



“呦呦鹿鸣，食野之苹”。中国石化扫径迎住客，提枪护归程。

朝阳红，石化荣

从一滴原油到化生万物，从 1983 年到 2025 年，从中国到世界，中国石化着力打造立得住、传得开、叫得响的世界领先卓著品牌。

回溯品牌足迹

中国石化持续塑造“党和人民好企业”“负责任国际化大公司”形象。

文 || 本刊记者 齐铁健 / 曲艺

从2008年北京奥运会“鸟巢”8万座椅的匠心承制，到冬奥赛场“飞扬”火炬首次使用碳纤维复合材料和氢燃料的科技突破；从“东海牌”沥青铺就的奥运级赛道，到中国石化的氢点燃冬奥“主火炬”，作为名副其实的“双奥”企业，中国石化既有“爱我中华 振兴石化”的赤子热血，更有“能源至净 生活至美”的品牌温度。

时间会证明，所有穿越周期的坚守，终将绽放成引领未来中国石化的品牌光芒。

5月27日，这份光芒在北京绽放：中国石化召开品牌引领行动成果发布会，以“品牌共创 价值共享”为主题，正式发布中国石化全球品牌理念片、40个优秀实践案例、40个优秀品牌故事、12个优秀子品牌（含易捷、易派客、长城润滑油等），并首次发布《中国石化品牌发展报告》。

大任于斯

新中国成立之初，百废待兴，工业发展亟需能源支撑。石油作为工业的“血液”，其战略地位举足轻重。然而，彼时国内石油工业基础薄弱，原油产量极其

有限，绝大部分依赖进口，能源安全面临严峻挑战。在国家发展的迫切需求下，一场石油领域的大变革悄然拉开帷幕。

改革开放为石油石化工业发展插上腾飞的翅膀，1983年，中国石油化工总公司正式成立，中国石化品牌应运而生。

40余年里，中国石化一口口油气井勘探开发取得突破，一套套大炼油大乙烯装置崛起神州，芳烃等成套关键技术打破垄断，多个大型炼化基地带动工业园区发展腾飞，3万多座加能站串起纵横路网、连接美丽中国。

当“双碳”号角吹响，当产业变革兴起，当科技浪潮涌来，世界之变、时代之变、历史之变正以前所未有的方式展开。中国石化完整、准确、全面贯彻新发展理念，深刻把握能源化工央企在中国式现代化全局中的独特作用，推动能源结构低碳转型，重点开发高附加值的新材料新应用，加速建设“油气氢电服”综合加能站，助力构建多元可靠的能源供应体系。

中国石化品牌始终与人民对美好生活的向往相伴而行，为全社会提供更充足、更优质、更绿色的能源化工产品和

央企服务，将“能源至净 生活至美”的品牌承诺写在高质量发展的答卷上。

2024年，中国石化公司在《财富》世界500强企业中高居第5位。作为全球最大的炼油公司炼油能力全球第一，同时也是世界第二大化工公司，其核心业务能力领先全球：乙烯生产能力位居全球第二，合成橡胶产能位列全球第二，聚烯烃生产能力则高居全球第一。在零售网络方面，加能站数量全球第二，加氢站数量更是位居全球首位。

栉风沐雨

1998年7月，党中央、国务院决定对石油、石化两大集团进行重组，这是新中国成立以来规模最大的国有资产重组，具有里程碑意义。自此，中国石化实现了品牌标识从分散到集中整合，业务版图从区域到全球扩张……市场突破、国际化突围，中国石化奏响品牌崛起的序曲。

党的十八大以来，党中央高度重视国企改革。2014年5月，习近平总书记指出，要“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中



国产品向中国品牌转变”，对品牌建设作出系列重要部署，为品牌发展指明了方向。2022年2月，中央全面深化改革委员会第二十四次会议审议通过《关于加快建设世界一流企业的指导意见》，为加快建设产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流企业提供了行动纲领。2022年11月，国务院国资委组织开展中央企业品牌引领行动。

时代的号角已然吹响，中国品牌开启了破茧成蝶的时代。中国石化品牌建设进入快速成长期，中国石化全力打造品牌战略，品牌知名度、美誉度显著提升。

从乙烯裂解技术首次在国际上应用到延布炼厂项目扬帆出海。2012年，中国石化以技术突破与产业深耕开启品牌国际化征程。

2013年，休斯顿研发中心破土而生；2014年，“易捷”正式确立为中国石化零售连锁便利店统一品牌；2015年，“易派客”平台重构供应链生态；2016年，公益标识统一，强化了公益活动的品牌识别度；2017年，品牌架构体系化成型，管理“五化”模式系统构建；2018年，品牌矩阵绽放多元魅力；2019年，“东海牌”沥青叩开期货大门……

2021年，是中国石化发展历程中的关键一年。

这一年，习近平总书记亲临胜利油田考察调研并作出重要指示，强调“石油能源建设对我们国家意义重大，中国作为制造业大国，要发展实体经济，能源的饭碗必须端在自己手里”，为公司发展指明了根本方向。牢记嘱托并把握机遇，中国石化于同年提出打造“中国第一氢能公司”的发展目标，加速布局氢能产业。同时，首次召开集团公司层面

的品牌建设工作会议，将品牌工作提升至新高度；成立了中国石化品牌与文化研究所，为品牌战略提供智库支撑。

两年后，习近平总书记在石化九江分公司考察时再次作出重要指示，要求“大力推进数智化改造、绿色化转型，打造世界领先的绿色智能炼化企业”。为贯彻落实总书记最新指示精神，中国石化党组迅速提出打造“五个一流”的战略任务，其中对“打造一流品牌形象”进行了专项安排部署，将品牌建设深度融入公司核心战略。

2024年，公司在品牌建设领域取得里程碑式成就：中国石化集团品牌与旗下“易捷”服务品牌双双获评中央企业品牌引领行动首批优秀成果，获得国家层面高度认可；更令人瞩目的是，中国石化品牌价值首次荣登“中国品牌价值评价信息”榜单首位；公司发布了展现综合实力的十项高质量发展成果。同时，为加速品牌国际化进程，出台《中国石化品牌国际化建设指导意见》，并首次在法兰克福成功开展品牌推介活动，迈出品牌国际化的坚实一步。

2025年，中国石化品牌建设工作持续深化，编制《公司品牌建设“十五五”规划》，为未来五年品牌发展绘制蓝图；首次发布品牌发展报告，全面总结品牌建设经验与成果，并对品牌未来发展进行展望；同步举办品牌引领行动成果发布会，集中展示品牌引领行动成效。

跬步千里

数十载积淀锻造，中国石化品牌增值图景正徐徐铺展，这既是深耕不辍的必然回响，更是迈向更高维度的全新起点。

品牌价值实现快速增长。根据中国

品牌建设促进会发布的“中国品牌价值评价信息”，中国石化品牌价值由2018年的2462.88亿元增长至2025年的4078.53亿元，增幅达65.6%。

根据Brand Finance发布的“全球品牌价值500强”榜单，中国石化品牌价值由2010年的41.52亿美元增长至2025年的297.85亿美元，增幅达617%。排名由2010年的206位上升至2025年的64位。

2001年12月，随着中国正式加入世界贸易组织（WTO），中国对外开放格局迎来历史性跨越。面对国际市场的机遇与挑战，中国石化敏锐洞察到品牌整合是实现国际市场突围与价值跃升的重要路径，由此开启系统性品牌整合的进程。

历经10余年的系统化品牌整合，中国石化实现了主要产品的集中管理与统一营销。通过深度优化资源配置，提升供应链效率与营销协同效能。统一的视觉识别、技术标准与价值表达，持续驱动中国石化市场认知度、用户忠诚度及行业话语权有效提升，培育出可持续发展的品牌建设生态。

自上世纪90年代叩开国际市场，中国石化便从未停下“走出去”的步伐。跨越山海，不仅是资源联通，更是智慧与愿景的交融。

中国石化正以全球视野布局未来，为世界供应清洁能源，驱动全球经济发展。

截至2024年底，中国石化业务覆盖152个国家和地区（含港澳台），在86个国家和地区设立560个境外机构，在俄罗斯中亚、中东地区形成投资贸易工程一体化发展格局。

本文图片均由中国石化提供
责任编辑：石杏茹
znshixingru@163.com

探寻品牌底色

中国石化践行“创新引领行业未来、责任创享美好生活”品牌主张。

文 || 本刊记者 齐铁健 / 陆 杨

每一次技术攻坚、每一份民生关怀、每一个绿色足迹，中国石化以匠心叩问，让责任融入血脉、用创新突破边界、以洁净守护品质——这就是中国石化品牌沉淀的鲜明底色，亦是穿越周期的永恒承诺。

使命在肩

一缕细丝，为中国省出3亿亩土地。

新中国成立初期，中国政府花费了大量的外汇进口粮食、棉花。即便如此，中国老百姓的吃穿问题仍然没有得到根本解决，很多家庭“新三年，旧三年，缝缝补补又三年”。土地有限，是种

粮食，还是种棉花？在两难的困境下，办法只有一个——依靠化学纤维代替棉纺织品。

1990年，中国石化仪征化纤一、二期工程全面建成投产，形成年产50万吨化纤和化纤原料生产能力，占全国合成纤维产量的1/3、涤纶产量的1/2，能给全国人民每人每年提供5米布料，添一套的确良新衣，极大地缓解了中国百姓穿衣难的问题。

新的问题随之而来——整个聚酯产业链的核心是解决老百姓的穿衣问题，而聚酯产业的重要源头芳烃的生产技术一直依赖进口，技术费用昂贵，产业发展受制于人。

中国石化与中国科学院在国内芳烃技术一片空白的情况下，开始合作研究。2008年，芳烃生产的一个重要难关——吸附剂研制成功。此时，芳烃成套技术只剩下最后的技术壁垒吸附分离装置没有攻克。为此中国石化专门成立芳烃成套技术攻关组，集合



科研、设计、建设、生产等单位 2000 余名技术人员联合攻关。

2013 年 12 月 15 日，海南炼化芳烃联合装置生产出一级对二甲苯产品，标志着中国石化芳烃成套技术大型工业化装置应用成功，中国可以依靠自己生产化纤材料了。

如今，全国对二甲苯消费量生产的化学纤维替代了约 3 亿亩土地产出的棉花。这项“看不见”的技术革命，既让 14 亿人衣着从“够穿”迈向“穿好”，更守护了“中国饭碗”的根基——18 亿亩耕地红线巍然不动。

从纤维革命到深地攻坚，从民生所需到国之重器，中国石化穿越“地下珠峰”，向地球深部进军。

上天、下海、入地，是人类探索自

然的三大壮举。在近万米深层寻油找气难度堪比登天，技术突破至关重要。然而，行难事，必有所得！中国石化向深地油气领域不断探索，矢志保障国家能源安全。

如今，中国石化已形成三个以“深地工程”命名的基地，分别是位于塔克拉玛干沙漠腹地的顺北油气田基地、位于胜利油田的济阳页岩油基地和位于四川盆地的川渝天然气基地。

中国石化更是将公益基因融入品牌血脉。

从输血到造血的跨越，每条乡村振兴链都跃动着品牌赋能的脉搏。中国石化深入学习贯彻习近平总书记关于“三农”工作的重要论述，学习运用“千万工程”经验，坚持“以教育筑根基，以消费兴产业，以产业带发展，以党建促振兴”，以打造央企帮扶样板为目标，助力乡村全面振兴。

“十四五”期间，中国石化实施“一县一链”特色帮扶，立足对口支援和定点帮扶县的资源禀赋，帮助每县打造一个具有一定规模的高品质农业产业链，培育一批具有市场竞争力的产品。目前打造“一县一链”产业已全部成型，东乡藜麦、岳西翠兰、岳普湖阳光巴扎、西阳 800 等成为当地标志性产业项目。

同时，高效率推动消费帮扶，发挥渠道优势，动员全系统员工参与，144 家直属企业同向助力，消费帮扶产品达到 2410 种，为稳定帮扶地区群众收入起到了重要作用。以“办好老百姓家门口的学校”为目标，围绕校园、教师、学生三个层面，形成了“集团化、立体式、结对型”石化帮扶模式，打造了“石化伴学”教育帮扶公益品牌。

从雪域高原的助学烛光到脱贫乡村的振兴新芽，从偏远山区的义诊足迹到城市街角的爱心驿站，每一次善举都如春风化雨，让“能源至净 生活至美”的品牌承诺，在服务民生的实践中绽放出温暖而坚定的光芒。

拥抱革命

2025 年 1 月 18 日，中国石化首位 AI 数字员工正式亮相，并同步在全国 31 个省市加能站开启试点。在安徽、湖南、江苏等地的加能站，智能加油机器人正以 120 秒精准完成开盖、加注、闭盖全流程，重新定义着能源补给的速度与温度。

中国石化正将创新融入各个环节，通过技术创新满足用户的多元需求，为用户带来独特的体验，丰富人们的生活。

在保障国家能源安全的时代要求下，胜利油田积极打造“易能问地”业务品牌，将其视为解锁勘探开发核心竞争力的“金钥匙”。

“易能问地”品牌建设倒逼技术创新、质量进步、标准提升和管理升级，为市场提供高质量能源，切实保障国家能源安全饭碗端得稳、端得牢。



该品牌聚焦运用先进勘探开发技术、源网荷储新能源配套技术、CCUS负碳技术及数字化智能化手段，实现全流程降碳、新能源替碳、全方位固碳和技术引领减碳，有效促进了新能源与油气产业的深度耦合发展。这不仅是中国石化加快由传统油气能源提供商向综合能源服务商转型的关键引擎，也为赢得市场竞争主动权、持续增强发展实力和差异化竞争力奠定了坚实基础。

以“易能问地”品牌建设为牵引，中国石化正全面提速全产业链绿色转型融合发展。通过将品牌管理深度嵌入业务流程，推动了全员、全要素、全链条盈亏平衡点的持续降低，力求将各种能量“吃干榨净”、各类元素充分利用、各个环节创造价值。

在提升生产经营效益方面，品牌融合有效带动了市场拓展、收入增长和效益提升。具体举措包括为西北油田等上游企业提供油藏经营开发、整装油气田经营承包等高端技术服务，并加强与新疆油田、塔里木油田的对接合作，成功拓展了二氧化碳封存、注入、驱油及区块增产技术服务等新兴市场，实现了市场份额和高端项目占比的“双扩大”。

在增强绿色示范效应方面，中国石化建成并投用了国内首个“源网荷储”一体化智慧能源系统。该系统有效支撑了发供用协同降本、煤热新能源联营增效。油田开发单位全面推广柔性生产技术，使度电单价降低了1%，油田自发绿电实现全量消纳，预计到2024年底，油气生产用电中绿电占比将达到23%。

品牌建设的“探路先锋”作用持续显现。“易能问地”旨在主动探索全产业链品牌塑造的关键点和品牌增值的发力

点，显著提升了企业的技术实力与市场竞争力，并致力于构建可推广、可复制的油气行业全产业链绿色转型融合发展应用范式。

中国石化的创新不仅体现在能源领域，更延伸至关键战略新材料的突破。

被誉为“新材料之王”的碳纤维，以其高强度、轻质、高耐化学性和耐高温特性，广泛应用于航空航天、轨道交通等领域。

我国碳纤维产业起步虽与国际同步，却因技术基础薄弱及美国和日本等国家的长期垄断，一度陷入“卡脖子”困境。面对国家战略需求，中国石化以科技自立自强为剑，开启了十余载技术突围战。

2022年2月，由上海石化牵头制造的高科技碳纤维冬奥火炬，亮相北京冬奥会。2022年10月，我国首个万吨级48K大丝束碳纤维工程第一套国产线，在上海石化碳纤维产业基地投料开车，一举填补了国内大丝束碳纤维的空白，中国石化也成为国内首家、全球第四家掌握大丝束碳纤维生产技术的企业。

同样金贵的对位芳纶，因其金黄色和卓越性能（超高强度、高模量、耐高温、耐酸碱、轻质，被誉为“子弹打不透、烈火烧不着”）被称为“黄金丝”。

2023年2月，仪征化纤自主研发、以高性能对位芳纶为核心材料的“仪特斯”夏季阻燃防静电工服实现首次批量生产。这背后是仪征化纤长达16年的持续攻坚，成功突破了聚合、纺丝、工程放大等核心技术，形成完全自主知识产权的成套技术。回溯历程，2008年仪征化纤建成投产国内首套高纤干法纺丝生产线，一举打破国外垄断，使我国成为全球第三个掌握并产业化该技术的国家。



相融共生

中国石化创造能丰富用户生活的产品和服务，同时致力于保护所有人赖以生存的生态系统和资源。通过大力推进化石能源洁净化、洁净能源规模化、生产过程低碳化，展现对保护地球的承诺。

“氢”启未来，展开绿色能源新画卷。

从古至今，人类对能源追求的脚步从未停歇。如今，用阳光、风能和水电生产终极清洁能源氢气，或将是开启又一次能源变革的钥匙。

大国气象，央企风范，中国石化积极打造中国第一氢能公司，如今已成为全国最大的氢气生产企业，产量超350万吨/年。截至2024年底，建成11个遍布全国的供氢中心、142座加氢站，基本覆盖了“3+2”氢燃料电池示范城市群，成为全球最大的加氢站运营单一企业。建成了我国首个万吨级光伏制绿氢示范

项目——新疆库车绿氢示范项目。项目每年可生产绿氢 2 万吨，创新形成多项关键核心技术，开创了我国炼化领域耦合绿氢实现低碳发展的新路径。

太阳光照耀大地，带来光明和温暖；地球也用其温暖的体温，留给人类取之不竭的宝藏。地热资源清洁、高效、分布广泛，而且稳定可靠、取之不尽，逐渐成为全球能源转型的重要方向。经历

地热资源清洁、高效、分布广泛，而且稳定可靠、取之不尽，逐渐成为全球能源转型的重要方向。

十多年从无到有的探索，中国石化已成为当前中国规模最大的地热企业，地热供暖辐射 11 个省 70 余座城市，率先在河北雄县成功打造了我国首个地热供暖“无烟城”，并以“雄县模式”为样本，在全国共打造了 10 余座“无烟城”，惠及 120 万户居民，累计建成清洁供暖（制冷）能力超 1.2 亿平方米，年减排二氧化碳约 590 万吨，带动中国地热直接利用规模多年稳居世界第一。

作为“未来空间深部地热领域创新联合体”牵头单位，中国石化积极向深部地热领域进军。2024 年 4 月，中国石化部署在海南省海口市的福深热 1 井成功钻探至 5200 米，井底温度超过 180 摄氏度。这是中国首口超 5000 米深层地热科学探井，标志着中国干热岩勘探在地区和深度上取得新突破。

CCUS(二氧化碳捕集、利用与封存)，减碳路上的“碳捕手”。既要绿色低碳，又要能源安全，备受关注的 CCUS 技术，具有减排规模大、减排效益明显的特点，是减少碳排放的关键技术，被誉为解锁碳中和的未来之钥，也被形象地称为“碳捕手”。中国石化高质量建成投运我国首个百万吨级 CCUS 示范工程，变废为宝，点碳成金，打造形成了国内最大的全产

业链示范基地；联合中外启动我国首个开放式千万吨级 CCUS 项目，推动产业实现跨越式发展，为绿色低碳转型发展探索出一条降碳与封碳并重的新路径。该项目得到了习近平总书记的亲切勉励。

其中，齐鲁石化——胜利油田百万吨级 CCUS 示范工程，将齐鲁石化生产过程中产生的二氧化碳捕集后，搭乘二氧化碳输送管道，送至胜利油田注入地层，将岩缝中原油“驱赶”出来，进而提高石油采收率，既降碳减排，又驱油增产。已成为国内最大的全产业链示范基地。

风光绿电，用自然恩赐回馈自然。风和光，是大自然赋予人类的宝贵资源。在中国石化新能源版图上，“风光无限好”的画卷正徐徐展开。

截至 2024 年底，中国石化风光发电装机规模累计 2126 兆瓦，可实现年发绿

电约 24 亿千瓦时。“十四五”期间，规划建设 7000 座分布式光伏发电站点，总装机容量 400 兆瓦，预计年发电量约 4.8 亿千瓦时。

中国石化部署开展“万站沐光”行动，到 2027 年，将在油气矿区、石油石化工业园区及加能站等建设光伏站点 1 万座左右。此外，还积极推动福建、广西、江西等地海陆风电项目开发，加快风光基地部署。

石化易电织密直营与合作充电平台的“全国一张网”，加快建设国内头部充电运营商和第一直营平台。截至 2024 年底，中国石化充电“全国一张网”已覆盖 31 个省（区、市）370 座城市，全方位保障经济社会发展和人们出行。

绿水青山就是金山银山。

中国石化争做新时代培育绿色生产力的引领者，让绿色始终成为企业发展的鲜明底色。

镇海炼化的 1.5 万平方米白鹭园，让钢铁丛林与生命乐园和谐共生；燕山石化将污水处理池化作联合国认证的生物多样性保育区，10 万平方米湿地成为野生鸟类的天堂；湖北石油关停油库、拆除码头，沿江而退，累计投入 40 亿元为中华鲟和江豚“让路”，让长江重焕生机。🌍

本文图片均由中国石化提供
责任编辑：石杏茹
znshixingru@163.com

洞察品牌密码

中国石化将“能源至净 生活至美”的品牌承诺深植于每个业务触点。

文 || 本刊记者 齐铁健

中国石化将品牌承诺注入油气勘探、化工新材料到综合加能站的上中下游每个业务触点。洞察中国石化品牌至美密码，在于不懈探索：以匠心独运铸就品牌灵魂，以突破转型雕琢品牌特质。中国石化正以品牌之力，为全球可持续能源未来注入强劲动能。

生生不息

前行每一步都离不开基础支撑，中国石化以专业的投入，构建起具有石化特色的品牌管理模式。

2017年以来，中国石化创新打造了“理念化引领、体系化设计、架构化管理、系统化推进、价值化落地”品牌建设“五化”模式，品牌价值实现快速增长，品牌美誉度和影响力持续提升。

纵深推进品牌引领行动。

自品牌引领行动开展以来，中国石化围绕着力加强品牌引领、着力提升品牌管理水平、着力聚焦品牌影响关键要素、着力加快品牌国际化进程、着力强化品牌创建路径“五个着力”，加快创建管理科学、贡献突出、价值领先的卓著品牌，实现硬实力和软实力的同步提

升，为打造世界一流企业厚植优势、夯实根基。

共进共荣

品牌与业务如同双生的花朵，相互映衬，共同绽放。

品牌的力量源自业务的深耕细作，业务的拓展亦离不开品牌的坚实支撑。中国石化致力于将品牌深植于每一个业务环节让每一次服务、每一个产品都成为品牌的传递者。拥抱业务创新以差异化的竞争策略提升品牌影响力为中国石化持续注入新的活力与内涵。

在油气和新能源领域，中国石化为社会供给洁净多元、安全高效的能源。

中国石化用科技为人类的可持续发展提供能源保障，让传统能源与新能源默契共舞，织就立体供能网络，探索更加洁净高效的未来能源。

在化工和材料领域，中国石化为客户提供高端多样、绿色共融的解决方案。

中国石化孜孜以求，是为了让创新成果走出实验室、融入百姓家。这里没有千篇一律的工业范式，只有为需求定制的绿色叙事。



在炼油和销售领域，中国石化为高品质生活提供优质综合能源服务。

中国石化守护对环保的承诺与性能的突破，“油气氢电服”综合加能站正

在全面构建“人·车·生活”生态圈，正重新定义“高品质生活”。

在资本金融领域，中国石化为产业高质量发展培育新动能、创造新支点。

中国石化以产融协同为画笔，在资本与产业的交汇点上勾勒发展新图景。依托产业资源禀赋与业务牌照优势，让资本成为撬动创新的支点，让每一笔资本流动，都成为对产业未来的赋能。

拥抱世界

在这个全球化日益加深的时代，中国石化以开放的心态和前瞻的视野，踏上了品牌出海的征程。让 SINOPEC 成为连接不同文化和心灵的纽带，让“能源至净 生活至美”的美好承诺遍及世界的每个角落。

“一带一路”倡议提出 10 年来，中国石化加快“走出去”步伐，深化国际能源合作，与“一带一路”共建国家开展了多领域、深层次的紧密合作，形成了利长远、惠民生、可持续的合作模式。

能源合作，携手夯实产业之基。

维护全球能源安全是各国的共同追求。中国石化对接服务“一带一路”共建国家发展战略，积极推进勘探开发、炼化、仓储、工程服务等能源全产业链

务实合作，努力为全球能源发展注入确定性、正能量。

增进福祉，不断筑牢民生之基。

中国石化始终把发展经济、创造就业、消除贫困、保护环境等有机结合起来，践行本地化用工、本地化采购理念，服务驻在国经济社会发展。积极投身公益事业，帮助当地架桥修路、筑渠引水、建设社区，提供培训资源，促进公平教育，不断提升民众的获得感、幸福感。持之以恒践行全球企业公民责任，被联合国全球契约组织授予“实现可持续发展目标企业最佳实践”荣誉。同时，中国石化尊重和倡导多元文化，积极推动跨文化交流融合，注重保护社区文化传统和遗产，赢得广泛认可。

中国石化以 SINOPEC 为根系，开枝散叶，“易捷”温暖城市脉搏、“易派客”助推工业发展、“长城润滑油”助力航天事业、“善解”注释绿色未来。中国石化不只是 SINOPEC，更是以品牌驱动时代前行的无限可能。

面向“十五五”，中国石化把品牌建设作为发展新质生产力、建设世界一

流企业的重要引擎，践行“创新引领行业未来、责任创享美好生活”品牌主张和“能源至净 生活至美”品牌承诺，让“高颜值”与“高品质”相得益彰，让“赋能价值”与“价值赋能”相互成就，让“国内好感度”与“国际美誉度”交相辉映，持续塑造“党和人民好企业”“负责任国际化大公司”形象，着力打造立得住、传得开、叫得响的世界领先卓越品牌，为谱写中国式现代化石化新篇章贡献品牌力量。

本文图片均由中国石化提供
责任编辑：石杏茹
znshixingru@163.com



品牌发展之路

1983-1998 “改革、开放、振兴”阶段：

- 1983年·中国石油化工总公司成立。
- 1984年·中国石化“朝阳”标识诞生。
- 1985年·首次获得国家科技进步奖特等奖。
- 1986年·所属36个企业被列入全国推行全面质量管理的大中型企业名单。
- 1989年·在我国设立中国专利奖当年，中国石化便首次获得中国专利奖金奖。
- 1990年·世界第一套6万吨/年催化裂解(DCC)工业试验装置在济南炼油厂建成开车。
- 1995年·中国石化“朝阳”商标和“火炬”服务商标经国家工商管理局批准开始使用。

1998-2012 “重组、改制、跨越”阶段：

- 1998年·中国石油化工集团公司成立。
 - 设计制作了集团公司第一本形象识别手册。
- 1999年·中国石化首次入选《财富》世界500强。
- 2000年·中国石化股票分别在纽约、伦敦和香港正式挂牌交易，成为中国首家在海外上市的石油化工企业。
 - 中原油田进入沙特油服市场，标志石油工程“走出去”。
- 2001年·中国石化集团国际石油勘探开发公司成立，实现油气资源投资“走出去”。
- 2003年·发现我国首个超深高含硫整装海相气田——普光气田。
- 2004年·中国石化成为北京2008年奥运会合作伙伴。
 - 润滑油品牌统一为“长城牌”，被正式认定为中国航天专用产品。
 - 沥青产品全部统一为“东海牌”“东海牌”沥青打破海外沥青对F1赛道的垄断，成功应用于上海F1赛道。
- 2005年·化工统销类产品完成包装标识统一，实现集中销售。
- 2006年·统一加油站形象设计标准。
 - 催化剂产品全部使用中国石化品牌。
- 2007年·正式成为2010年至2015年国际田联官方合作伙伴。中国科学院院士、中国工程院院士、石科院高级顾问闵恩泽荣获国家最高科学技术奖。
- 2008年·作为北京2008年奥运会合作伙伴，负责承制“鸟巢”8万个座椅。
- 2010年·发布《2010版品牌视觉识别手册》，中国石化下属核心企业标识全部统一为中国石化品牌标识。
 - 首次主导完成并发布ISO国际标准。
- 2011年·中国石化加油站突破3万座，成为全国最大的成品油营销网络。

2012-2020 “转型、做强、提升”阶段：

- 2012年·启动“探秘智慧能源大型公众开放日”品牌活动。
 - 延布炼厂签约，实现炼油业务“走出去”。
 - 中国石化乙烯裂解技术首次在国际上应用。
- 2013年·成功开发出具有完整自主知识产权的第一代高效环保芳烃成套技术，使我国成为继美国、法国之后第三个掌握该技术的国家。
 - 休斯顿研发中心成立，标志着科研业务“走出去”。



品牌发展之路

- 2014年·认真贯彻落实习近平总书记关于“三个转变”重要指示精神，正式启动品牌战略规划。
 - “易捷”成为中国石化零售连锁便利店品牌。
- 2015年·易派客电子商务平台上线。
 - 化工投资业务“走出去”。
- 2016年·设立中国石化公益标识。
- 2017年·成立集团公司品牌管理领导小组。
 - 探索打造品牌建设“五化”模式。首次明确品牌架构。
 - “中国石化机械”完成品牌整合。
- 2018年·成为2022年北京冬奥会和冬残奥会官方油气合作伙伴。
 - 发布21个优秀子品牌。
- 2019年·“东海牌”沥青登陆上海期货交易所，成为中国石化首个在上海期货交易所注册的期货交易品牌。
 - 发布首本《中国石化境外品牌建设与传播工作手册》。

2020-至今高质量发展阶段：

- 2020年·年度工作会议上首次提出实施“世界领先发展方略”。提出打造技术先导型公司。明确中国石化品牌定位及“能源至净 生活至美”品牌口号。
- 2021年·习近平总书记在胜利油田考察调研时强调，“石油能源建设对我们国家意义重大，中国作为制造业大国，要发展实体经济，能源的饭碗必须端在自己手里”。
 - 提出打造“中国第一氢能公司”发展目标。
 - 首次召开集团公司品牌建设工作会议。
 - 成立中国石化品牌与文化研究所。
- 2022年·开展全系统品牌对标工作。
 - 发布综合加能站新形象。
- 2023年·习近平总书记在中国石化九江分公司考察时强调，“大力推进数智化改造、绿色化转型，打造世界领先的绿色智能炼化企业”。
 - 党组提出打造“五个一流”战略任务，对“打造一流品牌形象”作出安排部署。
 - 参加中国品牌博览会，中央领导巡馆参观中国石化展厅。
 - 纵深开展品牌引领行动，制定全球品牌传播策略。
- 2024年·中国石化获评中央企业品牌引领行动首批优秀成果集团品牌，易捷获评中央企业品牌引领行动首批优秀成果服务品牌。
 - 中国石化品牌价值首次位居“中国品牌价值评价信息”榜单首位。
 - 发布十项高质量发展成果。
 - 出台《中国石化品牌国际化建设指导意见》，首次在法兰克福开展品牌推介。
 - 启动品牌引领行动成果征集暨品牌创活动。
- 2025年·编制《公司品牌建设“十五五”规划》。
 - 首次发布品牌发展报告，举办品牌引领行动成果发布会。