

# 中石化拥抱阿里 大数据“炼油”时代到来

4月16日,中石化通过官方微博“石化实说”正式宣布:中石化正借助阿里等企业在云计算、大数据方面的技术优势,对部分传统石油化工业务进行升级,打造多业态的商业服务新模式。

此后,关于两大“巨头”如何结合引发各种猜想。中石化表示,目前,合作项目正在设计或建设之中,成熟之后会向社会公布,但此次是技术服务,并不是股份合作。

4月29日,中石化一季报让转型战略显得迫在眉睫,财报显示,公司实现营收4782.41亿元,同比降低25.4%。归属于上市公司股东的净利润16.85亿元,同比下跌87.5%。这是近10年,中石化净利润最低的一季度。为此,中石化董事长傅成玉规划,“中石化未来的主要业务不再是燃油,而是遍布全国的加油站便利店。”

不过,“此次与阿里的合作,也不能算是非油业务中的一块。”中石化新闻处一位工作人员向记者表示,二者只是对石油化工业务升级。

## 中石化阿里合作史

中石化与阿里的合作以一个段子开头,用一个“石化实说”落地。

4月1日,一则“阿里将收购中石化5000座加油站”的段子在微博、朋友圈里迅速传播。中石化第一时间辟谣。由于恰逢愚人节,这则收购消息被当作娱乐段子被公众消化。当日,中石化A股股票微涨0.94%。

随后4月16日,中石化通过官方微博“石化实说”承认二者在业务上的合作,但不涉及股份合作。

中石化发言人吕大鹏解释,“这次牵手的本质是购买技术服务,中石化采用阿里云技术,重点用在混改中的销售公司。”他透露,中石化不仅仅在下游销售板块推进“互联网+”改革,在上游炼化板块也有相关计划。

此次,中石化与阿里巴巴携手,究竟能给中石化战略转型带来什么帮助?

上海富大集团一位首席经济师认为,如果仅靠中石化自己来搞大数据、云计算会显得力不从心,通过与阿里巴巴的深度合作,就能发挥出中石化大数据所蕴藏的巨大价值。

该分析师表示,中石化与阿里巴巴合作意在将所有网点收集到的车辆加油及运行数据

中石化将与阿里巴巴在云服务方面有所合作,布局“互联网+”。这是继腾讯、顺丰等公司之后,中石化又一个重量级合作伙伴。早在双方“强强联合”布局“互联网+”之前,阿里巴巴与中石化之间已有零星的正式或者非正式的合作,而中石化也在从各种渠道表达了积极拥抱“互联网+”的想法,谋求在新一轮科技革命产业变革中抢得先机,实现转型发展。



阿里云和中石化标志

收集起来,进行动态实时的油量需求分析,在油品供应、加油站建设、油库建设、输送网络上进行更加满足市场需求的决策,这样可以大幅降低中石化的运营成本。

实际上,在业务分享方面,阿里与中石化局部市场合作已经有所开展。从去年12月开始,阿里巴巴与中石化展开云平台建设合作,搭建在阿里云上的石化专有云已在今年2月份开通,并开始承载电商等业务系统。采用阿里云技术的石化自建云预计将在5月份启用。而4月10日,“中石化森美武夷特产便利店”淘宝旗舰店也正式开张营业,易捷便利店的“网络+实体”模式露出一角,中石化与阿里的合作也一步步加深。

据了解,中石化在全国有近3万座加油站,以及众多加油卡客户资源,而中石化森美的淘宝店,就是中石化深耕非油业务,试水O2O业务,向综合服务商转型的重要一步。

显然,2.4万家易捷便利店成为实现这个战略的路径,而“互联网+”是实现这个战略的重要支点。无论是易捷便利店的混改,还是眼下与阿里云合作,“中石化云”的最大野心是打



造一个非油品O2O渠道。

有业内人士分析,除开以上合作,阿里巴巴与中石化在非银行金融领域也可以进行深度融合。阿里拥有支付宝,而中石化完全可以和支付宝一起,将便利店的支付、加油卡的充值,都统一结合起来,形成一个统一的支付体系。这样既方便司机支付又能提高中石化的内部效率,而且还能拿到这方面的金融消费大数据,为中石化转型金融业提供方便。

## “尾大不掉”困局

一系列的突围都与近年来中石化的举步维艰相关。

年报显示,公司炼油、化工以及本部业务均重新由盈转亏,合计亏损53亿元,而上年同期,这三块业务合计盈利超过百亿元。公司预计,2015年中国石化预计国际油价将继续维持疲弱。

业内人士认为,中石化未来业绩或继续受累于原油跌价。更令人想像不到的是,中石化去年总资产1.45万亿,世界500强排名第三位,净利润竟然远不及总资产6629亿的中石油。

作为去年世界500强“探花”,中石化464.7亿元的净利润远低于中石油的602亿元,这一成绩显然也不是国资委所乐见的,同时也刺激着拥有国际化视野的中石化掌舵者傅成玉。

为此,一场涉及200万在职和非在职人员的内部管理运营体制改革在中石化整个集团

推进。

对比中海油的“石油公司相对统一,专业公司相对独立,基地系统逐渐分离”的扁平化管理路线,中石化一直在走一条与之相反的路子,多年来企业主副业分离不清、管理体制僵化、机构臃肿人员庞杂等,如今已经有些“尾大不掉”。

傅成玉透露,过去光靠投资拉动的粗放经营发展方式行不通了,由于盲目发展造成的产能过剩,调整起来十分困难。

去年油价“十一连跌”致使炼化效益陷入巨额亏损的泥潭,无奈之下,中石化去年一年里关了90多套装置。不仅如此,至去年为止,连续18年产量保持在2700万吨/年的胜利油田,在今年年初开会时强调不再以产量为原则组织油田开发生产,而是按油价波动弹性安排产量,以效益安排生产经营,这个提法在中石化尚属首次。

据了解,2008年以前由于国内成品油总体处于供不应求状态,“只要有油,就不愁卖”;而2009年后,特别是2011年以来,中石油、地炼企业等的炼油能力开始大幅增长,中国成品油供应出现了供大于求,尤其是柴油,销售毛利开始下滑。

如今,油价连续下跌已然对庞大的中石化“伤筋动骨”,巨大压力下,傅成玉也将目光放到了互联网上。

## 触网救赎

事实上,作为中国企业巨头之一,中石化



伍田营销负责人与到公司参观的客商交流

用一流管理为广大消费者提供更好的产品、价值和服务

# 服务好消费者是伍田的永远信念

■ 本报记者 何沙洲

这几年,由于原材料、运输、人工成本、信任危机等各种因素影响,食品企业在激烈竞争中发展步履艰难,但成都伍田食品公司却呈现出逆势上扬的风头,从几年前销售一亿元上升到七亿元左右,2015年春节刚过,产品订单生产就已排了几个月。伍田公司总经理范正海认为,这是得益于公司坚持一如既往地以产品的品质、以产品的差异化、以产品的品牌内涵和服务,以实现广大经销商和消费者的最大满意度为价值取向。

随着技术发展的日新月异和新产品的不断涌现,广大消费者对日新月异和产品的期望越来越高,要想赢得他们的支持,在激烈的市场竞争中获取可持续发展的竞争优势,只有将企业核心价值转变为满足广大消费者需要的产品和服务。对此,范正海表示,服务好消费者是伍田的永远信念。伍田在行业倡导做产品凭良心,让伍田食品经销商安心,让伍田食品消费者吃了放心的“三心”经营理念,就是要坚持让身心健康的员工为经销商、消费

者生产安全、健康、美味的食品,为社会和广大消费者创造更好的价值,在满足消费者的需求中获得真正的竞争力,做满足消费者需求的企业。

无疑,广大消费者的期望是不断发展变化的,为此,前往伍田食品公司的每一位经销商都感觉到,陪同他们参观公司和产品的每一位伍田人都是坦诚的交流者和认真的倾听者。“每一位经销商都是伍田产品研发和市场营销的高参。”伍田食品公司营销副总孙书建如是说。

目前,新常态对企业最大的挑战就是利润空间受到了挤压,利润减少以及产业结构调整的阵痛。范正海表示,伍田食品现在最看重的仍是坚守“三心”经营理念,充分发掘企业改革创新的活力,用一流管理生产一流产品,为广大消费者提供更好的产品、价值和服务,从而在新一轮竞争中再造优势。他用美国公共关系专家加瑞特(Paul Caccetti)的话说:“无论大小企业都永远必须按照下述信念来计划自己的方向。这个信念就是,企业要为消费者所有,为消费者所治,为消费者所亲。”

# 光明食品借世博出海 拟建中欧农产品交易平台

2015年4月28日,光明食品集团宣传部长潘建军向记者透露,光明食品集团目前已经确认参加意大利米兰世界博览会。据悉,光明食品集团计划通过世博会加速开拓欧洲乃至国际市场。同时,光明食品集团还计划通过旗下西郊国际农产品交易中心,建设上海与意大利乃至欧洲地区进出口农产品(食品)交易平台。“除此之外,光明食品集团要借助米兰世博会这个平台,在海外资产并购等方面展开合作。”潘建军表示。

据悉,光明食品集团旗下企业光明国际、糖酒集团、光明米业、梅林股份、五四有限公司、海博物流等将参加世博会。潘建军表示,考虑到此次世博会主题是农业与食品,这符合光明食品集团的产业定位,加上上海国资

改革推动下,光明食品集团正在加速拓展海外业务,世博会是很好的平台帮助企业走向海外,并将光明食品集团的相关产品推广到国外市场。

值得注意的是,搭建上海与欧洲进出口农产品(食品)交易平台是光明食品集团参加此次世博会的重要任务。按照目前双方达成的初步框架,罗马交易市场与西郊国际农产品交易中心将实现对接,实现农产品一次通关。西郊国际农产品交易中心由于有海关入驻,可以实现一次通关,成为连接我国跟欧洲农产品交易的桥头堡。据悉,目前西郊国际进出口农产品交易量还不高,正在与光明食品集团近年来并购的蔬菜集团进行业务整合,力争建成上海市政府要求的现代化农产品批

## 互联网+背景下实现个人金融突破

# 交通银行信用卡“边花边赚”模式引发新思维

信用卡会赚钱?这听起来有些不可思议,但一直勇于创新交通银行信用卡却将其变为现实。今年4月,交通银行信用卡“边花边赚”理财功能正式上线,突破性地创新举措为信用卡增添新注解:不再简单地承载个人信贷业务,同时还能成为个人理财新渠道,为持卡客户创造增值收益。

## 信用卡开启“赚钱”模式

目前,各类互联网金融产品层出不穷,金融生态环境日趋多元化,而交通银行信用卡基于客户需求另辟蹊径地在国内首创依托货币基金的新理财服务,并将此命名为易于理解的“边花边赚”。

持有交通银行信用卡的客户只要登录官网,绑定任何一家借记卡,再绑定自动还款,完成“边花边赚”签约后,就能享受到高于活期储蓄十倍的收益回报;同时,还可享受信用卡到期还款日的自动还款服务,理财还款一举两得。

“边花边赚”充分体现了基于互联网金融的诸多优点:投资门槛低,1分钱即可开户;交易0手续费;7x24小时无限制随存随取,且全

时免费;每日收益一目了然,随查随看;取出时本金及收益都返回原卡,安全无忧;信用卡还款到期日自动还款,省心便捷。

## 把花掉的钱先赚回来

信用卡败家?“边花边赚”的推出无疑改变了这一传统观念。信用卡不仅仅是刷卡支出,同样也能实现财富增值,将闲置资金放在“边花边赚”,每天都能赚取可观收益。通过设定自动还款,所获取的收益可以被用于信用卡还款,对于有的客户来说,理财收益都有可能为信用卡账单“买单”!

不同于时下常见的互联网金融产品,交通银行信用卡基于银行安全稳健的基因,以及良好的风险控制,“边花边赚”风险低收益高、门槛低且操作方便,即便是“金融小白”也不用担心错失投资理财的好机会。哪怕一天赚回一杯咖啡、一张电影票,积少成多的理财方式对于对于有投资意识的上班族来说也极具吸引力。

## 一站式服务,方便为先

对于变革和互联网新模式并不排斥。

如果细数中石化销售在2014年引入的战略投资者,不难发现,几乎每一个投资者的选择均与中石化非油业务O2O战略相关,其中中石化与腾讯的合作则最让外界充满遐想。

早在去年8月,中石化先与互联网巨头腾讯签署战略合作协议。由腾讯、中国人保、麦盛三方出资设立的100亿能源基金入股正在重组的中石化销售公司,占股2.8%。中石化表示,双方将在业务开发与推广、移动支付、媒介宣传、O2O业务、地图导航、用户忠诚度管理、大数据应用与交叉营销等领域开展合作。

中石化与腾讯最具想像力的合作空间在于,中石化拥有全国最大的成品油销售网络终端,而腾讯在二维码、移动支付等技术上经验丰富,双方的合作或将颠覆传统的加油消费模式。

左手腾讯,右手阿里。中石化的互联网+计划不断加速。去年底,阿里巴巴首席技术官王坚出现在中石化公司。王坚当时曾称,“中石化有大量线下加油站,每天都在收集海量的加油数据,如果有一天中石化能把数据变成财富,中石化就很不起了。”

目前,中石化仍然秉承着传统的加油卡消费模式,这一模式发展10年以来已经累计发放1.18亿张加油卡,并随之产生了一个覆盖全国的线下支付网络,如果这一网络与线上支付平台相连接,在优化用户体验的同时,势必会带来更多、更具想像力的O2O增值服务玩法。

事实上,正是因为如此美好的前景,让无论是腾讯还是阿里巴巴等互联网巨头均对与中石化合作保持浓厚兴趣,对于互联网企业而言,中石化是相当不错的落地资源。

在2014年6月30日,中石化公布“混改”的引资方案竟投名单中,腾讯和阿里巴巴均赫然在列。事实上,阿里比腾讯更早与中石化纠缠在一起,双方甚至发生了“阿里宣布合作,中石化否认”的乌龙事件。

“两家公司将会利用彼此的优势进行互补。微信支付可能会应用到加油卡充值或者易捷便利店的消费中,但这些都还未确定。”中石化内部人士如是说。

无论是腾讯还是阿里,都拥有海量的用户以及流量,中石化可以通过前者为非油品O2O渠道导入巨大的用户流量。

而对腾讯和阿里而言,与中石化的合作一方面可以完善应用场景、丰富用户选择,另一方面,也意味着打开了实体经济的大门,在“互联网+”的背景下,这是一片更为广阔的蓝海。

(郑玮)

发市场。事实上,推广产品、搭建中欧农产品交易平台只是一方面,按照光明食品集团的计划,加速国际化是主要目的。潘建军透露,光明食品集团计划通过世博会寻找海外优质资产进而并购,还会与相关机构接洽,展开全方位经贸活动。

近期,光明食品集团收购了以色列最大食品生产商Tnuva,收购完成后,光明食品集团国际化经营指数将超过20%,在光明食品集团新的三年规划中,到2018年,光明食品集团国际化经营指数将超过25%,证券化率超过50%。借助此次世博后,光明食品集团海外并购或将加速。

(何天骄)

“边花边赚”推出后,交通银行信用卡移动支付官网为了提供更好的用户体验,并非单纯地将理财服务和还款服务叠加,而是整合打通相关平台、技术和服务,使客户免去跨平台的跳转步骤,只要在移动客户端动手手指即可完成签约、存入、转出等相关操作。

与此同时,因为“边花边赚”能支持多家银行借记卡购买基金和跨行自动还款,起到了归集账户的作用,解决了客户多张卡、多账户、多理财产品引发的资金管理难题和理财难题,提供了一套高效、便捷的解决方案。

在顺应互联网发展趋势及全新金融时代背景下,交通银行信用卡一直致力于行业精细化经营和移动互联网浪潮的积极转型。从行业首推“最快当日即可领卡”的网络办卡服务,到人人皆可免费享用的Wi-Fi服务,到实现一站式综合服务、构造从场景到消费再到支付完整消费生态圈的手机服务平台,再到此次推出的“边花边赚”全新理财还款解决方案,都是交通银行信用卡紧紧围绕客户的需求和体验、坚持用超越行业的标准布局互联网金融生态圈的创新举措,也是交通银行信用卡对客户“方便·实惠交给你”承诺一次又一次的兑现与实践。

(金静)