

阅读提示:

9月8日,第六届易捷发展论坛以“能源服务创新 易捷重构生态”为主题在江苏南京国际博览中心举行。社会各界嘉宾与中石化易捷共同回顾了易捷乘风破浪的15年成长历程,畅谈易捷创新变革的前行路,重点研讨了在发展新能源的背景下,如何把加能站综合服务创新上升到新高度。

此次论坛对中石化易捷实施五大战略升级,建设更加开放、合作、共建、共赢的“人·车·生活”生态圈,助力销售企业向“油气氢电服”综合能源服务商加快转型,具有现实、积极的意义。

论坛现场,多位业内专家围绕积极拥抱电动革命、传统能源企业转型发展、打造充换电生态联盟、即时零售新兴商业模式、便利店行业运营发展等内容,为易捷发展建言献策。嘉宾们既探讨了新形势、新能源大背景下中石化易捷面临的挑战、趋势和发展方向,又描绘了传统能源及传统便利店行业的行进方向和成长路径。

本版文图由 肖志王 强 王鹏华 提供



易捷描绘蓝图: 完善能源服务 线上线下共赢

能源服务创新 易捷重构生态



陈旭华
中石化易捷销售有限公司总裁

能源企业综合服务业务成功转型的案例有很多,值得我们学习和借鉴。

国际能源巨头壳牌,通过多种方式探索转型之路,一是通过增强非油业务能力,打造新的利润增长点;二是通过应用数字化陈列、选品,加速便利店数字化转型;三是着重发展线上业态,加强便利店全渠道布局。

中石油昆仑好客打造武夷山矿泉水、好客·智咖啡、好客薯唯薯条等自有商品;加快汽服布局探索新业务新业态,增设洗车网点,开展汽车销售业务,开拓异业合作拓展润滑油

及车用品销售。

中国燃气开发壹品慧体系,整合线上线下渠道,创建新零售平台,进而为用户提供厨房产品和服务,大力发展燃气具、净水、保险、安防、小家厨房好物等增值业务。

在积极转型的道路上,中石化易捷培育了卓玛泉、长白山天泉、鸥露纸、燕麦酒、三人炫酒、澳托猫汽服、易捷咖啡等自有品牌;发展汽服、餐饮、广告、金融等多种业态,建设加能站汽服网点万余个,拓展餐饮门店千余家,开发广告牌近20万块;打造全国统一的线上

平台和会员体系,目前全国全渠道会员近3亿人。

通过15年的探索,中石化易捷打造了小而精(面积小,服务全,产品精)、标准化(服务规范化,商品量化,流程标准化)、真便捷(网点多,响应快,O2O化)的“一键平台”特色,全面规划能源服务生态,包含以下三类内容,一是搭建一键数字化产品矩阵,提供一键加能、一键购物、一键洗车、一键出行等服务,构建“易捷加油”APP平台生态;二是营造线上线下服务场景,通过将2.8万家便利店网络,提供标准化产品和服务,如以自营+合资的模式打造咖啡店、餐饮店等;三是打造以会员为核心的营销运营生态平台,通过线上线下一体化开展各种营销活动,丰富会员权益,提升会员复购率,增加会员黏性等。

在一键加能方面,通过一键导航、一键付

款、预约自主加油、一键充电等服务,满足车友多方面的加能需求;在一键购物方面,通过一键预约、一键到车等服务,满足人们便捷购物的需求;在一键洗车方面,通过全国最大自营洗车平台——易捷养车平台,提供专业快捷安心的洗车服务;在一键出行方面,通过与中西品牌快餐、咖啡茶饮店合作,布局司机之家、爱心驿站,让用户在加能站拥有方便、快捷、温馨、整洁的出行服务体验。

未来,易捷将实施五大战略升级:实施网络升级,打造更易触达的易捷;实施产业升级,打造更强链条的易捷;实施合作升级,打造更加开放的易捷;实施服务升级,打造更好体验的易捷;实施公益升级,打造更有担当的易捷,建设更加开放、合作、共建、共赢的“人·车·生活”生态圈,助力中国石化销售企业向“油气氢电服”综合能源服务商加快转型。

道路交通电动化 已成大势



王维民
中石化集团公司高级专家、
销售公司新能源部经理

为全面落实集团公司“一基两翼三新”产业格局,助力集团公司“四供两融”新能源业务构建的迫切需求,中国石化销售公司积极向“油气氢电服”综合能源服务商转型,巩固交通能源市场主体地位。

“双碳”目标将深刻影响我国能源结构调整,我们要加速一次能源结构向可再生化转型、终端能源消费向电动化转型。新能源汽车的发展将更加智能化和网联化,电油替代加速推动传统能源企业转型发展。

中国石化具备向“综合能源服务商”转型的良好基础,我们将充分利用中国石化加能站网络优势,加快城市快充网络覆盖和高效的城际出行充电网络布局。坚持存量加能站“应装尽装”,新改扩建加能站一步到位,积极部署“石化易电”走出去。依托覆盖全国的易捷便利店网络,为广大新能源车车主提供高质量的充电服务。实现城市群、都市圈互联互通,提高电动汽车在周边城市之间的通达能力。

打造稳定可复制的 区域发展能力



邱浩
美宜佳华东区副总经理

美宜佳坚持“社区便利生活中心”市场定位,以特许经营加盟为主要发展模式,专注便利店业态,形成了稳定、高效的区域复制能力。

美宜佳的核心经营逻辑在于构建用户导向型运营体系,包含品类运营、用户营销、商品采购、店铺经营及加盟服务。

商品运营及采购方面,基于商圈做品类、基于成本做采购、基于效率做供应链。通过流程导向、场景设计、品类经营、供应链增效,实现从自主经营到专业经营,为门店增加收入。

用户营销方面,基于品类做营销,基于品牌做促销。通过拓客流、做场景、强体验、促交易、提频次的企业业务链,用产品高频打动用户,实现门店高效益、线上高增量、用户高频次。

门店经营方面,基于标准做运营,基于执行建能力。通过提升一线经营团队胜任力,推动门店经营标准化,提升经营者口碑,实现从门店粗放自主经营向总部团队专业指导转变。

加盟服务方面,基于商圈匹配店型,基于店型匹配客户。遵循从独享到共享、从个人到组织、从经验到流程、从任务到项目、从随机到设计的原则,从个人能力向组织能力转变,让加盟服务更高效、更专业,为客户创造更大价值,进而增强企业竞争力。

提升便利店即时零售能力



王洪涛
中国连锁经营协会常务副秘书长

即时零售是伴随着零售数字化和即时配送业务的快速崛起而诞生的。其最大特点是以实体店为供应链,以即时履约配送体系为依托,为消费者提供更高便利性、更高效性的到家业务,满足消费者应急需求或常态化即时性需求的零售新业态。预计到2026年,即时零售相关市场规模将超过1万亿元。

即时零售是依托线下实体零售的业务,可以作为对线下实体零售的补充,帮助其拓展销售渠道,有助于线下实体零售实现线上线下相融合。即时零售对线下门店价值巨

大,既能扩大门店覆盖半径,获取新流量,又能提升门店运营能力及用户洞察能力。

如今,我国一、二线城市中产阶层追求高品质生鲜和独特自有商品,在即时零售方面表现突出的是以山姆、盒马为代表的会员店;三、四线城市的目标客群以年轻人为主,大卖场主导的商业模式正在被瓦解,在各种细分业态的包围下,加盟和直采类零食折扣店等新兴业态发展迅速。就整个市场而言,外卖(即时零售)、即食商品市场将不断上行。

提升易捷便利店的即时零售能力,一是要细化加能站定位,打造不同店型。结合加能站位置,梳理定位,打造几种标杆店型。

二是要聚焦商品力建设,利用好规模优势。根据不同店型匹配商品,聚焦商品力建设,如一、二线城市在鲜食、咖啡、自有品牌、自采等方面发力,三、四线城市及偏远地区则注重促销折扣等活动,利用规模优势跟头部供应商争取优惠力度。

三是要打造差异化服务优势。扩大加能站相较于其他业态的特殊的服务竞争力,如拓展洗车、充电桩、轮胎、到车自取等领域,延长客户到店时长,增加销售机会。

四是要通过数字化供应链降本增效。使用数字化的仓储配送系统为后台降本增效助力,打造核心竞争力。

拥抱数字化新零售模式



马克强
盒马(南京)公司营运总监

为实现不同场景下消费者价值的最大化,盒马用数字化重构“人货场”,将线上、线下与现代物流融合,为消费者提供30分钟极速送达的智能购物体验。

新零售的特征,首先是在线新经济。一是交易形式发生变化,基于商品和供应链的线下全渠道和线上多域运营,实现本地化即时物流;二是竞争主题发生变化,在线新经济的竞争是生态与生态之间的竞

争,只有成为生态的一部分才能更好地发展;三是消费习惯发生变化,汽车穿梭配送、社区团购自提、加油站自提等无接触配送成为标配,可有效增加在线消费频次。

其次是基于移动互联网的精确化门店运营及智能化物流运营,基于地理位置的精确运营,用户可随时随地购物、随时随地响应。

最后是数字化人货场新运营模式,是

人、货、场(店仓)匹配的全链路数字化运营和管理。数字化“人”的变化,是指人的可识别、可洞察、可互动,推进会员数字化、支付数字化、交易数字化、收银无人化,目前已有近千万家超市消费者完成顾客和会员的数字化,让零售商和品牌更了解消费者的需求;数字化“货”的变化,是要推进品类分析、商品数字化、库存数字化、交易数字化、评价反馈的及时性,用大数据辅助买手选好货,通过全链路数字化完成商品的快速迭代和实时反馈;数字化“场”的变化,是指通过货架和陈列数字化、员工作业数字化、仓储数字化、后场作业数字化,完成物理位置的数字化,从而提高员工工作效率。

新能源发展背景下,加能站综合服务如何创新?

问:中国石化加能站在不断提升充电业务的同时,如何给新能源车车主提供更方便的服务?

充电联盟副秘书长 全宗旗:加能站应该做好增值服务,打造差异化服务。在充电设施建设上要因地制宜,根据不同地区、不同城市新能源车主的出行习惯和需求,提供不同的增值服务。

问:您如何看待新能源汽车企业与加能站未来的合作机会?

深蓝汽车科技有限公司营销服务中心副总经理 李晓刚:作为战略合作伙伴,深蓝汽车与中国石化易捷的合作已经进行了大量的探索,我们在全国23个省4000多个站点已经开展合作,下一步可以在人、车、能源三个方面开展合作。

问:在数字化赋能汽服门店方面,京东养车怎样强化与易捷养车的合作?

京东养车总经理 徐佳:今年4月,中石化易捷与京东养车签署合作框架协议,双方将在汽服门店建设、供应链等方面开展业务合作。截至目前,双方已在江苏、安徽等6个省共同建设20座易捷养车——“京东养车双品牌综合汽服门店,为用户提供“专业、快捷、安心”的一站式养车服务体验。京东养车强化与易捷养车的合作方面,我认为要做好标准化、数字化赋能汽服门店,紧密联系,打通系统,共同做好品牌营销,一起应对新能源转型,确保现有汽服门店油车、电车都可以维修。

问:您对加强与中石化易捷合作,做大有

能站场景餐饮服务业态有何建议?

汉堡王(中国)CEO Atakan先生:我们可以带来创新和发展,更好地服务堂食和外卖顾客,打造优选厨房模型是第一步。加能站的功能如今不仅是加油,更是服务顾客的综合体,可以将其打造成社区型的服务中心,满足城市周边顾客的各种需求。

天好(中国)首席运营官 夏渊:经过近60年的发展,Tims已成为全球著名咖啡连锁品牌。2022年7月,易捷咖啡与Tims咖啡签署战略合作协议,探索在易捷便利店中开设小型咖啡店,推出易捷×Tims Express联名店。目前已开设联名咖啡店50家,并计划2023年开设150家。未来双方可以从咖啡、生活场景、产品、会员、流量等多方面尝试合作。

易捷发展圆桌论坛

主持人:李宏
中石化易捷销售有限公司副总裁

圆桌论坛

李宏 全宗旗 李晓刚 Atakan Bozkur 徐佳 夏渊

中石化易捷销售有限公司 副总裁 充电联盟 副秘书长 深蓝汽车科技有限公司 营销服务中心副总经理 汉堡王(中国)投资有限公司 首席执行官 京东养车 总经理 天好(中国)投资有限公司 首席运营官

