

阅读提示:

2010年后,随着民营企业入行,化工原料经历了从供不应求到供需平衡再到供大于求的转变。为了适应这一巨大的市场变化,及时精准地发现市场价格,使产品资源最大限度触及用户,中国石化打造了专属化工品电商平台——石化e贸。平台自2016年6月推广上线,目前已发展成为国内最大、受众最广的B2B大宗化工品电商平台之一。今日,本版带大家了解一下石化e贸究竟是如何打造大宗化工商品“淘宝”的。

本版文字由本报记者 段景文 于莹 采访整理

# 石化e贸：化工销售界的“淘宝”

## 打造技术领先的石化产品电商平台

### 特色1: 销售资源多样化

容纳了化工销售、炼油销售、燃料油、润滑油、催化剂以及科研服务等全系列产

### 特色2: 交易模式多样化

平台针对不同类型的客户制定了差异化的交易模式,降低经营风险,便利客户按需采购。对于长期合作、有稳定需求预期的客户,平台通过化工销售各一线销售组织与客户的商务谈判锁定年度长约销售计划,按月按需交付,这种交易方式是石化e贸最主要的合约销售模式;对于中小型客户和需求不稳定的客户,则可以通过现货商城和竞价交易等方式实现便捷采购,前者以固定价格挂单,后者则按照价格优先的原则进行撮合。

### 特色3: 营销方式多样化

依托中国石化上下游一体化生产模式与全产业链优势,平台坚持以客户为中心积极构建覆盖客户需求、交易、发展历程和行业竞争态势等多维度、全过程的客户动态档案系统,全面掌握客户发展的、个性化的需求,精准制定服务解决方案,并通过“一户一案”系统持续推动落实;通过与北化院、石科院的合作,易派客工业品电商、易捷消费品电商形成合力,积极推动与中国石化各板块市场开发资源的业务协同,用交叉营销组合拳进一步增强客户黏性,提升服务价值创造能力。

### 特色4: 服务价值多样化

平台为客户提供多种多样的服务。借助专业优势向产业客户提供市场信息、行业解读、产业知识等资讯服务,帮助客户洞察行业趋势、应对行业挑战。同时,平台还依托对商流、物流、资金流的聚集效应,积极探索供应链金融、网络货运平台等创新业务,为产业客户匹配更高效、更低成本的物流和金融服务。在整合多种资源后,石化e贸已经成为集生产、销售、物流、服务等于一体的石化产品垂直电子商务平台。

### 平台链接

## 中国石化三大电商平台

### 易捷

易捷商城是中国石化易捷围绕人、车、生活打造

### 易派客

易派客是中国石化结合公司物资采购与供应

### 石化e贸

石化e贸网自2016年6月上线以来,截至目前已拥有1.6万家客户。石化e贸为用户整合了销售、物流、服务、营销等资源,提供了多样化的产品功能,打通了上下游间的纵向产业链和企业间的横向供应链,让客户手指轻点就能下单大宗产品。

### 服务案例

## 销售业务更智慧 客户感受更贴心

7月,化销华北辖区内生产企业丙烯产品资源量减少近1/3,导致华北区内丙烯供应出现波动,但丙烯产品战略客户的生产丝毫不受影响。

### 销售企业

化销华北针对生产稳定的丙烯、苯乙烯等化工原料,提前向需要长期稳定供货的战略客户推广石化e贸平台的预约销售和提货功能,通过每周提前与战略客户对接生产需求、落实资源分配、确定提货时间的模式,帮助客户提前锁定产品资源。

### 生产企业

通过石化e贸平台的“预约销售”功能,生产企业可提前落实各种产品的销售渠道,大幅提高产品出厂效率。通过将石化e贸网与物联网、企业智能发货等多个系统互联互通,实现各环节“零接触”,可大幅降低疫情感染风险。

### 金融服务

化销华北利用石化e贸平台的银行网关、订单账户等多种B2B在线支付方式,一改过去银行转账的方式,帮助区域内客户实现大额交易资金支付快速到账,可有效减少客户资金占用。

### 客户

“在资源如此紧缺的情况下,我们还能满负荷开工,真是多亏了石化e贸平台这个‘预约销售’功能。”

### 数说e贸

注册客户:1.6万家 渠道客户:6219家 活跃用户:7050个,同比增长13%

本年度 线下开发客户:1181家 自主注册客户:1061家

### 新闻会客厅

## 推动化工销售营销数字化转型 用精准的服务为客户创造价值

——专访化工销售战略合作部、石化易贸公司总经理 卢朝辉



化工销售战略合作部、石化易贸公司总经理 卢朝辉

### 石化e贸的货物来源有哪些?

目前石化e贸平台为用户提供的各类产品中,中国石化系统内各生产企业的统销产品约占65%,企业自销产品约占10%,还有25%左右的产品资源是由化工销售的300余家供应商提供的。上述3种货源共享1.6万家平台用户,既通过客户互通实现了资源的高效配置,又能为客户提供一揽子的产品组合和多元化的供应保障。

石化e贸是一个完全开放的平台,所以中国石化系统外的第三方产业客户也可以进驻并开设专属店铺,但这并非我们当前的主要目标。目前我们还是希望把自己的核心能力与基本功练好,将平台发现价格、触达终端、优化资源配置、联通物流与资金流等配套的功能完善好,通过对平台订单、物流、资金等数据资产的沉淀和挖掘,为化工销售的市场营销赋能,为平台用户提供更卓越的体验,在这一过程中展示石化e贸独特的产业大数据平台价值,吸引更多的系统外企业进驻,寻找新的业务增长点。

石化e贸的交易方式是什么?主要的客户增长方式是什么?

目前,石化e贸有1.6万家客户,其

### 石化e贸的物流体系是怎样运行的?

目前石化e贸平台的整体配送比例已超过60%,意味着石化e贸平台每年有5000多万吨的各类化工产品物流需求,目前我们主要采取招标采购的方式与第三方物流公司进行合作。与优质的社会化物流运力对接这些需求、优化产品销售流向和物流线路,进而为客户提供更优质、更高效、更低成本的交付服务,也是我们的核心任务之一。

我们目前正在建设以普货物流撮合为主的网络货运平台,在这个平台上,客户可以根据推荐及评分,自主选择物流供应商,以公平公正的市场化价格买到安全安心的物流服务。同时,我们还可以更灵活高效地满足客户零散和临时性的物流需求,实现货物之间的“拼车”,进而提高平台物流运作效率,优化社会物流资源配置。

### 除了原料交易,石化e贸还能为客户提供哪些服务?

第一,更权威的产业商情服务。化工销售是亚洲规模最大也是最具影响

力的化工原料贸易商,在境内外主要消费市场布局了30余个经营网点,构建了涵盖现货报价、市场商情收集、期货市场研究、行业运行研究、产业规划研究的商情研究体系,能为产业链客户提供更加权威的商业情报服务。

第二,更专业的行业分析研究。石化e贸有6000多家分布在各个领域、100多个细分行业的客户群体,其中有300多家是各个行业最具规模优势和活力的头部企业,这是石化e贸最独特的优势。通过对这些客户群的聚类分析,能为行业客户提供更精准、更有指导意义的研究和诊断服务。

第三,供应链金融服务。目前,我们通过提供交易数据,联合第三方银行机构为客户提供融资业务,后续将与中国石化产融业务深度融合,发挥在化工产品供应链中的主导作用和核心节点优势,为产业客户提供系统性的金融解决方案,提升产业链各方价值。

### 相比传统交易方式,石化e贸有哪些优势?

首先,一揽子采购方案。制造企业的原料往往具有多样性和组合性,它们需要多区域、多企业进行采购,通过石化e贸平台不仅可以采购中国石化炼化企业生产的化工原料,还可以通过化工销售链接到境内外300多家主要化工产品供应商,实现多品种、跨地域的一站式采购。

其次,透明的交易规则和良好的交易体验。工业企业的原料成本占全部成本的70%~80%,因此公允的价格和准确的货源信息至关重要,在平台上,客户可以清晰地看到货源情况、价格、交货预期等,在采购中更加安心。

最后,开放便捷的交易体系和扁平化的销售渠道。石化e贸平台通过为终端客户提供方便、快捷的线上交易方式实现了渠道的扁平化,有效降低了采购环节的渠道成本。

### 石化e贸和易派客有什么区别?有哪些合作?

石化e贸专注于大宗化工原料领域,而易派客更侧重工业品与物资装备。从各自所处的产业链环节看,石化e贸和易派客分别服务于工业企业的原料采购和工业品销售两侧,事实上双方在电线电缆、包装、油田化学品等领域有着数量众多的交叉客户群体。

基于这一关系,双方也在积极探索在平台数据融合、供应链金融等方面的合作。一方面,易派客每年5500多亿元的工业品采购和销售,对于石化e贸服务的制造业有着非常强的吸引力;另一方面,石化e贸能为易派客的供应商提供更优质、更稳定、更具性价比的生产原料,帮助易派客实现对供应环节的溯源和成本的精益管控。目前石化e贸、易派客、易捷正在积极推进全面的融合和协作,探索通过交叉营销、联合推广、平台引流等多种方式共同增强中国石化在新经济、新业态领域的影响力。

### 石化e贸未来如何打造石化商业生态圈?

主要围绕两个中心,一是产业客户,二是中国石化的各生产企业。我们要把所有服务客户的资源、能为客户创造价值的资源整合起来,为他们提供良好的采购体验和服务增值,满足其原料、研发、金融、物流等多样化的需求。对内部企业而言,我们既要打通原料销售渠道,又要在与客户沟通的过程中做好市场调研,对需求结果进行收集整合、分析评估,及时反馈给生产企业,从而引导他们的产品开发和生产结构调整,为企业的营销决策和业务开展提供支撑。

总而言之,石化e贸解决的是信息传递效率的问题,我们像一座桥,连接着生产企业与终端客户,让两者的信息可以在这座桥上通行无阻、互相交汇。