有“工业淘宝”之称的易派客放开商运——

# 让全社会共享央企采购资源

经济日报·中国经济网记者 黄晓芳

互联网+驱动企业管理创新

**背靠中国石化这样一个商业巨擎，易派客的飞速成长并不令人意外。一方面，它能纵向贯通产业链，为供应商搜寻合作方及用户方，实现产业链的贯通；另一方面，它还能融通供应链，集成需求。真正令人震惊的是其主动选择商运，服务社会。为此，易派客实行“三开”策略，即敞开大门，把供应服务机会公平地交给每一家供应商；放开平台，吸引社会企业上网采购，让全社会共享央企的采购资源；公开规则，以明确的标准、公正的流程寻得最优性价比的合作**

一年前，中国石油化工集团公司宣布：中国最大的工业品电子商务平台——“易派客”正式投入商业运营并向社会开放。经过一年的试运行，易派客累计成交金额达137亿元，并以月均近12亿元的速度增长，交出了一份闪亮的成绩单。

不久前，易派客正式商运满一年，中国石化又公布了一份更加令人欣喜的数据：易派客累计交易金额已达902亿元，同比增长526%。

作为一个有着纯正“国企基因”的平台，易派客的前身是建成于2000年的中国石化电子化采购系统。最初，它只是以服务核心企业中国石化供应链需求而建立的SC2B（Supply Chain to Business）电商，真正对接“互联网+”并成长为“工业淘宝”是在尝到了甜头后“分享甜蜜”的又一战略举措。

## 主动打开企业“围墙”

如果登录易派客，琳琅满目的页面上，小到文件袋、复印纸，大到不锈钢、工业交换机和各种化工原料，品类之丰富令人咋舌。

数据显示，目前易派客平台上线商品数量达158万余种，同比增长532%；上架单品数量超2927万种；注册企业达到3.5万家，同比增长46%，外部采购企业注册数量是内部采购企业的7倍；注册用户达到11.2万个，同比增长42%，其中外部用户占比66%。

中国石化物资装备部主任王玉冰说：“业界都把易派客叫作‘工业淘宝’，它的诞生是精细管理的结果。”一方面，中国石化不仅向社会提供了巨量的石油化工产品，而且每年消耗的固定资源价值超过2000亿元，横跨第二、第三产业，每个行业背后都需要一整条供应链支撑。如此大的体量必然呼唤公开透明这条“硬杠杠”；另一方面，体量上的“大进大出”容易拿到更合理的采购价格，但受制于上下游信息不对称、采购人员专业能力不足等因素，采取传统方法很难捋顺整条供应链。

鉴于此，中国石化将业务创新和管理创新相结合，在多年物资采购信息化的基础上孕育出易派客，并打开企业“围墙”向社会开放。

王玉冰说，一方面，易派客能纵向贯通产业链，为供应商搜寻合作方及用户方，实现产业链的贯通。比如，永兴特钢是钢坯生产企业，“武进不锈”是钢管生产企业，二重集团是设备生产企业。3家企业通过易派客平台可以顺利实现从不锈钢坯到不锈钢管再到设备生产企业的贯通。现在，易派客平台管坯经营量已达6万吨，不锈钢管经营量达3.9万吨。

另一方面，易派客还能融通供应链，集成共同需求。比如，山东泰开、大全集团同为变压器生产企业。于是，易派客集成山东泰开、大全集团等多家企业硅钢片需求，将优选的硅钢片产品在易派客平台向需求企业打包推介。目前，易派客平台硅钢片销售量已超过6000万元。

## 打造阳光的商业生态

物资采购是一个敏感的领域，如何实现阳光廉洁是该领域管理创新的重中之重。王玉冰表示：“要把权力关进制度的笼子，做到操作有依据，用权有监督，过程有追溯，结果能公开。”从这个意义上讲，互联网平台无疑提供了一个更加公开透明的选择。

为此，易派客实行“三开”策略，即敞开大门，把供应服务机会公平地交给每一家供应商；放开平台，吸引社会企业上网采购，让全社会共享央企的采购资源；公开规则，以明确的标准、公正的流程寻得最优性价比的合作。

中国二重就是这一策略的受益者。中国机械工业集团有限公司副总经理曾祥东表示，通过与易派客平台的合作，中国二重规范了采购流程，提高了工作效率，降低了采购成本，实现了阳光采购。

今年2月份，易派客又推出关联方服务指数评价体系。他们联合信用认证机构和质量评价机构，对企业的法人信用认证、产品质量评价、履约动态考评和市场业绩表现等展开评价，促进平台关联方持续提升服务水平，营造公平公正、诚实信用的商业生态。

通用电气集团公司副总裁、中国区供应链总裁史蒂夫·梅萨罗斯表示，易派客关联方服务指数评价体系的出现，对创造公平的贸易环境是十分有益的，GE将利用平台上的供应资源从平台采购材料，同时也希望通过平台推广GE的品牌、产品和技术。

## 工业品电商前景可期

中国电子商务协会执行秘书长万东辉表示，目前，网络零售其实只占整个电子商务体系的两成左右，更大的份额来自工业电商、农业电商等产业类电商。随着未来电子商务市场的不断成熟，工业品电子商务前景会更加广阔。

“2016年，中国石化除原油、炼化主产品外的工业品国际贸易金额超过百亿元。依托中国石化巨大的国际贸易量，易派客近期将启动国际业务平台（英文站），力争为中外企业搭建更好的工业品交易平台。”易派客总经理高文辉表示，专业采购是易派客的优势所在，未来易派客将继续坚持阳光透明，在全球范围内汇集甄选优质资源。

统计显示，中国石化物资采购系统拥有上千人的国际化专业采购队伍，在美国、日本、德国、俄罗斯等14个国家和地区及国内主要城市设有25家进出口专业公司，全球采购业务遍及100多个国家和地区。目前，易派客国际业务平台已有126家供应企业、近2000种工业品在线展示销售。

南山纺织服饰：

# 智能织造 重新出发

本报记者 许红洲

以“二十织道，智在南山”为主题的山东南山纺织服饰有限公司20周年庆典日前在山东龙口举行，来自国际羊毛局、中国纺织工业联合会、全球知名品牌、科研院校等诸多国内外业界权威人士纷纷到场祝贺。

一家纺织企业的周年活动，何以拥有如此魅力？

“南山集团作为行业领军企业，具备‘追求卓越，注重创新，承担责任’的特质，是中国纺织工业的标杆。”这是中国纺织工业联合会会长孙瑞哲的评价。

1997年，南山精纺工厂2万锭纺纱机开工，标志着南山纺织服饰正式走上历史舞台。与传统毛纺织产业聚集地江苏江阴、无锡相比，南山所在的山东龙口产业链并不完整，配套也相对落后，这意味着企业要占领市场、打造品牌必须付出更多。为避免价值链低端的恶性竞争，南山从建立伊始就将产品策略定位在高层次、高品质、高附加值上。

由于定位有别于当地及周边市场，加上投资数亿元购买的高端设备，仅仅两年后，南山生产规模就扩大到3万锭，其专注高支、高档面料的差异化定位也给企业带来了良好的市场回馈。由此，南山很快发展成为山东精纺领域规模最大、效益最好的企业。

通过一期、二期精纺的原始积累，南山迅速建起了世界领先的精纺呢绒生产线，具备了完整的制条、条染、纺织、染整生产线，一艘中国纺织服装行业“航母”完成了初期建设。

此后，南山迅速驶入发展快车道。从1998年到2004年的7年间，南山先后收获了多个业界至高荣誉：南山精纺通过ISO9001国际质量管理体系认证，首次被国际羊毛局批准使用纯羊毛标识；通过ISO14001环境管理体系认证，获得“国际毛纺织组织”超细羊毛织物标识使用权；获得山东名牌称号；被国家纺织产品开发中心首次授予“高支纯毛产品开发基地”；获得中国名牌产品、国家产品质量免检产品等荣誉……

这一个个奖牌、奖状、认证的背后是南山对产品品质的严格要求和持续不断的技术创新。作为全球最大的精纺紧密纺生产企业，南山纺织服饰享有“纺机博览会”的美誉，因为几乎所有世界顶尖的设备都能在这里见到。

同时，南山高度重视产品开发，以米兰研发中心为最前沿，南山组建了一支以意大利设计师为主，日本设计师、美国设计师、南山研发团队为辅的顶级设计团队，确保在第一时间掌握国际市场热点信息和时尚流行趋势。系列化、高精尖的产品开发之路让南山跳出了产品同质化竞争的行业怪圈。

如今，南山已成为国内纺织行业具备“最完善产业链”的企业，产业链涵盖了从澳大利亚牧场优质羊毛供应、精梳毛条加工到“纺、织、染、整”的精纺体系，从面料到高级成衣的完整产品研发、生产、营销、服务的服装体系，从备纱备货到接单交货的快速反应体系，可为客户提供一站式的高效服务。

“我们用20年的时间将南山锻造成为中国乃至世界精毛纺领域的领军企业。如今，工业4.0时代来了，我们也必须积极对接‘智能织造’，重新出发。”山东南山纺织服饰有限公司董事长赵亮表示，未来的南山将努力向着以品牌和设计为主要支撑的全球型纺织服装集团转型，进一步提升智能化和信息化水平，全面发力原创设计的高级定制品牌、职业装品牌。

智慧云谷：

# 触摸云端 行业领跑

本报记者 刘 成 通讯员 侯义凤

下班回家的路上，拿出手机，按一下情景控制开关中的“回家模式”按键，家里的窗帘自动关闭，灯光亮起，空调、热水器、电饭煲启动……

待您到家时，洗澡水已经烧好，电饭煲里的米饭也熟了，只需再炒个菜，就可进入“就餐模式”……

借助技术的力量，小到智慧家居服务，大到智慧城市建设，“智能”二字正在一点一滴融入我们的生活。

青岛智慧云谷智能科技有限公司就是这样一家智能行业的“领跑者”。

“拥有一支富有经验的研发队伍是智慧云谷一直保持技术领先的关键。”智慧云谷CEO胡克会告诉记者，智慧云谷现拥有研发人员86人，占职工总数的比例高达85%。

统计显示，目前智慧云谷共申请专利和知识产权500多项，许多创意发明还应用到了国外。其中，“基于云计算核心的协议透传模式自动化控制终端系统”和“云计算自动化节能控制系统”通过了国际先进成果鉴定，填补了国内空白；“2.4G无线自动组网空气PM(粉尘)含量检测系统”和“2.4G无线自动组网气体含量检测系统”通过国内领先成果鉴定，填补国内空白；“智慧城市虚拟现实公共服务平台”项目被纳入国家住房和城乡建设部2016年科学技术项目计划。

目前，智慧云谷公司研发的产品已广泛应用于物联网、云计算、智慧城市、智慧社区、节能环保、工业、农业、空气质量检测、普通家庭等各个领域，成为智慧家居、智能控制的代名词，公司也成为住房和城乡建设部、科技部指定的智慧城市（智慧社区）试点示范单位。

最近，智慧云谷又成功进军国外市场，包括美国HomeDepot、Wal-Mart、LOWE’S、Fry’s等连锁超市，亚马逊、好莱坞比弗利山庄等在内的企业均将销售和使用智慧云谷产品。

“未来，智慧云谷将坚持自主研发，努力为城市的健康生活、绿色建设和低碳经济发展提供更多、更好的技术和服务。”胡克会说。

# 盛大游戏回归再进一步

本报记者 李治国

生意经

浙江世纪华通集团股份有限公司日前发布公告，公司控股股东及大股东完成对盛大游戏的股份增持，目前合计间接持有盛大游戏90.92%的股权。公告显示，未来一年内，世纪华通可通过合适方式收购大股东所持盛大游戏股权。

世纪华通的接盘被业界解读为“盛大游戏回归A股提上日程”，结束股权纷争的盛大游戏将由此获得巨大的后续上升空间。

## 回归之路一波三折

总部位于上海的盛大游戏是国内最老牌的网络游戏开发商、运营商和发行商，也曾一度为国内最大的网络游戏企业。2001年，盛大游戏率先在国内代理运营韩国网游《热血传奇》，开创了中国的网络游戏时代。2009年，盛大游戏在美国纳斯达克上市，融资10.4亿美元，成为当年美国规模最大的IPO。

近年来，随着中概股纷纷私有化回归A股上市，盛大游戏也踏上了回归之路，可过程却一波三折，私有化方案经历数次变更，并引发中银绒业与世纪华通间激烈的股权争夺，直至最终中银绒业退出才告一段落。

根据世纪华通发布的公告，在本次收购完成后一年内，世纪华通有权要求控股股东及大股东间接持有的盛大游戏权益转让给世纪华通上市公司。此次收购完成无疑将对盛大游戏与世纪华通两个体系的合作产生积极影响。此外，这也标志着盛大游戏在2015年从美国纳斯达克退市之后，重新回到公开资本市场的进程再进一步。

业内专家认为，随着此次收购完成，世纪华通和盛大游戏的业务合作空间被打开，在游戏研发运营、海外游戏发行等方面都将有诸多合作机会，为上市公司游戏业务发展提供极佳帮助。借由这一系列举措，世纪华通有望成为A股最大游戏公司。

## 关键指标高速增长

近年来，盛大游戏在业务上依然保持高速发展态势。2016年是盛大游戏营收和净利润均创新高的一年，其中营收达38.6亿元，增长17.6%；净利润为16.2亿元，增长113%；今年预计仍将有30%以上的增长。

数据显示，从净利润角度上看，盛大游戏在互联网行业位居阿里、腾讯、百度与网易之后排名第五；在游戏领域仅次于腾讯与网易，位列第三。

今年以来，盛大游戏旗下的两款手游产品《传奇世界手游》《龙之谷手游》先后上线，稳居各大榜单前列，为盛大游戏今年的业绩增长提供了新的动力。

盛大游戏首席制作人唐彦文表示，盛大游戏将力争在新品类上有所突破。在已经立项的产品中，《传奇世界3D》将是盛大游戏推出的第一款全3D自研手游。同时，《热血传奇手机版》也曾登顶iOS免费版、畅销榜双榜，最高月流水近7亿元，居行业首位。

在全球发行方面，盛大游戏将继续深化同海外游戏公司的交流与合作，尤其是去年通过引进《辐射避难所》《勇者斗恶龙》等游戏与日韩、欧美的一线公司建立了合作关系。今后，盛大游戏还希望借助二次研发的《辐射避难所网络版》持续完善“IP—本地转化—二次研发—反馈海外”的运作模式，不断提高海外优质IP的成功率。

## 业务转型基本完成

盛大游戏有关负责人告诉记者，2016年，盛大游戏手游收入占比为55%左右，已基本完成游戏业务转型，预计今年手游收入占比可达70%以上。

值得注意的是，虽然盛大游戏的成功和传奇系游戏分不开，但去年传奇系和非传奇游戏系营收大约为1:1。今年，在《龙之谷手游》与《神无月》的带动下，非传奇系游戏营收份额有望继续提升，占比超过传奇系游戏。可以说，盛大游戏在业务领域已经开始实现由端游向手游、由传奇系列向非传奇系列双转型。

在研发方面，记者了解到，经过持续一年的架构重组，盛大游戏已初步建立起由业务体系、技术体系、运营管理体系和市场商务体系组成的4大体系架构，为开展精品研发和全球发行提供了坚实的基础。唐彦文表示，新组建的产品研究中心和技术研究中心，是盛大游戏能够不断迭代精品游戏的“动力源”，将帮助一线研发团队始终保持对行业动向和技术前沿的高度敏感，不断提升公司在程序、美术、策划、QA等各领域的水平和积累。

盛大游戏CEO谢斐近期在谈到公司发展战略时曾表示，“回归”与“出发”是对盛大游戏现阶段的最佳注解。其中，“回归”指抢占市场份额，回归到行业第一梯队；“出发”指盛大游戏的新战略，公司将立足自主研发运营优势，布局以游戏为核心的泛娱乐产业链；深耕产品品牌化理念，推进游戏精品化、IP化；推行全球化产品战略，大力拓展海外市场，努力让盛大游戏成为中国游戏的新名片。

本版编辑 韩 叙 美 编 高 妍
本版邮箱 jjrbqyb@163.com