

构建智慧加油站商业生态系统的策略与建议

刘强

中国石油天然气股份有限公司山西销售晋城分公司

摘要: 伴随着社会的持续性发展以及科学技术的不断进步, 互联网时代发生了明显的改变。在这一环境之下, 网络技术以及信息技术在加油站工作中的应用显得越发突出。随着智能加油站建设工作重视度的不断提高, 智能智慧时代之下的加油站运营模式得到了明显的改变, 综合水平得到了显著的改进。对此, 为了进一步推动加油站管理、经营、客户服务等工作持续发展, 本文探讨加油站中智能系统的应用, 希望能够为相关从业者提供帮助。

关键词: 智能系统; 智慧时代; 加油站

【DOI】10.12254/j.issn.2096-6539.2020.11.357

一、智慧加油站及商业生态系统概述

所谓智慧加油站是指利用互联网、大数据等技术, 对线上加油站、线下加油站数据和信息进行全面整合, 以客户为中心, 营造一个精准营销、即时营销的服务体验。智慧加油站始终秉持“人-车-生活”一体化理念, 开展跨领域业务、打造多领域间商业联盟, 形成一个开放、连接的商业生态系统。从共生理论角度, Kim等(2010)认为商业生态系统是一种由众多具有共生关系的企业构成的经济共同体, 强调其系统内部成员企业可以通过合作来创造单个企业无法独立创造的价值。生物学上, 共生理论强调各种生物之间构成相互影响、相互依存的生活关系, 其主要由共生环境、共生模式和共生单元三个要素构成。智慧加油站需要统一的平台营造共生环境, 借助数据的流动打造基于异业合作、互惠互利共生模式的商业生态系统。

二、智慧加油站商业生态系统构建分析

(一) 打造掌上“智慧营销平台”

以加油站为“窗口”, 聚焦移动支付、品牌宣传、产品推广、导航服务、线上线下一体化营销、跨界互动营销等方面, 着力打造掌上“智慧营销平台”——加油APP。目前已有16家省市石油公司开发的加油APP上线运行, 还有的通过微信小程序进行智慧营销。中石化销售北京公司“易捷加油”APP重点打造非油品销售、扫码购。油站导航依托百度地图, 详情里标注了地点、营业时间、电话, 是否为自助加油站, 在售油品及服务项目等, 商品可以直接快递到家。通过北京石油研发的具有自主知识产权的“加油钱包”进行支付, 直接进入北京石油账户。第三方服务有车险推荐、积分洗车等。天津石油“加油天津”APP可以在线上加油或购物并付费, 到加油站直接加油或领取商品。天津石油自主研发的“聚合支付系统”, 能够满足微信、支付宝、云闪付、银联卡等多种支付方式, 还可根据需要接入第三方, 目前已接入电信“翼支付”、移动“沃支付”及联通“和包支付”, 未来可建成天津石油自己的支付通道商。第三方服务引进了汽车保养、汽车代驾、生活服务、违章查询、洗车服务, 并将中国石化免费道路救援服务(中国石化加油卡增值服务)纳入其中。

(二) 智能化管理模式

智能智慧时代加油站中涉及了物流管理、人员管理、安全管理以及商品管理等不同的管理模式。在物流管理方面, 物流管理主要是基于智能智慧加油站中储油罐安装相应的计量系统, 液位仪探棒可以直接和加油卡连接, 这一管理模式可以更好的结合库存管理模式, 同时也可以可以在物流车上安装GPS定位系统, 从而实现油罐车的实时定位, 更好的掌握油品运输的时间, 从而规避因为储油而无法为用户提供油品服务的现象。在加油站经营过程中, 需要对程序实施相应的操作, 想要保证供应材料报告、油品质量实用性与可靠性, 预测存货和分

析材料是必不可少的。技术可以将所有的货物和信息通过分析和统筹, 让使用者知道相关的利弊, 在管理货物的价格数据和采购分析的时候, 可以对市场上的行情进行分析。买主和货主之间可以利用智能化技术来实现跨空间的沟通和交流, 物资管理在项目当中有着很大的影响。在管理系统的运行期间, 需要先明确具体的管理制度体系, 构建智能化的管理制度体系, 促使建设加油站的质量和管理工作保持高关联性。基于智能化管理策略, 可以更好的提高管理工作的顺利实施特性, 确保加油站服务工作以及相关管理工作可以依据规范进行。

(三) 注重内部与外部智慧建设的同步性

当智慧建设飞速发展的同时内部管理面临着严峻挑战, 企业要做好管理层之间、领导与员工之间的内部智慧化管理、内部智慧化建设, 使其与外部智慧建设达到同步。这期间需要所有人员不断的加强对新技术的学习, 勇于创新, 敢于探索。改善加油站工作人员工作积极性低的现状, 通过思想层次的影响和员工绩效的激励, 让员工明确自己的使命, 体会到自己的价值。同时, 要借助技术手段, 例如引入员工视频行为分析, 实现员工管理智慧化, 避免安全事故的发生。

(四) 强化业务连接性、因地制宜地完善非油类业务

依据构建的智慧加油站商业生态系统, 业务处于核心地位并连接着其他几个重要部分。在综合能源业务层, 要重视电能供给, 共享汽车、私家车出现成为加油站核心业务的拓展方向。在此基础上要充分认识到非油业务重要性, 强化非油业务与油品业务、非油业务与非油业务之间的连接性。因地制宜展开汽车相关业务和顾客生活服务业务的创新。不断扩展、完善消费者群体类型, 根据加油站的地理位置、资源分配、人员状况等现实条件开展各类业务。

(五) 打造现代化综合型智慧加油站

当前, 新能源汽车发展迅猛, 油、气、氢、电综合能源供应时代已经开启, 客户也追求智慧加油、智慧购物、智慧服务新模式。广东石油瞄准LNG新能源市场, 加快天然气推广和加气站网点拓展工作, 截至2020年04月, 已建成22座LNG加气站, 年供应量将超过20.5万吨。广东石油还在建设城市充电站及储氢加氢站, 并已在深圳、广州、韶关等地建设20个充电桩, 按照网点建设规划, 年内将建成3~5座加氢站。打造“人·车·生活便利店”。江苏宿迁石油古城加油站开设了全国首家“易捷·京东”智慧便利店, 智慧识别、智慧导购、免密支付等无感“黑科技”得到应用。货架上方配有高科技溯源显示屏——“魔镜”, 通过“魔镜”可显示产地、质量等消费者关心的问题; 店内的“智能购物车”自动跟随消费者行走, 在购物结束后自动前往收银台结账; 消费者还可在店内进行可视化线上购物, 通过触屏操作“易捷到家”线上商城, 购买的商品即可配送到家。

结语

智慧加油站商业生态系统的打造, 要以共生理论为基础, 秉持开放、合作理念, 因地制宜完善非油类业务。加强与技术公司的合作, 集成应用先进技术, 促进技术与业务的有机融合。打造APP等线上平台, 创新线上业务。最后要注重内部与外部智慧建设的同步性, 不断完善企业管理, 开创智慧型加油站新时代。

参考文献

[1] 焦靖东. 互联网时代下智慧加油站的系统组成[J]. 化工设计通讯, 2019, 45(06): 22-24.