

品牌故事

编者按:品牌无论大小,都蕴含着一个企业创业、创造、创新的传奇,它的背后展现的是实力、精神、文化、情怀。一个好品牌,必定承载着岁月的沧桑,深印在消费者心里。本版开辟专栏,征集品牌故事案例,欢迎踊跃投稿。

“油建冰糕”重现商超

——品牌故事案例1

□董亚群

“油建冰糕”由白开水、奶粉、白糖、香精、淀粉等原料制作而成,原是在上世纪70年代石油会战时期胜利油建家属服务队为一线员工制作的“消暑佳品”。令人惊喜的是,它以崭新面貌重回大众视野,出现在了各大商超。

“小时候爸爸下班带回来的‘油建冰糕’不知道什么时候能再吃到!”2022年的一天,网友“绿叶”在胜利油建公司公众号留言,短短两天,便有上百名网友点赞附和:“记忆里的冰糕和夏天都很甜!”“我家还留着当年的冰糕呢!”“现在还生产吗?去哪里可以买到?”

网友们的热情让屏幕前的胜利油建综合服务中心党支部书记马春红喜忧交加。以现在的技术水平实现“1:1”复制并不难,但原始的制作标准与口味未免“过时”,若想长久“俘获人心”,必须以新思路迎合市场的变化。

在上级领导的大力支持下,“油建冰糕”被列入胜利油建特色食品项目计划。一段时间,马春红和团队成员走访了多名当年参与制作冰糕的老人,为了使冰糕更加符合现代消费者的口味,马春红大胆提议:改配方!他们摒弃了原配方中影响口感的香精与淀粉,以高品质鲜牛奶取代奶粉。此外,他们还在生产资质、产品商标、产品配料、制作工艺等方面进行探索。没过多久,“油城记忆”商标完成注册,“油建冰糕”终于有了自己的品牌LOGO(标识),整体生产经营流程也更加合法化、专业化和规范化。

2023年6月,1.5元1支的“油建冰糕”面市,浓郁的奶香口感唤醒了大家记忆中的味道,亲民的价格让产品一时间供不应求,来自周边市区寻求合作的电话更是接连不断,6-9月,“油建冰糕”售出近70万支。今年5月15日返场上架,短短一个月创下销售48万支的纪录。他们又趁势推出系列新品,赢得了更多消费者青睐。

收音机、雪糕保温桶、二八自行车……走进“油建冰糕”小卖部,屋里除了摆满了物件充满浓厚的历史感,墙上还挂着公司发展的大事记照片。这间极具特色的“复古小卖部”,成为众多年轻人的网红打卡点。

“以小冰糕讲好石化故事,以大服务温暖油城居民。”“油建冰糕”不仅是一种记忆承载,更是一种精神传承。”胜利油建公司执行董事、总经理郭春荣说。

品牌资讯

河北保定石油 充值卡销量位居河北石油第一

本报讯 今年以来,河北保定石油用心服务客户,不断加强充值卡销售,上半年,充值卡销售额完成计划的134.8%,同比增长54.4%,充值额位居河北石油第一。

保定石油加强充值卡宣传推广,拓宽引流渠道,组织员工抓住时机向客户介绍充值卡不记名、面值齐全、全国通用的优势,精准推荐客户心仪的充值卡,提高办卡效率,老顾客推荐的概率大幅提高,形成了“以老带新”的良性循环。他们还优化充值渠道,建立完善的客服体系,及时处理客户在充值卡使用过程中遇到的问题,提高了客户满意度。(吴树彬 井潇)

湖南永州石油 打造小额配送竞争优势

本报讯 近期,湖南永州石油深耕小额配送业务,落实专人对接小额配送服务,打造“省心送、省时送、省力送”服务模式。6月,小额配送任务完成率达到146%,排名湖南石油第一。

该公司用好客户档案表,利用前期网格化管理成果,梳理优质客户,通过提供库存预警、采购提醒、油价分析、油库24小时发油、首单全流程保姆服务等,落实“2+6+X”增值服务。同时,组建小额配送服务先锋队,缩减“我要买油”审批时长,满足客户全天提油、调度派车等需求,提升客户消费体验,打造服务竞争优势。(伍海龙 刘格斌)

江汉盐化工累计获得 国际红十字会消毒剂订单超万吨

本报讯 近日,首批592.2吨SINOPEC漂粉精消毒剂从江汉盐化工发往国际红十字会。2015年至今,该公司先后7次中标国际红十字会人道主义援助项目,累计获得漂粉精消毒剂订单10080吨。

江汉盐化工是全球最大的含氯消毒剂生产企业,生产能力超10万吨/年。去年6月,首批印有SINOPEC标识的漂粉精消毒剂发往欧洲市场,标志着该公司首次以自有品牌的形象扬帆海外。短短一年时间,SINOPEC漂粉精消毒剂已销往全球20多个国家,有效提升了产品品牌形象和国际美誉度。(黄红霞)



今年上半年,江苏油田外部市场同比增长8.3%,边际利润同比增长15.8%

走好“业务带动、品牌引领”拓市之路

江苏油田连续油管作业项目在东北某井施工现场。

□本报记者 刘继宝

今年以来,受世界经济不稳定、市场需求下降等影响,很多公司业务受到冲击,江苏油田外部市场业务却逆势上扬,技术服务、物流仓储、物业餐饮、教育培训等市场品牌享誉行业内外,大江南北。上半年,该油田外部市场收入8.12亿元,同比增加2800多万元,完成计划的52%,利润完成计划的55%,实现量效齐升。

从劳务输出走向业务拓市

江苏油田是东部老油田,油少人多,劳务输出成为外拓市场的基本形式。然而,往往输出的是精兵强将,输入的是低端收益。江苏油田人均产油量不高,随着员工年龄增大,输向市场的人力资源不断减少。为此,该油田着力探索一条业务带动、品牌引领的拓市之路。

江苏油田经营管理部总经理戎卫林说:“在保障油田内部生产的情况下,将富余的装备与人力资源整合成业务优势,走出油田,打造市场品牌,拓展生存与发展空间。”他认为,经过多轮次改革与优化,劳务输出创效的潜力将逐步释放。

试油测试、连续油管施工、压裂、修井、捞油等石油工程服务业务,是该油田的优势业务,实力强、口碑好,在行业内外享有一定的知名度,市场需求旺盛。近几年,该油田工程中心、江苏矿业等单位在东北、华北、胜利等市场不断开疆拓土,占据江苏油田外部市场高端业务“半壁江山”。上半年,石油工程服务创收同比增长3913万元,成为增长最多的业务。

拥有较强物资仓储能力的物资供应中心,在物资采购工作量减少后,不断释放物资仓储潜力,打造物资仓储品牌,对外服务创造价值。近年来,他们在青宁管线、金坛储气库等项目屡有斩获,赢得市场口碑;今年初,在广东某仓储服务项目公开竞标中胜

出。油田培训中心利用地处长三角地区的优势,统筹区域教学资源,在做好内部员工培训的基础上,向系统内外推介培训业务,并和扬州市有关部门形成长期合作关系,去年共承接外部培训476班次,成为地方和央企信得过的培训品牌。

从管理“婆婆”变身服务公仆

对习惯于内部生产运行的油田员工来说,外出拓市首先要过心理关。作为市场统筹主管部门,经营管理部带头转变观念,走出办公室,访客户、争项目,做拓市先锋、“下海”表率。

拓市仅有热情不够,无头苍蝇乱闯不行。经营管理部注重品牌打造,战略引领、力量统筹、资源聚合,通过制定品牌战略,编制市场发展规划,协调区域力量,实现联合拓市。他们定期到基层单位调研,每周召开视频会,听取汇报,了解动态,协调问题,分享信息。

油田很多管理制度是为主业高效运行与内部管理规范而设计的,这种管理体系对外拓市场来说会带来很多桎梏。市场商机稍纵即逝,需要快速响应、灵活处置。如何在依法依规的前提下抓住商机、赢得市场主动权,需要对现有管理体系进行优化。为此,经营管理部从“婆婆”变身公仆,积极为拓市单位排忧解难。

运输物流中心在运输装备不占优势的情况下,利用央企品牌优势统筹社会资源,开展对外物流服务,其中之一为“无车承运”。对这种社会上常见的营运模式,油田一些管理部门认识不一致,在办理有关手续、审批项目环节时遇到不少问题。经营管理部对该业务模式进行全流程风险分析,强化管理措施,与有关部门积极沟通,取得各方理解与支持,为拓市开绿灯、铺好路。

作为专利技术品牌,除垢剂市场前景看好,如何将好技术转化为好产品,遇到很多现实难题。例如,技术转化为产品,需要委

托加工制造,加工商怎么选、加工费怎么定,这些具体问题困扰着大家。由于涉及保密因素,不能采取招标等竞争性选商方式,独家谈判又因没有竞争,难定费用标准。面对这些困难,油田领导主动介入,相关部门积极作为,促进科研成果走出高阁。目前,除垢剂已实现量产,正在市场大力推广。

从量的扩张走向质的提升

江苏油田外部市场遍布十几个省几十个市县,市场质态良莠不齐。近年来,他们统筹优化市场,确保市场收入与边际利润同步增长,实现由量的扩张向质的提升转化。2018-2023年,外部市场创收连续6年增长8%以上,营业收入占油田总收入比重连年超过15%。

“加快推动从规模增长期向质态提升期转变,推动外部市场向更大规模、更好效益、更高质量发展。”江苏油田执行董事、党委书记钟志国说。

江苏紫金拥有国家物业管理、优秀绿化服务企业两个一级资质,是中国石化的后勤服务品牌。他们凭借优质服务,在系统内外“攻城略地”,市场份额稳步提升。

近年来,江苏紫金按高质量发展要求,认真分析市场运行质态,不断优化市场布局,促进市场业务高效健康发展。江苏紫金董事长张振宇说:“市场开发不是捡到篮里都是菜,对扭亏无望、低效无效、风险系数较大、市场前景不好的业务与项目,该退出的

坚决退出,要有所为有所不为。”

目前,紫金物业服务构建了北京、广西、华南三大主力市场,不断提升石油石化内部市场占有率,逐步退出其他零星、低效市场。“我们资源有限,要把有限的资源集中在重点高效的市场上。”戎卫林说。

危化品物流是运输物流中心10年前打造的项目,其中,扬州、泰州成品油储运市场与地方几个民营企业分割市场份额,由于市场体量小、管理成本高等原因,运行效益低下,而无锡项目运行质态良好,在江苏石油公司20多支成品油承运车队评比中多次获得综合排名第一,是甲方信得过的承运商。他们经过认真分析,制定了“退出扬州成品油项目、缩小南通成品油项目规模、聚力做优无锡成品油项目”的决策,继去年上半年退出扬州项目后,今年上半年又退出了扭亏无望的泰州项目。

今年以来,江苏油田围绕低效、无效项目治理等重点任务,引导基层做加减乘除法,拓展高附加值、有前景的项目,减掉效益低、质态低端的业务,提升市场质态和利润水平。物资供应中心停止贸易业务,退出低效无效物流业务,资源向科技产品加工销售、钢管和化工料运输等有效益的项目转移。

今年上半年,江苏油田压减低效项目8000万元,外部市场收入8.12亿元,同比增长8.3%,边际利润同比增长15.8%。“由于市场资源向高端项目转移,加速了好质态项目发展,市场营收与利润率同比不降反升。”戎卫林说。

品牌之窗

用心打造汤显祖故里里的服务窗口

□练金燕 陈春晖 文/图

遂昌县,隶属浙江省丽水市,位于浙江省西南部,旅游资源丰富,有国家4A级景区4处,金矿、温泉、竹炭博物馆是旅游亮点。

遂昌株树窠加油站地理位置优越,距离龙丽高速公路遂昌收费站仅300米,是接待游客的第一服务窗口,占地面积3000多平方米,设有4台12枪加油机,是一座提供全油品服务、充电、自助洗车及其他配套服务的综合供能服务站。该站不仅为游客提供续航能量,而且让更多人了解遂昌的“汤学”文化、领略当地的壮美山川。

“汤学”文化“传播地”

我国明代著名的文学家、戏剧家汤显祖曾任遂昌知县,代表作《牡丹亭》几百年来享誉文坛。遂昌作为汤显祖主政和《牡丹亭》的酝酿创作之地,一直以来都是中外“汤学”专家学者寻访遗迹、搜集史料之地,慕名而来的游客络绎不绝。为更好地服务游客,该站要求员工了解“汤学”文化,做当地文化的传播者。全体员工化身导游为游客提供旅游线路咨询、“汤学”文化普及等增值服务。比如:汤显祖纪念馆怎么走、汤显祖“班春劝农”节在什么时候、汤显祖在当地有哪些故事……这些都是员工需要掌握的常识。

每到旅游旺季,自驾游车队成群结队来株树窠加油站加油、充电。“师傅,山地路滑,请小心驾驶!”“先生,山公路远,水、干粮备足了没有?”……这些贴心关怀和善意提醒成了员工日常工作的一部分。

游客出行“百宝箱”

“想不到一下高速,在站里就能把露营用品备齐,真是太方便了。”王女士一家是从上海来的游客,看到遂昌山清水秀就萌生了露营的想法,正愁找不到露营用品,想不到居然在加油站配齐了。

帐篷、天幕、防潮垫、照明灯、炉具、桌椅……在株树窠加油站,能满足游客出行用品的各种需求。此外,站内还根据外地游客需求增加了商品品种,引进了龙泉青瓷、宝剑等当地特色商品;根据货车司机需求,引进了各种速食。

“我是来这儿出差的,由于时间太赶,没来得及给人买礼物,正好店里有当地特产,我选了一套龙泉青瓷,质地、色泽都不错,老爸肯定喜欢。”陈先生开心地说。

能源保供“第一站”

有一年,遂昌县北界镇苏村发生山体滑坡,一些民房被冲毁,该站第一时间开辟了加油绿色通道,增派员工引导车辆进出,并调集100箱矿泉水和50箱方便面向救援人员免费发放,全力以赴支援抗震救灾,受到当地政府和百姓肯定。

每年夏季、秋收及春耕用油繁忙期,该站会提前部署,确保农忙期间农机作业用油正常供应,并为农机(粮食)专业合作社等用油大户提供预约免费配送服务,用实际行动履行社会责任,树立了中国石化的服务品牌。



热情服务往来车辆。

- 名称: 遂昌株树窠加油站
- 定位: 浙江省丽水市遂昌县妙高街道水阁路560号
- 特色: 用心传播“汤学”文化,用情服务往来游客



遂昌株树窠加油站。

石工建中原油建公司 国家管网市场再获大单

本报讯 近日,从国家石油天然气工程集团有限公司传来喜讯,石油工程建中原油建公司中标国家管网集团广东省天然气管网珠江中江干线项目施工总承包工程,中标金额7.386亿元,创该公司独立承揽国家管网市场单项工程合同额最高纪录。

近年来,针对油气工程领域投资缩减、工作量释放减少、系统内业务面不广、系统外竞争加剧等问题,该公司积极贯彻落实“三三制”“五不干”市场开发原则,深耕系统外市场,以大型长输管道项目为发力点,在国家管网市场不断实现新突破。

自2020年中标中俄东线天然气管道工程安平-泰安段线路三标段首次进入国家管网市场以来,该公司累计承揽工程100余项,总金额超40亿元,市场占有率逐年上升,国家管网市场成为该公司重要的战略市场。

去年底至今先后中标的榆林-长春天然气管道工程二标段、川气东送二线天然气管道川渝段四标段、珠中江干线项目施工总承包工程,屡次刷新该公司近年来中标金额最多、里程最长等纪录,进一步彰显了在石油工程建设领域的专业技术水平和施工管理能力。

该公司坚持以争创国家优质工程为目标,大力实施“法人管项目”,聚焦项目全生命周期管理,对安全风险高、技术难度大、工程界面多、影响力突出等关键项目,实行提级策划管理、专业联动审核,秉承“以现场换市场、拓市场”的发展理念,大力推行标准化现场建设,在平面规划、工序优化衔接及目视化管理等方面科学协调组织,助力现场本质安全水平不断提高,项目建设客户满意度达99.4%。(刘慧萍)