

告别传统物资采购模式

中石化电子商务累计成交突破1.5万亿元

本报记者 黄晓芳



打开中国石化电子商务网站,首先映入眼帘的是一连串的采购需求和招标信息。现在,这国内最大的成品油和石化产品供应商,生产建设所需的物资95%实现了电子化采购,涵盖了化工原辅料、煤炭、钢材、机电设备等大宗和重要的通用物资。

“2012年我们的电子化采购达到了2502亿元,平均每天有6.8亿元的交易。”负责中石化电子商务网站的北京大容卓越电子商务有限公司总经理李晓介绍。

到今年5月20日,中国石化物资采购电子商务网站累计成交已经突破1.5万亿元,成为国内最大的B2B(企业对企业)电子商务平台。中国石化告别了传统的物资采购模式,全面进入电子化采购的新时代。

但在17年前,中国石化的物资采购可不是这样。负责物资采购的机构很多,存在多头领导、分散采购、层层设库、重复储备

等弊端。一位长期从事这项工作的人士说,过去一些重要的采购信息甚至只有采购员自己掌握,长此以往,不仅采购成本高,采购过程的不透明还可能滋生腐败。

为此,中国石化不断推进采购管理体制变革,逐步形成了物归一家、对内统一管理、对外集中采购、上下分工协作的采购管理体制格局。在整体改革推进中,电子化采购成为有力抓手,推进了物资采购模式发生了巨大的变化。

集中采购促进了物资供应资源的整合。中国石化物资装备部电子商务处副处长王志刚说,通过开发电子化采购平台,将采购业务的全流程搬上电子化采购平台,促进了集中采购的快速发展。目前,经过认证的供应商网络在整个中国石化集团共享,通过动态量化考核,实现业绩引导订货,推进了中国石化80%的采购额向战略、主力和优秀供应商倾斜,提高了物资采购的议价能力和资源获取能力。

电子商务也使传统的采购运行机制发生了重大变革。随着中国石化95%生产建设所需物资实现了网上采购,信息封闭、资

源割裂、内部竞争已经成为历史。按照标准化的业务流程进行的采购操作,打破了“一竿子插到底”的传统业务模式,促进了专业化分工和流程化操作运行机制的建立。

电子商务规范并公开了中国石化的采购业务。通过把订单提报、询价方案、询价书、报价书、采购方案、合同等采购关键环节固化在系统中,中国石化实现了采购过程的公开透明。现在,中国石化采购的物资需求信息、询报价信息、审批信息、合同信息都保存在系统中,各级经过授权的管理人员可以随时调阅、查询、分析,实现了采购数据的永久追溯。

通过改革传统的“一竿子插到底”、“一单一操办”,对采购的供应商选择权、价格确定权、货款支付权进行分置,强化了监督和制衡。有关人士表示,权力分置、相互制约和公开透明有力地遏制了腐败的滋生。与此同时,中国石化对每个供应商,每项合同的价格、质量、交货和服务情况进行实时考核评价,结果每天零时更新,根据动态量化考核结果,按物资品种定期发布供应商业绩排名,向排名靠前的供应商实行订货

倾斜。

电子化采购的一个显而易见的好处,还使得各项采购成本明显降低。因为集中采购议价能力更高,规范的采购业务流程、严格界定的供应商范围和集团发布的执行价格、参考价格等关键信息都镶嵌在电子商务系统中,采购价格明显下降。统计显示,从2001年以来,中国石化已累计节约采购资金559亿元,资金节约率为3.7%。

目前,中国石化电子化采购规模已经从2001年的76亿元增长到2012年的2502亿元,年均增长超过54.7%;网上采购物资品种从最初的钢材、煤炭、机电设备等8个大约5000个品种,扩大到56个大约170余万个品种;网上交易用户从2400个发展到2.7万个,注册供应商从300家发展到1.5万家;网上采购率从11%增长到95%,网上采购额累计超过1.5万亿元。

目前,中国石化立足更长远目标,将进一步深化采购电子商务应用,改造提升电子化采购系统功能,探索推进电子商务平台向集团外开放,提供第三方平台运营服务。

海格客车:

保姆式服务聚客户

本报讯 记者李佳霖报道:在日前发布的“2012商用汽车售后服务总评榜”、“2012商用汽车服务满意度调查”榜单上,海格客车获得了2012年商用车售后服务“年度服务创新奖”的称号。细究其获评原因,优质、智慧、高效、创新的售后服务模式成为其制胜砝码,其中,呼叫中心、保姆式服务等是海格服务的创新亮点。

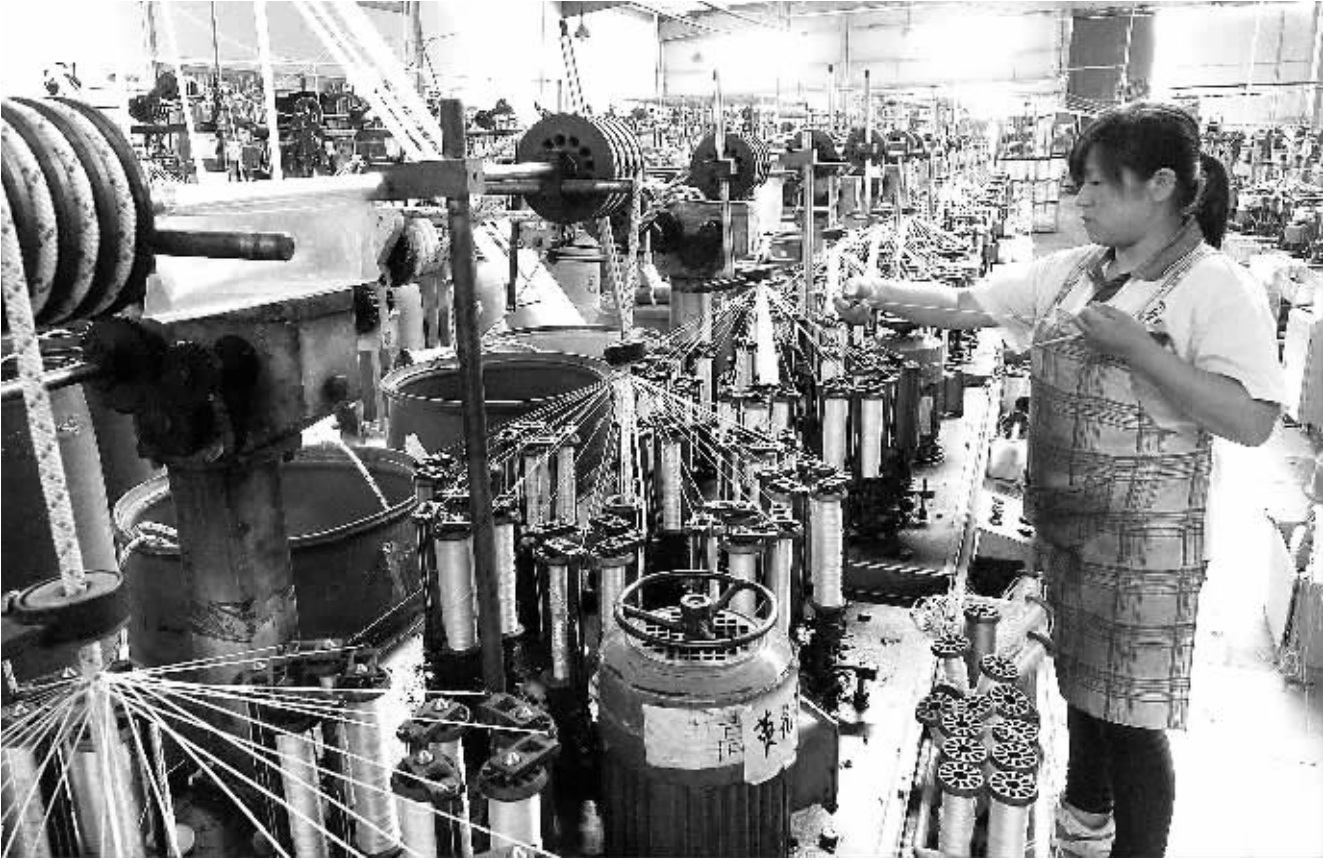
海格客车创建了客车业第一个7×24小时工作制的呼叫中心,全天候响应客户服务需求,为客户创造更大的经济效益。

针对豪华客车和VIP客户,海格客车在业内率先推出了“保姆”式服务规范。在售前服务时就选好定点服务站,并对选定服务站进行服务维修技术、工作规范和业务流程培训。售中服务时,根据每一个订单配置做配件储备,为定点服务站或VIP客户免费提供底盘维修专用工具和设备;售后服务时,服务工程师现场对客户进行驾驶操作、维护保养技术培训,定期回访客户,跟踪下载车辆运行数据,及时向客户提出车辆运行和维修、维护建议,为豪华客车和VIP客户提供专业化的“保姆”式服务。

G-BOS智慧运营系统是海格客车倾力打造,融智能技术和智慧服务于一体的车载管理系统,能提供车辆身份信息、行车记录、油量精准控制、车辆故障信息等服务。这个系统就像一个全天候的维保员,通过对车辆运行数据与车况信息的监控与分析,为每辆运营车辆制订精确合理的维修保养计划,全面提高车辆完好率和出勤率,降低零部件故障隐患。

本版编辑 董庆森

电子邮箱 jrbqybd@126.com



5月21日,在泰安鲁普耐特塑料有限公司生产车间,工人正在编织绳索。该公司位于山东省泰安市,产品主营绳、网,广泛应用于工业、农业、体育休闲以及消防救援等领域。近年来,该公司注重科技创新,在坚持自主研发的同时与多家大专院校、科研机构开展技术交流,合作研发的消防用玄武岩纤维绳等系列产品获得多项国家发明专利和国际专利。

本报记者 赵晶摄

借力网络银行业务

中信银行进军消费金融市场

本报讯 记者沈则瑾报道:近日,中信银行提出全面进军服务业,大力开展消费金融业务,超常规发展网络银行业务的发展策略。

2012年10月,中信银行成立了网络银行部,提出创新发展思路,“再造一个网上中信银行”,谋求在网络世界中开拓消费金融新天地。这一战略分两个层面:一是将现有银行产品搬上网;

二是顺应物联网、电子商务、电子政务的发展进程,创新具有网络化特征的银行产品。

同时,支付结算作为消费金融的支撑体系,中信银行在支付结算方式上不断推新。在移动支付领域,2012年底,中信银行与中国银联签署移动支付合作协议,共同推进手机近场支付,研发推动“空中发卡”创新模式,为客户提供

“刷手机”服务;2013年初,中信银行在业内首推摇一摇转账支付功能,给消费者带来全新的支付体验;而在网络贷款领域,中信银行则与腾讯集团及其旗下财付通达成战略合作,共同探索尝试网络贷款金融服务。已正式上线的中信金融商城,也为网上金融消费搭建了全新平台,打破了传统网银模式,为客户提供了一种全新的金融理财服务方式。

11亿美元,梅耶尔完成上任以来最大规模收购

雅虎重金收购轻博客汤博乐



本报讯 记者陈静报道:稍显沉寂的互联网巨头雅虎本周再一次让市场目光聚集在自己身上。近日,雅虎宣布以11亿美元收购社交网络汤博乐(Tumblr)。这也是其CEO玛丽莎·梅耶尔上任以来最大规模的一笔收购交易。雅虎称,这笔交易完全可以用现金支付,汤博乐将继续保持独立运营。如果一切顺利的话,这项交易将在今年下半年完成。

和脸书与推特相比,汤博乐更类似于博客与微博之间的过渡产物——轻博客。

按照梅耶尔的说法,其每月活跃用户达到3亿,而在这其中年轻用户偏多,因此图片与动画分享成为汤博乐的特色。来自市场调研机构的数据显示,18岁至24岁年龄段的用户在汤博乐用户中占比29%,而35岁以下年龄段用户占比45%,高于其他任何一家大型社交网站。

雅虎对其收购因此看起来也顺理成章。雅虎CFO肯·古德曼此前称,雅虎要重新变得很酷,以吸引更多的年轻用户,此次收购恰恰印证了雅虎的想法。另一点令雅虎垂涎的则是汤博乐在移动互联网上的表现,随着互联网向移动互联网的过渡,社交网络将比单纯的门户网站获得更多的商业模式和盈利机会,而此前在社交网络上缺乏影响力的雅虎也不得不迅速补上“短板”。尽管目前雅虎在资本

市场的表现还算不错。据统计,今年以来,雅虎股价累计上涨33%,其Q1财报显示,净利润为3.9亿美元,同比上升近36%。

11亿美元贵不贵?以每获得一名用户的价格折算,雅虎收购汤博乐的价格约合每名用户3.67美元,相较之下,脸书收购Instagram的价格合每用户约30美元,谷歌收购YouTube的价格约合每名用户33美元。但衡量收购价格的却并非仅此一个标准,考虑到汤博乐自2007年创办以来从未盈利,去年营收仅为1300万美元,11亿美元的收购价又显出几分“疯狂”。

对于汤博乐来讲,被收购将为自己带来更充裕的资金。此外,创造广告收入是雅虎的强项,这也对一直缺乏明确商业化

方向的汤博乐提供帮助。雅虎方面表示,将发动自己的2500名销售人员,协助汤博乐出售广告,目前汤博乐仅有25名广告销售人员。

不过,看似双赢的“买卖”依然存在不确定性,其中之一就是雅虎在收购后处理与创业公司关系时的劣迹斑斑。2005年雅虎曾采取大规模收购战略,高价收购了包括Flickr、Delicious等一系列网络社区,但在收购后,这些曾蒸蒸日上的网络社区或被低价出售,或被关闭,或错失发展机会被竞争对手赶上。此后,雅虎甚至被称为“硅谷创业团队杀手”。但在梅耶尔从去年10月来到雅虎后,又重新开启了雅虎的投资大幕,在半年时间里投资或收购了10家指向消费类服务和移动互联网的创业公司。



企业家要有足够“底气”

马洪超

在近日举办的2013(第五届)中国“商界木兰”年会上,与会企业家对“致命的‘过渡’”这一话题展开探讨。依文集团董事长夏华表示,一个企业在发展过程中,需要成功迈过很多“坎儿”,否则就会随时倒在半路上。

在夏华看来,当前中国的大多数企业有3个问题值得关注。一是从商品到品牌的问题,企业能做出商品,但是怎样才能变成优秀的品牌;二是从生意到企业的问题,如何做一家好企业,如何建立起好的企业治理结构;第三个问题则是从商人到企业家的问题。她说,这3个问题若没能解决好,将成为企业发展致命的“坎儿”。

在笔者看来,无论是从商品到品牌,从生意到企业,还是从商人到企业家,都需要敬业、学习、执著、诚信、创新……这些方面凝结成一点,那就是“企业家精神”。因此,一家企业要度过发展中的“坎儿”,必须牢牢坚守企业家精神。

当前,我国已经是世界第二大经济体,但是在创造品牌方面却没有与之相匹配的地位。品牌的形成是需要时间积淀的。前往欧洲旅游时,国人常常会惊叹于那里很多品牌所拥有的上百年乃至更长的历史。其实,这些品牌也是一点一点才走到今天的,其间经历了很多的考验。因此有人说,好品牌大多是“熬”出来的。“熬”的过程既是消费者评价的过程,更是品牌经营者经受考验、精益求精的过程。

做好一件商品、经营好一个品牌,并不容易;做好一家企业、带好一个团队,更不容易。做企业绝不是“一锤子买卖”,不是单纯的钱物交换,必须考虑到企业的未来和团队的发展。这些都考验着企业经营者的智慧,都需要用敬业、学习、执著、诚信、创新等企业家精神去面对。

有人做了一辈子企业,赚钱不少,但到头来仍然只能算作生意人,不能称为企业家。企业家不仅是为了盈利,他们也积极承担社会责任。当当网董事长俞渝的发言让人深思。她说,假如钱和资本是唯一决定胜负的因素,那这个世界上最有钱和最威望的应该是银行家而不是企业家;企业家之所以有企业家的价值,就是因为他们可以一当十,用更少的资源创造更多的财富。当生意人把自己的生意做成员工们的一种生存方式,是一群人的人生追求,并担当起更大的社会责任的时候,这时的生意人就转变成企业家了。这样,企业才能做大、做强、做久。这正是企业家精神的力量所在。

任何一个企业从诞生、创业,到最后成长起来,形成一个有影响力的品牌,都会经过很多“坎儿”。一个企业的经营者若能真正领会企业家精神,那么企业就有了足够的“底气”。



浪潮助力学生学籍信息系统建设

本报讯 记者管斌、通讯员李冬云报道:由浪潮集团承建的全国中小學生学籍信息管理系统将于今年秋季学期实现全国联网并试运行,该系统将为每名中小学學生建立全国唯一的、跟随一生的学籍编号,从小学一直沿用至研究生教育乃至继续教育,并在全國范围内实现學生转学、升学、奖励处分、学业考试和素质评价等动态跟踪管理,对解决“控辍保学”、进城务工人员随迁子女入学、留守學生、异地高考、教育经费依据、营养餐、校车安全等教育热点、难点问题提供有力的技术支持。

平安银行金橙俱乐部成立

本报讯 记者殷楠报道:平安银行日前主办“2013年银财合作论坛暨金橙俱乐部颁牌仪式”,深入研讨了在新的金融形势下商业银行与财务公司间合作的契机与发展方向。

平安银行行长邵平表示,平安银行下一步将通过产品创新、流程优化、服务提升,打造“平安银行,真的不一样”的品牌形象,通过具体的行动方案与业务举措,切实改善客户体验,让客户、监管、同业、投资者等社会各界真正感受和体验到平安银行的“不一样”。论坛同时举行了“金橙俱乐部”首批财务公司会员颁牌仪式,26家财务公司正式加入俱乐部。

北京富浩施推出海关数据分析服务

本报讯 记者李予阳、实习生王鑫报道:北京富浩施国际电子商务有限公司日前联合国际商报社推出“海关数据与分析”专线,旨在为中小外贸企业提供更多商机,促进广大外贸企业更好地开拓国际市场,同时也为商务工作提供决策依据。

据了解,目前“海关数据与分析”专线拥有来自全球20多个国家海关的进出口数据,并已在美国建立首支专业化贸易服务团队。

德润融资租赁公司开门营业

本报讯 近日,德润融资租赁股份有限公司在天津正式营业。据了解,该公司是天津市首家以发起形式设立的股份制融资租赁公司,未来将与天津东疆保税港区开展全方位合作。

东疆保税港区管委会主任张爱国表示,双方合作将进一步完善东疆保税港区租赁企业类型和租赁产业格局,推动扩大东疆保税港区工程机械、电力设施等领域租赁业务的比重,对东疆聚集产业要素,加快完善租赁产业形态和中国租赁业中心建设具有较重要意义。(冯蕊)