

助力北京世锦赛 为美好生活加油

——访中国石化新闻发言人吕大鹏

■ 本报记者 陈玮英 丁国明 / 胡庆明摄

8月22日至8月30日,国际田联世界田径锦标赛在北京国家体育场(鸟巢)举行。今年世锦赛的看点不少,中国选手苏炳添历史性地杀入男子百米决赛,这是亚洲人首次在世界大赛进入男子百米的决赛赛场!在观看体育赛事时观众会发现中国石化的Logo。这是国际田联历史上唯一一个“中国血统”的官方合作伙伴。

中国石化作为国际田联官方合作伙伴,支持北京成功申办第十五届世锦赛,推动体育田径事业在中国及世界的发展。日前,《中国企业报》记者就有关问题采访了中国石化新闻发言人吕大鹏。

历史上唯一一个“中国血统”

《中国企业报》:中国石化之前支持了很多国际性重大体育赛事,其中有世锦赛吗?怎么会与世锦赛结缘,而且是连续5年助力世锦赛?

吕大鹏:在支持2008年奥运会、F1等等一系列重大体育赛事之后,中国石化继续投身田径事业,助力北京市成功申办2015年北京世界田径锦标赛,用对体育赛事承接、支持的实际行动,来表达为美好生活加油的拳拳之心,也是想借力世界田径锦标赛,塑造中国石化在国际上的品牌形象。国际田联世界田径锦标赛是仅次于奥运会和足球世界杯的第三大国际体育赛事,是国际田联主办的规模最大的单项赛事。

中国石化从2010年起正式成为国际田联官方合作伙伴,也是国际田联历史上唯一一个“中国血统”的官方合作伙伴。2010年,北京申办2015年田径世锦赛的工作正在紧锣密鼓地展开。当时参与申办国际田联2015年田径世锦赛的三个城市分别是:中国北京、英国伦敦和波兰科索夫。借用北京市体育竞赛管理中心主任海振文的一句话就是——“申办田径世锦赛,北京最大的竞争对手就是伦敦”。而申办的当务之急之一就是找到符合国际田联要求的赞助商。根据国际田联的规定,申办城市需要为国际田联寻找一家本地企业或公司作为2010年至2015年国际田联世界田径锦标赛的官方合作伙伴。就如同2011年韩国大邱世锦赛选中了三星,2013年俄罗斯莫斯科世锦赛选中了VTB银行,2015年中国北京世锦赛选中了中国石化。有机会助力北京申办2015年世锦赛,我们感到这是责任,同时也是我们的机遇。

《中国企业报》:助力此项赛事对提升中国石化品牌国际影响力的意义有多大?

吕大鹏:国际田联世锦赛是仅次于奥运会和足球世界杯的第三大国际体育赛事,世锦赛是国际化传播平台。世界田径锦标赛是创始于1983年的国际性田径赛事,主办机构是国际田联联合会,最初是每四年一届,1991年起改为每两年一届。第15届国际田联世界田径锦标赛,是除奥运会以外,规格最高、规模最大、影响最广的田径竞技运动会。本次世锦赛有来自200多个国家超过2000名运动员,前来“鸟巢”参与盛事,参赛国家和地区为世界田径锦标赛历史之最;全球有近亿人次通过电视、网络等多种途径接触此次世锦赛。

中国石化是一家国际化能源化工公司,可以说助力世锦赛是中国石化国际化发展的需要。在经济金融全球化、国内市场国际化的背景下,只有具备国际化的品牌才能使企业健康稳定快速发展。中国石化成立以来,国际化步伐逐渐加快,从“引进来”到“走出去”,从资本输入到资本输出,从单一领域到多个领域,中国石化积极引进国外先进技术和经验,不断培养国际化人才,不断统筹国内外两个市场,逐步融入世界石油工业体系,已经成为举足轻重的国际石油生产和合作力量。

2014年,中国石化继续贯彻“走出去”战略,大力发展海外业务,壮大海外资产,拓展业务领域,为打造世界一流能源化工公司不懈努力。目前,中国石化海外资产、收入已占到总资产、收入的三分之一;中国石化境外用工总量5.1万人,分布在51个国家,我们力争将中国石化的品牌传播到世界每一个角落。



与世锦赛精神高度一致

《中国企业报》:国际田径运动所倡导的体育精神,与中国石化的企业文化有何关系?

吕大鹏:体育赛事作为人类的一种社会活动、一种国际语言,承载了友谊与团结、公正与公平、关爱与尊重、荣誉与乐趣、奋斗与参与等等精神内涵,蕴含着对人的发展具有启迪和影响作用的有价值的思想作风和意识。体育精神已经超出了体育运动本身,内化为人类心中的一种信念和追求。比如奥林匹克的口号“更高,更快,更

强”,强调拼搏与进取的精神。可以说,体育精神中“拼搏进取、超越自我、健康向上”等诸多方面的内容,与中国石化的企业精神、企业文化是非常吻合的。我们石油化工有个传承几十年的精神,“有第一就争,见红旗就扛”,与世锦赛精神是高度一致的。

中国石化2014年颁发的新版企业文化纲要明确了将“为美好生活加油”作为企业使命。这与国际田联“田径让世界更美好”的公益主题有着异曲同工之契合——“加油”既反映了田径赛事寻求速度、超越

的竞技类赛事的本质,也反映了中国石化作为石油化工企业的业务本质和特点。“美好生活”反映了人类的共同向往,符合中国石化一直以来的履责形象,同时契合国际田联“田径让世界更美好”的公益主题,有助于让人们在品牌联想中将能源、体育与美好生活的概念相结合,从而产生对能源的美好认知。作为国际田联唯一来自中国的官方合作伙伴,我们通过自身履责的不断践行,通过智慧能源的不断超越,为田径运动加油,为人们的美好生活加油!

两款产品成为大赛指定产品

《中国企业报》:此次世锦赛,中国石化有两款产品成为大赛指定产品。请谈谈这两款产品的特点。

吕大鹏:我们用多种方式支持北京世锦赛的举办,产品支持就是其中一种方式。“易捷·卓玛泉”是2015年国际田联北京世界田径锦标赛官方指定用水,源自3700米的西藏念青唐古拉山冰川,经过几千年的史前冰川岩层过滤,与现代污染完全绝缘。可能有些自卖自夸的嫌疑,但是喝过之后,确实是不一样的。低硫、低钠、弱碱性、小分子

团、高活性等特点使得卓玛泉成为人们生活中至纯至净的健康饮品。中国石化长城润滑油,今年被国际田联正式授予“官方服务用油”称号,而长城润滑油多年来以“航天级润滑油保护”的过硬品质在消费者中拥有良好的口碑。在中国,出厂的汽车中(包括合资品牌),每3辆就有2辆装填的是长城润滑油,可以说,是“娘胎里带来的润滑油”。“全球主流车企的共同选择”这一荣誉实至名归。作为合作伙伴,这次推出了国际田联纪念版润滑油产品——源自长城金吉

星系列,运用航天科技,为汽车引擎带来充沛动力和轻盈顺畅。长城润滑油同时也是一个创新力很强的企业,近年来不断升级润滑油生产加工技术,研制出“可以吃”的食品级润滑油,广泛应用于如豆浆机、榨汁机、微波炉、烤箱、面包机等厨房用品的润滑油领域。

《中国企业报》:中国石化加油站为车友提供哪些产品和服务?

吕大鹏:我们已发展成为高水准的综合服务商,拥有中国最大的成品油零售连

锁终端,2008年起涉足非油品领域,目前旗下易捷便利店已超2.4万家。遍布全国的3万多座加油站,为车友提供优质足量的油品;易捷便利店是车友放心的汽车生活驿站,车友可以在这里休息、购物,并且对消费者承诺品质“万店无假货”。此外,我们近年来陆续在加油站引入快餐、保险、汽车服务、快递、O2O等新型业务,力争为车友提供“一站式”生活消费服务。我们的长城润滑油以其卓越的航天品质,为车友提供车辆润滑油产品及汽车维修保养服务。

为美好生活加油

《中国企业报》:长期以来中国石化积极履行社会责任、支持体育赛事,向社会传递了什么理念?

吕大鹏:从“碧水蓝天行动”到“能效倍增计划”,从页岩气开发到油品质量升级,从援建西藏班戈中石化小学到健康快车救助白内障患者,再到支持一系列国家及全球体育赛事……我们始终在履行责任的道路上前行着。支持体育事业也是我们履行社会责任、推行公益事业的行为和

举措。我们希望通过履行体育责任,助力于全民健康事业,让人们的生活更美好。全民公益,全民责任,这是近年来社会的广泛认知,也是我们践行社会责任的理念。“一花独放不是春,百花齐放春满园”,我们希望,通过我们的不断努力,能够带动更多人、更多企业,共同积极支持国家体育事业,为美好生活加油。

《中国企业报》:听说“鸟巢”旁边有个“蜂巢”,请您帮助我们介绍一下即将落成

的中国石化美好生活馆。

吕大鹏:中国石化美好生活馆位于鸟巢与水立方之间的北京世锦赛市场街上,展馆形状创意来源于蜂巢,寓意中国石化如蜜蜂一般兢兢业业、勤勤恳恳地致力于为人们创造美好生活。蓝色基调的场馆给游客在炎炎夏日带来清凉之感,同时也突出了中国石化“碧水蓝天”的环保主题。8月22日至30日世锦赛期间,欢迎大家来中国石化美好生活馆做客并参与各种互动活

动:与可爱的易捷小朋友拥抱免费获取易捷·卓玛泉矿泉水;可以戴上中国石化高性能防割手套伸入设置有利器的展柜中,感受中国石化高性能手套的神奇魅力;可以玩施肥种菜游戏赢取美好生活拼图;可以亲自“品尝”长城润滑油的智慧,赢取长城润滑油京东旗舰店的88元礼券等等。您还可以在美妙的音乐中欣赏“高大上”视频大片,可以扫描二维码,让您的“掌上生活”更加丰富多彩……

