

品牌

建设大家谈 (19)

以特色品牌赋能

老油田高质量二次创业

□江苏石油勘探局有限公司执行董事、党委书记，分公司代表 钟志国

品牌作为企业重要的无形资产,是企业价值的重要组成部分,是增强企业核心竞争力的重要抓手。近年来,江苏油田强化“一手抓业务、一手抓品牌”的理念,将品牌建设与油田生产经营“同规划、同落实、同发展”,以特色品牌赋能老油田高质量二次创业。

培育创新基因,赋能复杂断块特色技术品牌“新进阶”

品牌的价值,不仅在于历史积淀的厚重,更在于持续创新的鲜活。历经50年勘探开发,面对苏北盆地“小碎贫散”的资源禀赋,江苏油田依靠复杂断块精细勘探开发特色技术系列,走出了老油田发展之路。在常规油稳产方面,通过“三个边界”技术应用,近3年在老区发现多个高效区块,累计新增探明储量328万吨;在页岩油勘探方面,创新陆相湖盆断块型页岩油勘探开发技术系列,苏北盆地高邮凹陷阜二段、阜四段页岩油接连取得突破,入选中国石化十大油气勘探发现成果,形成亿吨级页岩油增储阵地。

扩大绿能规模,提升绿色发展品牌“含金量”

绿色是高质量发展的鲜明底色,更是品牌赢得未来的核心竞争力。作为地处江淮生态大走廊、南水北调东线源头的上游企业,江苏油田始终坚持生态优先绿色发展战略,努力打造集油气、绿电、碳封存于一体的区域综合性清洁能源供应商,用生态“含金量”提升品牌“含金量”。

在新能源发展方面,江苏油田积极构建“风光互补+油气生产”模式,已建成投产风电机组11台、光伏电站192座,总装机容量91.4兆瓦、发电能力1.4亿千瓦时/年。今年上半年,新能源发电量占油田总用电量的33.3%,绿电占比持续提升居中国石化上游企业前列。在CCUS建设方面,油田气驱单元达到30个,日注二氧化碳300吨,截至目前已累计注二氧化碳48.9万吨,二氧化碳驱阶段接换油率为0.31,实现封碳与增油双赢。

打通转化渠道,创造科技成果品牌“新价值”

科技成果品牌的生命力,在于从“实验室”到“大市场”的价值跃迁。江苏油田积极构建“产销研用”一体化体系,创造科技成果品牌“新价值”。

在打通品牌通道方面,搭建研发、中试、销售三大平台,16项高质量成果成功转化。其中,驱油用微乳液、微生物防腐菌剂、硫化物抑制剂等7项科技成果在中国石化易派客平台上线,在兄弟单位现场应用后广受好评。积极与催化剂公司等单位签订战略合作协议,打造高质量产品,扩大科技成果产业化规模。2024年,累计销售菌剂、药剂逾千吨,科技成果转化收入超1700万元。

江苏油田不断激发品牌活力,在第二届科技创新大会上,首次落实科技成果转化激励奖,8支项目团队获得85万元转化奖励。今年4月,首次举办产品类、工艺类科技成果交流会,更大范围内促进了科技成果转化。7月30日,自主研发的微生物菌剂和硫化物抑制剂两项科技产品入选中国石化内部优势产品目录。

集中优势资源,构建市场品牌“新矩阵”

品牌不仅是开拓市场的“敲门砖”,更是生存发展的“压舱石”。江苏油田以“市场品质提升年”为抓手,持续优化业务结构,集中优势资源打造高附加值品牌“新矩阵”。

在规划品牌方向方面,江苏紫京退出10个零散低效项目,集中力量拓展系统内高端市场,成功拓展上海浦东科研基地、镇海炼化二期等项目,并对所有项目建立健全高标准服务体系,让“服务来自紫京,满意源于内心”的紫京服务成为高端后勤物业的“金字招牌”。今年5月,紫京品牌获评中国石化优秀子品牌。

在培育品牌实力方面,江苏油田充分发挥田明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,工程技术服务业务在西北、华北、东北市场持续扩大。2024年3月,田明劳模创新工作室团队成功攻关连续油管高空清焦、钻磨、解堵工艺,开中国石化上游企业工程技术服务中游炼油企业先河。

品牌建设是一项战略工程、系统工程,也是一项长期工程。江苏油田将始终以战略眼光谋划品牌发展,以系统思维推进品牌落地,让品牌建设与服务创新同频共振、与市场拓展深度融合,为中国石化打造卓著品牌贡献江苏油田力量。

河北石油全力服务张北草原音乐节

本报讯 近日,第14届张北草原音乐节如期举行。河北石油全力以赴迎接全国各地乐迷的到来,日均服务车辆2.2万台次、供应油品532吨。

该公司在活动现场设立展台,以“爱跑98”为主题,通过图文展板、视频滚动播放等形式,生动展示易捷会员的核心权益——从加油优惠、积分兑换,到易捷商品折扣、专属活动等,吸引众多乐迷驻足咨询,纷纷注册开通会员。

该公司还合理调配人员,充实沿线站点服务力量,充分发挥自驾游驿站和司机之家的功能,方便乐迷规划行程,赢得广泛好评。

(吴树彬 武 欣)



7月1日,驻港单位员工与市民在尖沙咀码头五支旗杆广场高唱爱国歌曲。 李 轩 摄

□邵 龙 张敏燕

维多利亚港湾的清晨,海风裹挟着湿润的气息,一艘百年天星小轮缓缓驶离香江之畔。在尖沙咀码头的入口处,我国香港市民李太接过中国石化义工递来的熊猫公仔,耳边响起熟悉的旋律——“小河弯弯向南流,流到香江去看一看”。

《东方之珠》的合唱声从尖沙咀广场传来,身着印有中国石化标识短袖衫的年轻人挥动国旗,与游客一同唱响对国家、对香港的热爱。这是2025年庆祝香港回归28周年的动人一幕,也是中国石化在港打造的“1+2+3”品牌公益行动矩阵中最具感染力的温情时刻。

缘起香江：  
“1+2+3”品牌公益行动矩阵的形成

——矩阵的背后,是中国石化对香港社会的深情厚谊,更是对“为美好生活加油”使命的坚定担当

中国香港,作为国际金融、贸易与文化交流的枢纽,是中国石化品牌国际化征程中不可或缺的重要一环。香港社会对公益事业的需求多样,如何精准对接需求、有效整合资源,成为摆在面前的首要任务。

为了在这片土地上更好地践行社会责任,中国石化香港代表处协同8家驻港单位,以节庆活动为引领,以环保行动为抓手、以关爱青少年成长为纽带,精心打造“1+2+3”品牌公益行动矩阵,为中国石化社会责任品牌国际化探索了“香港方案”。这一矩阵的背

品牌之窗

- 名称：  
华北石油工程五普钻井分公司40837HB钻井队
- 坐标：  
甘肃省原县
- 特色：  
推行单井成本精细分解、精确考核并达到精准控制的“三精”管理法

□王 军 王 丹

“你们施工的井成本为什么控制得这么好?”近日,前来取经的兄弟钻井队向华北石油工程40837HB钻井队长赵军提出了这个问题。去年,该队全年营业收入超1500万元,在华北油气泾河油田钻井承包商业绩考核中排名第一。

这曾经获得集团公司金牌队称号的钻井队,在树立创效品牌中有何“过人之处”?

40837HB钻井队组建于2008年,在泾河油田开发中,曾以3.93天刷新集团公司定向井钻井周期最短纪录。“那时,心里只想着创纪录,没有成本这个概念。”赵军说。石油工程专业化重组后,他们开始思考如何从“打好每口井”到“经营好每口井”。

他们强化成本管理,推行单井成本精细分解、精确考核并达到精准控制的

市场

导刊

石化公益情暖香江

——中国石化香港代表处“1+2+3”品牌公益行动矩阵的温暖实践

链 接

●什么是“1+2+3”品牌公益行动矩阵?

1是指1个节庆品牌活动,即庆祝香港回归祖国品牌传播活动

2是指两项环保品牌传播行动,即沙滩清洁和郊野公园关注品牌传播行动

3是指3个关爱青少年成长的公益品牌项目,即“至美有你”青少年及儿童成长计划、香港理工大学优秀学生奖励计划和香港航海学校帮扶项目

有你”项目负责人杨洁说。

于是,“物资支持+师徒结对”双轨模式应运而生,4年累计投入560万元,联动特区政府420万元配对资金,为400余名学童开设奥数、英文等课程。中国石化驻港单位百余名“至美师徒”陪伴“至美学童”健康成长。

小晨妈妈说到儿子的变化时感慨:“以前他总闷在屋里,现在跟义工去清洁郊野公园,回来后会开心地说公园变干净了。”性格腼腆的小晨,在师徒熊瑛慧的陪伴下学琵琶,还参加了校际音乐节比赛演出。“至美师徒”黄嘉聪连续3年参与“至美有你”计划,她说:“每次看到小朋友眼睛里的光,就觉得所有付出都值得了。”这份温暖被《香港商报》头版报道,成为香港中企协会评选的“中企关爱进社区”十大公益活动典范。

口碑载道：  
深耕香港的认可与赞誉

——他们在沙滩弯腰拾检的是垃圾,在社区播撒的是希望,在庆典中唱响的是同心

多年来,中国石化驻港单位的公益行动在香港赢得良好口碑。在庆祝香港回归祖国品牌传播活动中,他们邀请香港市民免费搭乘天星小轮,派发印有中国石化品牌承诺的纪念品,组织驻港单位青年义工演唱“快闪”曲目,营造了浓厚的爱国爱港氛围,受到香港市民好评。

沙滩清洁和郊野公园关注品牌传播行动也收获了社会各界认可。参与沙滩清洁的黄先生表示:“每次参加中国石化的沙滩清洁行动,都能感受到他们的专业和热情,看到沙滩变得干净整洁,心里特别开心。”香港中国企业协会副总裁曾荣典表示:“中国石化驻港单位热心投身志愿服务和义工工作,坚持每月开展沙滩清洁行动和定期开展郊野公园关注行动,用实际行动守护了香港的蓝天碧水。”

此外,“至美有你”青少年及儿童成长计划、香港理工大学优秀学生奖励计划、香港航海学校帮扶项目等,也得到香港教育界和社会各界高度认可。香港航海学校的校监赵不求说:“中国石化为学校捐赠冬季校服、建设体能训练中心,解决了我们的实际困难,让学生们能够更好地学习和训练。”

连续3年举办的天星小轮免费搭乘日活动,成了备受港人期待的年度盛事。2025年庆祝香港回归祖国活动中,1万把印有“能源至净 生活至美”的折扇、5000只熊猫公仔传递到市民手中,央视《新闻联播》与香港TVB的镜头里,员工们的合唱与游客的笑脸交相辉映。那些身着白色义工服的身影,早已成为香港街头的熟悉风景——他们在沙滩弯腰拾检的是垃圾,在社区播撒的是希望,在庆典中唱响的是同心。

建环保小组,不定期开展沙滩清洁行动。“最初以为是一场临时的特殊行动,没想到一做就是13年。”驻港单位员工陈先生回忆道。

如今,“香港沙滩及郊野公园关注组”已注册为公益组织,沙滩清洁变成中国石化驻港单位每月轮值的常态行动,郊野公园环保也纳入季度行动。2024年,驻港单位员工参加沙滩清洁、郊野公园关注行动600余人次,足迹遍布坪洲岛、石澳等20个沙滩。

该行动已成为中国石化在港践行ESG(环境、社会和治理)理念的一张亮丽名片。这份坚持也获得国际组织“终止塑料废弃物联盟(AEPW)”认可,被列为中国石化履行会员单位承诺的14项行动措施之一。

温情瞬间：  
公益路上的暖心故事

——4年累计投入560万元,联动特区政府420万元配对资金,为400余名学童开设奥数、英文等课程

“明仔,这道奥数题再试一次?”周六午后,中国石化义工小英坐在小桌前耐心引导。他们所在的出租屋不足10平方米,但墙上贴满的奖状却格外亮眼——明仔的奥数通过率从50%跃升至90%,这是“至美有你”青少年及儿童成长计划里无数个家庭的真实写照。

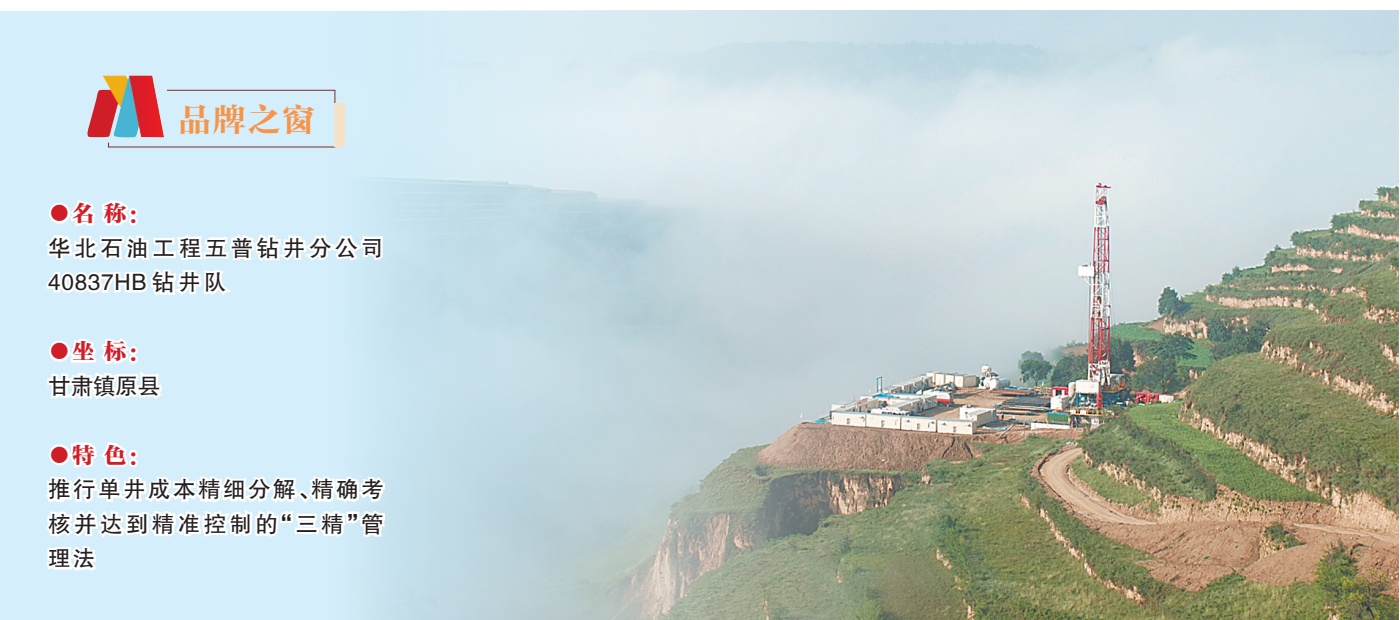
2021年起,中国石化与香港非盈利公益组织新家园协会合作,聚焦香港出租屋家庭学童的成长困境开展调研。“调研时发现,71%的家庭渴望孩子能有兴趣拓展,63%的家庭期待有人陪伴学习。”新家园协会“至美



“至美有你”师徒学童全日营活动——寻找故宫文化宝藏。 邵 龙 供图

后,是中国石化对香港社会的深情厚谊,更是对“为美好生活加油”使命的坚定担当。

这一独具特色的品牌公益行动矩阵的形成,要从2012年的那场台风说起。受“韦森特”影响,装载聚丙烯产品的集装箱坠入海中,部分胶粒被冲到香港海域及离岛沙滩。事发后,中国石化拨款1000万元港币专项资金,用于加快打捞和清理工作。驻港单位组



从“打好每口井”到“经营好每口井”

□王 军 王 丹



钻井队管理人员讨论设备旧配件的再利用。 刘卫东 摄

“三精”管理法。结合不同工况,将预算成本分解到班组、岗位,一个班组一本账。到了月底,对照各班组完成的工作量,核定材料的领用和消耗情况,然后找出费用流失点,再制定更精准的管控措

施和降本指标。

但把成本控制在预算指标内,让每个人习惯“过紧日子”,这并不容易。

他们把施工材料分成“钻机设备、机房动力、工程技术、泥浆设备及材料”四类,分别由机械师、司机长、技术员、泥浆技术员负责,再由钻井队班子成员分别考核这4名骨干。把井口工具易损件、手工具等常用材料分给班组,一井一汇总。各班组给每个岗位设立消耗台账,将奖励和追责落实到每个人。

既降本又增效,带来的是业绩。去年,他们完成的4口井钻井周期分别实现提速“四连跳”。

缩短工期是最好的创效手段。结合工区特点和自身实际,他们以开钻动员、过程分析、完井总结三类会议为依托,找到提升效益的最有效方法。去年以来共完成8口井,节约钻井周期超90天,直接降低生产成本350余万元。

江汉盐化工成功开拓  
自用产品外销新业务

本报讯 近日,江汉盐化工日化品运行部首批600只50升包装桶送达潜江市泽口化工园区某企业,标志着该公司成功开拓自用产品外销新业务。

江汉盐化工是全球最大的漂粉精生产企业,漂粉精产品被纳入中国石化核心产品目录,生产能力超6.6万吨/年,产品90%出口。

日化品运行部主要为消毒剂产品生产包装桶,每年产量250万只。面对强氯精装置停产、包装桶产能过剩等现象,该公司积极寻求外销渠道,通过系统性诊断,锁定“出口转内销+跨行业应用”双轨策略,瞄准潜江市周边化工园区包装需求,历时5个月接洽,成功与潜江市泽口化工园区某企业签订每年2万只50升包装桶供应合同,破解了库存占用13.5万元现金流、100平方米库容面积的困局。

在寻找市场过程中,他们先后筛选10家化工企业,最终锁定两家潜在客户。面对客户提出的疑问,他们打出“技术+服务”组合拳。提供荆州海关商检测试报告、验证9个月使用承诺,对比客户在用包装桶方案,可为客户年省30万元成本;针对客户盛装三氯化铝产品需求,定制“质量担保+定期巡检”服务,消除客户疑虑;提供可视化数据,将包装桶周转周期从180天压缩至30天,可为客户降低物流成本60%,让客户感受就近采购带来的好处,最终促成合作。

“包装桶在产品质量、性价比方面都有优势,比以前的桶更加结实。”某企业通过一个月的试用后,坚定了使用江汉盐化工生产的包装桶的决心。

为进一步破解包装桶库存难题,江汉盐化工计划搭建工业包装物共享平台,运用区块链、物联网和人工智能技术,实现跨企业库存可视化和容器全生命周期监测,为企业高质量发展注入新动能。

(谢 江 黄红霞 黄荣芳)