

牢记嘱托 感恩奋进 创新发展 打造一流

华北石油工程公司坚持大抓基层的鲜明导向,持续推动精力向基层集中、政策向基层倾斜、资源向基层投入、力量向基层聚集

深耕一线 激发基层创效活力

王 军

近日,由华北石油工程五普钻井分公司完成的榆阳1HF井,刷新大牛地气田深层煤层气水平井钻井、完井周期最短,以及煤层水平段最长、煤层钻遇率最高等多项纪录。这是继DNSP2、DNSP3井之后,该公司第三次刷新由自己保持的大牛地气田深层煤层气水平井施工纪录。

近年来,华北石油工程公司结合打造“党建优秀、市场优选、项目优化、财务优良、人才精英、技术精湛、装备精良、管理精益”的“优而精”石油工程铁军目标,持续推动精力向基层集中、政策向基层倾斜、资源向基层投入、力量向基层聚集,有效激发了员工攻坚克难创效活力。

今年以来,该公司YL201压裂队连续19年在西北油田压裂专业承包商业绩考核排名第一,HB-1401固井队连续17年排名华北油气分公司固井专业承包商业绩考核第一,99102钻井队被评为集团公司“三基”

工作先进基层单位。

人员配备向基层倾斜,夯实基层创效基础

9月初,从华北石油工程西部分公司调剂到五普钻井分公司50407钻井队的三班副班长李海,因在安全工作中表现突出,获华北石油工程公司奖励。

“安全、生产、创效都在基层,我们将工作重心向基层倾斜,以实现激发基层活力、夯实发展根基的目标。”华北石油工程公司改革发展部负责人魏振峰介绍。

随着技术和装备的升级,以及开拓新市场的需要,很多岗位的员工数量和需求也在不断更新。近年来,为了适应市场变化,华北石油工程公司建立了“基层情况快知道、用工余缺快调剂、人员缺口快补充、储备渠道快拓展、劳效水平快提升”的用工“五快”机制,确保基层队按定员标准配备岗位人数。

随着外委转自营、采购转自主加工等企业机构改革的推进,华北石油工程公司梳理相关业务,建立了以“人才池”为基础的高效配置模式,在内部单位之间及时调剂符合缺员岗位需求的人员,有效盘活了富余人员。

2023年至今,华北石油工程公司内部调剂专业经营单位人员1190余人次,人才池盘活240余人,有效保障了基层用工需求。

政策向基层倾斜,引导人才流向基层

近期,在五普钻井分公司参与各等级职称评审的人员中,一线生产人员占比达85%。

华北石油工程公司持续完善人才制度体系,在职称评审政策上,加大了向基层一线人员的倾斜力度,对有突出贡献的基层人员开辟破格晋升渠道。

为了进一步建设好基层人才队伍,华北石油工程公司纵向打通基层

干部成长通道,建立了“副队长—队长—党支部书记”培养成长阶梯;横向推动管理、技术、技能岗位的贯通、复合发展,建立职级互认、经历互认、薪酬待遇对等的配套政策。

“我们还统筹优化机关及附属机构、基层干部职数职位设置,对释放出的职数,用于基层队优秀年轻干部的提拔使用,促进了干部职数向基层的倾斜。”该公司党委组织部负责人蒋新立说。

2023年以来,在该公司取得高、中级职称的人员中,基层一线员工占比分别为44%和51%。

资源向基层倾斜,引导员工扎根基层

9月底,五普钻井分公司50878钻井队技术员陈爽收到工资短信后很高兴。他的工资比别人多了一份技术岗位激励,“这份收入是對我工作的肯定,也激励着我更加努力投入工作”。

基层是实现创效目标的主体。近年来,在基层岗位薪酬激励方案中,华北石油工程公司对一线优秀副队长、技术员、司钻等关键岗位发放职业激励。其中,技术岗位激励有效激发了技术人员科技创新和解决现场关键技术难题的积极性,也激励着其他岗位员工努力学习技术,提高自身素质。

此外,华北石油工程公司还优化绩效分配结构,修订“比学赶帮超”实施方案,设置基层队收入、利润、周期节超等指标,按季度开展对标评比,奖优罚劣,推动绩效向野外一线及创效单位倾斜。目前,已为830余名基层关键岗位人员发放职业激励,超过65%的奖金额度用于奖励一线员工。

为了提升野外工作人员的生活质量,近两年,华北石油工程公司累计更新食堂、宿舍、浴室、活动室等“五小”建设项目260余个,配备文体器材3660余套,全力为一线员工做好生活服务,激发了员工扎根基层攻坚创效的热情。

激活油站小细胞

张 琪

加油站是油品销售组织体系的基础细胞,是连接石化企业与广大消费者的终端节点。销售企业要坚持市场导向、客户至上,积极推动各级责任落实到位、各项措施落地见效,充分发挥加油站的基础细胞作用,整个油品销售系统才能根基稳固、蓬勃

发展。坚持市场导向。加油站是面向市场的窗口,在这里,每一次加油服务过程中消费者对油品乃至品牌的评价,都是了解客户与市场的最直接渠道。汇总足够量的窗口信息,才能制定出合理化、市场化的销售模式,从而更好地满足各类客户的需求。

坚持客户至上。加油站是擦亮企业品牌形象的前沿阵地,员工以高度的责任感和专业素养,打造高效便捷的服务流程,实施精准营销,保持加油站整体环境整洁、卫生,为客户提供舒适的等待环境等,都是在以客户需求为中心打造温馨、宜人的氛围,力求提供更好的客户体验。

推动各级责任落实到位、各项措施落地见效。加油站是油品销售指令执行的终端,上级部门的各项决策、销售策略及服务标准,都要在各加油站内贯彻执行。要提升提振经营总量,就应进一步激发加油站员工队伍的自身活力,提升每名员工的工作本领,让来自上级系统中枢的指令切实转化为实际行动,从而为油品销售提质增效贡献力量。

石化语丝

“石化易电”助力乡村振兴

近日,由河南新乡石油建设安装的“石化易电”充电桩正式在新乡仁村堤村投入使用。

仁村堤村是新乡石油对口帮扶村。通过调研走访,新乡石油为该村安装了20余个充电桩,切实方便了村民电动汽车充电,消除了村民私拉电线充电带来的安全隐患,完善了村里的服务设施,受到了村民们的一致好评。图为仁村堤村村民为“石化易电”充电桩点赞。

本报记者 胡庆明 摄 徐勇波 文

联合石化杯新闻摄影竞赛

赶在“寒流”前

李洪兰

“加热器目前升温迅速,液体通过更顺畅,本次清垢措施达到预期效果。”

10月16日11时,在确认管道加热器加热效率提升后,江苏油田采油二厂卞杨生产班站岗北采油岗岗长何雪峰开始反馈跟踪信息。

随着气温逐渐下降,为了确保冬季各条集油干线畅通运行,卞杨生产班站针对干线上的管道加热器制订了清垢保养计划。8时,班站高级技师杨震带着加热棒清垢小组,来到了

岗北采油岗塔一站,准备清理2号加热棒内的加热棒。

何雪峰和副岗长刘杰早已做好了准备,先是在加热器周边地面铺设防渗膜和毛毡,再断电倒流程对加热器进行了泄压放空。待电工将电线拆除后,杨震带着清垢小组拆卸螺丝并合力拖出了加热棒。

加热棒是加热器的重要组成部分,长期使用后容易结垢,降低加热效率,严重时会造成堵塞,影响管线压力,从而妨碍油井正常生产。因此,加热棒需定期清垢、做好保养,这不仅能提高加热效率和性能,还能延长加热器的使用寿命。

“这垢很坚硬,像石头一样。”“敲

击时注意不要损坏加热棒。”“温度传感器也好好清理一下。”经过两个小时的紧密配合,他们终于完成了塔一站加热器的清理和保养工作。随后,众人合力将加热棒装进加热器,安装完毕后,电工开始了最后一步的接电工作。

“现在加热器一身轻松,我们也可以放心了,不用再担心冬季管线温度跟不上问题了。”何雪峰说道。

11时,加热器运行正常,他们又马不停蹄赶往下一站,在岗15站还有两台加热器等着他们……

化销华北分公司:厚植企业文化底蕴 筑牢高质量发展根基

熊文晋

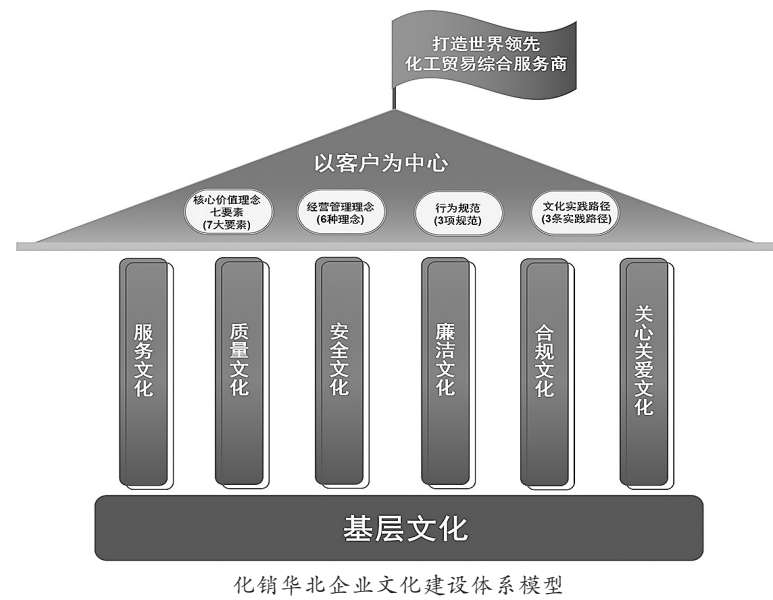
化销华北分公司深耕化工产品市场19载,紧扣“打造世界领先化工贸易综合服务商”企业战略,大胆尝试和创新企业文化深植落地的路径、方法和措施,持续深化“以客户为中心”的文化内涵,以企业文化软实力助推公司迈向高质量发展新征程。公司先后荣获“2016-2017年度企业文化建设优秀单位”“‘改革开放40年中国企业文化优秀单位’”“全国企业文化建设示范单位”等多项称号。

打造“1+6+N”体系,明确企业文化建设路径

在19年的发展过程中,化销华北持续深化“以客户为中心”的文化内涵,系统构建以1套企业文化实践指南、6项专项文化、N个基层文化为主要内容的“1+6+N”企业文化建设体系,并精心设计以“房屋”为造型的企业文化建设体系模型,助力公司更好地适应市场竞争,持续推动价值创造。

模型中的“旗帜”,即“打造世界领先化工贸易综合服务商”的企业战略,是公司立足长期生存和发展需求做出的全局性、长远性谋划和决策,为公司一切经营活动指明方向。

模型中的“屋顶”,即以客户为中心”的企业文化内涵,是从公司企业文化源起和公司主责主业出发,框定公司企业文化建设的整体结构和



实践路径,是打造“世界领先化工贸易综合服务商”的重要支撑。

模型中的“大梁”,即核心价值观7大要素、6种经营管理理念、3项行为规范及3条文化实践路径,用于固定和承托企业战略。

模型中的“立柱”,即服务文化、质量文化、安全文化、廉洁文化、合规文化及关心关爱文化6项专项文化,是以一体化思维推动市场经营、客户服务、安全环保、廉洁建设、风险防控、员工关爱等工作专业化、品牌化

的主要抓手。

模型中的“地基”,即各基层网点开展基层文化实践的探索,是推动公司企业文化建设体系在基层深植落地、百花齐放的特色路径。

坚持用好“1”套企业文化实践指南,推动企业文化深植落地

该公司坚持以企业文化实践指南为指导,将企业文化建设融入公司经营管理各领域、各层级,汇聚起推

动企业高质量发展的整体合力。

坚持上下贯通,全员参与。成立公司企业文化建设领导小组,由公司一把手领衔、党委宣传部牵头、相关条线和职能机构负责人全员参与,形成上下联动的组织保障。统筹用好企业文化建设资源,完善评估及激励机制,将企业文化建设工作考核纳入公司一体化管理体系,明确考核评价标准,强化考核结果运用,切实增强企业文化建设执行力。

坚持党建引领,实干担当。坚持加强党建对企业文化建设工作的指导,持续深化主题实践、党员示范岗创建、党员立项攻关等先锋工程载体建设,以“两个作用”引领带动全体员工积极投身企业文化建设实践。

坚持一体推进,深化融合。坚持把市场营销、安全运营、风险防控等中心工作与企业文化建设工作一体推进,切实将“软”文化转化为“硬”支撑。2020年以来,围绕一体化管理体系,该公司先后修订多项业务工作制度 and 流程,不断提升公司制度、流程与企业文化理念的匹配度。

坚持抓好“6”项专项文化建设,不断丰富企业文化内涵

该公司坚持以“各自领域发挥作用”为原则,按照“以专项文化引领专业工作”的思路,持续抓好专项文化建设。

精心制定专项文化建设方案,扎

实推进安全、廉洁、质量、服务、合规及关心关爱6项专项文化建设。各专项文化建设责任部门既牵头抓好专项文化的宣传贯彻,又坚持把专项文化建设融入市场经营、廉洁建设、客户服务、安全环保、风险防控、员工关爱等各项具体工作和相关制度流程,让优秀的专项文化成为专业工作的亮丽名片。例如,合规管理部加强合规文化建设,坚持加强交易对手资信、货权、授信等风险管理,确保业务合规、风险可控。

坚持做好“N”个基层文化建设,培育“根深叶茂”发展沃土

该公司鼓励各单位以中国石化核心价值观理念为统领,在公司企业文化建设体系框架下,探索提炼具有自身特色的基层文化,持续厚植文化底蕴。

各单位在广泛征集员工意见的基础上,结合本单位在地域、团队等方面的特点,纷纷提出特色鲜明可操作性强的文化建设方案。例如,齐鲁经营部以刘凤凯劳模创新工作室为主要载体,提出以劳模精神为主要内涵的奋斗文化,深入总结在关爱员工成长、关心员工工作生活等方面的做法,加强关心关爱文化建设,探索打造奋斗与关爱并重的特色基层文化。

企业文化巡展