



新疆吐鲁番石油

精准施策破困局 “以点带面”促提升

从“有气加”到“加好气” 构建LNG服务新生态

“逆袭”亮点:新疆吐鲁番石油通过优化网络布局、强化供应链、深化客户服务等举措,7月LNG(液化天然气)销量同比增长103%,8月市场占有率提升至60.7%,排名新疆石油第一,彻底扭转经营态势。

□周晓霜 孙 筱

“在这儿加气特别踏实,从不担心白跑,还有‘移动仓库’保障供应。”近日,在新疆吐鲁番石油沙尔湖服务区北站司机之家休息的货车司机耿师傅感慨道,“能吃上热饭、洗上热水澡,这种关怀太实在了。”

正是一个个客户口碑的积累,悄然推动着吐鲁番石油的整体转变。今年一季度,吐鲁番石油LNG业务排名屡屡靠后,市场潜力未能充分释放。下半年,该公司党委引领全员进行系统性攻坚,通过网络、资源、服务、数据四轮协同发力,业绩实现爆发式增长——7月销量同比翻番,8月市场占有率攀升至60.7%,排名新疆石油第一,销量成功突破亿立方米大关。

首先,优化网络布局,填补区域空白。今年截至目前,新投运4座加气站,通过统一策划、提前宣传、专项营销等举措快速提升新站销量,

夯实增量基础。

其次,构建高效供应链,掌握市场主动权。自7月起建立资源动态调控体系,实时监控库存、分析趋势,构建数据驱动的车辆调配机制,创新推行“以车代库”模式,将运输车辆作为移动储备库,增强供应链弹性,确保天然气全区域“零脱销”,破解资源调运“最后一公里”难题。

再次,以客户为中心,强化增值服务。每日在客户群发布价格与路况信息,常态化开展积分兑换和大客户走访;持续拓展增值服务,打造“温馨驿站”,推出“冬送温暖、夏送清凉”活动,拓展用餐区域、增加餐食类型,显著提升客户满意度,形成良好口碑效应。

最后,依托数据驱动决策。坚持日分析、周例会、月总结机制,依托客户用气数据精准把握销量波动,及时调整经营策略,确保决策贴合市场,实现精准施策与动态优化。

企业自评:

吐鲁番石油是“精准扶持落后地区、实现非均衡突破”的典型事例,其LNG业务从落后到跃居新疆石油第一,既验证了“一城一策、精准滴灌”策略的有效性,又产生了地市公司主动作为与省公司统筹支撑的协同效应。地市公司聚焦网络优化、服务升级与数据驱动,系统推进经营转型;省公司层面强化全疆“一盘棋”资源统筹,通过高效调度和科学运力配置,支撑“以车代库”等创新模式落地,为基层突围提供坚实保障。

实践表明,销量落后区域的振兴,既需地市公司深入市场、精准施策,又离不开省公司平台在资源、机制上的有力支持。下一步,新疆石油将在全区推广吐鲁番经验,引导后进单位学习其主动求变、攻坚克难的精神,“以点带面”激发全城市场增长动能。

——新疆石油新能源管理部副经理 毕 辉

广东佛山石油

聚焦三大环节 氢能业务破困局

“逆袭”亮点:广东佛山石油面对氢能业务推广困境,聚焦“拓新、降本、提质”环节精准发力,7~8月氢气销量同比增长420%,排名广东石油第一。

□崔文山 骆茂基 魏诗艺

“以前老去的加氢站配送慢、响应迟,多次耽误运输。自从和佛山石油合作,物流省心、业务顺畅!”广东某氢能物流企业负责人李先生称赞道。

受市场波动和补贴政策调整等影响,今年一季度佛山石油氢能销售持续低迷。面对困局,该公司依托网点布局、卡管理和服务响应优势,深入调研物流、冷链等用氢行业需求,聚焦“拓新、降本、提质”三大环节制定针对性举措,全力破局攻坚、挖潜增效。

自7月起,佛山石油加大拓客创效力度,推进氢能销售攻坚专项行动,有效扭转被动局面。在拓新方面,坚持以客户为中心,稳老拓新,扩大市场份额。联合地方政府部门、氢能协会,主动对接潜在客户,成功开拓6家加氢物流企业,有效填补前期客户流失缺口。在降本方面,在做好客户开源的同时,做好节流工作。推行“定时分卸”配送机制,根据客户用氢时段精准规划运输路线,减少空驶与等待,有效降低运营成本,提升价格竞争力。在提质方面,强化精益管理,提升客户体验。依托政府产业平台精准对接冷链客户,结合自有加氢站布局,测算运输距离、核算综合成本,为客户提供定制化供氢方案,在保障供应稳定的同时,减少氢气运输损耗,优化客户体验。通过一系列举措,佛山石油7~8月氢气销量同比增长420%,实现历史性突破。

下一步,佛山石油将持续深化绿色能源布局,在巩固现有合作基础上,积极拓展新市场,助力区域能源结构转型和高质量发展。

企业自评:

广东石油立足全省统筹发展,以佛山石油氢能业务突破为示范,充分验证“聚焦绿色转型、强化上下联动”战略的可行性,为其他地市公司提供了可借鉴的标杆经验。在佛山氢能项目推进过程中,广东石油主动发挥统筹优势:优化全省加氢网点布局,优先向物流、冷链等产业聚集区倾斜资源;搭建与地方政府部门、行业协会的对接通道,共享客户资源库,助力佛山石油快速开拓市场。

针对全省发展不均衡问题,广东石油系统梳理佛山石油在客户拓展、运营降本、服务提质等方面的创新举措,形成标准化推广手册,通过专题培训、现场观摩等方式推动经验落地,同时,成立专项帮扶小组,对基础薄弱地区精准对接资源禀赋,完善考核督导机制,“以一带全”推动全省业务协同进阶。

——广东石油零售中心经理 徐 敏

阅读提示:

面对复杂严峻的市场环境与竞争态势,中国石化油品销售企业正经历着前所未有的挑战。传统增长模式难以为继,寻求破局之道成为必然。在此背景下,部分销售企业面对短期经营不利,及时通过创新实践突破困局,进而将成功经验辐射至更广阔的市场范围,驱动全域市场的协同发展与效能提升。本版专题展示部分销售企业聚焦核心站点改造、非油品业务创新、精准客户运营等关键“点位”,突破经营瓶颈的成功实践,为未来全域市场增长探索出一系列可复制、可推广的高质量发展路径。

本版文图除署名外由 刘洪发 姜 巧 骆冬梅 郑秀琴 提供

浙江绍兴石油

“综合能源管家”蹚出直分销新路

“逆袭”亮点:浙江绍兴石油全力打造直分销“综合能源管家”团队,整合油、电、气等多能源服务资源,为客户提供一站式用能方案,推动8月直分销量同比增长21.7%,实现逆市增长。

□邱丽莉 芮玉惠

近日,在浙江绍兴某大型物流园区的会议室,绍兴石油客户经理小俞正向企业负责人张先生展示一套定制化用能方案。“您看,这套‘油电协同’方案不仅考虑了油价波动,还结合了企业车辆的能源使用特点,预计每月可节省用能成本近4万元。”张先生频频点头,对方案的专业性和小俞的服务能力给予高度认可。

这一幕正是绍兴石油直分销团队转型成果的缩影。面对能源结构变革和市场竞争加剧的双重压力,今年上半年,绍兴石油直分销业务完成率一度在浙江石油排名靠后。然而,进入三季度,业绩实现强势逆转:7月直分销量日均环比增长10.3%,完成率跃居浙江石油第三;8月直分销量再创新高,同比增长21.7%,任务完成率率达147.9%,排名浙江石油第一。

这一转变的核心,在于绍兴石油打造了一支具备综合服务能力的客户经理队伍。为应对客户日益多元的用能需求,该公司突破传统“卖油”模式,推动客户经理从单一销售角色向“能源管家”转型。为此,绍兴石油构建了“三维赋能”培养体系:每月开设“能源服务大讲堂”,邀请内外部专家传授油品、电力、节能技术等跨界知识;每季度开展“场景化实战演练”,提升复杂业务场景下的应对能力;推行“师徒结对”机制,加速新人成长。

目前,该团队已实现100%通过综合业

务认证,熟练掌握油品性能分析、能耗评估工具应用及清洁能源方案设计等技能。客户经理不仅能根据客户的运输路线和车型优化燃油方案,降低用油成本,还能结合企业整体用能结构,提供涵盖节能设备推荐、能耗监控系统搭建、清洁能源替代等一站式综合能源管理方案。这一角色转型策略也显著提升了客户满意度与业务绩效,今年1~8月,绍兴石油直分销客户流失率同比下降38%,客户经理人均销量持续攀升。绍兴石油正以专业服务重塑客户价值,走出一条差异化竞争的发展新路。

企业自评:

面对行业挑战,绍兴石油主动打破传统业务边界,以客户为中心,打造了一支懂市场、精业务、善服务的综合型客户经理队伍。他们以专业能力精准分析客户用能需求,以创新思维定制“油电协同”等一体化用能方案,从“卖油郎”转型为值得信赖的“能源管家”,显著提升了客户黏性与服务价值,为浙江石油推进服务升级提供了可复制的实践范例。近年来,浙江石油高度重视业务人才的转型培育,通过强化顶层设计引领、建立区域协同机制、推动人才流动共享等方式,助力各地市公司突破转型瓶颈,以专业化、精细化、人性化的服务全面提升市场竞争力。

——浙江石油经营管理部兼天然气业务部经理 王 欢

安徽蚌埠石油

耕大站、耕现场、耕服务 “三耕”工作法成增量引擎

“逆袭”亮点:安徽蚌埠石油创新实施“三耕”工作法,有效破解零售经营困境,持续巩固油品业务优势。7月成品油机出销售额同比增长6.8%,跃居安徽石油第三;8月同比增幅提升至7.2%,排名安徽石油第一。

□王晓凤 朱 伟

面对新能源替代与市场竞争挑战,今年1~3月,蚌埠石油面临经营困境,成品油机出销售额同比降幅达4.6%,排名安徽石油靠后。对此,蚌埠石油创新实施“三耕”工作法,成功扭转了年初的油品经营困局,7月成品油机出销售额同比增长6.8%,8月同比增幅提升至7.2%,排名安徽石油第一。

“耕”重点大站为主阵地。蚌埠石油紧抓宁洛高速拓宽改造后车流量激增的机遇,对沿途重点大站实施“硬件升级+服务优化”,开通应急“绿色通道”,优先保障长途客货车加油效率,并配备应急工具箱、饮用水补给点等便民设施,全面提升司乘体验。同时,瞄准节假日消费节点,精准预判高速公路车流量趋势,配套开展权益会员拓展、“养车卡”推广及夜间叫醒服务,提升服务附加值。“五一”假期期间,该公司成品油销量同比增长13.1%,实现重点突破。

“耕”现场管理为精钢骨。蚌埠石油持续推进自助加油,提高现场服务效率,4月以来新增自助站19座,累计达46座,占比提升至60%。采用“云参观+微创新”工作法,将线下开放日转为线上直播,持续展示加能站整洁规范的环境和专业高效的服务,同时积极推进5S样板站打造,截至8月底建成5S样板站10座。

企业自评:

蚌埠石油三季度成品油机出销售额实现逆市增长,充分展现了地市公司主动破局、担当作为的实干精神。针对部分地市公司经营不均衡问题,安徽石油坚持统筹兼顾、分类指导、精准施策。一方面,建立动态经营分析机制,实时跟踪市场份额、车流量、客户结构等关键指标,科学预判趋势,强化过程管控;另一方面,对后进地市公司实施靶向帮扶,在资源调配、策略制定、人员培训等方面给予重点支持,帮助其找准症结、补齐短板。下一步,安徽石油将进一步完善激励机制,鼓励各地市公司勇于创新、攻坚克难,形成“以点带面、整体提升”良好局面。

——安徽石油零售中心经理 董孝军



江西抚州石油临川第一加能站员工开展培训,提高现场服务效率。 肖艳华 摄

云南曲靖石油

从“末位”到“榜首” 易捷销售提升有“新招”

“逆袭”亮点:云南曲靖石油成立易捷销售攻坚小组,统筹推进线上线下一体化运营。通过“精准营销+生态搭建”双轮驱动,7~8月易捷销售额同比增长50.5%,排名跃居云南石油第一,实现历史性突破。

□唐杰基 聂博雅 陈 阳

今年上半年,受市场需求疲软、商品与客户匹配度不高等因素影响,云南曲靖石油易捷销售额同比下降4.8%,排名云南石油末位。面对困局,该公司迅速成立易捷销售攻坚小组,深入调研市场动态与客户需求,聚焦提升客户转化率与复购率,探索“线上+线下”联动经营新模式,从“精准营销”和“生态搭建”两端发力。

线下方面,强化需求匹配与竞争力提升。根据站点区位特征实施“一站一策”,社区站主推家庭装商品,高速站增加便携食品与车载用品,实现“一月一品、一站多品”,有效解决“千站一面”的库存积压问题。紧抓曲靖市“三美消费券”发放契机,动态更新高性价比商品组合,设置核销指引台,有效提升消费券使用率。联合4S店、保险公司等合作伙伴,为新能源车主定制专属保险产品,增强门店竞争力。

线上方面,加快生态搭建与体验升级。以全省首家“易捷养车”综合汽服门店和“易捷速购”旗舰店为标杆,推动40家易捷便利店完成“线上化”改造。率先在美团平台上线宣威火腿、会泽核桃乳、罗平菜籽油等当地特色商品,创新推出易捷咖啡速递、简餐配送等增值服务,

拓展消费场景。

一系列举措成效显著。7~8月,曲靖石油易捷销售额同比增长50.5%,排名跃居云南石油第一。下一步,曲靖石油将继续深挖网点与平台潜力,完善一站式服务生态,让易捷便利店真正成为消费者的“生活优选站”。

企业自评:

云南石油易捷分公司以曲靖石油“破局突围”为示范样本,立足全省统筹发展大局,实施“一州市一策略”机制。通过深入研判各地在基础运营、创效能力、市场拓展和模式创新等方面的短板,分类施策、靶向帮扶,推动全省易捷业务整体进阶。系统梳理曲靖石油“线上+线下”联动、差异化营销的优秀实践经验,组织全省各地市公司开展专题学习,鼓励结合区域实际复制推广。在此基础上,云南石油建立全省经验共享与定期复盘机制,及时总结各州市经营成效,推动优势互补、协同发展。通过“一个地区突破、带动全域提升”,逐步形成“以点带面、协同发展”的良好格局。

——云南石油易捷分公司非油品管理部副经理(主持工作) 卢宝琼

福建泉州石油

从被动到主动 实现柴油销售逆袭

“逆袭”亮点:福建泉州石油突破客户开发“被动性”瓶颈,构建“拓客-稳市-留客”良性循环,7~8月柴油销量同比增长13.3%,排名跃居福建石油第三,实现从“销量下滑”到“逆市领跑”的跨越。

□任志聪 钱瑞瑶

今年上半年,受市场竞争加剧、客户流失等影响,福建泉州石油柴油销量同比下降10.6%,排名福建石油靠后,客户开发“被动等待”成为销售增长瓶颈。自7月起,该公司主动破局,以精准激励为核心,联动政企协同与服务升级,构建“拓客-稳市-留客”良性循环,推动销售重回增长轨道。7~8月,泉州石油柴油销量同比增长13.3%,计划完成率达成115%,排名跃居福建石油第三。

精准激励为核心,破解“被动开发”困局。针对一线员工客户开发积极性不足问题,泉州石油举办柴油客户开发专项竞赛,建立“谁开发、谁维护、谁受益”阶梯式奖励机制:新客户消费规模越大、合作周期越长,员工奖励越高,将“辛苦指数”直接转化为“收益指数”。配套实施“周总结、月复盘”闭环管理——每周跟踪开发进展、优化策略,每月评估成效、表彰先进,推动客户开发从“被动指派”转向“主动攻坚”,有效激活一线拓客动能。

政企协同清障,拓展市场空间。在激活内生动力的同时,泉州石油强化外部协同,协助地方政府常态化开展“打非治违”行动,净化市场环境。建立“分公司-片区-加能站”三级调研

机制,主动走访客户,提供“一客一策”定制服务。7~8月,成功回流客户130余个,带动销量增长超4000吨。

优化服务端,筑牢客户根基。为提升客户黏性,泉州石油聚焦货车司机“吃饭难、休息难”痛点,升级司机之家服务功能,通过改造设施、引入共享厨房、提供快餐等举措,打造温馨便捷的休憩环境,以有温度的服务增强客户归属感,留住客户。

企业自评:

面对柴油市场持续承压的状况,泉州石油坚持“精准施策”与“以客户为中心”双轮驱动,成功实现逆市增长。从激励破局到协同清障、服务固本,泉州石油打出一套“组合拳”,不仅破解了短期经营难题,更建立起“开发有动力、市场有保障、客户有黏性”的可持续增长机制,为区域销售突破提供了有价值的实践路径。下一步,福建石油将在全省借鉴泉州石油经验,进一步深化客户需求洞察,持续完善“有形服务+无形体验”“站内保障+站外延伸”一体化服务体系,以更精细化的管理、更扎实的作风破解经营难题。

——福建石油零售中心副经理 叶鉴生