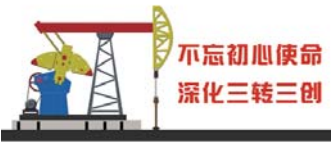


以品质为根基 以服务为依托

“胜利水韵”捧回奖杯，赢得口碑



本报记者 邵芳
通讯员 李彬 翟俊敏

以品质赢赞誉

近期，家住玉景花园的王女士因“胜利水韵”解开了心头的烦心事。原来，考虑到父母年事已高，王女士去年从青岛老家把老人接到东营生活，因为老人习惯了家乡的水，来到东营就产生水土不服的反应，几次要求搬回老家。

面对老人的要求，王女士左右为难，几经打听，她抱着试试看的态度买了一桶“胜利水韵”矿泉水。“这不就是家乡的水吗？”老人在品尝后十分高兴。“我今年给父母定了一年的水，现在他们已经在这里住习惯了，我们全家都很开心。”王女士说。

无独有偶。家住南苑小区的李先生今年已经是第三年购买“胜利水韵”了。“原来我就是从事青岛崂山矿泉水的销售工作，所以我对饮用水的口感十分挑剔。”李先生说，2016年，他从朋友口中得知胜利水韵上市的消息后买了一桶，自此他成为了“胜利水韵”的老客户。

“滴滴都是甘甜水”是胜利水韵客户对口感的一致评价，而胜利水韵矿泉水的优势绝非仅存在于口感，胜利供水人以“水中贵族”来形容它的珍贵。

早在2015年，胜利供水人走访山东青岛、潍坊等多地市，寻找了5种较为珍贵的水源，并在公司进行盲样品尝，最终将青岛崂山作为矿泉水生产的水源基地。供水人通过水质检测中心进一步检测得知，由于崂山矿泉水取自地下120米深层花岗岩隙间，不同于取自地表的矿泉水，水质本身更为天然纯净，且富含偏硅酸、锶、镁、钠、钾、钙、锌等多种人体必要

胜利石油管理局有限公司供水分公司聚焦价值引领，充分发挥专业制水三十年的雄厚实力，在青岛崂山寻得珍稀水源，倾心打造出胜利人自己的崂山矿泉水——胜利水韵。供水人以品质为根基，以服务为依托，展开了全员创效活动。2017年，胜利水韵不仅荣获了“食安山东”2017年度品牌价值贡献奖，还在全省包装水行业泰山论坛交流会上获得“山东省健康饮水科普基地”、“山东省饮用水行业优秀企业”两项荣誉。在荣誉的激励下，胜利水韵矿泉水今年的销量业绩不断递增，用户在享受健康好水中，也真切感受到滴滴好水的呵护。

矿物质和微量元素。

“从对人体健康的影响来看，崂山矿泉水属于偏硅酸型天然矿泉水，偏硅酸这种物质有且仅存在于水中，长期饮用有助于骨骼成长发育，软化血管，环节动脉硬化。”胜利水韵营销部经理呼立国介绍，高端饮用水除口感外，健康成为重要的衡量标准。

据了解，崂山是中国第一瓶矿泉水的诞生地，崂山与欧洲阿尔卑斯山、俄罗斯高加索山并成为世界地下三大水系，因而崂山水的品牌效应也是胜利供水选择的重要因素。

确定水源地后，供水分公司在崂山建立了胜利水韵矿泉水生产基地，并建立全自动、全封闭、无菌化定量灌装的一流生产线，从取水、净化、吹瓶、灌装、瓶贴、包装、码垛到品控等均为自动化控制。同时，他们采用超滤水处理工艺，最大程度保留矿泉水内天然矿物质的含量。通过23道自动清洗、消毒工序，确保每一滴水的品质都是最纯粹的天然味道。

灌装采用的水桶，全部采用德国拜耳食品一级纯进口原材料，每一瓶、一桶胜利水韵矿泉水在销售进入市场前，必须经历水源地、灌装后、销售前的三道检测“关卡”，由里到外树立起水质的“安全网”。

靠服务拓市场

“胜利水质检测中心是山东省实验室资质认定单位，优势在于水产品的开发，作为国企也有责任让油城居民喝上安全健康的好矿泉水。”呼立国认为，胜利水韵要想在激烈的市场环境中扎根生存，就必须牢固树立水质保障如同根基、服务如同阳光雨露的理念，按照“只做平价高端水”的原则，最大程度让利于民。

为此，他们没有采取“社会化水站”加盟的扩张方式，而是依托

分公司各销售部成立了18个水站，让内部员工成为市场服务主体，这样既能杜绝假冒伪劣产品的产生，又减少了加盟商中间的差价。

营销部主管销售的副经理毕可娜给记者算了这样一笔账。在青岛地区，崂山矿泉水价格在25元一桶，而同等重量的“胜利水韵”在东营仅售18元，这就是采取直销配送的优势。

今年以来，胜利水韵销售部进一步提高服务质量，提出了“标准化客服、标准化水站、标准化服务”的要求。在客户服务质量上，他们利用信息化建立起“老客户”台账，客服在接电话时系统则显示“客户”之前的购买情况与地址，便于高效沟通；在标准化水站上，他们提出“先进先出”等水站管理细则；在配送服务质量上，提出了“一个半小时送达”的配送目标。

抓住市场，拓展用户，是胜利水韵销售宣传工作主线。近年来，营销部针对不同人群采取灵活多样的宣传活动，选择不同的主题，一年中他们与东营市各区县和油田物业公司携手合作，共做大型活动42场，覆盖人群20多万；也正因为品质过硬、服务及时，宣传到位，全员合作，胜利水韵的销量呈现出了可喜的递增长，销售业绩过百万。

如今，胜利水韵已有18.9L桶装水，11.3L桶装水，350毫升瓶装水等五种类型。销售范围遍及东营东西城区、河口、孤东、东营港、滨南、纯梁、垦利区。

“做好水同样要有工匠精神，每一滴好水都是责任和担当，轻忽不得，能够看到自己的产品被用户认可，这是心里最大的幸福。”胜利水务高端水项目部负责人秦效云说，今后他们还将继续提升服务，扩展品牌种类，推动胜利水韵得以长久发展。

河口采油厂：

加快新型采油厂建设

本报4月25日讯(记者 顾松 通讯员 刘玉龙 张宗凯) 4月12日，胜利油田河口采油厂召开新型采油厂建设第二阶段研讨工作督导会，通报新型采油厂建设进展情况，并对投入管控及资产优化、人力资源优化、市场运行等八项体系的“1+8”框架体系建设进行督导。

“深化改革不是选择题，是必答题，只有早行动才能早主动，才能尽快赶上高质量发展的‘早班车’。”采油厂党委书记姚建军说，“新型采油厂”建设是河口厂改革提效的“重头戏”之一。经过前期研讨，各系统立足重构工作流程系统、重建工作标准体系、重塑工作运行模式，按照经营管理权下放规划，确立了以“新型管理区+采油厂‘八大体系’”为内容的新型采油厂“1+8”建设框架，核心是打通机制障碍，放出质量效益活水。

目前，河口厂按照“新型采油厂”建设运行大表，铺开“界面理清、职责明晰、流程再造”三项重点工作。人力资源部门拿出组织机构设置、工资总额分配权、用工自主权等权限下放管理区，并做好业务流程优化工作；财务资产管理部门，推进财务预算

自主优化、成本自主核算、资产自主优化等3项权限，同时制定包含资产状况、成本状况、资金流状况等基本指标的财务报表，辅助管理区经营决策。

如果说“新型采油厂”的建设，是向机制变革要效益的长远之策，那么，立足当下，河口采油厂又是如何做好改革提效文章呢？连日来，河口厂广大干部员工正以“不忘初心使命、深化三转三创”主题活动为统领，深入践行“强引领、增效益、提素质、展作为”四大担当行动，供实高质量发展动能，打出内部创效和外部创收“组合拳”。

据了解，由厂领导带领的项目组，加快陈家庄等5个区带4套含油层系的部署评价和大王庄斜坡带等5个规模增储阵地的系统研究，目前已经形成了10余口滚动井计划；依托“管理技术+劳务”外闯运营模式，河口厂在稳固24个外闯项目基础上，近期又洽谈完成为高原利丰石油设备有限公司提供设备维修服务等5个对外创收项目，输出劳务120人，预计年创收455万元。此外，该厂为中海化工提供泵工等5个外创项目也正在洽谈协商中，预计输出人员80人。

孤东采油厂：

绩效考核让员工有奔头

本报4月25日讯(记者 顾松 通讯员 姜凯 尹永华) 今年54岁的张洪玉最近特别忙，白天要跟着老师了解污水余热项目的设备监控调节，晚上还要自学工艺流程。原来，这个月，他刚刚通过竞聘，由胜利油田孤东采油管理五区一名注水泵工转岗到污水余热项目，实现了“家门口”创效。

采油管理五区副书记、副经理王林明说，今年，管理区在落实“1+2+2”绩效考核中，重新建立以效益为导向、以经营业绩为考核依据、一切向价值聚焦的经营考核新机制，并依托理念创新、管理升级、科技支撑，有效激发全员创效活力。

在总结去年经验基础上，该管理区今年将原油产量、人力资源、基础管理、成本管控纳入基层站绩效考核，并以岗位价值量、工作量为依据进行人员测算，让“人多少分、人少多分”倒逼全员挖潜增效。此外，他们将考核范围扩大至管理岗，并重新进行价值量考核。

如今，他们按照综合评价与个性评价相结合的方式，以管理区绩效考核排名匹配考核系数进行综合评价，充分体现业绩不同，奖惩不同；在个性评价方面，以个人价值创造、岗位价值创造及风险管控责任进行单项考核，进一步调动了管理岗的创效积极性。

在员工层面，管理五区主要以激励为主，开展员工岗位创效竞赛，鼓励干部员工围绕技术革新、管理创新、机制创新、项目承揽等节点实现创效增收。

“多创多得，少创少得”已经成为员工们的思想共识，“只要愿意动脑筋，人人都能成为创效的实践者和受益者。”注采501站KD182号计量站班长李文涛说。

张洪玉认为，在油田全力实施专业化改革，建设新型管理区，加快外闯市场多创效等坚持向价值创造聚焦的实践中，进一步增强了员工对高质量发展的信心，“只有每个人都把自己作为创效主体，全力以赴干好本职工作，才能实现整体高质高效发展。”



强管理 抓三标 创效益

近日，为提升油水井现场三标、安全环保管理水平以及油藏开发水平，全力攻坚年度各项经营管理任务，胜利油田河口采油厂开展“强管理、抓三标、创效益”春季竞赛。据了解，本次春季竞赛将分为三个阶段，下设安全“三标”项目组、油水井“三标”项目组、创效增效项目组3个专项组。春季竞赛期间，广大干部员工将围绕“四大担当”行动，聚焦产量和效益等竞赛目标，主动将工作阵地前移，深入生产一线，努力营造“干群上下一条心、齐心协力上水平”的生动局面，为采油厂高质量发展夯实基础。

本报记者 顾松 通讯员 吴木水 尤鲲 摄影报道