

## 品牌建设大家谈 (6)

### 以品牌影响力提升市场竞争力



戎卫林  
江苏油田经营管理部总经理

品牌竞争力是企业整体实力的体现,是客户与产品之间的“情感指数”。对企业来说,品牌是具有经济价值的无形资产,也是赢得市场竞争的有力武器。市场风云变幻,很多百年老店、知名企业依靠品牌价值,长久培育和维持了客户的忠诚度,在市场竞争中屹立不倒。

品牌建设如同企业创业,是一项坚持不懈的系统工程。提升品牌竞争力,要从企业发展战略出发,系统筹划,从品牌树立、品牌立身、品牌推广等方面,把品牌建设融入企业发展各个环节。

品牌树立,需要优化业务,找准主攻方向,方向对了,就不怕路远。市场开拓,需要突出“实用化、特色化、差异化”,坚持市场需求导向,摸清产品供需关系,瞄准市场空白地带,生产适销对路的产品,提供定制化的精准服务,以稀缺性赢得市场主动权和话语权,避免陷入同质化竞争的恶性循环。

近年来,江苏油田围绕打造“江苏紫京”“江苏井下”“江苏培训”等“苏油号”品牌,持续优化业务结构,加快推动劳务型向“技术+管理+服务”型转变,并坚决做好市场加减法,集中精力抓重点品牌、重点市场,推动高附加值、高含金量业务替代升级。2024年,油田中高端业务较上年增长10%。

品牌立身,需要聚智聚力,打造特色技术和产品。市场就是战场,要靠实力说话。

在技术攻关方面,江苏油田充分发挥科研创新团队、博士后工作站、劳模创新工作室等创新性人才团队的引领作用,将人才优势转化为技术优势和品牌优势。在开拓东北市场的过程中,江苏油田充分发挥劳模创新工作室的引领作用,打造连续油管、带压作业等特色技术,依靠技术立足的同时,擦亮了“明劳模创新工作室”品牌。

在技术拓市方面,江苏油田整合资源,畅通“科研、生产、销售、服务”一体化通道,放大科研产品拓市效果,努力打通品牌应用最后一公里。2024年,江苏油田围绕微生物菌剂、抑制剂、纳米乳液、硫化氢抑制剂、抽油机智能控制柜等特色技术产品,加快成熟科技成果转化,科技成果转化收入比上年增长82%。

品牌推广需要精心培育、内外兼修。品牌声誉源自市场口碑,需要强化精益管理和企业文化培育。市场是一面镜子,一个项目是一个窗口,口碑就是客户的真实体验。例如,江苏紫京对百余个项目都建立了高标准、规范化的服务体系,精心培育“服务来自紫京,满意源于内心”的紫京服务理念,让江苏紫京在客户口碑中成为美誉度较高的品牌。

品牌离不开推广,应更加注重传播效应。在网络时代,企业需要研究制订品牌策划、传播、推广计划,需要更加注重形象展示、品牌塑造,借助新媒体优势打造更多“网红技术”“网红产品”,放大品牌正向的声音,提升客户认知、占领客户心智,真正把品牌的价值和潜力充分挖掘出来,以品牌影响力提升市场竞争力。

## 品牌资讯

### 中原石油工程管道运维服务获表扬

本报讯 近日,中原石油工程公司工程服务管理中心收到国家管网天津天然气管道公司发来的感谢信,对该中心巡线中队提供的优质服务表示感谢。

中原石油工程公司天津区域管道巡线劳务输出业务于2020年启动,该中队负责维护的管线跨越天津、河北,全长750公里,沿线田地沟渠众多,地形复杂。该中队克服巡线管理困难,徒步巡线36000多公里,做到巡线全覆盖、安全保障无死角、连续运行零事故,全面履行了合同约定,为天津地区天然气供应提供了坚实的安全保障。(徐李斌)

# 燃料油公司:奏响品牌出海最强音

——销售企业因地制宜开展品牌引领行动系列报道之四

□本报记者 岳永利 朱亚菲  
通讯员 宋宛璐 向薇薇 龙文/图

日前,5座中国石化品牌新形象加能站在斯里兰卡完成改造升级并顺利投入运营,迎来新春开门红!中国石化品牌跨越遥远的印度洋,带着先进的技术与优质的服务“飞入”斯里兰卡寻常百姓家,为当地消费者带来了全新的服务体验。

一直以来,燃料油公司积极落实集团公司品牌战略,以服务为基,以客户为本,持续强化品牌与业务深度融合,打好品牌引领组合拳,奏响品牌出海最强音。目前,该公司已成为世界第一大低硫船燃供应商、全球第二大船供油企业,品牌价值持续提升。

### 提升加注能力,深化品牌形象

前不久,马士基大型集装箱船“MAERSK HALIFAX”轮缓缓驶入公海开启试航,标志着燃料油公司完成国内船用甲醇燃料加注最大单,中国石化具备了船用甲醇燃料常态化供应能力。此次加注,是中国石化在甲醇加注领域深化品牌形象的一次有力印证。

“这次甲醇加注很关键,是我们首次做甲醇动力改造尝试,改装后要用甲醇进行试航。如果不能在中国加上甲醇燃料,将影响其余船舶的改造计划。”马士基甲醇改造项目经理斯蒂芬·约翰·默多克说。

为确保甲醇加注过程顺畅,燃料油公司打破常规,采取四层物流方式,通过车船联运解决了甲醇运输难题,自主研发了船用甲醇加注罐,并制定了长达数十页的《码头槽车对甲醇动力船舶加注甲醇技术方案和应急预案》。历经38小时的连续奋战,最终圆满完成加注任务。

“之前听同行说中国石化服务水平很高,所以我们船舶在中国加油时,认准了中国石化品牌。这次甲醇加注完全印证了这一说法,我们已开始期待与中国石化的下次合作了。”默多克说。

近年来,燃料油公司坚持服务为基,完善提升保供服务体系,持续丰富品牌价值内涵。该公司党委强化“一流品牌立标准”理念,对标中国石化陆上综合加能站品牌形象,致力于将配送船舶打造成中国石化海上流动加能站,不断提升品牌溢价能力。

### 守护绿水青山,打造绿色品牌

“我们船民常年在水上漂着,条件艰苦、工作枯燥。现在有了水上绿色综合服务区,单调的生活一下子丰富了起来。”采购完日用品,船民李师傅满载而归,喜笑颜开。

燃料油公司首座长江干线绿色综合服务区——中国石化江阴水上绿色综合服务区于2024年8月投用,增加了船员生活补给、健康淡水供应等服务,个性化定制了健身区、阅读室……贴心的服务区让船民找到了“家”的感觉。每年,综合服务区为往来船舶提供绿色环保服务约8000船次。

绿水青山就是金山银山。履行社会责任是拓展品牌价值的有效途径。燃料油公司持续加强水上绿色综合服务区建设,拓展品牌价值外延空间。作为绿色航运的领航者,燃料油公司积极响应国家“长江大保护”号召,在黄浦江上打造了上海首个水上绿色综合服务区,创新“一体化、一站式、一条龙”绿色、便民、综合服务新模式,免费接收船舶污染物6.6万船次3200立方米,入选集团公司“我为群众办实事”十大优秀案例。

围绕“守护一江碧水,竭诚为民服务”主题,燃料油公司开展立体式品牌宣传活动,不断提升中国石化“党和人民好企业”的品牌形象。目前,燃料油公司正在“三江一河”30余座水上加能站推广活动,努力打造中国石化“人·船·生活”水上生态圈。

### 服务“一带一路”,推动品牌出海

“这才是加能站应有的标准!”住在科伦坡



燃料油公司在斯里兰卡的穿越兰卡加能站员工整装待发喜迎客户。



燃料油公司作为世界最大低硫船燃供应商,深耕清洁能源领航绿色发展。



燃料油公司“低硫船燃”入选中国石化品牌视觉主图,为世界船舶加油,让海洋洁净蔚蓝。

市中心的罗曼·席尔瓦,对改造后焕然一新的中国石化斯里兰卡阿里亚达萨加能站给予好评。

自2019年进入斯里兰卡市场以来,燃料油公司坚决贯彻落实集团公司、销售公司国际化经营战略,以加能站业务为起点,深耕区域市场,2023年实现中国石化首个海外“由港拓陆”项目规模化落地,逐步探索出一套因地制宜的经营管理及站点改造模式。目前,已完成旗下150座加能站中13座站点的改造升级,实现销量稳步提升。

“中国石化加能站环境干净整洁,站内安全防护到位,员工穿着统一规范,与我之前见过的加能站相比,这里的设施和服务让人感受到了全新体验。”罗曼·席尔瓦评价,这样优质的管理和品牌,为更多客户带来了更好选择。

燃料油公司为斯里兰卡市民提供优质、

稳定、有竞争力的油品,有效缓解了斯里兰卡油品供应短缺,助力斯里兰卡结束“油票时代”。通过加能站改造、持续投资规划,中国石化不断收获来自当地顾客、经销商、合作伙伴的赞扬。

马达维塔·图沙里是中国石化斯里兰卡特许经营加能站的一名经销商,经营的加能站位于科伦坡以东的瓦塔拉地区。2024年6月,该加能站完成品牌形象改造。“中国石化提供的专业培训和全新设备,使我们能够为顾客提供更加高效、安全和舒适的服务,提升了顾客的满意度,也提高了加能站销量。”复营仪式上,马达维塔向中国石化表达了由衷感谢。

客户的良好口碑是业务发展的助推剂。借助品牌形象加能站投资契机,燃料油公司有节奏地开展系列宣传活动,当月拉动市场

占有率提升12.4%,成为集团公司品牌业务互促双赢典型案例。

品牌是企业形象,也是国家形象。燃料油公司在品牌出海、品牌促经营等方面,走出了一条具有燃料油特色的品牌之路。

近年来,燃料油公司在做大做强国内水上业务的基础上,积极拓展海外业务网络,以实际行动助力“一带一路”沿线国家经济建设。燃料油公司全力落实集团公司及销售公司国际化经营战略部署,共享系统资源优势,合力共建海外发展“生态圈”,在技术服务、市场开发、品牌共建等领域全面合作,积极推动系统内外企业“抱团出海”,努力打造“一带一路”倡议下的中外能源行业携手共进合作典范。

(销售企业因地制宜开展品牌引领行动系列报道至此刊完)

## 聚焦品牌关键点 加快培育海外卓越品牌

点评人:李晓明  
中国石化品牌与文化研究所教授级高级政工师

“中国石化燃料油”作为中国石化高端船燃的一张名片,不仅在油品销售市场创造了可观的收入,而且在品牌出海过程中有力塑造传播了品牌形象。燃料油公司一直注重品牌形象塑造,将品牌形象构建与业务一体谋划和运营,取得了经营业绩与品牌影响力比翼齐飞的良好成效。其经验做法提示出海企业加快培育海外卓越品牌至少应从以下几个关键点入手。

聚焦品牌塑造高端化。高端化,就是品质过硬、技术尖端、行业领先,就是人无我有、人有我强,就是“专精特新”或者行业“隐形冠军”。华为、比亚迪、小米之所以在各自行业成为响当当的品牌,就在于它们通过技术创新、领先理念和行业洞见,在消费者心中建立起专业、可靠的品牌形象,塑造了高端品牌形象。燃料油公司为马士基公司完成国内最大单甲醇燃料加注业务,证明了中国石化在甲醇燃料供应保障领域居领先水平。企业要培育高端品牌,应从产品质量、尖端技术、创新示范等方面入手,努力成为行业引领者、标准制定者、创新示范者、产业推动者。

聚焦品牌创建绿色化。绿色低碳理念是当下的世界潮流和主流价值观,绿色、低碳、节能、生态、环保是广大消费者的一致诉求。当前,衡量一个企业是否为合格企业公民的重要指标是看ESG(环境、社会和治理)理念的落实情况。在社会大趋势面前,卓越品牌必然是低碳节能品牌,必然是绿色环保品牌。燃料油公司作为以提供船燃为主的企业,以服务为基、以客户为本,持续加强水上绿色综合服务区建设,为美好航程加油、为基层船民服务,正是积极响应“绿水青山就是金山银山”理念、履行社会责任、提升品牌价值的坚定行动者。中国石化提出“以责任、去创新、为洁净”的品牌构建理念,各企业应积极响应号召,大力推进绿色生产体系、新能源配套保障体系建设,积极推动材料降解、无害化处理、循环利用及污染防治,通过每一次“洁净”行动,在大众心中逐步构建起生态优先的品牌形象。

聚焦品牌运营国际化。品牌国际化拓展应结合本土化业务特色与发展阶段,积累方法,复制经验、分层推进,按照重视(打造鲜活的品牌形象)、重感(建立品牌与大众的感知连接)、重亮(以全球活动提高品牌国际认同)的步骤推动,逐步建立“认知-认可-认同”的三级品牌国际化形象感知体系。燃料油公司作为销售企业出海的重要力量,已实现建制出海模式,获取了斯里兰卡150座加能站经营权和50座加能站投资权,经营状况良好,实现了海外加能站业务的“试水”,为销售领域海外品牌经营积累了经验。推进品牌运营国际化必须因地制宜制定本土化策略,实现品牌与投资、品牌与业务同规划、同部署、同推进,在内容、渠道、收益、资质等品牌资源方面,与利益相关方建立合作关系,深入探索运营新模式,将品牌理念贯彻到生产、经营及服务的各个环节,让开展业务的人与业务本身都成为品牌形象展示的窗口。

### 江汉油田水电分公司涪陵水信大队

## 提高服务“性价比”赢得甲方点赞

□戴莹 罗恩

“在去冬今春天然气保供季中,我们共收到9封来自甲方的感谢信,用优质服务敞开了电力供应市场的大门。”2月12日,江汉油田水电分公司涪陵水信大队队长沈体刚说。

涪陵水信大队负责重庆涪陵气田900多口投产井、140台压缩机的电力保障工作。该大队出色地完成了涪陵气田电力保障工作,为单位争取了更多工作量,创造了更大效益。

涪陵气田各增压站点散落在大山的沟沟坎坎里,为增压站点供电的线路架设在山间,受恶劣天气影响,电压不稳很容易造成“晃电”现象,导致压缩机故障停机。抢修人员要立即赶往山里重启压缩机,既增加成本,又增加安全风险。为减少电网“晃电”影响,该大队实

施电网环网工程项目改造,将原先每条独立运行的线路连在一起,形成环状网,将“线”连成“网”,增强了电网抗风险能力。随后又对多条高压输电线和配网开关过流保护进行调整,在电网上设置自动合闸装置,缩短设备跳闸后的送电启动时间,收到良好效果,年累计减少因“晃电”造成的压缩机停机200多次,受到甲方高度赞扬。

电网是气田生产的“生命线”,日常巡线工作至关重要。该大队为巡线员配备无人机、红外线测温仪、红外线成像仪等先进的巡线装备,大幅提高了巡线效率和准确性,降低了员工徒步巡线的风险。去年12月,气田按计划降产,有了难得的“空档期”。该大队迅速召开气田电网检修工作部署会,制订详细的电网检修计划和运行大表。管理人员分片包干各检修现场,靠前指挥,

积极协调施工,解决检修难题。最终,提前完成检修,顺利实现气田“重启”,为高效产气赢得了宝贵时间。

气田实施增压开采的气井有600多口,压缩机是不折不扣的“电老虎”,耗电量很大。在区域增压技术改造上,技术人员打破思维定式,采取压缩机共用方式,在邻近两三个集气站仅设一台压缩机,统一在集气支线末端进行增压,避免压缩机“大马拉小车”情况,提高压缩机运行效率,实现节能降耗,提高增压开采“性价比”。

“区域增压技术改造,打个比方,相当于以往在高速公路分设了几个加油站,各加油站工作量不饱和,现在我们统一在高速公路末端站设一个加油站,一次性均衡地为车辆加满油,省时省力。”沈体刚表示,在气田能耗管理上,还有更多的“铜板”可抠。

cippe 北京石油展

## 第二十五届中国国际石油石化技术装备展览会

展会时间 2025.3.26-28

北京·中国国际展览中心(新馆)

120000m<sup>2</sup> 展示面积

2000+ 品牌展商

170000+ 专业观众



扫码登记