

## 品牌建设大家谈 (23)

重塑品牌接触点  
加快综合能源服务转型

□ 广东石油党委书记、分公司代表 冯东明

在当前能源革命和产业变革的双重驱动下,广东石油正面临从传统油品销售向“油气氢电服”综合能源服务商转型的重大机遇与挑战。这一转型不仅是业务结构的调整,更是品牌价值重塑和客户关系深化的系统工程。

品牌建设的关键在于与目标客户建立深度联结,这需要确保客户与我们交互的瞬间,企业品牌的价值得以有效传递,从而赢得客户信任。

深度洞察市场,从客户需求出发强化品牌感知。广东作为经济大省和物流枢纽,重卡保有量居全国前列。然而,随着环保政策趋紧和“双碳”目标推进,以及传统燃油重卡运营成本高企,物流企业对降低碳排放和运营成本的需求更加迫切。

我们针对粤北、粤西及珠三角地区200多家物流企业开展的市场调研显示,当前“油转气”的浪潮正自北向南汹涌而至,充电桩市场进入新发展阶段,传统燃油重卡通过LNG及电的替代将进一步加快,“以气补油”并大力推进充电桩建设势在必行。

中国石化拥有强大的网络优势,品牌优势和客户基础。以广东石油为例,其下辖近2300座加油站,超过2200万车主用户,这为拓展新业务提供了良好基础。此外,近五成的网点位于高速公路、国省要道,具备了开展重卡充电和LNG加气业务的优势。通过现有站点改造和功能升级,能够快速实现综合能源服务布局。

精准产品设计,拓展品牌接触边界。品牌延伸理论表明,成功品牌能够借助现有优势进入新领域。依托中国石化品牌与技术实力,能快速推进能源服务多元化,为客户提供一站式解决方案,既有捍卫市场地位、有效承接柴油替代、实现扩销增效的现实意义,又具有重塑客户品牌心智、从“卖油郎”转为“加能匠”的战略价值。

基于客户需求洞察,我们针对不同细分市场设计了差异化方案。比如为长途物流企业提供了“LNG加气+休息区+快进保养”组合服务;为城市配送企业设计“电动重卡充电+配送协调+数据服务”解决方案。目前,已在韶关、湛江等跨省区域网点加快LNG及重卡充电桩工作,全力承接南下东进的客户补能需求;在珠三角推动10公里续航网络计划,在深圳、广州、佛山等地开展站间新能源业务迅速“补位”,织密中短途补能网。

优化体验环境,整合全流程品牌接触点。从“以客户为中心”理念出发,我们复盘了客户从进站到离站的全过程,梳理出31个品牌接触点。目标是将这些品牌接触点进一步细化,通过还原客户“所见、所闻、所感”,了解客户消费决策和品牌体验“关键时刻”,不断优化和改进工作。

目前,我们正在实施“服务领先战略”,一方面,以员工为支点,推行“微笑、有声、跑动”服务,让客户体验“有温度”的服务;另一方面,加快推进从加油、加气、充电到便利店服务的全流程体验优化,为司机做好补能、送餐、休憩一站式“呵护服务”,提高客户忠诚度。

广东石油已建成326座“司机之家”和745座“爱心驿站”,这些资源被充分盘活,同步服务新能源客户。通过不断完善硬件设施,提供高价值服务和“暖心服务”,提高环境、服务的辨识度和感知度,不断升级客户消费体验,从而增强品牌认同。

通过系统性的品牌接触点优化和业务创新,广东石油正加快向综合能源服务商转型升级。客户对中国化的品牌认知也在悄然改变,从单一的“加油的地方”转变为“综合加能站”“智慧能源站”“休闲驿站”。

今年,广东石油将建设投营超过420个重卡充电桩,到2026年,全省LNG在营网点将达到60座,供气规模达到50万吨/年,基本覆盖珠三角、粤港澳大湾区LNG骨干网络。新业务不仅贡献了可观的效益增长,更重要的是赢得了未来发展的先机。

品牌建设永远在路上,“十五五”即将开启,广东石油将统筹推进品牌赋能工程,继续深化“以客户为中心”的理念,不断创新产品和服务,优化品牌体验,巩固和提升中国石化在综合能源服务领域的品牌形象和市场地位,将每一座加油站打造成品牌“窗口”,将每一次客户消费变成品牌接触的“鼓点”,不断强化品牌认知和记忆,从日益优化的消费体验中重塑品牌心智,以高质量品牌建设构建核心竞争力,为谱写中国式现代化石化新篇章贡献品牌力量。

胜利石油工程公司  
进入中海油平台拖航市场

本报讯 近日,经过7小时拖航作业,胜利石油工程公司海洋钻井公司新胜利二号平台顺利就位渤海井组,标志着该公司成功拓展中海油钻井平台拖航业务。

自进入中海油市场以来,该公司致力于“打造精品工程”,先后完成曹妃甸、秦皇岛、龙口、渤海等区块20口井钻完井服务。

此次拖航作业时间窗口窄、要求精度高、作业意义重大,气象预报仅有一天的良好天气,就位位置距离生产平台仅3.2米,但首次承揽中海油拖航任务,必须首战告捷。拖航前,他们提前做好水文气象资料搜集、拖航方案制定、船舶验收、平台拖曳系统、压排载系统、桩腿升降系统检查和试验。拖航过程中,人员分工明确、统一指挥、行动迅速、精准操作,实现当天拔桩、当天拖航、当天就位,提前7天完成任务。甲方项目经理、钻井总监全程观摩,给予高度评价。在为甲方提供高品质服务的同时,保障了平台日费获取率,实现了钻完井业务外的增收创效,为双方后续合作奠定了基础。

(王为 刘晨光 庞彬)

## 江汉石油工程钻井一公司坚持以创新树技术品牌、以服务树质量品牌、以作风树队伍品牌

## 在红星区块打造“勘探范本”



□ 陈卉

位于山峦中的红页20HF井近日顺利完成吴家坪组实钻水平段2000米任务,“甜点”钻遇率达到100%,成为红星页岩气开发区首口储层钻遇率“满分井”,为红星500亿立方米储量建设再次注入强心剂。

红星原为建南气田,承载着江汉油田涪陵气田资源阵地接替、增储上产的重要使命,2022年底大开发以来,江汉石油工程钻井一公司(简称:江汉钻井)坚持以创新树技术品牌、以服务树质量品牌、以作风树队伍品牌,以纪录指标最多、创标项目最多、提速比例最大的“三最”业绩站稳红星市场,两年内市场合同额增长532.9%,在红星开发史上书写下江汉钻井浓墨重彩的一笔。

## 创新驱动,提供技术“硬核”支撑

两年间,探索总结的6项技术规程

和标准成为红星勘探范本

品牌的价值在于技术硬实力的体现。江汉钻井围绕红星勘探难点展开攻坚,以创新驱动技术迭代,以人无我有的专业优势、精益求精的专业精神根治红星勘探顽疾,助力红星从勘探“冷区”变为希望“热土”。

2023年3月13日,江汉钻井70368JH队承钻的红页24井一趟钻完1137米,创红星工区单趟钻进尺最高纪录。这场技术反击时隔3年之久,2020年,江汉钻井初战红星,“漏垮同存”导致该井未能避免超周期的悲剧。“十井九漏九垮”让红星勘探按下“暂停键”。

2022年底,随着工程技术的进步,红星大开发的星火再次点燃,江汉油田在红星同时部署9口井,命名为“1号工程”。江汉钻井迅速成立技术团队围绕勘探难点展开攻关。所有人都清楚,技术硬核不仅是能源开发和市场接续的需要,更是江汉钻井品牌的重塑。

他们对地质构造重新“画像”,精准掌握每个层位的特性。针对6000米以深超高温引发的复杂情况,创新应用耐210摄氏度高温润滑泥浆体系和耐高温螺杆,精细操作、精密调控,确保钻具在千米地宫精准穿层。

井垮常常出现在三开目的层,轻则导致卡钻,重则钻具被埋,整口井报废。他们颠覆传统,大胆采用“随钻封堵”技术,不仅成功处置险情,还创下多项纪录,成为江汉钻井“挑战不可能”的印证。

两年间,他们探索总结的6项技术规程和标准成为红星勘探范本,2024年平均钻



完井周期较设计缩短13天,创红星勘探开发以来最好成绩,实现了从“打不成”到“打得好的”逆袭,建立起江汉钻井技术硬核的品牌认知。

## 服务至上,铸造江汉“王牌”工程

以甲方的需求为终极追求,以优秀

的品质赢得甲方信赖

品牌的力量源于对承诺的坚守。江汉钻井作出“把每口井都打成胜利井”的承诺,以甲方的需求为终极追求,将服务至上理念贯穿工程施工始终,以优秀品质赢得甲方信赖。

2023年8月,在工区勘探开发会上,“所有井产层均上提3米至气藏更丰富层位”的消息让红星项目经理肖城杰眉头紧锁,第一轮打井过后已初步了解了地层特点,井也打得越来越顺,现在层位改变,岂不要从头再来?

当晚,肖城杰召集人员连夜研究新层位特性。3米之差,地质条件却千差万别。蚂蚁窝状的地层漏垮风险更大,而且夹杂的灰岩硬度大,更加难打。

服务勘探的宗旨就是满足油气高产需



求。他们把矛盾点作为突破口,围绕地质难题和“四提”目标展开深度探索。

盛夏,大山里蚊虫肆虐、酷热难耐,他们全天候蹲守在井场,反复研究、对比、改进。当一条条数据传至工区指挥中心时,甲方感慨道:“江汉钻井,值得信任!”

他们建立实时响应机制,24小时保障井场安全施工。那段时间,技术人员不是在井场,就是在去井场的路上。

成功从来不是一蹴而就,而是在千磨万砺中取得。他们施工的井在同期钻井队施工中率先完钻,刷新15项工程纪录,已投产井3口喜获高产,其中红星1井获日产能51.7万立方米,为区块历史最高,实现了茅口组勘探重大突破。

作风过硬,彰显钻井“铁军”风采

把“永远比标准更高”熔铸进施工全  
流程、全链条,在追求卓越中赋予品牌更  
深刻的内涵

品牌的内涵体现在精神的传承。江汉钻井把50余年拼搏奋斗形成的精神谱系带

入红星,锻造来之能战、战则能胜的铁军队伍,让每支钻井队都成为江汉钻井品牌的代言人。

早春三月,海拔1200多米的山上寒风呼啸、雨雪交加。70368JH队正顶风冒雪向红页18平台搬迁。按照要求,他们要13天搬完。为保障一切顺利,平台经理肖勤带人提前踏勘,画线布局。山顶没有遮挡物,风裹着雪直往衣服里灌,脸吹麻了、手冻僵了也没人退缩。最终,他们在比同平台晚8天搬完的情况下,提前3天开工。

“困难面前有我们,我们面前没困难”。江汉钻井人把“永远比标准更高”熔铸进施工全流程、全链条,在追求卓越中赋予品牌更深刻的内涵。

井场在山间挖掘而成,现场“捉襟见肘”,尽管如此,标准化仍然不打折扣。他们用碎石平整井场,地面管线保持横平竖直……甲方把江汉的平台作为对外展示的窗口,先后迎接检查、调研、参观30余场次,赢得广泛好评。

现场标准化不仅是品牌形象工程,更是内在的重塑。他们汇编了一套七大类共100多项规程的《现场标准化管理手册》,贯穿所有施工工作环节,为安全生产保驾护航。

一次,一名员工安装放喷管线时,法兰盘一边的螺栓多出0.5厘米。肖勤严肃批评道:“这里多出0.5厘米,现场标准就能倒退10公里!”

高标准、严要求促进生产加速度。2024年,江汉钻井施工井复杂时效下降8.14%,生产时效提升9.5%。5支钻井队荣登甲方“龙虎榜”,70368JH队位列工区第一,被评为“建模范钻井队”。

## “分包商”变身“总包商”

□ 单旭泽 张丽

“技术专业、施工严谨、执行高效!”近日,经纪公司华北测控公司收到甲方内蒙古博源银根矿业公司送来的表扬信。至此,华北测控从一家专业分包商,变身为“钻测录定导一体化总包商”,在非油气领域市场“闯”出了名气。

内蒙古阿拉善盟的天然碱矿储量在亚洲位居榜首,各大竞争对手纷纷争抢这片蓝海。有着“华北铁军”之称的华北测控人,自然不会缺席。但长期以来,油气田和盐类矿产的勘查领域存在“钻井公司总承包+专业技术分包”的固有模式。华北测控创新提出“反向打包”方案:通过提供综合地质数据平台和录定技术支持,牵引钻测录定导一体化施工。

他们主动向业主方——全国最大的单体产量纯碱生产企业内蒙古博源银根矿业公司推介技术,最终一举中标5口试验井总包项目,实现了对工程施工链条的自主把控,这是该公司在非油气领域市场开拓和工程施工承揽方式的一次重大突破。

“以前,我们是二级分包商,总感觉和甲方之间隔着一条河。现在成了总包商,施工方案、决策对接,直接面对甲方,感觉说话都有了底气。”该公司经理彭川说。

中标后,华北测控立即成立大包项目工作专班,统筹钻测录定导一体化运行。作为该公司首个钻测录定导一体化大包工程,面对钻穿高压开采层等12项高危作业挑战,华北测控构建“专班引领+双重监督”安全管控体系。面对矿区目的层薄、磁干扰严重等难题,他们充分发挥技术优势,创新采用“抗磁陀螺导线+井眼轨迹控制+三维地质模型”技术组合,赋予钻头“透视眼”和“稳定器”的功能,使其在黄铁矿强干扰下仍能精准定位,水平段矿层平均钻遇率达到96.8%,与靶点目标井4次对接均一次成功,填补了博源碱矿十字对接井技术应用的空白,彰显了公司在复杂地质条件下精准施工的硬核实力。

该项目施工工期80天,华北测控仅用59天就圆满完成施工任务,体现了以技术为主导总包服务的效率优势。“贵公司展现出央企责任担当与技术实力,创新攻克磁干扰等关键技术难题,建立行业领先的安全质量双控体系,诠释了‘严细实恒’的企业作风,为天然碱资源开发树立了新标杆。”内蒙古博源银根矿业公司负责人由衷赞叹。

## 清风莲韵里的“清廉文化加能站”

□ 王佳晶 吴晓哲 文/图

## ●名称:

浙江金华石油 武义  
城东加能站

## ●坐标:

浙江省金华市武义县  
开发大道8号

## ●特色:

深植“莲文化”,打造  
廉洁文化新阵地

户外劳动者进站歇脚纳凉,驱散盛夏暑气。步入站内,“爱莲说”主题文化墙率先映入眼帘,廉洁文化长廊下,宣莲的洁白无瑕被赋予新的寓意——廉洁从业的初心本色。

“姐,我上个月工资好像有点出人,想核对一下考核明细。”员工董兰慧对站经理朱群英说。这样的场景在城东加能站很常见,这源于站内推行的“阳光站务”制度。城东站在制定管理制度前,会广泛征集员工意见,考核坚持“多劳多得、不劳不得、荣辱与共”原则,每一项指标的完成情况都算得明明白白,定期公示,晒在“阳光下”。同时,二次分配监督制度持续完善,让员工的每一分钟奖励都清清楚楚。此外,为了推动全员参与监督,站内还专门成立监督小组,将监督能细化为“管理监督”与“权益监督”两部分,为清廉建设提供了坚实保障。

“我们站的员工,对客户能坦诚沟通,对公司敢直言问题,办起事来高效顺畅。”朱群英提起团队,满是骄傲。这份默契,离不开站内常态化的“三堂课”。“学廉洁”小课堂,帮全员扣紧从业“第一粒扣子”;“崇廉拒腐”深植宣莲文化,剖析廉洁自律的时代意义;“发展历程课”讲述身边故事,把员工坚守原则的真实案例融入学习,用身边事教育身边人。

如今,在这个收获的关键时期,城东站为农户开通加油绿色通道,确保采收期间油品供应。对偏远地区的农户,还提供便民桶等送油服务,极大地缓解了农民在采收季节的油品需求压力。站内员工作员深入田间地头,帮农户抢收莲子,得到当地政府的高度评价和农民的广泛赞誉。

在这片浸润着莲香的土地上,清廉文化正如莲绽放,香远益清。城东加能站以“莲”为引,加注澎湃“廉”动力,也收获了累累硕果。该站多次获评销售公司及省市公司“优秀加能站”,站经理荣获“金石工匠”称号,4名员工获评“服务明星”,两名员工当选“销售能手”。