

阅读提示

中国石化海外合作项目跨文化融合实践揭示了一条核心规律:经济合作是文化传播的船、本土化是压舱石、价值共鸣是帆。其中,胜利石油工程海外市场项目着力讲好文化融合、协力共进、和谐发展“三个故事”,为打造跨文化管理提供了创新范例。中东代表处通过创新跨文化活动、推动中国文化输出、加强主流媒体合作,打造了一系列具有文化特色的品牌活动,用“国际声调”奏响了中国石化品牌跨文化融合交响乐。

丰富跨文化融合实践 打造能源合作典范

胜利石油工程

讲好品牌故事 促进跨文化融合



2025年春节前夕,胜利石油工程沙特项目中外员工一起贴春联。

周杨摄

□蒋振 张玉

胜利石油工程成功开拓中东、中亚、南亚、拉美等四大区域市场,积极推进项目用工本地化、国际化,外籍员工占员工总数的60%以上。为充分调动外籍员工的工作积极性,共同推动项目发展,该公司以多元文化为纽带,着力讲好文化融合、协力共进、和谐发展“三个故事”。

聚焦兼容并蓄,讲好文化融合故事。该公司秉持开放包容的态度,理解并尊重属地文化差异,努力营造融洽氛围和舒适环境。坚持以沟通促融合,推进中外文化交流互鉴,营造兼容并蓄的文化氛围。充分利用中国石化海外宣传平台,制作当地语言新闻、短视频,积极培育文化宣传“大使”。

聚焦示范带动,讲好协力共进故事。该公司积极推进用工本地化,通过“传帮带”向外籍员工传授技能。借鉴国内管理经验,稳妥推进外籍员工劳动竞赛和先进评比活动,激发外籍员工工作热情。先后组织3批60余名优秀外籍员工到中国参观学习,并在当地举办“员工家庭日”“公众开放日”等活动,使中外员工携手共进“一家亲”的理念深入人心。

聚焦社会责任,讲好和谐发展故事。该公司积极履行社会责任,热心参与当地公益活动,为项目发展营造了和谐稳定的外部环境。孟加拉项目部在当地硬化道路、修缮桥梁,极大地改善了村民出行条件;南美区项目部推广使用清洁能源技术,保护了当地生态环境;土库曼项目部连续5年参加植树绿化义务劳动,为治理沙漠捐助树苗,获得当地政府颁发的“生态环境奖”。

●关键启示与推广价值

胜利石油工程深化跨文化沟通管理,以开放包容的态度尊重属地文化,营造融洽工作氛围,为跨文化管理提供范例,增强外籍员工归属感。推进用工本地化,促进当地经济发展。组织文化交流活动,增进中外员工理解信任。积极履行社会责任,参与公益活动,提升企业形象,为项目稳定发展创造良好环境。他们的经验做法对国内企业平稳“走出去”,推动海外市场发展,实现文化融合、形象提升、品牌建设,具有借鉴意义。

中东代表处

用“国际声调”奏响品牌跨文化融合交响乐



阿布扎比阿尔迪扎里公立中学成功举办第二届新春联欢会。

□柳杨 罗森文/图

中东代表处以文化交流为桥梁,推动国际传播创新实践,打造了一系列具有文化特色的品牌活动,用“国际声调”奏响中国石化品牌跨文化融合交响乐,文化与品牌在融合创新中比翼齐飞,助力中国石化品牌在中东地区实现高质量传播和影响力提升。

为了创新举办跨文化融合活动,2024年他们在迪拜举行春节巡游,吸引了近2.5万名各界人士踊跃参与。阿尔迪扎里公立中学举办春晚后,中国石化大熊猫玩偶成为网红,他们收到多所当地中小学和国际学校展示邀请。“中沙文学沙龙”获中东北非区域主流媒体和中国主流媒体广泛报道,中宣部机关新闻大屏还播发了活动内容。

他们积极推动中国文化出口,务实开展主流媒体合作,科威特和沙特的中国书架项目获中东当地和中国主流媒体广泛报道。在阿联酋《海湾新闻报》刊登祝贺首届中阿、中海峰会召开的整版广

●关键启示与推广价值

在传播过程中,中东代表处聚焦资源统筹,发挥协调与连接作用,确保传播高标准实施;注重精准施策,深入调研不同国家文化差异,量身定制传播策略;倡导文明互鉴,促进中阿人民文化交融与民心相通;拓展媒体合作,以优质内容和广泛渠道覆盖地区热点;坚持精品战略,展示中国石化品牌的高端形象。



新里公司所属中地海外公司承建的尼日利亚—喀麦隆跨境大桥通车。

王京喜 供图

近几年部分奖项

●2020年

在由中共中央宣传部、国务院国资委、全国工商联指导,中国外文局主办的中国企业海外形象高峰论坛活动中,国勘公司《扩大能源合作“朋友圈”携手构建命运“共同体”》荣获“跨文化融合优秀案例”,并入选2020年度“十大优秀案例”。

●2023年

“2023中国企业国际形象建设案例”评选结果揭晓,镇海炼化《短视频“出海”,在“浙”里看见中国》入选“国际传播创新类”案例,中国经济图书进出口有限公司(石化出版公司旗下)《以书为媒,促进文明交流互鉴》入选“跨文化融合类”案例。

●2024年

在首届法兰克福中欧企业ESG最佳案例大会上,中国石化《赋能绿色发展,共创零碳未来》获评环境保护最佳案例。

第六届“一带一路”百国印记短视频大赛获奖名单揭晓,中国石化报社《感受生命乐章》获AI智创奖,西南油气《阆中古城贺新春》获丝路共建者奖,国勘公司《喀麦隆小哥的京味之旅——穿越北京中轴线》获技术创新奖。

在第十二届中国企业全球形象高峰论坛上,第七届中国企业国际形象建设案例征集活动评选结果揭晓,中国石化报社《人工智能赋能“能源新净界”国际传播》获评国际传播创新类优秀案例。

●2025年

在新疆互联网界联合会主办的第四届“万人说新疆”短视频大赛中,中国石化报社《环疆奇遇记》荣获国际传播系列短视频二等奖。

□上海同济大学国际文化交流学院院长 孙宜学

中国石化(Sinopec)作为我国最大的能源化工企业之一,境外业务涉及85个国家和地区,设有543个机构,已形成全球化布局;在油气勘探开发领域,业务覆盖中东、非洲、南美等区域;在工程服务领域,炼化工程、油田技术输出在共建“一带一路”国家中成为技术服务的亮丽“新名片”;在成品油销售业务领域,通过建设新形象加能站,开展与业务融合的品牌活动及公益活动,实现境外并购式发展新突破,目前在中国香港、新加坡、泰国、斯里兰卡等地运营加油站。

5月,中国石化发布《2024社会责任报告》,显示境外用工总量3.8万人,境外员工本地化占比74.3%。这种深度融入全球市场的发展模式,不仅是央企国际化的成功实践,更成为中华文化软实力输出的重要载体。

中国石化海外合作项目呈现三大鲜明特点——全产业链协同、本土化融合、绿色转型引领

从上游勘探到下游销售实现全链条覆盖,构建了全球化的产业生态,系统推进国际化人才队伍建设,制定《国际化人才队伍建设纲要(2025~2030年)》,构建涵盖人才引进储备、培养开发、选拔任用、考核激励、支持保障的全链条管理体系。

坚持“人才国际化、用工本地化”原则,深化员工关怀与文化融合实践,以中华传统节日为纽带,首创“场景化解码+本土化再造”双向赋能机制,将中华优秀传统文化符号创造性转化为当地特色文创产品,形成“企业主导—社区参与—政府联动”三维服务体系,有效提升了海外员工归属感与属地认同度。

在绿色转型引领方面,中国石化积极推广绿色清洁生产技术,在“高原水乡”乌干达使用世界最先进的50分贝超静音自动化钻机;在厄瓜多尔建设环保井场,呵护“地球之肺”亚马孙原始热带雨林,累计恢复植被200多万平方米……此外,他们还牵头成立国际二氧化碳捕集利用封存(CCUS)技术创新合作组织,主动呼应全球碳中和趋势,充分展现了中国企业的环保担当。

中国石化在积极拓展海外业务的同时,主动向世界讲好中国故事,让更多人了解中国石化海外合作项目的鲜明特点。海外业务与企业责任、文化传播一体并进,在“企业海外形象建设”“海外传播创新案例”“社会责任典范”等领域屡获奖项,全面展现了在设施建设、产业经贸、科技创新、公共卫生等领域的责任实践,彰显了在国际化形象塑造、跨文化沟通和社会责任履行方面的卓越实力。

多措并举构建文化传播矩阵——发布多语种社会责任报告,强化“负责任大公司”标签

为切实履行国家形象海外塑造和中华文化国际传播的企业责任,中国石化精心设计,多措并举构建文化传播矩阵,着力塑造负责任的企业形象,发布多语种社会

责任报告,强化“负责任大公司”标签。

在安全环保上,中国石化秉持“以人为本、预防为主、安全发展”的境外公共安全管理理念,严格遵守运营所在国家和地区的安全环保法律法规和标准规范,积极构建全面、系统、长效的境外公共安全管理机制。在高端工程服务市场上,“石化红”“石化蓝”亮眼夺目。石油工程深耕巩固中东、南美等重点市场,树立中国石化工程技术服务品牌形象,通过技术实力展示了中国企业风采。

一批“小而美”的亮点工程、惠民工程,受到当地民众欢迎。在沙特,承建市政路桥项目35个;在肯尼亚,承建“东非第一路”西卡等总长546公里的10余项公路工程;在哥伦比亚实施“可持续发展计划”,帮助431户家庭提高收入;在塞内加尔实施乡村打井一期项目,满足了200余万当地民众吃水用水问题。

为了让文化融合落地,中国石化在海外营地举办各种节日活动,邀请当地员工体验舞龙、书法,成为文化接触的日常载体;架设语言文化桥梁,积极推广中文教育、传播汉字之美、促进文化互鉴。在巴西,青少年在中国石化举办的中文班上体验到了中华文化魅力;在沙特,外籍员工用中文写下对新年的祝福;在厄瓜多尔,当地员工身着民族服装,写下自己的中文名字。

以中文为媒,方块字书写中国石化对外开放的美好憧憬。中国石化在跨文化包容实践中,中东项目对接当地祷告习俗调整工作时间,营地设计兼容伊斯兰文化需求;在非洲尊重和倡导多元文化,依托中国书架举办“共度中国春节”“共度古尔邦节”等文化交流活动,促进中非文化交流与融合。

中国石化在“一带一路”沿线国家加强用工本地化,促进多元文化融合,架起民心相通之桥。沙特培训中心打造人才“摇篮”,两万余名本地人通过培训入职中国石化。在巴西举办汉语培训班,为社区青少年开启通往中国文化的大门。在哈萨克斯坦成立文化融合小组,邀请当地员工包饺子、做月饼。

中国石化通过外媒、“外嘴”“外脑”,与主流媒体、知名智库、行业协会、能源企业等主动建立合作,扩大知华友华的国际舆论朋友圈,让一个个温暖人心的故事被更多人知道。

中国石化跨文化融合实践揭示了一条核心规律——经济合作是文化传播的船、本土化是压舱石、价值共鸣是帆

为确保呈现负责任大国的负责任企业的国际形象,中国石化科学构建高度战略化的国际传播体系和系统化的海外传播机制,并以多语种传播精准触达目标市场。

本土化内容更具亲和力,结合当地环保、社区公益等议题,重点传播绿色能源项目与减排成果,回应国际社会对可持续发展的关切。

海外项目搭上民生工程,“能源+民生”联动模式赢得民心,在非洲捐助医疗、教育设施,在中东推动石化技术与当地产业升级,获国际媒体正面报道。

创新传播形式,以可视化内容提升影响力,直观展示海外项目运作,消除误解;在海外社交媒体立体展示环保技术,打破公众对传统能源行业的刻板印象,深化国际受众对中国企业与当地民生关系的认知。

分层递进传播,从功能文化到价值文化,通过医疗义诊、技能培训传递“惠民”形象;在环保、教育项目中融入“天人合一”“重教崇学”理念;将春节庆典转化为“家庭团聚”的家文化载体,塑造和平合作的记忆符号。直面问题、主动公关,中国石化在环保等一些敏感议题上,主动发布透明信息,快速回应质疑,忠实履行生态保护承诺,成为中国企业责任担当的典型范例,也成为中国诚信文化海外传播的生动注脚,这本身就是最好的中华文化传播。

作为央企,中国石化在海外落地过程中,避免宏大叙事,通过解决当地就业、环保、技术提升等问题建立情感联结;摒弃符号化展示,将“和合包容”“义利并举”等价值观融入企业行为,着力构建“共同价值”话语体系,将“破中和”目标与中国“天人合一”生态观结合,最终实现从“功能输出”到“价值共塑”的成功转向。

中国石化的海外传播,本质上是“硬实力”托举“软实力”,以标准输出支撑文化融通的过程,其发布的技术标准、管理经验已成为中华文化传播的信任基础。

中国石化的跨文化融合实践揭示了一条核心规律:经济合作是文化传播的船、本土化是压舱石、价值共鸣是帆。文化传播成为企业可持续竞争力的有机组成部分,这种模式为中华文化国际传播提供了兼具实践价值与理论意义的“中国石化方案”。



外籍员工庆祝乌干达 Tilenga 项目实现 3000 万安全人工时。杨森 供图