农户可通过电话、微信等方式与站点预约所需油品种类和数量,加能站根据预约信息提前制订用油计划,垫高油品库存,确保供应充足。巴州石油各加能站根据农户需求,详细规划送油路线,将油品送到田间地头、村户院落,确保各种农用机具能够及时加到油、加满油、加好油,努力做到“哪里有需要,就把油送到哪里”,打造出助农惠农“一条龙”“一站式”服务模式。

此外,巴州石油还在支农惠农站点设立临时便民服务台,免费提供绿豆汤、新鲜瓜果、防暑小药箱等,为乡镇客户提供温暖周到的增值服务。



新疆巴州石油员工向客户介绍“预约订油”服务。

□刘金荣 黎菲/文/图

湖北是“千湖之省”“鱼米之乡”,有“荆楚粮仓”之美誉。湖北武汉石油积极响应地方农业需求,在春耕、夏种、秋收等农忙时期,在20余座乡镇加能站开辟农业用油绿色通道,设立农机专供加油机,组建党员服务小组,安排小额配送车辆随时“待命”,提供“送油下乡”服务,在司机之家提供洗衣、淋浴、休息、用餐等服务……通过延长供应链、强化服务链,解除农机手后顾之忧。

“经过测量,这里的土壤容易流失氮,建议以氮肥为主,钾、磷肥为辅,玉米、花生交义种植时建议选择

### “一袋化肥都送货上门”

氮元素较高的复合肥。”夏种备耕关键时期,武汉江夏石油经理王志军带着农业技术专家深入田间地头进行专业检测,同时开展施肥、用药等技术指导,通过科学方法降低种植成本,深受农户好评的同时,也促进了化肥销售。

武汉石油坚持线上线下同向发力,让惠农政策和保障措施充分触达客户。线上开展农技讲座及农资带货直播,邀请华中农业大学教授为农户提供技术指导,发挥渠道优势提供质优价廉的农资产品;线下动员乡镇站点员工发挥属地优势,开展地毯式走访,列出需求客户,逐一开展专家上门指导、预约订油、送货上门



加能站员工为客户提供送化肥服务。

等便民服务。

“你们的服务真周到,帮我解决了化肥配送和卸货的大难题!”5月27日,在武汉新洲春风村农户刘兴家里,新洲石油经理桂斌和员工一起将刘兴订购的45吨化肥整齐码放在仓库里,贴心的服务也让刘兴当即追加采购了20吨化肥和15吨尿素。

为兑现“一袋化肥都送货上门”的承诺,武汉石油4个远城区分公司组建了19支党员服务分队“送肥入户”,打通“化肥订、化肥销、送油上门”服务“最后一公里”。通过帮助农户精准施肥,送油、送肥到田间地头,中国石化的产品质量和优质服务也得到了农户的充分肯定。

湖北石油

云南石油

### “乡镇驿站”助农户直播带货

□高菲 周云龙 杨鑫文/图

“我们的小米椒今天成交120单,销量300多斤,终于

卖完了。”6月1日,在云南石油沙锡加能站的“乡镇驿站”直播间里,云南红河州个旧市沙甸乡的农户李飞高兴地说。

如今,短视频之风也刮进了乡镇,越来越多的农户开始利用短视频进行直播带货,把农特产品卖到全国各地。李飞是当地的小主播,近日在沙锡加能站加油时满脸心事,该站负责人邓晓芳与他聊天后得知,李飞家种的小米椒已经成熟,可进入5月后一直下雨,影响户外直播,小米椒马上要烂在地里了。邓晓芳随

即告诉李飞,云南石油为助农惠农,将下属多座乡镇站点变为“乡镇驿站”,增设直播间,配合农户直播带货。“乡镇驿站”空间宽敞,既可以为手机充电,又可以摆放农特产品,还提供流畅的无线网络,是标准的“临时直播间”,助力农户打通销售环节。

云南石油有1300余座加能站、1200余家易捷便利店,遍布全省16个州市129个县。该公司深入调研,积极寻找优质供应商,将临沧勐库普洱茶、迪庆帕巴拉冰酒等220多种当地农特产品“引进来”,以易捷便利店为载体,持续夯实供应链基础,推进门店精细化运营。客户不用走进特产超市,在乡镇加能站即可买到优质农特产品。



客户杨先生在云南石油红河蒙自加能站便利店选购心仪商品。

新闻会客厅

## 优化能源服务 提升乡镇站点竞争力

### 在能源转型的背景下,如何提升乡镇站点在区域市场的综合竞争力?

李宁:随着国家“双碳”战略、产业升级、能源转型深入推进,交通领域电动化进程已发生“量变到质变”的深刻演变,辽宁石油积极应对市场竞争态势,不断提升核心竞争力。一是提升乡镇加能站形象,因站制宜实施屋顶棚口贯标,立柱、围墙、站房外立面出新,将现有加能站打造成所在乡镇的亮点建筑或地标建筑;二是坚持以客户为中心,树立“亲情服务”的工作理念,实现以微笑服务、温馨服务、快捷服务提升加能站进站率、回头率;三是积极打造新业态和新模式,改造原有加能站,增加充电、养车等功能,积极构建“人·车·生活”综合服务生态圈。

李炜:海南石油在全省199个乡镇共设站点128座,乡镇市场占有率为54.5%,仍有潜力可挖。海南石油坚持“以客户为中心,以市场为根本”的理念,细分市场、精准施策,巩固提升乡镇市场竞争力。一是提升服务功能。对49座乡镇站点进行形象改造,提升品牌形象;结合能源转型需求,在40座乡镇站点增加充电服务设施;在空白区域新增3座乡镇站点,增强市场掌控力。二是打造差异化优势。综合实施“三优”(油枪、油机、油罐的优化)、开发“四车”(城市运营车、公务用车、私家车、战略客户用车)、在“易捷加油”APP为摩托车客户增加散装汽油登记功能,在便利店增设农村农业关联产品专区,为乡镇客户提供便捷服务。三是开展特色营销。积极开展加油卡优惠活动,从源头抓牢乡镇新增汽油销量;利用春耕夏收时机,开展“送油下乡到田”“油干进农家”等活

嘉宾:



李宁  
辽宁石油分公司代表、  
党委书记



李炜  
海南石油分公司代表、  
党委书记



施长春  
西藏石油分公司代表、  
党委书记

动,为农户送油上门,提升乡镇汽油销量。5月,在全国汽油销量整体下降的情况下,海南石油乡镇站点销量同比增长9.8%。

施长春:在助力实现国家能源战略目标和客户能源服务需求导向双重作用下,西藏石油基于自身优势,将综合能源服务作为转型期难得的发展机遇,通过抢占市场先机,形成个性化的竞争优势。西藏石油通过盘点现有乡镇站点,在国道交通要道、具备场地条件的加能站增设LNG(液化天然气)、充电桩设施,打通货车LNG加气通道和小型车辆充电通道,积极顺应LNG及充电市场转型趋势;参考曲阜木、驾校迷你加能站的模式新建乡镇站点,减少加油场地面积,根据需求增加光伏、充电、LNG或加氢设备,进一步完善站点功能。

### 如何依托各地乡镇站点的服务特色带动油气、非油品销量增长?

李宁:辽宁石油结合省内站点分布特点及

气候特征,抢抓“春耕”“三夏”“秋收”用油需求高峰期,全力以赴保障农机用油,落实好“三优一免”(优先加油、优惠供应、优质服务、免费办卡)措施。一是提供定制化服务,配备流动加油车,为距离较远、交通不便的农户提供小罐车免费送油到田间地头服务;二是增设加能站经营项目,在加能站便利店开设当地特色农产品专区,利用加能站引流优势,推动农机、化肥、农药等关联产品的销售。三是加快推进自助加能站建设,依据自动化标准完善设施功能,引入先进的支付方式,弥补加能站非24小时营业的短板,满足客户不同时段的用油需求。

李炜:海南石油充分发挥乡镇站点、服务和队伍优势,变“坐商”为“行商”,通过开展小额配送业务延伸网点服务半径。一是整合资源,提升配送效率。将小额配送车辆划归物流部门统筹调配,利用物流配送优势,实现油品快速送达。二是精准施策,锁定销量。海南石油在16座竞争激烈的乡镇站点安装大流量

加油机,1~5月,通过“以站代库”方式开发小额配送客户90个,实现销量近4500吨;紧盯乡镇及周边重点项目工程,坚持“价格贴近市场,营销贴近客户”策略,打好“批零组合拳”,开发103个重点工程项目,实现增量2400余吨。三是全员营销,抢抓客户。坚持“走出去”思路,由分公司、县公司、站经理分级开展客户走访,挖掘潜在乡镇客户,传递营销活动信息,增强客户黏性。

施长春:西藏石油在综合能源服务发展路径上建立“1+N”模式,提供多能源品种、多环节、多客户类型的能源服务。一是增加农机加油绿色通道。针对西藏地区农业用油特点,调整站点营业时间,通过送油下乡等方式扩大客户群、提升成品油销量。二是转变经营模式。西藏地区乡镇站点普遍存在销量低、用工成本高、劳动生产率低等问题,西藏石油采取“我有他营”模式,降低用工总量,提高人均劳效,用不同管理模式激发乡镇成品油市场潜力。三是加大油非互促力度。深入开展“一站一策”,打造油气电服综合能源站,让乡镇居民有更多的消费选择、更好的消费体验。四是强化增值增值服务。西藏自治区面积大,加能站间距长,多数区域就餐不便,乡镇站点通过提供自热米饭、自热火锅等简餐服务,解决客户就餐难题,并增设特色旅游点电子地图引导服务,为进藏游客提供旅游服务。

### 各地销售企业如何根据实际情况调整乡镇站点的布局?

李宁:东北受天气因素影响,电动化替代进程相对缓慢,辽宁石油将市场形势概括为“油是基础、气是重点、电是趋势”,在未来会最

大程度地发挥终端资产价值。一是处置低负资产,持续优化位置不佳、经营不善的站点,提升资产质量和创效能力;二是优化升级现有站点,结合加能站位置、市场环境、消费水平等因素,设置相融互促、共享共进的业态类型,打造集能源供应、特色餐饮、综合汽服、日用百货、文化休闲、便民服务等于一体的综合服务供应站,满足客户的多样化需求。

李炜:在县域和乡镇网络发展上,海南石油依据“市场优先、效益优先、事前算赢”原则,点面协同推进乡镇站点建设。一是在竞争激烈的市县、空白乡镇做“加法”,发展纯增量站点,提升市场占有率;二是在网络控制力较好或市场份额较大的乡镇做“减法”,主动介入规划,减少“十四五”加能站商务布点;三是对单一功能站点做“乘法”,结合乡镇新能源渗透情况,依托现有站点,灵活实施“小改大”“单改综”“气改电”措施,在乡镇打造综合能源补给站;四是对闲置土地和低负资产站点做“除法”,通过分类施策、科学“问诊”,持续推进闲置土地再利用,围绕“易捷+电”模式,打造高品质“人·车·生活”综合生态服务体。

施长春:今年以来,西藏石油领导班子、各部门负责人深入西藏各地市县、乡镇进行加能站网点大普查,重点调研各县、乡镇站点,了解现有站点影响力及新增站点需求,从而有针对性地找准西藏石油新的增量增长点。目前,西藏石油虽然实现全区全覆盖,但还有相当一部分乡镇无加油站,加油难问题突出,建站需求大,增加乡镇站点布局、建设优质加能站、服务好当地群众是西藏石油未来的重点工作方向。

陈小梅 姜巧 许金玲 陈艺婷 整理