

以存量盘活 育发展新机

邱丽莉

当前,低空经济已成为各地竞相布局的新赛道,也为传统能源企业转型提供了新机遇。《中国石化报》报道,浙江杭州石油新增用地、不搞大拆大建,通过盘活加能站闲置场地,顺利进军低空经济领域。这一实践充分证明,销售企业高质量发展不必依赖外延扩张,而要打破思维定式,挖掘存量资源蕴藏的巨大潜力。

深耕存量资源。城市核心土地资源紧张、新项目落地周期长,而遍布城乡的加能站是销售企业成熟优质的存量资产。要全面摸排站内闲置场地、低效区域,坚持“最小改造、最大效能”原则,推行轻量化、低成本、快速迭代的升级改造,为低空经济等新业态落地提供载体,实现寸土生金、提质增效。

深化业态融合。单一能源业务抗风险能力有限,跨界合作方能突破发展瓶颈。要推动传统能源服务与低空物流、应急保障、便民服务、文旅配套等业态深度融合,构建“地面能源服务+低空新兴产业”协同发展格局。同时,依托新业态开展专项培训,提升员工技能水平,实现业态迭代升级与人才队伍提质双向赋能。

向先机要未来。低空经济等新赛道窗口期转瞬即逝,唯有主动出击才能抢占先机。销售企业要紧扣地方产业发展规划,主动对接产业链上下游企业,建立常态化沟通机制。联合科研院所开展关键技术攻关,参与行业标准制定,逐步实现从跟跑到领跑的跨越。



西北油田采油二厂 流场调整措施挖潜见成效

本报讯 今年以来,西北油田采油二厂通过实施流场调整措施,有效遏制底水水侵,控水增油效果显著,截至5月底累计实施相关作业26井次,实现增油3.04万吨。

该厂油藏开发进入中高含水期后,水驱、气驱效率逐步降低,地层剩余油难以有效动用,制约采收率进一步提升。该厂技术团队立足油藏精细描述,深化油水流动规律及剩余油分布认识,制定治理对策,重构井组流场流线,实现底水屏蔽剩余油高效动用。施工中,技术团队驻井管控,实时监测压力等参数,严控施工质量,快速处置现场隐患,保障措施高效落地,实现产量与效益双提升。(胡强)

中原石油工程公司 完成马303-5H井压裂施工

本报讯 近日,中原石油工程公司井下特种作业区YS2421ZY队圆满完成中原油田通南巴工区马303-5H井13段高压加砂压裂施工任务,助力该区块日产气量突破百万立方米大关。

马303-5H井埋深大、地应力和破裂压力高,施工难度大。面对挑战,队伍坚持“一井一案、一段一策”,针对致密段和天然裂缝发育段运用不同工艺技术,精准实现储层立体改造。施工过程中,该公司建立“零时差衔接”模式,技术人员全程驻井优化参数,严格执行双人监管、全程追溯机制。该井获高产工业气流,为深层致密砂岩气藏开发提供了可复制的经验。(魏国军 杨越)

茂名石化实现 全自动智能检测产品包装喷码

本报讯 近日,茂名石化2号、3号聚丙烯包装线打印识别系统完成测试后投入运行,实现全自动智能检测产品包装喷码。该公司成为集团公司首个实现包装喷码全自动智能检测的企业。目前,该系统运行稳定。

包装喷码是产品下线时的重要标识,喷码质量直接关系到产品质量认可度,对高效管理和货品分类具有重要意义。为消除传统人工抽查产品包装喷码效率低、易错漏、追溯难等痛点,茂名石化历时9个月完成智能喷码系统选型和生产改造。

新系统融合自动化控制、视觉识别技术,通过工业视觉和深度学习算法实现喷码高精度识别和缺陷判定,具备缺陷实时报警、产线联动控制、质量全程可追溯等功能,有效降低了人工检查统计工作量,提升了包装环节自动化、信息化、智能化水平。(张亚培 车有造 曾文光)

湖北武汉石油 全力保障汛期加能站安全运营

本报讯 进入汛期以来,湖北武汉石油持续强化全员安全责任意识,全力保障加能站安全运营和油品稳定供应。

该公司对全市175座加能站开展排查,对9座防汛重点站及沿江、临湖站点的应急物资储备情况进行重点检查,垫高易涝区域设备基座,增加配电箱、加油机、油罐操作井等关键设施的巡查频次,确保加能站在极端天气下稳定运行。建立“1+N”应急响应机制,即1个指挥中心统筹调度、多支应急队伍分区防汛,实现分级响应、协同作战。围绕雨水倒灌等场景开展加能站员工实战演练,确保遇险情时反应快、处置准。目前,武汉石油加能站整体运行平稳,有力保障油品供应。(陈艺婷)

深耕市场 打造油品销售黄金终端

聚焦 着力点

编者按:集团公司工作会议提出,要打好市场营销攻坚战,创新营销理念,把油品、天然气、化工品三大销售打造成黄金终端。本期聚焦打造油品销售黄金终端,刊发部分销售企业贯彻落实集团公司工作会议精神的生动实践,敬请关注。

优化网点分类

广东石油三类站点靶向发力挖掘创效潜力

本报记者 黄嘉莉 通讯员 黄昱程

6月2日清晨,广东肇庆石油康州南综合加能站内,一辆重卡驶入兆瓦超充车位;百码外,肇庆封开石油连都站员工正翻山越岭将油品送到客户的木材厂;到佛山石油城区服务核心站加油的车主,喝上了浓香的易捷咖啡……依托优化网点分类与精细化运营,广东石油今年前5个月油品销量同比增长4%,销量规模排名销售企业第一。

长期以来,销售企业对加能站多采用高速公路站、国道站、城市站、乡镇站的地理坐标分类法。这种“地段决定效益”的经营思路已不适用于消费场景日益多元化的当下。

广东石油创新推出网点禀赋分类

法,依据市场价值、客群特征等,将全省站点划分为城市服务核心站、销售阵地站、综合能源基地站。城市服务核心站聚焦品质服务与消费体验,销售阵地站聚焦开拓客户,综合能源基地站聚焦布局多元业态。三类站点靶向发力,助力挖掘油品黄金终端经营潜力。

针对城市服务核心站,广东石油实施“形象+服务+业态”三位一体改造升级,优先布局大流量加油机、新能源设备设施、易捷咖啡等优质资源。今年以来,惠州石油、东莞石油、佛山石油等位于粤港澳大湾区的60多座城市服务核心站,依托“一站一策”升级改造,成为有温度、高效率的品牌体验阵地。

销售阵地站建立“走出去拓市、请进来留客”的经营机制。肇庆封开石

油12座年销量2000吨以下的乡镇站,纷纷组建专业营销团队,跨片区联动攻坚,将营销触角向田间地头、乡镇市集延伸。今年前5个月,封开石油机出小额配送量同比增长138%,易捷服务营业额同比增长23%。

综合能源基地站依托多能互补完成业态迭代。广东肇庆石油被誉为“亚洲第一站”的康州南综合能源站,从传统大型站点升级为全省首座集“油气电光储服”于一体的综合能源基地站,并配套易捷小厨、司机之家等服务。5月,该站单日柴油销量30吨,充电量超2万千瓦时,LNG销量50吨,易捷小厨销售餐食超80份,司机之家服务超200人次。今年,广东石油计划打造74座综合能源基地站,构建覆盖全省交通主干道的综合能源服务网络。



辽宁石油高标号汽油销量持续提升

今年以来,辽宁石油全力巩固零售市场份额,强化现场营销,推动高标号汽油销量占比持续提升,前5个月高标号汽油销量同比增长4.8%。图为6月16日铁岭石油辽阳路加能站员工接卸高标号汽油。于皓摄 王晶文



河南石油服务“三夏”助力拓市增量

“三夏”期间,河南石油组织送油队,深入田间地头为农机手提供送油服务。同时,向他们赠送包含手套、卓玛泉等物资的“三夏”爱心大礼包,助力农户增产增收的同时,实现油品销量提升。图为6月9日安阳石油送油小分队为客户送油到田间。牛晓星 摄



新疆石油暖心服务吸引自驾游客

近日,新疆独库公路全线通车,当地迎来旅游旺季。新疆石油因地制宜开展暖心营销,为自驾游客提供免费民族特色糕点、姜糖水、奶茶等,受到好评,带动油品、易捷商品销量不断攀升。图为6月15日和田县石油洛浦县工业园区加能站员工邀请进站客户品尝特色美食。魏子飞 摄 孙筱文

深化异业合作

广西石油构建“人·车·生活”服务新生态

本报记者 毛玉萍 王文欣 通讯员 黄钰琪

“刚用银行信用卡积分兑换了加油券,正好来加油,非常划算。”近日,广西南宁车主刘先生加完油后满意地说。像刘先生这样通过银行、通信运营商、第三方支付等渠道获得加油优惠的车主越来越多。

在能源转型提速的当下,广西石油将异业合作作为重要抓手,把全区1500余座加能站打造为集能源补给、金融服务、餐饮消费、物流配送于一体的“人·车·生活”生态圈。

资源共享、权益互通。广西石油推动异业合作由场地共享升级为为客户

资源互通与权益共建,目前已拥有40家战略合作单位,合作范畴从金融领域延伸至文旅、医疗领域。该公司与多家银行、保险机构联手推出优惠活动,有效促进客户回流。携手当地移动公司、电信公司开展合作,将易捷商品纳入合作方的积分兑换和客户权益体系,实现会员库的数据共享与权益打通。联动景区、医院等机构打通积分体系、推出专属权益,让车主出行、就医时也能享受“石化+”增值服务。

场景延伸,体验升级。依托全区1500余座加能站,该公司引入汉堡王等餐饮品牌,让车主在加油、充电的同时便捷用餐;联合当地保险公司为客户提供洗车、代驾等服务;与当地商

务、文旅等部门联动,在“三月三”等传统节日期间,通过加能站电子屏、“易捷加油”APP等方式推送出行提示、节日活动及加油优惠信息。

生态共建,价值共创。该公司聚焦车辆全生命周期,联合汽车经销商、汽车用品销售商、维保平台等合作伙伴,在加能站打造“购车、养车、用车”一站式车生态。同时,联合当地文旅机构、文化传媒公司及文创商户等,依托加能站场地资源,共同打造“能源+文旅+消费”的新兴综合商业生态圈,推动加能站从能源补给站点向沉浸式消费空间转型,助力异业合作从资源置换迈向生态协同,构建更有温度的“人·车·生活”服务新生态。

开拓直分销市场

浙江石油精细管理 提升客户开发成功率

本报记者 舒志国 通讯员 王佳晶

“我们这儿比较偏,配送必须精准到点,你们能做到吗?”“放心,我们决不让您的搅拌机‘饿肚子’!”近日,在某高速公路工程建设现场,浙江金华石油客户经理金国权带领团队走访工地,凭借优质服务成功拿下2000吨油品供应订单。这是浙江石油精细管理深耕直分销市场、打造油品黄金终端的生动实践。

今年以来,浙江石油贯彻落实集团公司工作会议精神,聚焦把油品销售打造成黄金终端,创新开展“麻雀解剖”专项行动,通过三级联动走访,提供定制化服务,落地客户经理倍增计划等举措,持续夯实直分销市场根基。1月至5月,该公司直分销销量规模排名销售企业前列。

分级走访提升客户开发效率。浙江石油构建“公司领导+部门经理+客户经理”三级联动走访体系,绘制重点行业客户画像与用油场景地图,实现分级分类精准管理。其中,湖州石油组建专项攻坚小组,实行大客户由管理层对接、中小终端客户由客

户经理攻坚的分层开发机制,有效提升客户开发效率。1月至5月,浙江石油累计走访客户2.63万人次。

精准服务全方位深挖市场潜力。依托市场研判与扎实客户基础,浙江石油实施“一地一策”销售策略,推出“一企一策”定制化服务。宁波石油结合客户采购频次与用油规模制定服务方案;嘉兴石油聚焦当地客户衍生需求,创新打造“车生态”综合服务模式,成功锁定某运输企业轮胎订单。

考核激励并鼓励客户经理拓客。浙江石油制订客户经理倍增计划,构建涵盖量效、配送、综合业务等方面的立体考核体系,推行“严考核、硬兑现”的即时薪酬机制。同时,拓宽选拔渠道,优化队伍结构,实行常态化业务培训,调动客户经理的拓客积极性。其中,杭州石油推行项目制运营考核,设立项目开发基金,直分销客户开发成功率大幅提升。

下一步,浙江石油将持续把精细管理嵌入直分销全流程,推动直分销业务提质增效,提升市场竞争力。

全力服务夏收

江苏石油做好惠农服务 将用油需求转为实际销量

曾如月 高铭

“感谢你们把油直接送到田间地头,赶在下雨前,我又能多收几亩地!”近日,农户张大哥加满农机油箱,向江苏石油送油志愿者连声道谢。抢抓夏收农时,保障农机用油,江苏石油以精准高效的惠农服务破解农户用油难题,实现惠民、拓量。

农时不等人。今年夏收关键时期恰逢汛期多雨天气,江苏石油抢抓降雨间隙作业窗口期,组建50余支送油服务队,及时将农用柴油送到田间地头,全力保障农机不间断作业,将农户潜在用油需求转化为实际销量。

面对夏收用油特点,江苏石油结合省内农机作业特点,提前统筹资源,在麦收区域沿线、国道省、城郊及农村站点,设立533座农机定点加油站,开辟绿色加

油通道,实现农机随到随加、全天候保供。推出农机专属优惠政策,提前锁定夏收用油需求。

在保供的同时,该公司依托548座司机之家、621座爱心驿站,因地制宜打造惠农服务阵地,为农户提供衣物清洗、农机维修、夜间临时停车等服务。开展“访客户、百日行”专项行动,组织走访服务队深入乡村,为农户量身定制用油、润滑油及易捷商品专属优惠方案,并建立农讯沟通群,推送天气预警、农时安排、路况及用油政策等信息。整合资源延伸惠农服务,推出化肥配送、生活物资代购、志愿助收、农技科普等一站式服务,满足农户生产生活所需。截至目前,该公司50余支送油服务队已累计开展助农配送、抢救帮扶等志愿服务65场,受到农户好评。

强化零售管理

安徽石油开拓客户 筑牢零售市场根基

本报记者 孙德荣 通讯员 朱翠翠

“王经理办事贴心靠谱,处处站在客户角度着想,长期合作安心又省心。”近日,安徽合肥石油零售管理部加油卡客户经理王青收获了客户认可。这得益于安徽石油开展“六进”客户拓展工作,强化零售客户全流程管理的举措。

今年以来,安徽石油累计开展客户走访逾2600次,新开发零售大客户近1600家,加油卡线上充值额同比增长24.12%,汽柴油零售实现稳量。

分级走访维护增强客户黏性。实行常态化走访机制,严格落实客户分级管理标准。以县区为单位组建专项走访队伍,推行市场网格化全覆盖摸排,优先对接优质潜在客户,摸清对方生产经营状况、用油需求及项目进度。构建市公司、县公司、站点

三级联动走访机制,分级分类落实职责,实行分层服务模式,增强客户黏性。

及时满足客户需求稳定客群。落地“上门走访+动态跟进+月度复盘”三级维系机制,第一时间对接客户诉求,并帮他们解决问题。依托主题营销、线上优惠等活动稳定零散流动客户。针对柴油车队实行差异化维护,建立完善大客户档案,按月分析消费数据,建立消费异常预警体系,及时发现并消除潜在流失风险。

健全考核激励机制调动员工积极性。按月围绕走访完成率、档案规范性、客户满意度等指标量化考评,将结果与员工绩效挂钩,调动他们走访维护客户的积极性。实行制度闭环,确保每一次走访有计划、有记录、有反馈、有效果,有效提升了客户认可度。