

以“首发经济”重塑终端服务生态

消费

责任编辑:李瑞芳
电话:59963389
邮箱:lixiaofang@sinopec.com
审校:张春燕
版式设计:巩雪燕

“十五五”规划纲要明确提出“积极推进首发经济”。首发经济,是指企业发布新产品,推出新业态、新模式、新服务、新技术,开设首店等经济活动,正在成为激发消费潜力、推动产业升级的重要引擎。对于销售企业而言,首发经济的内涵并不限于开设首店、推出新品,更体现在自研技术突破、服务模式创新、消费场景拓展及基层首创成果转化等方面。集团公司科技创新大会正式启动产融创新攻坚战,加快打造科技与产业融合创新的领军企业,为二次创业注入创新动能。各销售企业围绕数智赋能、生态拓展、场景创新、本质安全等重点领域持续开展首店首发实践,推动创新成果从实验室走向市场、从基层经验走向系统推广,形成具有石化特色的首发经济发展路径。

□陈小梅 姜巧 郑秀琴 郁敏洁 林静

数智首发

以科技创新重塑消费体验

当前,数字化已成为零售服务行业竞争的重要赛道。据预测,到2030年全球AI零售市场规模将突破千亿美元,智慧运营、无人服务和精准营销正在成为消费服务业的重要趋势。

在这一背景下,销售企业紧扣首发经济“体验优先、精准服务”核心导向,积极推进数字技术与传统能源服务深度融合,以首创技术和首发应用不断优化消费体验。

作为首批试点单位,湖南石油率先落地AI自助加油数字员工,构建省、市、站三级推进体系。长沙滨江加油站的人工智能数字员工上岗后,单笔加油时长缩短了20%,客户满意度跃升至98%,站点年销量增加400吨,人力成本降低30%。标准化的智能服务不仅提升了运营效率,更大幅改善了夜间加油站等场景的消费体验。

针对消费者关心的油品计量精准度问题,福建石油创新打造罐装式在线校准模式,破解了传统静态校准精度不足、效率偏低的难题。兴闽油库试点应用高精度基准流量计与自动化核算软件后,单次作业时压缩至15分钟内,年节省60余万元,直接带动成品油及直分销量增长。

新疆石油不断创新新业态与能源服务模式,在巴州落地首家仓店一体化“易捷速购”门店,24小时营业,涵盖2300余种商品,实现3公里30分钟极速配送;建成区域首个市场化售电中心,依托数智电力调配系统优化用能调度,降低购电成本,以多元数智创新全面激活区域消费与能源服务动能。

服务首发

以生态延伸拓展车生活价值链

麦肯锡在《未来汽车零售报告》中预测,到2030年,单纯依靠燃油销售的利润空间将大大压缩,围绕车主的后市场“综合服务”将成为价值链的新核心。中国汽车流通协会副秘书长郎学红表示,未来10-15年,汽车后市场将保持5%~7%的年均增长。

山东石油双管齐下,以业态升级与服务优化拓展综合能源服务边界。日照石油以“易捷养车”为抓手,成功申领山东省首张二类机动车维修经营许可证,将汽车服务从基础洗护向专业维修延伸,联动保险公司落地车险办理、事故车直赔等一站式服务,构建“加油站、保险、维修”协同发展体系。菏泽石油依托站点阵地,在区域内率先推出洗车擦胎、胎压检测等便民增值服务,在提升客户消费体验与行车安全的同时,

有效拉近与客户的距离,盘活站点经营空间。

重庆石油坚持“问题导向、微创新切入、快速转化”策略,鼓励一线员工以低成本、易复制的“小改革”破解经营难题。重庆和光石油首创司机不下车即可操作的“求助按钮”,并研发出拥有自主知识产权的“一种自动洗车装置”。目前该专利已在重庆石油多座加油站推广,创直接经济效益超200万元。

场景首发

以跨界融合激发消费新需求

首发经济的重要特征在于创造消费新场景。专业机构数据显示,以“即时零售、兴趣消费、情感消费”为代表的新型消费模式在40岁以下主流消费群体中的渗透率已超过75%。用户不仅需要更高效的商品获取,更需要能满足宠物陪伴、数码潮玩、地道民生等精神与垂直需求的场景。

湖南石油将服务对象从“人”延伸至“宠”,5月24日,长沙银杉加油站与浏阳河加油站同步开设“易小宠”宠物生活馆,成为湖南省内首个引入宠物服务业态的试点加油站,标志着“人·车·生活”生态圈向“萌宠”场景延伸。针对车主带宠出行面临的如厕难、宠物焦虑等痛点,湖南石油将宠物洗护、寄养、健康咨询及用品零售嵌入加油站场景,打造“加油/充电+宠物服务+便利店购物”一站式体验,同时以加油享宠物服务优惠、消费赠权益等形式增强客户黏性。

山西临汾石油立足区域消费特点,探索“综合店+垂直店”协同发展新模式。4月30日,销售系统首座易捷即时零售数码仓在马南加油站投营。门店采取“线上深耕+线下拓客”双轮驱动:线上依托社群常态化运营,精准推送“数码+便民”场景商品激活消费转化;线下锁定周边3公里核心商圈,定点投放专属物料,同步优化站内实景陈列,借力进站车流提升即兴消费率。该店投营28天,累计实现线上营业额8300余元,履约有效订单近200单,打通了“数码主力+便民补充”半小时履约网络,为全系统即时零售垂直品类仓建设打造了可复制的样板。

安全首发

以基层创新筑牢发展根基

安全是能源销售企业高质量发展的生命线。当前,国内外能源行业普遍将智能监测、自动控制和本质安全技术作为创新重点,通过技术创新降低风险、提升工作效率。

安徽合肥石油聚焦油库发油作业瓶颈,以基层技改破解行业共性难题。

合肥油库年吞吐量超315万吨,公路下装作业中液相鹤管“憋压”问题长期制约保供效率。以安徽石油劳模模范刘雨雨带领的技术团队自主研发制钢制型泄压阀,打造“主动疏导”技改方案,憋压处置时间由15分钟压缩至10秒,高风险特种作业转化为常规操作,本质安全水平大幅提升。该微创新全年可缩短有效作业时间超500小时,多完成近600车次发油任务。

吉林松原石油立足自助加油场景,自研简易装置补齐现场安全短板。针对自助加油静电积聚隐患,松原石油依托一线实操经验,自主设计百元级自助加油机静电释放器,通过加装导电机械挡板,引导车主完成静电释放,从源头规避火花风险。该装置无须外部采购,不增加客户操作负担,显著优化了加油体验,缩短了设备占用时长。

贵州石油自主研发自助发油一体化流程控制柜,解决传统发油设备分散、管控存在盲区等问题。该控制柜集成静电消除、流量管控、语音提示及异常报警等功能,通过程序化规范操作、实时监测参数及异常自动停机,实现发油全流程智能化闭环管控,彻底消除了安全盲区。同时,该设备简化了作业流程,缩短了单车发油时长,大幅提升了油库高峰时段通行能力。

让首发成果成为“长红”动能

首发经济的价值,不在于“一次首发”,而在于持续创新。

对于销售企业而言,无论是AI数字员工、即时零售数码仓,还是宠物生活馆、自主研发专利设备,其本质都是通过创新供给创造新需求,通过首创成果提升经营质量。随着产融创新攻坚战深入推进,更多首发技术、首创新模式、首创场景将不断涌现,把加油站这一巨大的线下流量入口,变为数智化体验的“试验场”、综合车生活的“孵化器”、品质生活的“连接器”及本质安全的“硬核阵地”。

未来,积极培育和发展能源终端的首发经济,需要进一步统筹实施一系列扶持政策,紧密结合城市功能品质提升与“十五五”发展规划,在场景设计、环境融合中巧妙融入绿色低碳与地域文化符号,让“首发引流-消费升级-产业联动”的链式反应在长效运营中持续释放红利,以高质量的终端创新为能源零售行业探索出一条从“网红”走向“长红”、从“传统要素驱动”走向“新质生产力驱动”的转型蝶变之路。



新疆石油首家“易捷速购”门店在巴州开业。



江西抚州石油临川十六站采用AI数字员工为客户提供服务。



湖南长沙石油银杉加油站“易小宠”宠物生活馆开业。

本版文图除署名外由 张克学 刘金玉 董磊 王蓓 王雅男 谢华忠 郑仲 李丹红 贺晨希 曾芬 刘芳 任静 杨雅涵 孙筱 陈平 周芹 孙德荣 刘静泽 冯青松 刘丹 吴丹 肖如玉 王瑞凤 提供

专家视点

国务院发展研究中心市场经济研究所原所长、二级研究员王微:要牢牢把握首发经济的内涵,聚焦“新”“特”“质”,把激发和释放新消费潜能、推动首发经济链式发展作为总体目标,把创新推动首发经济提质增效作为主攻方向,坚持市场驱动主导与政府引导支持,立足因地制宜与突出差异特色,加强数字技术赋能创新与提高发展质效,制定发展生态与推动链式发展相结合的发展原则,加快形成多层次、全链条的首发经济发展格局。

复旦大学教授、商务部消费大数据实验室主任张伊娜:首发经济的发展必须打破传统的“唯首店数量论”,转向构建首发与商业、产业、城市深度融合的复合生态。应充分发挥首发经济中新需求牵引供给、新供给创造新需求的联动作用,打通消费与产业链上下游,进而推动首发经济从单点集聚走向多中心、集群化的空间协同发展。

四川师范大学经济与管理学院院长、首发经济研究院院长郑涛:在消费新形态的驱动下,首发经济正加速与新质生产力融合,逐渐从传统的“商品首发”向“体验首发”乃至“科技首发”升级。

新闻会客厅

打造超越加能形态的综合服务体



杨祖文
湖北石油副总经济师、
油气营销中心经理



董孝军
安徽石油零售中心
经理



于天舒
吉林石油零售中心
副经理

问:首发经济强调新模式先行,如何平衡“小步快跑的创新试点”与“国企特有的稳健经营”之间的尺度?

杨祖文:首发经济重在以产业创新激发消费活力。中国石化创新试点可坚守“容错探索+适配优化”思路,有效规避全面推广风险,降低试错成本,并通过收集落地反馈提升决策科学性。以自助加油业务为例,多年来坚持先试点、再推广,经多轮论证市场接受度与可行性后规模化落地,成效显著,印证了“创新试点”与“稳健经营”的有机统一。

新形势下,销售企业既要勇于探

索新业态,也要严控风险,可秉持“先试先行、试赢再干”理念,坚持“决定了就抓紧试,试对了就赶紧干”,以创新试点盘活发展动能,全力推进企业二次创业与高质量发展。

董孝军:激发首发灵感必须立足区域市场特性,从行业痛点精准破题。企业应从客户诉求与经营堵点中找准创新突破口,将细小痛点转化为特色首发项目,优先选取站点小范围先行试错,以实际经营数据研判成效,待模式成熟后再规模化落地。依托区域区位优势,安徽石油已成功落地多项标杆首发项目:全国首发的合肥大众超级充换电站,有效破解充电等候难题;蚌埠青春市集充电站精准贴合高校密集区大学生的消费需求,通过联动易捷咖啡显著提升非油营收。

于天舒:吉林石油在推进首发经济过程中,精准把握三个关键平衡点,确保创新与稳健并重。

一是划定“预期可控”的试点边界。科学甄选市场区域与站点,开展市场反馈测试,确保即便效果未达预期,也不会波及整体营销体系与盈利基本盘。

二是用“数字化兜底”对冲创新不确定性。依托易捷加油及吉林石油小

程序会员等信息系统,实时追踪新客率、核销率、客单价、回头率等关键指标。一旦发现活动带动效果不佳,及时调整规则。

三是将试点成果转化为“典型营销案例”。在“能量包”营销通过市场验证后,吉林石油迅速将其升级为涵盖多商品组合、多渠道触达的综合方案,配套输出标准化的营销话术、商品陈列及宣发案例,为全区域、全网点提供可复制的模板。

问:在当前加能站经营中,哪类“习以为常”的痛点最有潜力转化为下阶段的“首发爆款”?

杨祖文:伴随新能源替代趋势,成品油需求持续下行,一线加油站面临拓网受限、内卷严重、投入产出偏低等痛点。湖北石油以轻资产发展模式推进品牌合作,实现双向互利、价值共赢。例如,社会加油站可依托中国石化品牌、油品资源及规范管理体系经营难题;中国石化则以低成本完善网点布局,稳固市场份额。湖北石油通过探索推进品牌合作,截至2026年5月底,累计在营70座品牌合作站点,拉动以批代零销量增幅达14.1%。

董孝军:安徽省是新能汽车大省,传统加油站面临服务同质化、新能

源设施适配不足等痛点。当前最具潜力的“痛点爆款”方向,是新能源车主“充电等待低效”问题。为此,安徽石油下一步计划首发“10分钟超充+全场景休闲舱”模式,将咖啡、简餐、办公、洗车等服务融为一体,在全省快速推广形成“充电+服务”的长红效应,持续巩固安徽石油在综合能源服务领域的领先优势。

于天舒:吉林石油依托易捷加油平台累计权益会员已逾百万,然而,会员对积分价值的感知普遍薄弱,线上兑换率长期低迷。为破解这一难题,吉林石油将积分功能从“单一兑换”升级为“权益通行证”,积分体系有望成为下一阶段服务升级的“首发爆款”。

一是打造积分“即时获得感”。在客户完成消费后,支付端界面即时弹窗提示积分兑换服务,第一时间引导顾客兑换心仪商品。

二是构建“行为积分”体系。打破仅对消费行为赋分的传统,将自助加油、小程序分享、错峰加油等互动行为纳入积分激励,将传统模式升级为“游戏化积分成长体系”。

三是拓展“积分联盟生态”。打通

问:在新能源汽车保有量激增的背景下,如何通过首发创新服务,让原有的燃油车客户乃至电动车客户持续选择中国石化加油站?

杨祖文:新能源汽车的快速普及带来了车主流动性增强、客户忠诚度下降等挑战。

破解这一难题,必须依托权益会员打造一体化的智慧运营平台。对内,全面打破加油、加气、充电及非油品的数据壁垒,建立“油电同权与消费同权通用”机制。针对换车客户,实现权益的无缝承接;针对不同等级的会员建立涵盖洗车、养护、商品等油电共性与个性权益的差异化兑换与享有机制。对外,创新跨界首发服务合作模式。通过联动商超、通信、保险等机构,推出免费停车、充电优惠、专属话费、定制保险等增值服务权益,不断丰富会员服务维度,提升权益含金量。

董孝军:面对新能源汽车保有量激增的趋势,安徽石油坚持“油电双优、服务首发、生态黏客”多措并举,通过首发创新打造“油气氢电服”一体化场景,实现“换车不换站、换车不换感情”。对燃油车车主,推出爱跑系列高标号油品,叠加智能加油、洗车及便利店优惠;对电动车车主,提供极速充换电与全场景休闲服务,直击补能慢、等

待无聊的痛点。全省首座智能换电站合肥繁华大道站,实现4分钟极速换电,集成洗车、咖啡与智能体检服务;全省首发智能加油机器人的芜湖湖泰站,通过无人自助与无感支付,大幅提升加油效率。下一步,安徽石油将持续首发V2G车网互动、超充配套休闲舱等新模式,以“综合能源+暖心服务”巩固客户黏性,让中国石化始终成为安徽车主的首选。

于天舒:在市场规模由“油车主导”迈向“油电并存”的当下,客户虽有补能与补给需求,但选择不再唯一。面对如何重新建立客户黏性的挑战,吉林石油将“能源补给”升级为“生活补给”,精准制造“想到就来”的触发点,以“能量包”模式成功破局。

一是打造高频刚需组合,制造“超值锁定”。吉林石油将高频刚需的加油与水、饮料、米油等打包成“能量包”。通过购买能量包即可兑换兑换券的方式,营造出强烈的“超值感”与“错过即损失”心理。

二是从燃油车延展至全场景,实现油电通吃。“能量包”的内涵从单一的加油延伸至充电、养车、洗车等多元补给场景。无论客户驾驶燃油车还是电动车,购买能量包后来中国石化补能,都能带走一份生活所需。

“能量包”的本质是提高单客价值、锁定加能频次并加速会员转化。它将一次小额消费转化为“加能+购物”的必选动作,让客户产生“在中国石化补能,不仅享优惠,还白得生活必需品”的习惯依赖,让客户从“随机选择”转变为“主动拥趸”。