

## 效益藏在“办法”里

尹希东

近日,中国石化报二版《让“沉睡井”变身“效益井”》一文关于华北油气分公司构建高效管理体系,让低产低效井重焕生机的报道引人深思:在同样的资源条件下,为什么有的企业能化危为机,有的却举步维艰?关键在于是否善于寻找和运用“办法”。企业效益如同矿藏,不会自动浮出地表,需要我们用智慧的镜头去挖掘。

“办法”是打开效益之门的钥匙。实践告诉我们,没有解决不了的困难,只有想不到的办法。那些成功扭亏为盈、实现提质增效的企业,无不是通过创新思路、改进方法找到了突破口。当传统路径难以奏效时,更需要打破常规思维,在技术创新、管理优化、模式变革等方面寻找新的可能。

员工智慧是“办法”的源泉。一线员工最了解生产实际,他们之中往往蕴藏着解决问题的“金点子”。要充分调动员工的积极性和创造性,鼓励大家为企业发展献计献策。通过建立有效的激励机制,让好建议得到重视、好办法得到落实。当每名员工都成为效益创造者,企业就能汇聚起强大的创新合力,共同挖掘效益潜力。

系统推进才能让“办法”持续发力。单个好办法能解一时之困,但长效机制才能确保效益持续增长。要构建从问题发现到方案实施的全流程管理体系,同时建立容错纠错机制,为创新提供环境。当企业把“找办法”转化为制度化的管理实践,就能形成持续改进、不断提升的良性循环。

当前,企业发展已从资源驱动转向创新驱动。与其被动等待形势好转,不如主动向“办法”要效益。只要坚持问题导向,依靠员工智慧,完善体制机制,就一定能开辟出提质增效的新路径。



## 江汉油田成功实施首口自主二氧化碳压裂井

**本报讯** 近日,江汉油田采油技术服务中心自主完成江汉区块首口以二氧化碳为基液的压裂井施工,标志着该中心在绿色低碳开发技术应用领域取得突破。

此次施工采用前置二氧化碳压裂工艺,在泵注压裂液前注入液态二氧化碳,利用超临界态特性改善储层渗透性,提升天然气采出率。现场施工安全高效,各项参数达预期,为以二氧化碳为基液的压裂技术推广积累了实践经验。(张飞)

## 华北油气富县区块致密气开发试验获产能突破

**本报讯** 近日,华北油气分公司在鄂尔多斯盆地南部富县区块致密气藏实施的首个开发试验井组顺利完钻,多口井获高产气流,标志着盆地南部致密气藏开发取得重要进展。

技术人员创新建立储层分类评价方法和立体开发对策,编制实施首个评建一体化开发试验方案,根据气层发育厚度与纵向叠置关系,强化地质工程结合,开展差异化部署、差异化压裂。其中,盒1叠置型厚砂气层采用水平井丛式井组开发,2口水平井日产气量均突破10万立方米,目前稳定生产160天,累计产气超1100万立方米。

该试验井组的顺利完钻进一步证实了富县区块具有良好的开发潜力,为华北油气分公司天然气产能接替奠定了坚实基础。(王少朋 汪弦 马雪娟)

## 胜利石油工程胜工检测新签计量检测合同额超千万元

**本报讯** 今年以来,胜利石油工程公司胜工检测公司秉持“精准检测、诚信计量”的服务理念,持续加大技术创新投入,完善质量服务体系,在计量检测市场开拓中取得斐然成绩,截至6月18日,新签计量检测合同额超千万元。

该公司成立市场开拓领导小组,完善市场考核办法,实行领导分片承包制,加大市场开拓奖励力度,鼓励全员开拓市场,充分调动全员市场开拓积极性和主动性。先后更新检验检测机构资质认定(CMA)资质、实验室认可(CNAS)证书等多项资质,为其在市场竞争中取得优势。1月至5月,计量业务收入、利润分别同比增长4.79%、8.68%。(张房清)

中国石化供应商

锡安达防爆电机  
与世界同进步

电话:0510-83591888 83591777  
网址:http://www.xianda.com  
单位:江苏锡安达防爆股份有限公司

吉林石油以能量包引流、小程序拓客、充值锁客层层递进激活市场,截至6月12日,汽油销售累月计划完成率排名区外销售企业第一

# 精准营销拓市推动汽油销量增长

王玉倩 刘静泽 欧云瑞 杜立媛

6月13日,在吉林长春石油超越大街加能站,顾客王女士注册“易捷加油”APP会员并充值,获赠新客户消费券,还享受了加油满额赠洗车服务。这一幕看似普通的消费场景,是吉林石油以客户为中心、构建营销联动体系的缩影。

今年以来,面对市场竞争加剧与新能源冲击,吉林石油锚定拓客、锁客、稳客目标,通过精准分析客群、优化消费场景、深耕消费权益等关键举措,一步步做强品牌营销,做大市场份额。截至6月12日,汽油销量同比增长10.6%,汽油销售累月计划完成率排名区外销售企业第一,高标号汽油销量占比排名区外销售企业第一。

## 客群穿透 从过客到会员的转化

在长春石油金川街加能站,一

辆白色轿车驶入加油区。站长苏东来询问客户支付方式后判断这是“过路加油”群体,随即递上“易捷养车能量包”宣传单:“您花23.8元就能得到2张汽油满减券和一箱长白山天泉饮用水,比现金加油省近0.6元/升。”直击痛点的推荐,让车主决定注册会员。

这套精准营销策略源于吉林石油构建的三维客户画像体系:通过消费频次区分高频通勤、低频家用、过路流动客群,通过AI模型及SPSS(社会科学统计)软件细分客户群体。以此为基础设计出不同价格档位的能量包活动,形成“低档位能量包拓展潜在客户、中档位能量包锁定过路客户、高档位能量包增强高端客户黏性”的分层产品矩阵。

“能量包不是简单的促销工具,而是实现客群穿透的钥匙。”吉林石油总经理、党委副书记石先阳说。截至6月18日,会员客户今年新增超36万人,易捷加油支付占比同比增长

12%,实现从“一次性过客”到“品牌会员”的价值跃迁。

## 场景联动 从单次消费到生态闭环的升级

在长春石油东风大街加能站,出租车司机陈师傅用吉林石油小程序完成支付后,自动获赠一张夏季防暑随车商品兑换券。“加油满额可以换一瓶红牛饮料,正好解困。”陈师傅说。

这种“加油+防暑品”的场景联动,是吉林石油夏季营销的标准配置。该公司依托小程序赠券,搭建起加能站与新客户连接的桥梁,构建起“支付即赠券、赠券即引流”的闭环。

在此基础上,各地市公司结合客户消费习惯、问卷调查及销售数据,制定“一城一策”差异化赠品方案。“我们在长春石油赠送水饮商品、在松原石油赠送纸抽,并配合站内显著位置宣传推广及开口营销,让赠品与营销有机结合、油品和易捷服务绑定在一起,

实现营业额同比增长。”该公司零售中心负责人徐向国说。

此外,该公司加强营销活动的场景设计。在长春石油的加能站,加油满额的客户可凭券以5折购买玻璃水,这种“刚需油品+高频车品”的组合,使易捷玻璃水销量同比增长196%。而在社区周边站点,加油满额赠便利店满减券的活动,则带动牛奶、面包等民生商品销售额提升5%。“我们通过消费场景的交叉联动,让客户从单纯加油转变为加油购物一站式消费。”吉林石油分公司代表、党委书记王新胜介绍道。今年以来,该公司累计派发兑换券近70万张,吉林石油小程序新增会员超30万人,形成“支付—赠券—复购”的生态闭环。

## 权益深耕 从价格敏感到价值认可的跨越

“这款米很香,充值后免费兑换,太实惠啦!”在吉林石油的会员日活动

中,老客户张先生开心地说。

这种“充值+生活权益”的组合,正是吉林石油进一步增强客户黏性的营销策略。该公司紧盯会员客户,从满足不同客户需求出发,设置金额不等的4个充值档位,单笔充值金额越大,获赠券的价值越高、优惠折扣越大。

“大额充值活动一般分季度开展,视实际情况优化调整。”徐向国说。6月,吉林石油借势电商“618”活动,推出充值赠券包活动,成功吸引客户从充值低档位转向充值高档位,高档位充值客户数量实现同比增长。

一方面,季度性的充值权益迭代有效强化了客户黏性,助推企业形成“高黏性—高消费—高效益”的价值循环。另一方面,客户在享受加油价格优惠的同时,获得更丰富、更贴合自身需求的综合权益包,以及跨品类的便捷消费体验。截至目前,大额充值客户汽油消费量占比近50%,其中,高标号汽油消费量占比达52%。

## “中国石化的服务让人信服!”

汪海英

“胡经理,2000吨的购油合同,咱们现在就签!”6月2日,浙江温州石油永嘉销售部主管胡茜茜,接到永嘉某防洪工程负责人陈经理的电话。刹那间,她悬着一年多的心,总算落了地。这份合同,饱含着她和团队无数的心血。

原来,2024年,温州石油永嘉直分销团队就关注到了该单位,“这是省重点水利项目,是我们的潜在大客户。”胡茜茜和同事分析后认为,此工程意义重大。然而,由于该项目较新,项目部的地址在地图软件上搜索不到,导致团队无法与项目部取得联系,这无疑给拓展工作带来了巨大挑战。

“搜不到,那就实地去找!”胡茜茜没有丝毫退缩。她带领团队成员,跑遍了大街小巷,挨家挨户地打听寻访。功夫不负有心人,十几天后,他们从一位热心老人口中获得了关键线索。

当他们满怀期待地见到项目负责人陈经理时,却遭遇了当头一棒。“工程前期用油零散,而且时间不确定,你们能行吗?”面对质疑,胡茜茜毫不犹豫地回答:“再少的用油需求,我们也照样提供服务!”此后,无论天气如何恶劣,只要工地需要用油,哪怕只有200升,胡茜茜也会安排人员准时送达,用实际行动践行承诺。

5月的一个深夜,工地上加油枪突发故障,机械设备加不上油,工程进度瞬间停滞。陈经理抱着一线希望打求助电话。胡茜茜得知情况,迅速协调维修团队,马不停蹄驱车40公里奔赴现场。维修人员打着手电,一寸一寸排查,反复维修测试,天边泛起鱼肚白时,加油枪终于恢复正常运转。

近400个日日夜夜,始终如一的真诚服务,一次次成功解决难题的专业能力,让项目负责人陈经理刮目相看。最终,他果断签下购油合同,并感叹:“中国石化的服务,真让人信服!”

## 8分钟化解小轿车漏油险情

龚华林 聂华丽

日前,湖北宜昌石油宜都长江加能站员工陈昌华引导车辆出站时,突然发现地面有油迹,而且其轨迹向站外延伸。“师傅快停车!您的车在漏油!”凭借多年的工作经验,陈昌华迅速判断车辆存在风险,并立即呼喊司机停车检查。

闻讯赶来的员工徐万红俯身查看,发现油箱底部管线处确实有破损,若不及时处置,可能引发泄漏,甚至造成车辆着火等情况。

“赶紧启动加能站应急预案,按照日常演练分工处理!”险情就是命令,站长杨建伟一边指挥,一边拿来灭火器监控现场,防止事故发生。员工第一时间设置警示标识,划定安全区域,疏散周边车辆和人员。

同时,用接油盘、防渗油桶等专业设备,对泄漏油品进行规范回收。整个处置过程分工明确,配合默契,处置规范,从发现险情到完成处置仅用8分钟。

“别担心,我们帮您联系了修理厂过来维修。”在妥善处理漏油隐患后,杨建伟一边安抚惊魂未定的车主,一边协助车主将车转移至安全区域。

“太感谢了,要不是你们及时发现,后果真不敢想!”车主激动地说。

杨建伟回答道:“安全问题是头等大事,这都是我们该做的。”

## 走近一线



随着气温持续走高,近日,黑龙江齐齐哈尔石油铁北加能站新建的爱心驿站正式对外开放。站内配备凉茶、矿泉水等消暑物资,同时提供充电设备、应急药箱等便民物品,为快递小哥、环卫工人等户外工作者提供24小时免费避暑场所。图为员工为快递小哥提供饮品。

刘佳摄

## 中国石化廉洁文化理念及行为规范阐释

(上接第一版)

**干净做事:**敬畏制度、敬畏法纪、敬畏权力,坚持秉公用权、依法用权、廉洁用权,决不搞特权,决不以权谋私。严格遵守中央八项规定精神,坚决抵制“四风”,自觉接受各方面监督。谨慎交友,自觉净化社交圈、生活圈、朋友圈,构建清清爽爽的同志关系、规规矩矩的上下级关系、亲清统一的业务关系。领导干部带头树立良好家风,从严管好亲属子女和身边工作人员,坚决防止家属亲友利用特殊身份搞特权谋私利,做到廉洁齐家。

## 二、廉洁行为规范

(公私分明、是非分明、亲清分明、权责分明)

**公私分明:**是非分明、亲清分明、权责分明是廉洁从业的行为规范,是衡量干部员工能否做到廉洁自律的重要标准,是干部员工强化自我约束、自我监督和严格自律的具体遵循。

**公私分明:**坚持处理好公与私的关系,坚守“公款姓公,一分一厘都不能乱花;公权为民,一丝一毫都不能私用”,做到事事出于公心,大公无私,先公后私,公而忘私,坚决抵制损公肥私、假公济私、以权谋私等不良行为。

**是非分明:**坚持树立正确的的是非观,明辨公与私、俭与奢、廉与贪、亲与清的界限,在重要是非和原则性问题上始终做到头脑清醒、立场坚定,不为名利所累,不为物欲所惑,不为人情所扰,不为世俗所染,永葆修身正己、清廉自守的廉洁本色。

**亲清分明:**坚持构建亲清统一的新型业务关系,保持亲而有度、清而有为,既要良性互动,又要泾渭分明,可以“近”、不能有“黏”,可以有交集、不能有交换,可以有交往、不能有交易,做到公开透明、真诚合作,清白纯洁、坚守底线。

**权责分明:**坚持公平公正公开规范行权用权,坚决防止权力滥用,防止用权出轨越界。牢记有权即有责、有权必担责,既要干净用权,更要担当作为,自觉抵制各种不担当、不作为、慢作为、乱作为问题,始终做到忠诚干净担当。

深入了解客户需求,定制开发符合当地需求的参数指标,并为客户提供全流程解决方案,最终促成订单落地。

此次出口突破不仅拓展了中国石化聚烯烃产品的海外版图,而且为系统内华东区域高端化工产品“出海”探索了可复制的产销研协同模式。

(童亮 李秀明)