

阅读提示:

当下,全球能源结构加速转型、“双碳”目标纵深推进。中国石化油品销售企业主动跳出“舒适区”,在巩固油气主业优势的同时,全力培育以新能源、新服务、新生态为核心的“第二增长曲线”,将转型触角延伸至氢能、充换电、易捷服务等领域,打造“油气氢电服”综合能源服务网络,以多元业态重塑核心竞争力,以创新驱动开辟增量市场,推动各线条业绩有效提升。

本版文图除署名外由 陈小梅 娄 巧 骆冬梅 余卓君 徐国燕 黄 山 王艺霏 整理提供

# “第二增长曲线”解锁创效密码

## 深化数智化运用 精准引流创效

业绩:今年1~4月,新疆石油成品油直销量同比增长39.6%,汽油销量同比增长30.9%,柴油销量同比增长42%,均排名销售企业前列。

□孙 筱 杨欣明

今年以来,新疆石油为加快高质量发展进程,通过深化数智化运用持续拓市扩销创效。

作为销售系统首家与中交兴路合作上线“电子围栏”功能的企业,新疆石油依托中交兴路货运平台,实时分析重卡车辆数据,精准锁定需要加油的车辆,“点对点”发送营销信息至车载语音系统,极大提升了客户进站加油的便利性和积极性。自“电子围栏”功能上线以来,潜在客户到站数量显著增加,直接带动柴油、天然气销量攀升。截至4月30日,新疆吐鲁番石油七克台加能站柴油销量增长了4.1倍,“电子围栏”范围内车辆进站率增长了34.3个百分点,成为公司关键指标持续提升的重要驱动力。

此外,新疆石油坚持创新驱动发展战略,充分运用大数据“工具箱”,针对春耕用油需求,与自治区农业农村厅签订合作协议,成立春耕春种服务小组,“网格化”摸排农户用油需求,为农机作业用油量量身定制优惠方案,实现农民用油销量同比增长12%。针对部队工程、工矿业、第三方及社会客户用油,创新建立客户“服务池”,为客户增设首

单免费配送、购油满额免费洗车、客户出行免费接送站等差异化服务,不断提升综合竞争优势。

新疆石油将秉持“以客户为中心”思路,巩固拓展“第一增长曲线”,加快开辟“第二增长曲线”,全面深化应用市场监测平台,针对客户结构、需求动态开展市场季节性变化分析,多维度采集信息,不断丰富市场策略,实现“油气非电”全面发展。

### 企业自评:

新疆石油将按照集团公司党组油品销售“跑赢大势、跑赢同行”总体要求,攻坚克难、破局突围,抢抓有利时机,守住基本盘,全力以赴赶上利润目标进度。深化大数据平台拉新引流,通过AI建模、云计算等数字技术手段,实时掌握道路、车辆信息,做到能源结构随时监控、营销信息精准触达,深入挖掘市场潜在客户。在安全环保、经营管理、改革发展等方面持续创新开发系统平台,加大人工智能技术应用力度,打通管理类数据库,全面提升工作效能,为企业高质量发展提供坚实保障。

——新疆石油分公司代表、党委书记 李新强

## 深耕氢能领域 交出亮眼“答卷”

业绩:今年1~5月,北京石油氢气销量同比增长36.9%,位居销售企业首位。

□张泽昊 王 玲

今年以来,北京石油在氢气供应与市场拓展方面精准发力,加速发展“第二增长曲线”,逐步构建覆盖首都的氢气供应网络。

加氢站建设稳步推进。北京石油遵循“产业有政策、项目有场景”发展方针,结合“6+1”氢能示范区规划,积极推进加氢站布局与建设。3月27日,北京石油腾达、西关两座油氢合建站投入运营,分别成为北京东部、北部区域首座集加油、加氢、便利店于一体的综合加能站。截至目前,北京石油已建成8座加氢站,成为北京市最大的加氢站运营企业。

氢气供应稳扎稳打。作为首都氢能产业发展的排头兵,北京石油以燕山石化为坚实后盾,积极拓宽京津冀地区的氢源采购渠道,确保供应商产能稳定,并强化运输保障措施,建立起多源互补、供应稳定的氢气保障体系,为氢能业务发展注入强劲动力。

市场拓展全面开花。为深化氢能领域业务合作,北京石油召开氢能需求对接会,与北京市主要氢能车辆运营企业进行了深

度供需对接,内容涵盖大巴、冷链车、49吨牵引车及渣土车等多元化应用场景。通过此次对接会,北京石油不仅有效拓展了氢能客户资源网络,还打破了产业信息壁垒,促进了氢能市场供需循环,为推动北京氢能市场互联互通、加速氢能产业生态构建贡献了重要力量。

### 企业自评:

北京石油以实干为笔、创新为墨,书写能源转型新篇章,在氢能领域及市场拓展方面成绩斐然,今年1~5月市场网点占有率高达41%,超出预期目标近20个百分点。在氢能业务上构建了多源互补的供应体系,有力保障了氢气稳定供应。通过召开氢能需求对接会,积极拓展氢能市场,为企业能源转型和高质量发展提供有力支撑。未来,北京石油将紧抓氢能发展机遇,构建以北京为核心的氢能供应网络,在京津冀氢能走廊建设中发挥关键作用,助力区域能源绿色转型。

——北京石油副总经济师 华 磊

## 多维赋能 持续领跑充电赛道

业绩:今年1~5月,广东石油充电总量同比增长353%;服务费收入同比增长294%。充电总量和服务费收入均排名销售企业第一。

□刘 露 杨丽航

广东石油坚持技术创新和商业模式创新双轮驱动,探索充电业务市场化运营路径,取得了显著成效。今年1~5月,广东石油充电总量、服务费收入均排名销售企业第一。

加速布局,打造充电网络标杆。广东石油深度参与粤港澳大湾区建设,按照“城区—国省干道—乡镇”发展路径,采取自营自建与共建共营相结合的模式,加速构建覆盖全省的三级充电网络。自2023年6月首座“石化易电”站点投运以来,广东石油已累计建成929座“石化易电”站点,可提供超9000个充电车位,实现对全省21个地市的100%覆盖,形成全域性的“充电—一张网”。

精益运营,提升充电服务品质。广东石油紧抓假期出行高峰契机,整合加油、易捷服务、洗车、充电等多种业态营销资源,打通权益会员积分体系,开展“抓两头促中间”专项提升活动强化大客户关系管理,并运用充电桩量效分析模型等数字化工具实现客户精准画像,使营销活动精准触达。同时,按照精简、节约、高效的原则,合理规划顾客等待时间,“一站一策”制定休息室增设方案、完善配套设施,提升多元化服务质量和客户

留存率。

多元营销,拓展盈利增长点。今年以来,广东石油连续两次组织辖区内17个地市的336座充电站参与南方电网“车网灵响应”活动,成为中国石化系统内首家通过车网互动获得补贴的企业。在谷电时段,广东石油通过优化量效评估模型逐站制定价格政策,结合充电送洗车等营销活动吸引客户进站充电,今年累计获得电网补贴超20万元,成功拓展了新的盈利渠道。

### 企业自评:

近年来,广东省加速建设新型能源体系,广东石油抓住机遇,持续强化能源安全保障责任,以开展网点发展“第三次战役”的高度与决心,充分利用区域优势融入发展大局,加速推进自建自营充电网路建设,统筹规划投资管理、技术路线、业务流程及运营机制,以“先锋队”和“主力军”的姿态推动新能源接续发展。下一步,广东石油将深化“主责主业、转型发展”双轮驱动策略,加快在充电业务领域的抢滩布局步伐,全面构建“油气氢电服”多要素服务场景,实现动能接续,开辟“第二增长曲线”。

——广东石油零售中心经理 徐 敏

## 创新驱动服务 升级“人·车·生活”生态圈

业绩:今年1~5月,江苏石油易捷基础品类销售额排名销售企业第一。

□罗欣颖 周昕芷

“没想到在踏青途中,竟在附近的中国石化加能站解锁了洗车和洗衣新体验。”近日,在江苏淮安石油西安北路加能站,客户孙女士在加油后体验了该站创新推出的“养车+洗衣”一站式服务,对焕然一新的爱车和洁净的冲锋衣赞不绝口。

今年以来,江苏石油围绕“优化”“转型”两条主线,以“车生态”“家生活”双轮驱动,全力培育“第二增长曲线”。今年1~5月,易捷基础品类销售额排名销售企业第一。

围绕“稳规模、强门零、增毛利”目标,江苏石油强化门店精细化经营,采取“一店一策”精准运营策略,优化核心门店商品结构,实现商品差异化、陈列主题化、氛围舒适化,满足客户的多元化需求。此外,该公司不断拓展“易捷+餐饮”业态布局,在市区核心门店重点发展简餐、咖啡、茶饮等,在汽油主营站主要经营品牌快餐,在柴油干道站司机之家配备“易厨房”等设施,推动消费体验持续升级。

利用网络和客户优势,江苏石油构建六级“金字塔”服务体系,以高频刚需的洗车业务作为切入点,通过“以洗带养、以养育修”模式,稳步提升市场影响力,截至目前已建成1000余个洗车网点、200余个自建自营养车网点,基本实现市县

区域市场全覆盖,为权益会员提供加油充电、换油保养、精洗美容、检修钣金等一站式车生活解决方案。对内注重服务提升,搭建专业化、市场化的车生态运行机制和管理体系,对外提升品牌影响力,潜心打磨服务,扎实积累客户,有效促进了基础品类销售额的增长。

结合传统节日和季节特点,江苏石油精选并灵活陈列便利店商品,深化“油服融合”,针对高净值、高黏性客户群体量身定制专属营销活动,并引入餐饮、洗衣等便民业态,不断完善差异化服务矩阵。

### 企业自评:

“车生态”是打造加能站特色场景、稳定油品销售、助力企业转型的核心业态,“家生活”是满足客户生活需求、丰富多元服务、提升企业品牌影响力的重要载体。江苏石油深耕“车生态+家生活”综合服务模式,加快构建续动能和核心竞争力,为客户提供集加油、购物、充电、洗车、汽服、餐饮、休闲于一体的多元化服务场景,并建成江苏省最大自建自营养车服务网络,实施品牌化、标准化运营,培育战略增长极。

——江苏易捷分公司总经理 封昌建

## 加强LNG市场开拓 跑出“加速度”

业绩:今年1~5月,河南石油LNG(液化天然气)零售量同比增长158.8%。

□梁汇涛 姜明武

在能源消费结构加速向多元化、清洁化转变的大背景下,河南石油紧跟能源消费变革步伐,通过完善网络布局、强化产业链协同、开展差异化营销服务等措施,持续加强LNG市场开拓,今年1~5月,LNG零售量同比增长158.8%。

面对河南省“米”字形交通网络带来的清洁能源需求,河南石油以“主干道全覆盖、枢纽节点强辐射”为目标,加快物流通道LNG网点建设。该公司以国家级物流动脉为轴线,同步向郑州国际陆港、洛阳石化产业园区等区域枢纽扩展布局,累计建成38座LNG站点,比去年同期新增15座,大幅缩小了LNG站点的服务半径,满足了省内及周边省份物流线上LNG货车的加注需求。同时,河南石油在LNG站点同步建设司机休息区,实现“人、车、气”一站式服务升级。

在拓展加气网络的同时,河南石油聚焦资源协同,以“扩大直供比例、压缩中间环节”为突破口,通过强化与天然气分公司的协作,发挥产销一体化供应链优势,将直供站点从去年的5座增加到23座,直供占比从14%跃升至64%。这一变革不仅使LNG资源供应稳定性提升了30%,更通过剔除中间贸易环节降低了综合成本,为终端市场提供了价格竞争力。

如何让新站点快速“热起来”?河南石油提

前开发维系客户,迅速缩短新投营市场培育期,以“用户生命周期管理”为核心打造差异化营销组合拳,实现“建一座站、活一片市场”目标。在客户引流层面,该公司推出“加气送积分、营销日翻倍积分、积分兑商品”营销活动,促进“气非销售”良性互动,实现便利店销售额大幅提升、新客户转化率高达68%。针对物流企业客户制定“一户一策”营销策略,并建立客户经理包干制,为新投营站点配备专属服务团队,提供从气源保障、设备维护到政策解读的保姆式服务,让站点实现当月投营、当月满产,单站日均销量达30吨,较行业平均培育周期缩短了50%。

### 企业自评:

河南石油在能源市场格局加速演变、行业竞争日益激烈的当下,积极适应市场变化,以主要物流通道为依托,大力推进全省LNG网点建设。站在新起点上,河南石油正以LNG业务为支点,同步加快加能站换电站、充电桩等设施的建设,加速向“综合能源服务商”转型,构建多能互补的能源服务网络。随着“双碳”政策深入实施,河南石油将持续以市场为导向、以创新为驱动,在LNG市场开拓中打造更多创效点,进一步巩固市场地位。

——河南石油新能源中心经理 余 均

## 织密“三农”服务网 化肥销售创新高

业绩:今年1~5月,广西石油化肥销售毛利额同比增长87%,油滋滋品牌化肥销售额、毛利额均排名销售企业第一,其中3月化肥销售额破千万元,创单月历史新高。

□黎 菲 潘雪梅

广西石油以“双服务”为抓手,立足自身优势,深入推进“两化携手,服务‘三农’”工作,持续深耕易捷服务领域,通过党员下沉终端市场、优化服务闭环、深化资源整合等措施,不断推动化肥销售提质增效。

“红马甲”下沉田间地头,主动摸排农户需求。广西石油精心组建14支党员突击队,奔赴辖区100个农业重点县,开展“千团大战”专项攻坚行动。队员们身着“红马甲”深入田间地头,主动摸排农户需求,通过详细记录农户种植规模、土壤情况、作物种类及用肥周期等信息,建立完善“用肥档案”,并动态跟踪农户的用肥进度。同时,广西石油联合中化肥专家举办“田间课堂”“农民会”“化肥推介会”等活动,针对甘蔗、百香果、沙田柚等当地特色农作物量身定制施肥方案,将技术培训送到乡下。今年以来,广西石油已累计举办上千场技术培训活动,惠及农户超2万人次,让农户在家门口就能学到实用的种植知识和施肥技术。

资源网“织”到田间地头,“油肥服”联动赢口碑。广西石油构建起“油品+农资+服务”立体营销矩阵,利用自身在网点布局、营业时间、地理位置等方面的优势,为客户提供施肥答疑、化肥送

货上门、使用体验跟踪等便民服务。在农忙时节,广西石油设立“农资驿站”,开通加油绿色通道,提供24小时送肥到田服务,极大地方便了农户。此外,该公司在农机作业需求集中的132座农村乡镇站点开展“春耕惠农季,石化添动力”主题营销活动,通过“油+农资”“油+农产品”等组合为农户提供全方位助农服务。同时,广西石油通过设立中化肥示范点 and 样板区,跟踪农户使用化肥体验,根据反馈不断优化服务和产品,有效提升了复购率,为服务“三农”注入强劲动力。

### 企业自评:

广西石油化肥销售实现“双项第一”是深入贯彻落实集团公司“服务‘三农’”战略部署的生动实践。今年以来,广西石油坚持做好农资化肥服务保障,搭建直通地头的“绿色农资通道”,以化肥销售为突破口,构建“油品+农资+服务”立体网络,不仅实现了油品销量与化肥销售额的双向拉动,更探索出乡镇站点向综合服务体转型的新路径,为销售企业非油业务转型提供了可复制的“实践样本”。下一步,广西石油将持续探索创新,做大化肥亿元单品,把化肥销售打造成为乡村振兴的战略支点,走出传统油企服务乡村振兴的新路径。

——广西石油副总经济师 郑海泉

新疆石油

北京石油

广东石油

江苏石油

河南石油

广西石油