进军廉价航空领域 开展产地直达服务

东航产业“云”端飞翔

本报记者 吴 凯

转型·活力

开拓新市场、引入新资源、借助互联网，在国内航空企业纷纷面临经营业绩下滑压力之际，东航不断深化改革，积极探索转型发展之路，紧扣变化、立足主业，闯出了一片新天地。

7月2日，东航旗下的中国联合航空有限公司正式启动向低成本航空公司转型。中联航转型起航标志着东航战略转型迈出新的一步，全面建立起“多层次、差异化”的航空产品与服务能力，成为中央企业中首家集“传统的全服务经营模式”和“低成本经营模式”于一体的“混合经营制”大型航空运输集团。

中国经济持续增长带动了消费升级。普通大众出行方式发生转变，对航空运输的多样性需求加大。东航抓住机遇实现快速发展，机队规模已超过500架，年承运旅客超8000万人次，主要生产指标已进入世界民航前10位。东航基于国际化运营的视野，准确把握了未来航空业大众化发展趋势，积极借助中国民航支持大型骨干航空公司设立低成本航空子公司的政策环境，充分借鉴国际低成本航空的成功经验，积蓄了战略转型的能力和实力，各种有利因素坚定了东航对发展低成本航空的战略选择。而中联航作为独立承运人充分享有自主经营权，将按照低成本运营理念和现代航空企业运营框架，全面引入市场化管理机制，建立起全新的运营系统、产品体系、服务标准、品牌形象和独特的品牌文化，与全社会携手创造“安全、便捷、经济”的品牌价值。

6月13日，搭乘东航上海飞北京航班的旅客意外地享受到采摘仅30多小时的美国华盛顿州车厘子。在今年美国华盛顿州车厘子的采摘季节，东航物流作为中国最大货运航空承运人，利用旗下跨境电商平台“东航产地直达”网，提供了历史上中美两国间的首次农产品包机服务，开创了美国农产品进入中国市场的新方式和新速度。

“东航产地直达”是东航旗下一种全新的运行模式和商业品牌，它依托互联网和电子商务，让产品直接对接终端消费者，借助全球化和自由贸易的政策环境，让消费者可以购买全球商品，并简化了许多中间环节，保证了产品质量。

2013年12月，“东航产地直达”首次在南美国家智利大规模采购车厘子、蓝莓等应季水果，并采用包机直运至国内销售，开辟了南美各国农渔产品直达中国的新通道。时隔6个月，美国车厘子包机的成功运营，再次彰显了东航的独特优势，标志着东航物流由传统货运承运人向现代物流服务集成商的转型探索又向前迈出了新的一步。

目前，东航正积极向主管部门申请，利用上海自由贸易区和上海作为跨境电子商务试点城市的各项政策创新和便利条件，为“产地直达”创造更好的发展空间与前景，通过对现有模式的创新，为今后国外生鲜商品以更佳品质进入中国提供便利条件。同时“东航产地直达”也在进一步摸索，利用和发挥好全产业链商业模式的巨大优势，为广大消费者甄选更多全球美味。

随着互联网技术快速发展带来的商业模式深度演进，航空服务开始转向“线上”和“线下”相融合的全新体验。今年以来，东航客运转型持续打造电商平台，重点发展移动互联，“掌上东航”风生水起。上半年，东航国内官网销售66.3亿元，同比增长14.9%；海外网站支付有所突破，销售1.85亿元，同比增长26.0%；移动注册用户达32.1万人，同比增长518%；手机移动APP销售收入2.26亿元，同比增长692%。如今，手持掌上终端，就能轻松搞定获取东航的各种服务。

在大数据时代，移动互联崛起并迅猛发展，对大数据、云技术的研究与运用代表着中国航空业和东航未来的发展方向。东航集团总经理刘绍勇多次提出，要通过深挖数据研究旅客的习惯和偏好，为旅客提供更好、更贴心的优质服务。

2014年，东航正式提出加快信息化建设，打造一个为公司转型发展提供信息支撑的平台，涉及五大业务：网上直销、移动营销、空中商城、常旅客积分的消化、产品网上运营。在针对内外部客户体验方面，提出全员同心协力，协同攻坚，共同推动信息化战略实施。

在东航运行发展中，“IT引领”无处不在。如今在营销、服务、运行、机务、管控、物流、基础、移动等东航8大领域里，信息建设与升级日新月异，为东航在大数据时代占得发展先机。

微讯

上海石化推进“碧水蓝天”项目

本报讯 记者沈则瑾报道：上海石化“碧水蓝天”项目之一热电部1号锅炉脱硝改造项目日前经过单体调试、分系统调试和整体启动，顺利通过168小时试运行考核，脱硝系统正式投入使用。

至此，上海石化自备电厂4台锅炉全部完成脱硝改造，预计每年可减排氮氧化物8000吨。目前，1号锅炉脱硝设备运行稳定，各项参数正常。监测数据显示，出口氮氧化物浓度下降82%，脱硝效率为80%左右。

西电填补百万伏电气瓷套管国产空白

本报讯 记者张毅报道：在经过3个月的型式试验及高参数型式试验后，由中国西电自主研制的1100kVGIS用出线套管日前通过各项验收。这标志着国内首台1100kVGIS出线瓷套在中国西电研制成功。

据介绍，该产品是我国目前电压等级最高的无机黏接瓷套管，一举扭转了百万伏电气瓷套管长期以来“零国产化”的不利局面，打破了国外垄断。

卓玛泉冠名法国超级杯

本报讯 记者黄鑫、实习生赵晓晴报道：桶装水品牌卓玛泉近日与法国职业足球联盟签约，将冠名法国超级杯北京赛，这也是该品牌首次亮相北京。

卓玛泉运营总监曹铭表示，源自于西藏念青唐古拉山的卓玛泉，引入了欧洲先进的全自动生产线，实现在水源地吹瓶、灌装、封盖一体化生产。据悉，卓玛泉家庭桶装水已于今年年初投入生产和推广，其全新的网络化配送服务平台也将于今年下半年上线。

近日，浙江省德清县电力公司党员服务队对山村供电线路进行改造，惠及山区数千户百姓，在炎炎夏日来临之际给群众带去“清凉风”，送上“放心电”。图为电力工人在德清县筏头乡的果园安装变压器。

新华社记者 徐 昱摄

轮库探路汽车服务社区连锁

本报记者 刘 成

经营之道

近日，北京轮库汽车服务有限公司总经理戴晨在青岛宣布，将采用德国的设备和技术，在青岛、济南、南京三城市，打造“免费补胎”公共服务平台。

“我们是汽车服务连锁企业，主要业务以轮胎销售和安装服务、汽车保养、快修为主。轮库的目标是要做汽车服务业的苏宁、国美，专注于能够做成标准化的服务项目。”戴晨表示，他看好高速增长的中国汽车市场。这一观点得到了轮库创始人梁子强的赞同，轮库第一家店也于2008年10月在青岛开业了。随后，2009年戴晨加入了轮库。

“中国汽车市场飞速发展，必然出现后服务市场。”戴晨分析道，“但国内汽车服务行业并不规范，而欧美国家则早已形成了成熟的连锁模式，我们的连锁模式就是借鉴欧美国家的经验。”

跟传统4S店不同，轮库门店的定位是社区型，希望辐射范围在以店为中心的5公里之内。不仅如此，同样的商品，轮库定价要比4S店便宜30%到40%。

“这是因为轮库具有连锁品牌的规模效应，通过成为轮胎企业的大客户（集团采购商），可以省略从工厂到省级、市级代理商的流通环节，从而打通渠道，降低流通成本。”戴晨介绍说，他们现在已经与米其林、韩泰等众多大企业进行了战略合作。

戴晨说，轮库在过去5年走了不少弯路，“主要是经营模式不清晰。”经过几年摸索，轮库的商业模式逐渐稳定下来，并提出要成为汽车服务行业的苏宁、国美，即提供标准化服务和多品牌产品，追求连锁化规模化效应。

随着经营模式日益清晰，轮库逐渐打响了汽车服务连锁的品牌，业务发展很快。过去两年，轮库连开11家门店，现在16家门店主要集中在山东青岛、济南和江苏南京，共拥有3万多长期会员。接下来，轮库还将加强在长三角区域的扩张。

本版编辑 董庆森 刘 蓉

2004-2014，10年光明路，“中国石化光明号”健康快车，已跨越13个边远贫困省区，帮助2.8万余名白内障患者重见光明，并捐建10所白内障治疗中心和先进的医疗设备，培养大批眼科医生，造福万千百姓。

“中国石化光明号”
为光明，向前行！

捐建白内障治疗中心 10所
显微镜眼科手术培训中心 1个
冠名火车 1列
治愈白内障患者 2.8万余名

中国石化 SINOPEC

中国石油化工集团公司 地址：北京市朝阳区朝阳门北大街22号 邮编：100728 http://www.sinopec.com