

中国石油河北销售公司开启“加油站+互联网”智能新时代——

“智慧”加油站，不光会加油

经济日报·中国经济网记者 齐慧 实习生 张璇

互联网+驱动企业管理创新

日前，由中国企业联合会、国资委、工信部等共同主办的第23届全国企业管理现代化创新成果评选结束，共有243项创新成果获奖，其中30项荣获一等奖。这些创新成果涉及企业管理的各个主要领域，集中反映了各类企业在经济新常态下的转型思路，体现了万物互联时代企业管理的最新趋势。从今天起，本报开设《互联网+驱动企业管理创新》专栏，集中介绍这些获奖企业的创新理念、先进经验，敬希垂注。



空调、沙发、音乐、咖啡、免费WiFi……看着眼前如同机场贵宾室般的景象，很难想象自己正身处一个加油站的便利店里。

这就是中国石油河北销售公司(以下简称河北销售)倾力打造的智慧加油站。该公司基于现代互联网技术，借助大数据、云计算、车联网、物联网、移动支付等互联网技术手段，对传统加油站软硬件全面升级改造和商业模式重构，打造以“人·车·生活”驿站为目标的新型综合服务场所。这些举措让河北销售在日益激烈的加油站竞争中逐渐占据了主动。

这里处处体现“用户思维”

资料显示，全国目前共有加油站近10万座。然而，绝大多数加油站的经营理念依然停留在单纯的加油层面，促销手段也大多局限于打价格战，营销思路较为落后。

“传统加油站模式存在明显的结构短板。”中国石油河北销售公司总经理杜丽学说，以前，河北销售也存在“三多三少”问题，低效站多、高效站少，低销量站多、高销量站少，边远站多、城区站少。随着互联网时代的全面到来，智慧管理概念正在迅速普及，借助互联网思维，以“智能化与现代化融合”推动成品油零售业务加快转型成为加油站发展的当务之急。

河北销售石家庄第136加油站是中国石油投运的首座智慧加油站。在该站办理加油卡业务，仅需扫描客户身份证即可，办理成功后，客户相关信

息就会直接上传到省公司信息系统，省去了提交身份证复印件等诸多繁琐的环节；该站设置了智能云POS终端，整合了多达99种支付程序，支持银行卡、虚拟卡、商业预付卡等支付方式；站里每名员工的肩上都佩戴一个铭牌，上面醒目地印着二维码，扫码关注河北销售微信公众号后，就可第一时间获知油价变动、最新促销等信息……

“‘互联网思维’其实就是一种‘用户思维’，企业要围绕顾客的个性化需求，整合现有资源，提供更好的服务体验。”杜丽学介绍说，比如河北销售新增了进站车牌抓拍系统，每日班后提取当天进站车辆信息，并与零售系统数据比对，以此分析固定客户加油周期和流动客户消费比例等，指导加油站精准地开展客户维护工作。

在建设智慧加油站的过程中，河北销售还努力引导营销管理人员树立新的营销理念，并基于这一理念探索一体化营销模式，对加油站目前提供的“油、卡、非、润、气、电”等多种产品实施整体运作、融合销售，为客户提供一站式服务。通过一系列综合举措，河北销售成功改变了过去“以我为主”的营销模式，逐步构建起“以客户为中心”的全新互联网时代营销模式，客户消费体验获得了质的提升。

这里是“油非并举”的“生活驿站”

在河北保定94站线上体验区，记者看到，不少客户正在自助设备上办理业务。在该区域内，各种功能的自助

设备排成一排，用户可以自助办理快递收发业务、取款、ETC缴费以及购卡、充值等加油卡业务。这里实质上已经成为一个线上线下相结合，以加油站为半径的社区生活综合服务中心。

杜丽学告诉记者，所谓线下，即以加油站和实体店为中心，设立线下消费区、快餐服务区，拓展高品质的非油品业务；所谓线上，即以网站(推广店)为中心，为客户提供全方位的商品信息展示，提升客户的产品感知度。

“就营销策略而言，以前加油站作为成品油销售终端，总是把更多精力花在制定各种油品销售策略上。这种一手交钱、一手加油的方式虽然简单，但很难帮助加油站与客户建立起稳定的用户关系。如今，河北销售改变了经营策略，努力将加油站打造成为‘人·车·生活’驿站，从只服务车向同时服务人和车转变，形成‘油非并举’的销售模式。同时，依托互联网技术，建设网上商城，开发微信公众号平台和手机APP平台，打通线上线下销售平台，为客户提供立体化的销售渠道。”杜丽学说。

不仅如此，在这一框架下，河北销售还根据不同区域、不同客户群的不同消费特点努力提升差异化服务品质。比如，保定94站地处社区型商圈，所以该站的定位是“健康生活站”，努力满足高端客户需求；京石高速公路徐水西3站位于京港澳高速公路京石段徐水服务区，主要消费群体为驾车外出的过路客户，所以该站的定位是“平安心驿站”，便利店也以提供便捷多样的出行服务为主；保定第7加油站位于出保定进北京的交通要道，车流量比较大，进出保定地区的旅游观光客户较多，所以该站的定位是“家乡特产站”，主要经营产自河北各地的土特产；天气东112加油站周边遍布大型商场、会所、酒店，消费人群多为商务人士，所以该站的定位是“商务型加油站”，经营项目主要为进口商品、茶叶礼盒、名优酒品、高端乳制品、特色产品、高品质家居用品等。

在线上方面，河北销售自主开发出“宝石花商城”，这是一个集PC端、微信和手机APP为一体的线上电商平台，加油站用户及会员均可通过其下单。2016年，河北销售还开展了微信营销业务，8000名员工人人都是客户经理，真正实现了全员营销。

这里提供“产品+咨询”的“管家服务”

“以前到加油站来，怎么快怎么来，加完油就走，现在很愿意多待一会。”“没想到加油站能有这么大的变化，智慧加油站真是先行者。”……在保定94站的留言本上，记者看到了许多这样的留言。

仅仅几分钟后，记者就体会到了留言者们的心情——加完油后，记者想去下一个地点采访，顺口问服务员怎么走最方便。服务员马上来到站内大触摸屏前输入目的地，最优线路立即呈现。服务员还告诉记者，如果下次再外出，可以通过中国石油APP选择最佳路线，还能规划好中途加油购物的地点。

事实上，这也是智慧加油站营销思路的一个重要突破，即改变过去单纯为客户提供油品的服务方式，延伸服务内涵，提供“产品+咨询”的一体化服务，通过打通商家、消费者、供应商之间的信息桥梁，当好客户的“油管家”。

比如，在智慧加油站内，顾客除了可以享受到加油、购物、娱乐等服务外，还有如汽车美容、检测、车险代办、维修等实用项目可供选择。如保定82站率先与长城汽车4S店、五洲汽服联合开展“三一三”营销法，即：买一辆车、加第一箱油、做第一次保养在一条线上完成，与异业联盟单位联合客户、联合促销、联合服务，为客户打造汽车全生命周期式服务。

在智慧加油站外，顾客享受到的服务也一点都不少。由于智慧系统已经把同一道路或区域的加油站连成线，形成面，站站相连、站客相通的服务自然水到渠成，所有车辆均可在河北境内享受到“连站、连卡、连线、连客”的标准化服务，为顾客省钱、省力、省时、省事、省心。

统计显示，河北销售倾力打造的智慧加油站获得了市场的高度认可，油品销量平均提升30%，便利店的非油品业务业务翻番，有的站点甚至翻了两番。更重要的是，河北销售智慧加油站的实践，不仅成为成品油运营模式升级的一种成功探索，也为中国石油适应互联网时代需求，实现有质量、有效益、可持续发展的目标探索出一条可供复制的路径。

内蒙古自治区科尔沁草原地处北纬45度黄金畜牧带，被称为无污染“黄牛之乡”，家喻户晓的科尔沁牛盛产于此。经过20年的深耕，内蒙古科尔沁牛业股份有限公司已经将这片天然牧场打造成科尔沁牛的繁育基地，并形成年屠宰20万头肉牛，生产冷鲜、冷冻肉4万吨的产业规模，让消费者不在内蒙古也能吃上好牛肉。

牛肉也能溯源了

日前，科尔沁牛业携手京东生鲜召开发布会，“中国好牛肉”正式上线京东品牌专卖。

从线下超市走向线上电商，科尔沁牛业此次与京东合作的目标不仅仅是拓展销售渠道、提升销售能力这么简单。科尔沁牛业董事长李和表示，此次与互联网公司合作的深层次涵义在于用“互联网+现代农业技术”的思路推进生产过程的数字化、网络化、智能化，提高生鲜农产品品质，进而带动行业转型升级。

“科尔沁牛业携手京东生鲜合作推出了‘千里眼’溯源系统，在京东平台售卖的科尔沁牛肉全部可以通过二维码直接溯源。”李和告诉《经济日报》记者，“千里眼”追溯体系依托科尔沁牛业自建的大数据库和京东追溯系统，包括原料牛、养殖、生产加工、物流、销售等在内的全产业链信息汇集在一起，最终体现为出厂标签上的一枚二维码。

记者体验“千里眼”追溯系统后发现，只需打开微信扫描二维码，养殖场的照片、名称、编号、地址等信息一目了然，每块牛肉产品的原料牛品种、口龄、饲料、屠宰日期、产地检疫证号，甚至产地兽医等信息都清晰列示。

一块小小的牛肉有必要添加如此细致的“后台信息”吗？从各方反馈看，丰富的生产管理信息并不是“花瓶”，不同数据在不同终端都发挥了重要作用：在生产端，从活牛的接收、屠宰、到排酸处理，智能化分割剔骨，需要经过6道信息采集环节，单独取出任何一块肉，都可以还原到上一个环节，直至最初的活牛，方便了生产管理和质量控制；在销售端，由于追溯体系的搭建，产品的综合竞争力随之提高，为市场拓展带来信任溢价；在消费端，“千里眼”彻底解决了农产品生产信息不透明的问题，让食品安全看得见、摸得着。

专家评价认为，二维码的植入打通了养殖、生产和销售等环节，将互联网思维和现代农业技术有机融合在一起，为我国食品安全追溯体系建设提供了借鉴。

全产业链锻造好品质

对于科尔沁牛业来说，无论是追溯体系的深度搭建还是销售渠道的不断拓宽，都是在优质产品的前提下展开的，所有创新举措都为优质牛肉的售卖而服务。

目前，科尔沁牛业已经形成饲草种植、天然放牧、科学养殖、生产加工、冷链运输、全渠道销售的“种养加销”垂直一体化全产业链模式。

在饲草种植环节，科尔沁牛业已建起七大种植基地，可实现大规模机械化作业，从根源上把控育牛品质，以安全优质的饲草喂养确保牛肉肉质更美味、营养价值更高。

在养殖环节，只有经过严格检验的科尔沁架子牛才可被接收入场，甚至每头牛都得验血体检。在此基础上，科尔沁牛业还与京东合作在科尔沁草原上建立起专属牧场，为每头牛确定合理的放牧范围，使科尔沁牛得到最优化的成长空间。

在生产加工环节，科尔沁牛业引进先进的肉牛屠宰加工生产线以及现代化智能剔骨分割流水线。尤其值得一提的是，科尔沁将“贴体包装”首次引入中国，该包装采用世界领先的“贴体裹膜”技术，通过高压真空技术，在0℃-4℃高阻隔、全密封冷鲜环境下保证牛肉长时间的保鲜品质。

在销售环节，科尔沁牛业已在全国建立起9个销售大区，并在北京、上海、广州设有二次分割加工车间。随着企业电商渠道的不断完善，科尔沁牛肉的市场份额有望进一步提升。

打造中国牛品牌

李和告诉记者，尽管科尔沁牛业已经树起了行业标杆，但短期来看，“小散乱”的行业格局很难改变。

“在我国农产品流通领域，特别是牛羊肉这类生鲜产品领域并没有多少大品牌，即便科尔沁这样有实力的企业在牛肉品类的市场份额也很低。”京东生鲜副总裁王笑松表示，导致这种现象的根源在于我国生鲜农产品标准缺失、品牌极度分散，没有形成产销一体化的品牌。

“发达国家的卖场大多直接售卖已经初步加工过的半成品，我国企业还以卖原料为主，加工环节多是在卖场完成的。科尔沁牛业要做的就是通过标准化建设，把生鲜从非标品转换成标准品。”科尔沁牛业总经理王征涛表示，科尔沁牛业努力把农产品打造成标准品类在线上销售，一方面是想借助互联网打造品牌，另一方面也想借此探索冷鲜肉类的行业标准，并通过线上售卖提供更安全卫生的购物体验。

李和相信，对于整个农产品行业来说，要打造出一个经久不衰的中国品牌，必须通过标准化建设保证产品质量，通过高科技手段提升产品品质，通过全流程公开提升市场信誉，唯有多措并举才能彻底改变行业现状，让所有人放心吃上“中国牛”。

万达网科携手优博讯共建商业新业态

本报讯 记者李治国报道：万达网络科技集团旗下飞凡公司日前宣布与优博讯达成战略合作伙伴关系，双方将基于飞凡开放平台，为实体零售业提供丰富的线下智能场景应用，构建包括支付、营销、会员、大数据等元素的智能POS生态圈，助推“智慧商业”时代下实体零售业全面转型升级。

据了解，优博讯一直专注于行业移动应用软硬件一体化解决方案的开发，拥有强大的技术创新能力和业内领先的制造能力。与优博讯达成战略合作后，飞凡将在线下实体商户中使用优博讯智能POS，将万达云POS升级为集“支付入口+数据中心+营销管理平台+金融服务平台”为一体的综合性商辅管理平台。

合生能源以极化技术提升燃油使用效率——

传统能源变身记

本报记者 常理

极化能力，使油品分子产生极强的亲金属性，使金属表面产生极坚韧纳米级致密油膜，填补金属表面的粗糙刮痕并强力包裹细微金属离子的技术。这种技术可以将传统的滑动摩擦改变成滚动摩擦，大幅降低金属间的摩擦力。同时，极化剂在燃油分子中产生极性结构排列，改变了燃油分子的燃烧行为，降低燃烧过程的焓值变化，提升燃油燃烧效率，达到节能减排的效果。

“我国是能源使用大国，这一点众所周知。但实际上，我国也是个能源浪费的‘重灾区’。国际权威机构的调查显示，我国能源使用效率在59个接受调查的国家和地区中排名第56位。还有资料显示，我国能源使用效率仅为美国的26.9%，日本的11.5%。因此，推进能源供给侧结构性改革迫在眉睫。”合生能源总经理符家云告诉记者，改变能源供给结构要从两个方面发力，其一是大力发展新能源产业，其二便是优化传统能源的供给和使用。合生能源专攻的正是后者。

符家云认为，推进能源行业供给

侧结构性改革需要把握三大要点。其一是目标，也就是节能环保的大趋势；其二是市场，也就是要找到最能体现供给升级价值的目标群体；其三是价格，无论多好的产品都必须拥有价格竞争力，否则有效供给就无从谈起。

基于这样的判断，合生能源几经比较后选定极化技术作为突破口。业界证实，由于能够大大改善传统能源的动力性能，降低发动机的磨损，极化技术在大幅降低废气污染排放、提高发动机使用寿命方面优势极为突出。

“在一般概念里，柴油驱动动力性好，但排放严重。其实，这一理解不是特别准确。应该说，普通柴油的污染排放确实比较严重，但随着柴油发动机技术的提升和高标准车用柴油的推广，这一问题已经得到缓解。但在广大的农村和城乡地区，交通工具更新缓慢，柴油品质尚未得到根本提升，尤其在货运和农机领域问题更为严重。换句话说，这恰恰是极化技术最能发挥功效的领域。”符家云认为，要更好地将能源供给侧结构性改革落到实处，高端市场非常重要，广大的中低端

市场也不能忽视。合生能源就是希望能够从中低端市场破局，彻底改变农村及城郊地区的污染现状。

更为可贵的是，这种高技术成品油燃料油价格并不高，反而低于同类油品。山西一位矿业公司总经理林邦涛告诉记者，他的矿山有1500多台车同时作业，以前加传统柴油，每天每辆车的油费为3500元左右。用了极化燃料油，动力不降反升，且价格降低了20%左右。“省钱就是赚钱啊，我特别看好极化燃料油的市场前景。”林邦涛说。

符家云告诉记者，目前，合生能源已开发出十大类具有国际领先水平的极化技术系列产品，分别具有耐极寒、耐高温高压、燃烧效率高、使用寿命长、清除积碳、节省燃油、降低排放、增强动力、物美价廉等特点，能够广泛应用于矿山机械、动力机车、船舶、物流、公交、环卫等多个领域。同时，合生能源已经在能源管理整体解决方案上取得了突破性进展，未来，“产品+服务”的“双轮”将合二为一，成为真正意义上的“节约驱动”。

生意经

合生能源认为，推进能源行业供给侧结构性改革需要把握三大要点。其一是目标，也就是节能环保的大趋势；其二是市场，也就是要找到最能体现供给升级价值的目标群体；其三是价格，无论多好的产品都必须拥有价格竞争力，否则有效供给就无从谈起

在推进供给侧结构性改革的进程中，传统能源有没有改进的余地？深圳合生能源科技有限公司给出了肯定的答案。

作为一家集研发、生产、销售、服务于一体的倡导绿色能源高科技公司，合生能源经过多年研发，掌握了国内独有的燃料成品油极化技术，开发出成熟的、功能清晰的系列极化技术产品，打造出高效环保且价格低廉的能源产品，为国内传统能源供给侧结构性改革提供了一条新路径。

什么是极化技术？简单来说，它是一种具有诱导各类油品产生强力的