

品牌

建设大家谈

(14)

以品牌建设

引领企业提升“四力”

□华北石油工程公司执行董事、党委书记 罗宏志

品牌是企业无形资产的重要部分,市场竞争的关键因素。企业通过建设优质品牌赢得了信誉口碑,能更好稳固和升级市场,提升产品和服务价值,推动高质量发展。华北石油工程公司经过67年发展,正向世界一流石油工程综合服务商迈进,公司严格落实集团公司党组部署要求,把品牌建设全面融入保障国家能源安全、建设世界一流企业实践中,以质量为基石、创新为动力、文化为内涵,推动品牌向融入业务、驱动业务、引领业务转变,促进品牌价值与管理能力双提升。

以能力提升夯实品牌竞争力

质量是品牌建设的基础。石油工程企业要确保产品和服务质量满足甲方需求,需实施创新驱动战略,持续优化科技创新生态,形成具有核心技术的差异化竞争优势,推动品牌与业务协同共生、双向赋能。华北石油工程以实现科技自立自强、打造技术先导型公司为指引,利用社会资源,联合系统内科研院所,构建开放、包容、创新、共享、交流的科技创新体系;先后成立河南省致密油气工程技术研究中心、中石化石油工程致密油气技术中心和和技术研究院科研试验基地等,形成致密油气七大系列20项关键技术、深井超深井三大系列11项关键技术,研发了钻井液助剂、固井液添加剂、化学增产剂等系列产品;保障了鄂尔多斯盆地致密油气有效动用,完成顺北油气田“深地工程”20余口井,推动河南油田难动用储量有效开发。

以合规经营筑牢品牌公信力

合规是治企之基。依法合规经营不仅是企业治理现代、高效高质的承诺,更是企业遵章守纪、健康发展的底线。华北石油工程系统推进依法治理合规管理,建成“组织体系健全、制度体系完善、业务流程规范、工作机制运转有效并充分体现公司特色的合规管理体系”,构筑决策层、管理层、执行层三级合规组织及责任体系,基本制度、业务制度、工作指引三级制度体系,业务部门、合规部门、纪检监察部门三道防线的“1333”合规管理体系;建立领导干部学法用法工作机制,开展安全大数据分析,每月一查,加强合同全流程管理,合同管理排名石油工程板块前三。在集团公司“十四五”企业法治建设中期督导及合规管理有效性评价检查中被评为A类企业。

以履职尽责强化品牌引领力

作为担负经济、社会和政治三大责任的央企,围绕能源保障、安全环保、乡村振兴等,打造有影响力的示范项目,成为积极履行社会责任的实践者、引领者。华北石油工程始终践行保障能源安全的初心使命,支撑河南、塔河、顺北、大牛地、东胜等油气田勘探开发,组建西北油田联合突击队,压裂专业连续20年业绩第一,推动河南老油田焕发青春,先后获全国地质勘查功勋单位、中国石化重大油气发现类等。国际市场业务在中东创中国石化多项第一,在尼日利亚成为甲方首选承包商。严格落实集团公司绿色企业行动部署,获中国石化安全生产先进单位 and 绿色企业称号。抓实“我为群众办实事”,服务员工全面发展;深化消费扶贫、教育帮扶、省派驻村第一书记等工作,为中国石化援建学校、企业驻村所在学校提供志愿服务,所属企业连续20年获新疆维吾尔自治区精神文明单位称号,“国内好感动”与“国际美誉度”交相辉映。

以文化建设提升品牌感染力

企业文化是企业内部员工共同遵循的价值理念和行为规范,对品牌定位有重要影响,能提升品牌的价值、认可度和感染力。华北石油工程瞄准“打造世界一流石油工程综合服务商”愿景,确定“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”发展目标,在品牌定位中植入石油石化优良传统,形成“团结、实干、创新、奉献”企业文化体系,建立文化与品牌相融互促机制。编印企业文化手册,创建基层文化示范点12个,持续开展“华北铁军颂”“忆传统、强‘三基’、抓实干、建新功”常态化宣讲,面向社会各界人士开展公众开放日50余场次,不断增强文化感染力,推动文化凝聚力和创新能力优势转化为品牌知名度、美誉度和忠诚度。

湖南岳阳石油

尾气处理液销量居省公司第一

本报讯 今年以来,湖南岳阳石油精准锁定尾气处理液目标客户群,以核心商品扩销助力易捷业务提质增效。5月,尾气处理液销量同比增长39%,排名湖南石油第一。

该公司在加油泵岛通过增设尾气处理液堆头陈列、循环播放环保减排宣传视频,引导柴油车司机养成加注习惯;制定“一企一策”实现精准服务,有效拓展大客户市场;精选高速及国省道等柴油大站,加快加注机网络建设。截至目前,已投放49台加注机。(周珂伊 贺 筱)

江西萍乡石油

引入易捷无人配送服务

本报讯 近日,江西萍乡石油在易捷数智化转型道路上迈出重要一步,引入易捷无人配送服务并上线运营,为消费者带来全新购物体验。

该服务依托无人自动驾驶和智能物流技术,业务部门只需输入配送目的地便能自动规划最优路线,精准、高效地将商品送达区域内的各加能站,极大满足了基层即时调拨需求,有效提升了站级效率,扩大了覆盖范围。(熊汤华 高子清)

“外贸极速拓市”专项行动赋能品牌建设

——浙江石油探索央企责任与市场效能融合新路径

□张耀文 乔婷婷 文/图

连日来,“我有易捷便利店,谁有外贸内销品”浙江石油发布的这则易捷招商广告在朋友圈、微信群等社交平台广为流传。

面对国际贸易环境变化与国内消费升级的双重挑战,为积极落实商务部《提振消费专项行动方案》,中国石化第一时间推出“外贸优品”项目。浙江石油率先响应,宣布全面启动“外贸极速拓市”专项行动,依托覆盖全省的易捷便利店网络,为外贸企业搭建高效内销通道,同步实现社会价值与经济效益的双跃升,不仅成为积极践行央企责任的创新标杆,更探索出了传统能源企业向综合服务商转型的“浙江模式”。

品牌行动破题,着力解决外贸企业痛点

为相关企业开通“绿色通道”,供应商仅需提供合法出口资质及商品质检证明,即可“零门槛”申请进驻便利店,免去传统渠道的进场费

“国际市场需求波动叠加关税壁垒,外贸企业亟待快速触达国内消费者,而传统零售渠道普遍存在门槛高、周期长、成本高等问题。推动适销对路出口产品进一步拓展国内市场,正是我们想要尝试和探索的。”浙江石油易捷分公司副总经理杨旭介绍,自今年4月启动“外贸极速拓市”专项行动以来,截至目前,已分两批次引入涵盖日用百货、食品饮料、车用清洁等多个品类的7家外贸厂家18款商品。

在成功进驻的产品供应商中,有两家是国家级高新技术企业。正是依托完备的易捷便利店网络、会员生态和数字化供应链,浙江石油为外贸企业构建了“零门槛准入+闪电上架+精准曝光”的一站式解决方案,方便广大消费者在家门口就能买到更加丰富多元的国货精品。

浙江天童食品有限公司的主营商品是水果罐头,主要出口对象是美国。该公司经理介绍:“受关税政策影响,现在工厂外贸订单不好做。这回借政府搭台,从报名提交、联系对接,到配送进场、商品上架,总共耗时仅一周,就把能内销的商品全‘吃’下去了!”

在出口转内销中,浙江石油为相关企业开通“绿色通道”,供应商仅需提供合法出口资质及商品质检证明,即可“零门槛”申请进驻便利店,免去传统渠道的进场费等。同时,出台中央仓库集中配送、工厂“一件代发”等多项扶持措施,在显著降低外贸企业分销、人工和物流成本,盘活资金链的同时,进一步让利给广大消费者。

品牌建设筑基,优化提升对外窗口形象

坚持将公司品牌建设与乡村振兴、交能融合、文旅共富等民生实事工程深度融合,用责任担当强化品牌温度,用服务升级夯实品牌厚度

品牌建设绝非单一的营销活动,而是一项长期的系统性工程,需要久久为功。类似“外贸极速拓市”的专项行动在浙江石油品牌引领行动的整体框架中,是责任担当强化品牌温度、服务升级夯实品牌厚度的最真实体现。

其实,早在2020年新冠疫情发生初期,浙江石油便携手钱江晚报,面向全省发出“我有易捷店,谁有滞销品”的号召,帮助受疫情影响的农户拓展销售渠道,累计售出162万枚鸡



浙江杭州石油桐庐瑛琳加能站。



浙江石油嘉兴平湖当湖加能站员工在整理易捷便利店店员店外的外贸内销品。



浙江石油海宁第二十一加能站员工为客户推介外贸内销品。

蛋、5万公斤笋干、4万余箱枇杷,以及大量香薯、文旦等生鲜农产品,切实解了企业和农户的燃眉之急。

近些年,浙江石油在转型升级和高质量发展中,始终践行

“服务社会、保障民生”的初心,坚持将公司品牌建设与乡村振兴、交能融合、文旅共富等民生实事工程深度融合。“外贸极速拓市”专项行动正是借鉴了2020年“战疫助农”的成功经验,将过去的助农通道升级为助贸平台。依托资金、网络和渠道优势,以及强大品牌背书和社会公信力,帮助更多优质出口商品更快速、精准、高效地触达国内消费者。

聚焦用户价值,持续扩大矩阵传播效果

品牌价值体现在持续创造用户价值,为会员客户提供极致性价比商品,截至目前,浙江石油易捷便利店权益会员注册量已突破1440万户

水果罐头、薄荷润喉糖、手持尘掸、伸缩玻璃刮、扫把簸箕组合套装、无线车载吸尘器……6月18日,在嘉兴海盐第三加能站易捷便利店“外贸内销品”专区,众多市民前来挑选商品,原本漂洋过海的出口商品成了当地市民的“心头好”。正在选购的李女士坦言:“趁着来加油的工夫进来逛逛,没想到这里的外贸内销品种类齐全、包装精美,价格也实惠。对消费者来说,以后选择余地更大了!”

“品牌价值体现在持续创造用户价值。”杨旭表示,“浙江易捷已全面升级为便利会员店,坚持为会员客户提供极致性价比商品的经营理念,许多外贸内销品质优价廉,能为会员提供更好的消费体验,很符合易捷便利会员店的初衷。”截至目前,浙江石油易捷便利店权益会员注册量已突破1440万户。

“外贸极速拓市”专项行动是中央企业展现“有需必应”责任担当的又一生动案例,更是浙江石油开拓外贸内销领域、提升易捷便利会员店服务能力的一次有益尝试。在此过程中,也收获了来自社会公众的广泛关注。

新华社、人民网、钱江晚报等近50家主流媒体报道,全媒体平台,发布文字、视频、图片等各类报道80余次,全方位、多角度、立体化报道浙江石油“外贸极速拓市”专项行动的开展情况。媒体宣传力度不断加持,话题讨论热度持续攀升,截至目前,全网累计浏览量突破275万人次。

江汉油田

多元化开拓档案管理市场

本报讯 近日,由江汉油田信息中心档案馆承接整编的国家管网广西支干线输气国家管网工程建设项目档案,顺利通过预验收,这是该油田从传统档案管理向专业化外包服务成功跨越取得的又一成绩。

近年来,江汉油田在档案管理工作市场化转型中,以创新思维和专业实力勇闯市场,通过多元化的业务布局,累计实现营收600余万元。

江汉油田档案馆立足市场需求,敏锐捕捉行业发展趋势,不断调整业务战略。在巩固传统档案管理服务的基础上,积极拓展服务领域,逐步构建起覆盖工程建设、企业托管、信息化服务等多领域的综合服务体系。自2021年起,凭借在档案领域深厚的技术积累和丰富的实践经验,江汉油田档案馆接连承接了多个重点能源项目的档案管理工作。在企业档案托管服务领域持续发力的同时,他们还与湖北石油、贵州石油、湖南石油、华中销售等企业达成合作,为其提供会计凭证托管等专业化外包服务。

在激烈的市场竞争中,江汉油田档案馆始终秉持精益求精的工作作风,服务模式上实施“同步建档、精准指导、质量闭环”三位一体的管

理模式。派驻专业团队深入项目一线,紧盯施工进度开展档案收集工作,确保档案资料的完整性和及时性;开展专项检查,确保各个节点、每个过程的文件材料规范;针对参建单位的不同需求,提供“一对一”精准辅导,解答组卷过程中发现的疑问,确保档案规范统一、准确可信,累计解决各类技术规范问题数百个;建立严格的审核机制,对档案资料进行全流程质量管控,让每份档案都经得起检验。

在市场化开拓过程中,江汉油田档案馆秉持“客户至上、质量第一”服务理念,以高度的责任感和专业精神对待每一个项目。无论是大型能源工程的档案管理,还是企业日常档案的精细托管,都能做到精益求精,为服务对象提供定制化、专业化的解决方案。凭借优质的服务和出色的业绩,江汉油田档案馆赢得服务对象高度认可,树立了良好的市场口碑。国家管网相关项目负责人表示:“江汉油田档案馆的专业服务,让工程档案真正成为可传承的宝贵资产。”

从传统走向市场,从区域迈向全国,江汉油田档案馆在市场化发展的道路上不断前行。(谢江 杨莉)



□巴丽蒙/文 栾婷婷/图

品牌之窗

●名称:

胜利油田纯梁采油厂梁南采油管理区

●坐标:

山东博兴县北部

●荣誉:

连续十届被评为集团公司“金牌采油管理区”



不到一年时间,胜利油田胜利采油厂两次组织干部员工前往纯梁采油厂梁南采油管理区参观学习。截至目前,梁南采油管理区已接待来自油田内外1400多名参观者。

“环境舒心、管理用心、员工暖心,管理区就像家一样温馨。”来自“全国大学生新闻实践营”的参观者姜子琳评价道。

在该管理区,每位“寿星”都能在生日当天享受到专属的定制餐。“想让员工爱岗如家,这个家先要值得他去爱。”梁南采油管理区经理陈军肖说。

这种细致入微的关爱还体现在方方面面。对绩效分配、荣誉评选等关乎员工切身利益的事,管理区全部摆到桌面议、交给员工评,“人在一起不叫团队,心在一起才叫团队。”陈军肖说。

又到了周例会时间,梁南采油管理区技术管理室经理王海波转动着会议桌前的一个转盘:“抽着哪个班站,就对哪个班站检查。”

每周一次的转盘抽查,该管理区已坚持6年。管理区选配标准意识强的员工组成督查“小专班”,采取视频巡检方式随时随地点问题、找隐患,将“细严实”落到现场精细管理全流程各环节。