

# 中石化森美:为民创先锋

■ 林展鹰 陈芳

五年前,由中国石化、埃克森美孚、沙特阿美三方共同投资设立的中石化森美(福建)石油有限公司挂牌成立。

五年来,中石化森美公司积极转变发展方式,推进绿色低碳,切实履行中国石化“每一滴油都是承诺”的社会责任,主动承担福建成品油保供任务,为推动海西建设做出了突出贡献。

特别是近年来,中石化森美公司作为一家合资公司,积极响应中央关于在全国窗口单位和服务行业开展为民服务创先争优活动的号召,按中石化统一部署,在全省所属加油站、便利店、油库、营业室等服务窗口开展“为民服务创先争优”活动。公司秉持“快捷、舒适、便利”的经营理念,强化员工服务、质量、安全、品牌、诚信“五种意识”,为打造“世界一流企业”,努力践行着“环境整洁、质优量足、服务规范、安全快捷”、“最佳客户体验”的加油环境。

## “你们的油品我们绝对放心”

“加油就加中石化”,已成为众多车友们的口头禅。为将“每一滴油都是承诺”贯穿到经营全过程,中石化森美按照“三不采”的要求,审慎选择供应商,关口前移。仅去年一年,中石化森美中心各化验室检测油品 4656 批次,其中外采油 83 批次,检测出不合格油 5 批次,退货 2 批次,调和 3 批次,有效把好油品入库关,把最好的油留给消费者。

“我们的油是由专门车队统一配送的,每一批都有质检报告,到加油站后,我们有经过专业培训的计量人员按规范标准进行验收和接卸。”中石化加油站人员告诉记者。

2011年12月16日东南造船厂突然来电,说有两艘船舶即将下水试航,19日上午急需94吨油,若试航推迟,该厂就要承担数万美金的费用和违约金。当时正值油品资源紧张期,三天之内解决需求几乎是不可能完成的任务。

想客户之所想,急客户之所急。中石化森美第一时间把情况报告给商客部领导,一方面致电大客户协调推迟供油计划,另一方面提前使用商客部后续柴油指标,分批次、分阶段供应造船厂。

船舶如期试航。“非常感谢你们

对我厂的支持!用你们的油品我们绝对放心!”福建省东南造船厂采购部郑经理激动地说:“中国石化是我厂唯一不设立招投标门槛的供应商。我们厂长要求,燃油供应方面不管什么情况都要先找中石化!”

用真诚换真心,中石化森美以过硬的油品和优质的服务赢得了客户的信任,温暖了客户的心。

## “你们的诚意值得我们信赖”

“叮铃铃,叮铃铃……”中午12点,电话里传来一声大吼:“你们的油有问题!我是三辉贸易公司的,我们前几天才灌了四桶油,今天一加进去,铲车就不动了,现在车坏了,你们要负责!”

漳平综合站林瑞站长放下电话,立刻带上检测工具,去五公里外的三辉贸易公司。一到现场,林瑞马上拿出量水尺和试水膏进行检测。测试结果是:试水膏无变色,三桶油都正常!

“刚刚测试过了,油是没有问题的,请你们再排查一下。”林瑞郑重地说。当查到是车子问题时,车主诚恳地说:“谢谢你们大老远赶来帮我查原因,这种诚意值得信赖。我们加油是不会离开中石化的!”

此时已经下午一点多,林瑞还没吃饭。

以客户满意度和舒适度为中心,中石化森美始终站在客户的角度,为客户提供优质的服务。无论是加油站的整体布局、装修风格、颜色搭配、设备设施的摆放、商品陈列、灯光、背景音乐,还是员工的服装以及肢体语言等,中石化森美都做得一丝不苟,竭力营造出舒适的消费环境和愉悦的服务。

每一次辛勤汗水的付出,换来的是一次次工作效率的提高,是一次次客户等待时间的减少。每一次真心的付出,都能让客户感受到与众不同的感动。

## “这样的服务我们信得过”

凌晨2点的雨夜,一声急促的电话划破了雨夜的宁静。中石化森美公司三期下洋加油站员工朱姗姗接起电话:“货车没油了!在你们附近抛锚了!”

顾不得大雨滂沱,朱姗姗挂上电话,立即穿上雨衣,提着油桶冲到街上。当油送到货车所在地时,她浑身



中石化森美公司端午节期间开展“送香包”活动

都被雨水淋湿了。

司机激动地握着姗姗的手说:“真是太感谢你了!我车满载了海鲜,要是加不上油,就耽搁了出城的时间,整车海鲜的价格就要大打折扣了!你们的服务我们信得过!”

2011年,福建省内柴油资源紧张,中石化森美在中石化集团的支持下,用占福建约34%的网点,保障了全省近80%的市场需求。并根据“三夏”、“三秋”农业用油的特点,针对农机用油集中区域增加20%—50%柴油投放量,还配置了50辆配送车,开展24小时响应服务,把油送到田间地头,将有限的资源发挥了最大的社会

效应,确保了福建省内成品油市场稳定。

中石化森美的这一举措获得了福建省委、省政府和地方政府部门的充分肯定,受到广大用户的好评和信任。

五年来,中石化森美销售的油品100%合格,从未发生质量事故;安全生产总体态势平稳,未发生上报一级以上事故。连续4年被中石化集团评为“安全生产先进单位”,2010年被福建省政府评为“安全生产目标管理责任制考核先进单位”,获得“2011年福建省标准化工作先进单位”荣誉称号。

# 清雅源:走出“另类”品牌营销之路

■ 高建生 吕晓艺

最近两个月以来,茶界的焦点纷纷聚集在中华老字号、福建百年老铺——清雅源茗茶。

先是4月12日,清雅源与台湾尚宜股份公司签订战略合作协议,实现了三个“第一”:大陆第一大宗台湾茶采购协议,大陆优质茶叶即清雅源茶叶首次进入台湾茶市场,大陆茶企在台设立第一个办事处。

接下来是4月23日,清雅源携手厦门海洋职业技术学院,签订了校企产学研合作协议,开启福建茶业学子赴台学习先河。

再来是5月16日清雅源厦门5店同日盛大开业,预计今年年底在厦门发展到10家高端茶叶店。6月上旬,清雅源茶业品牌形象广告登录央视频道。

一连串的大动作引起了业内、业外的震动和思考:清雅源在今年风波诡谲的茶市中屡创佳绩,秘诀何在?

## 品牌营销取代关系营销

清雅源原名“清雅园”,起源于南宋淳熙十年(1183年),是中华老字号会员单位、福建百年老铺。1992年进入公司化运作后更名为清雅源,现已发展为以清雅源茶业、食品加工、茶具茶器生产为核心的大型企业集群。

“从创立开始,我们的理念和策略就是‘以创新赢市场’。”清雅源茶业实业有限公司董事长洪明楷说,“我们不断地尝试为传统的茶叶销售注入新鲜的元素,最终走出一条以‘品牌营销’取代传统关系营销的道路。”

事实证明,毕业于厦门大学财经系的洪明楷走的这条路在当时可谓另类,却为之后的突破打下了良好的基础。

2007年底,清雅源迎来了重要飞跃。凭借着多年的积累和良好的口碑,奇维思(香港)国际贸易集团

为清雅源注入了雄厚的资金。在购入3000多亩生态茶园的同时,建设了2万多平方米的现代化茶叶加工厂,并组建了以数名国家级评茶师为骨干的茶叶品控豪华阵容,使得清雅源无论是在茶叶品质或是产量上都实现了质的飞跃,迅速通过了一系列食品专业认证。

硬件建设在当年的大幅提升,为清雅源的品牌化运作做好了充分准备。

2008年初,清雅源聘请了被誉为“中国品牌营销第一人”的著名品牌战略专家李光斗为高级品牌战略顾问,正式揭开了清雅源品牌化运作的序幕。

经过李光斗的指导,洪明楷率领清雅源团队开拓奋战,仅仅不到一年时间,清雅源犹如脱胎换骨,在品牌形象、产品包装、店堂文化、服务礼仪各个方面实现了全面更新,并引入了成熟的茶叶加盟、茶楼加盟以及茶叶店加盟运作体系,实施全国特许经营模式。

“我们的目标是将品牌价值做到最大化。”洪明楷说。

品牌战略步步为营地推进,消费者对清雅源品牌的认知度和忠诚度逐渐提升,短短四年清雅源的加盟店已发展至300多家。2010年,清雅源跻身中国茶叶十强连锁品牌。

## 以礼道为经营之本

走访清雅源,笔者的感受都汇集在一个字上:礼。

万物因礼而生,礼因万物而隆。茶礼伴随着中华五千年的文明史,自古就成为礼节中的重要组成部分。“清雅源提倡‘以礼入茶,茶馈知音’,将茶定位于‘礼’上,这是茶市场上鲜有的品牌文化定位。”在轰轰烈烈的品牌运作中,“礼”是洪明楷高举的旗帜。

“无论是武夷岩茶、铁观音还是红茶,清雅源的茶叶质量让我非常满意,汤色明亮、香气袭人。”厦门大学陈教授是清雅源的老顾客,在谈



清雅源董事长洪明楷(前排右)与台湾鹿谷乡农会签约仪式

及购买原因时说道:“作为市场上最有名的礼茶,赠送清雅源产品给亲朋好友,能体现我们对他们的尊敬、欣赏和感恩。”

清雅源品牌建设的特色之道,在于为消费者带来了科学、积极、健康的生活理念,在消费之中体现属于中国的人文精神和风貌。凭借“礼文化”,有力地把握住顾客的心理与需求,有效建立与顾客之间的情感联系,从而提升品牌的忠诚度。

“礼文化”的功效还不仅体现在顾客上。

“选择清雅源,正是看中他们以礼道为经营之本。”厦门一位加盟商如是说。无独有偶,4月份清雅源与台湾尚宜股份公司的合作,“中华礼茶”恰恰是台企考虑的一个重要因素。

台湾尚宜曾认为,通过悠久

历史的茶文化为共同载体,海峡两岸在茶艺交流中逐步了解和融合,在礼茶的牵线搭桥下,实现破冰之旅。

早在国庆60周年典礼,清雅源就独家推出国礼“连心茶”,被北京故宫博物院作为永久收藏茶,成为国事活动和两岸重要交往的特殊礼品。

在企业的管理上,“礼文化”同样深深浸透。在内,提倡员工讲诚信、重礼仪,形成和谐的工作氛围;在外,积极树立健康、知礼企业公民形象,热衷公益慈善事业。

如今,走进任何一家清雅源的加盟店,都能享受到标准化的现代礼仪服务。

“我们是以‘礼’走遍天下,将中华传统礼文化渗透进公司的每一步发展规划里。”洪明楷神色坚毅,缓

慢而有力地:“用心做好茶,专心做礼人。”

## 走向世界的品牌

最近,某环保组织发布的茶叶质量安全调查报告引起巨大争议。消费者及大众对于茶行业质量越来越重视,清雅源长期坚持品类全覆盖与品质精品化,清雅源茶叶质量得到消费者和调查研究机构一致认可。

清雅源系列产品涵盖了武夷岩茶、铁观音、红茶、绿茶、普洱茶等全系列上百个品种,并正在向白茶、高山茶等品类延伸,计划在三年内完成对所有茶叶品类的覆盖。其产品质量坚持走精品之路,极讲究优越的自然条件、优良的茶树品种、严格的生产管理、传统的采摘方法以及精湛

海西时评



# 为企业服务年叫好

■ 本报记者 高建生

2012年,企业发展依然面临着严峻的挑战。国际金融危机的影响还在进一步蔓延,发酵,世界经济将面临长期、复杂、艰巨的复苏过程。

近几年来,福建经济乘着海峡西岸经济区的春风,发展态势良好,中小企业尤其备受关注。“今年福建省经济保持平稳增长,”福建经贸委主任周联清告诉记者,“但同时存在着企业效益下降、工业新增增长点不足、缺乏大项目支持等现象。”

受国内外经济形势复杂、持续低迷的影响,大部分企业都过得不太轻松。许多企业在面对融资困难、劳动力成本上涨、技术落后、缺乏发展平台等难题,显得一筹莫展。

事实证明,在拼土地、拼资源、拼环境发展模式逐渐被摒弃的今天,政务环境等软件更受投资者关注和看重。对处于发展困局中的企业来说,政府的服务不仅能坚定他们的信心,而且能有效地解决实际问题。如果政府能够强有力地“扶上一把”,很多企业或许就能更顺利地挺过难关,突破成长。

为进一步贯彻落实国务院、福建省政府出台的支持企业发展的政策,福建经贸委自5月上旬开始,进一步深化内涵,推出“企业服务年”活动。活动以落实支持企业发展政策、改善企业发展环境为核心,深入开展政策咨询、企业融资、技术创新、转型升级、管理提升、舆论宣传为六大服务体系,为企业的发展注入新一轮的成长动力。

这对于企业以及福建经济的发展,不啻为一大利好消息。由此,我们必须为“企业服务年”叫好!

为“企业服务年”叫好,为政策的制定、落实、宣传叫好。在我们的走访中,不时听到企业发自内心的感谢声。过去,许多企业对政策的理解并不透彻,不懂得也不主动,导致好政策沦为“一纸空文”。福建省省长苏树林专门指出:“要确保政策落实、发挥效应,要把政策宣传到企业,让政策及时传递到基层一线,让企业充分利用好政策,借风借力、渡过难关。”

“企业服务年”不仅专门针对性地研究、起草配套政策,保证政策切实、管用,经贸委各领导干部还积极地深入到企业中去,了解企业甘苦,密集地召开宣讲会,亲自为企业讲解明白,保证每一项政策让企业看懂、用上、用足并且用好。同时,建立企业跟踪档案,对企业反映的问题和建议加以落实,真正做到服务贴心、到位。

为“企业服务年”叫好,为破解中小企业融资难叫好。《关于金融服务实体经济十二条措施的通知》的出台,将小微企业贷款不良率的容忍度提高至3%。同时要求各金融机构开辟中小微企业贷款审批“绿色通道”,并建立小微企业助保金贷款“风险池”。这对于信用低、缺乏担保物,难有金融机构合作的小微企业来说,犹如雪中送炭,让“融资难”不再成为企业发展的桎梏。

为“企业服务年”叫好,为因地制宜促进福建经济稳中求进叫好,出台“6+6”政策来促进工业稳定增长,实施土地配套政策、减少税收来扶持民营企业做大做强;也为提供技术创新服务叫好,“百项千亿”工程重点扶持的是战略性新兴产业骨干企业、重点项目和平台建设;还为优化投资环境、政务环境叫好,福建率先在经贸系统统一规范审批流程、标准,以帮助企业开拓市场为重点,提升公共服务水平,促进企业加快转型升级……

“沉到基层谋发展,深入企业解难题,这是当前经济形势对我们经贸部门提出的要求。”福建省经贸委主任周联清说:“服务企业就是服务海西发展。我们要从省经贸部门做起,急企业之所急,帮企业之所忙,解企业之所忧,继续开展好企业服务年活动。”

“企业服务年”如火如荼,从各个方面为企业解难题,形成了扶持、促进企业发展的共识,提振企业发展实体经济信心。另一方面,企业也要将其视为突破发展的良好契机,积极与政府联系,主动寻求帮助解决实际困难,形成良性互动。

的加工工艺。

据了解,清雅源在武夷山和安溪都拥有上千亩生态茶园基地,茶园气候条件优越,无污染,实施无公害栽培管理。在厦门,拥有上万平方米的茶叶深加工工厂,多位顶尖制茶大师采用成套流水线 and 绿色食品标准把控,保证最终为消费者提供的是安全健康的茶叶。

洪明楷认为:“企业只有在诚信的基础上,才能实现发展目标。”清雅源产品先后荣获全国农产品加工业示范企业、茶叶技术研究金桥奖、质量诚信消费者(用户)信得过单位、“龙涓杯”茶王赛银质奖等荣誉,并连续三年蝉联“全国食品安全示范单位”。出自对企业质量的认可,6月16日,清雅源茶企LOGO及企业名称刊登在了《中国企业报·神九珍藏版》上,一起登上神舟九号,成就了中国茶企的首次“飞天之旅”。

经过多年的运作,清雅源建立起“商务会所+专卖店+商场店”的全新连锁管理体系,并逐步完善加盟体系,为加盟商提供及时准确的市场信息,帮助解决开店后顾之忧。

清雅源以“礼”引导企业的经营和发展思路,以企业文化建设的成效来促进品牌的发展,成为世界制茶行业里“中国制造”的标杆,以优良的品质、真诚的为社会各界消费者提供安全、健康、环保的绿色产品,成为了今年业界极具竞争力和发展潜力的现代茶叶品牌企业。

饶是如此,洪明楷依然在茶马古道的漫长征途上前行着,还兼任了福建省企业与企业家联合会常务副会长、海峡两岸茶文化交流中心主任等职务。她始终不停学习的步伐,不断提高专业水准和管理能力,以其敏锐的商业嗅觉和创新眼光谋求新的突破。

“我一直相信中国能走向世界品牌中,茶叶一定能占其中一项。”透过镜片,洪明楷的眼神明亮而坚定:“这是我和清雅源全体同仁正竭力奋斗的目标。”