

中国石化加码“互联网+” 工业用“淘宝航母”雏形渐成

■ 本报记者 石岩

■ 大全集团公司电气设备厂采购员栾桂保没有想到,仅仅在网上,就能买到以往全国各地考察、精心筛选的设备了。“鼠标一点,集团公司生产用的物资不但能按时按质地送到厂区,而且价格还优惠不少。”

生产车间质检员严勇也有感触,“采购的物资质量可靠,我还没有遇到一件残次品”。

众所周知,工业品的采购不同于其他商品,质量的可靠性非常关键。大全集团总裁徐翔表示,集团倡导“追求完美,无可挑剔”的质量理念,从源头抓起,长期致力于打造完善可靠的采购体系。

企业为什么敢把最重要的采购环节放在网上?这主要得益于与易派客电商平台的合作。

“通过易派客平台采购,我们不仅‘淘’到了质量过硬的物料,而且还能为集团省下非常可观的费用。”大全集团副总裁蔡金洪告诉记者。



王利博制图

工业用“淘宝航母”雏形已现

易派客的诞生,有着时代背景。

2015年,供给侧结构性改革提上国家日程。中央企业物资供应管理领域践行“互联网+”战略,推动传统产业转型升级。在此基础上,由中国石化物资装备部牵头,于2015年初设立易派客电子商务有限公司。

其“双腿走路”的目标明确,就是在做好中国石化物资供应工作的同时,全力打造中央企业首个服务社会企业的工业品电子商务平台。

易派客电商平台向社会作出“让采购更专业!”的公开承诺,其底气源自哪里?

自哪里?

“我们凭借的是中国石化20多年来不断地对采购管理体系的优化升级、1.5万人的专业化采购队伍的硬支撑、15年信息化实践成果转换。”易派客电子商务有限公司副总经理方啸天一语道破天机。他向记者介绍说,“资深的专业采购队伍,为易派客的采购提供工艺设计、技术标准、质量检验、性能评价等方面的技术支持;持续优胜劣汰后的数万家优质供应商群体,积累了深厚的核心供应链资源。”

据了解,中国石化从1995年起,历经20多年实践探索和 optimization 提升,构建了一套科学严谨的采购管理体系,为集团公司生产经营、工程建设和科研开发供应物资(不含原油,下同)近2万亿元,节约采购资金数百亿元。2012年,被国务院国资委选树为中央企业采购管理领域的唯一标杆。

可以说,易派客电子商务有限公司的成立,正是中国石化15年信息化实践成果转换的表现。

早在2000年,中国石化已经建立

起完善的电子化采购系统,这是易派客的前身。通过先后4次优化改版后至2015年底,网上采购成交金额累计突破2万亿元,网上采购率达到96%以上。

目前,在易派客平台上,注册供应商企业已近3万家,上线商品已超过15万种,共1100万余个单品,覆盖大宗原材料、耐用及快消品、合金材料、专业设备、仪器仪表、精细原料、特种材料等56种物资大类。目前,易派客平台交易次数已突破15000单,实现交易额137.24亿元。

根植中国石化“体系”

“个人认为,易派客与其他公司电子商务平台的最大差异在于,企业建立平台大部分是单向的采购平台,分销的是公司的采购渠道,没有跳出企业、行业、产业‘围墙’。而易派客则敞开核心供应链资源大门,借力互联网,探寻一条提质增效、转型升级,走向高端产业的实践路径。”方啸天说。

这点,大全集团最有体会。

作为中国民营企业500强和中国机械工业100强的大全集团,是电气、新能源、轨道交通领域的领先制造企业,

在江苏扬中市、南京江宁开发区、重庆万州区、新疆石河子市拥有四个生产基地,两个研究院、32家制造企业,与国外的一些一流企业都有合作。原本,大全集团是小批量、分散型采购,这样就丧失了绝对的话语权。而现在将物资采购委托给易派客,平台汇集起批量需求,增强了议价能力,采购降本成效显著,根据目前情况来看,物资的采购成本比之前下降10%至20%左右。

“易派客不仅能满足公司的基本物资采购,还能实现定制化物资需

求。以大全集团钢板采购为例,部分型号的产品只有国内少数大型企业能够提供,而这些企业一般都处于行业强势地位,对于小批量、单品种、定制化的民营企业的需求,很难直接与之达成合作。”蔡金洪表示,“通过易派客,则有效地解决了这个难题。易派客依托中国石化自身的巨量采购需求以及既往的长期合作关系,通过一揽子定制委托,既可获得质量过硬的采购物资,满足企业定制化的专业物资需求,也能显著降低企业的采购成本。”

在供给侧结构性改革以实现制造企业的转型升级目标的背后,易派客的使命就是助力制造企业产品升级、品质提优、成本降低,这与平台的核心特点分不开。

“易派客以供应链为支撑,汇集甄选百万工业品优质资源,为用户提供一站式采购服务。让采购资源更丰富,采购决策更专业,采购过程更高效,采购结果更满意。”方啸天说,以中石化强大的技术支撑、专业深厚的评标队伍为盾,可为客户提供采购、销售、金融等方面的服务。

未来,从“心”出发

中国石化作为易派客供应链的核心企业,关联近3万多家供应商企业,拥有百万种以上的商品。其通过易派客平台,集成上下游间的纵向产业链和企业间互融互通的横向供应链,打造“互联网+供应链”的工业品电商运营新模式,以专业化的采购、简约化的服务、精品化的体验,为工业企业提供性价比最优的产品匹配对接、流通交接。

“假设我们有钢管的采购需求,而钢管的制造原材料又来自于上游的钢坯制造商,这时易派客可以集成钢坯的需求,与一流的钢厂洽谈合作,以最优性价比一次性采购数千吨甚至上万吨钢坯,并将钢坯交与钢管

制造商,这样就实现了从源头上严控质量。如果产品制造的各个环节都能实现有效的质量控制,最终产品品质才能得到保证。”方啸天说。

难怪栾桂保感触有了改变:“之前与贸易商打交道比较多,存在采购物资质量不稳定的现象,而且沟通成本较高,整个流程也比较繁琐,现在通过易派客,简约方便,质量有中国石化专家型采购人员把关,从目前物资采购的结果来看,没有出现任何质量问题。”

易派客有“四心”价值观,即:让用户舒心、安心、省心、放心。

“我们突破传统的B2B采购模式,以专业语言,简约、直观地融汇工

业品的技术标准和参数规格,使选购商品更轻松。在流程上,有机融合供需双方管理需求,科学匹配,使采购过程更准确、高效、顺畅。化繁为简,让用户更舒心;通过现场监造、飞行检验以及各环节的质量控制,确保每一件上线产品都是行业领先、技术先进、品牌正宗、原厂生产。质量第一,让用户更安心;专业采购专注于性价比比较,有了比较,就有了对的买卖,最优性价比,让用户更省心;完备的供应商评级、订单执行评价体系,加以不断完善的诚信体系建设,让客户对供应商的信用等级‘摸得着、看得见’,让用户更放心。”易派客一位负责人对此表示。

而对于时代赋予的供给侧结构性改革命题,易派客也有自己的使命和蓝图。易派客负责人表示,易派客这个电商平台不同于中国,也不同于全球任何一家电商网站,它传承了中央企业持续发展的强大基因,拥有着自身发展的内在基础,蕴含着中国国有企业改革以及向前发展的内生动力,这也是易派客蓬勃发展的潜能所在。

易派客是中国石化服务供给侧结构性改革的一个大平台、一个试验台,也是中央企业展现身手和创造价值的大舞台。

未来的路还很长,一切从“心”出发。

易派客“突围”： 探寻供给侧改革之策

■ 本报记者 石岩

经过经济高速增长时期,中国企业正步入转型升级阵痛期。高成本、高库存、重资产的通病,让企业不得不放慢脚步,亲身经受着转型升级的考验。

在此基础上,供给侧改革上升到国家层面。供给侧结构性改革的一个重要目标就是要实现制造企业的转型升级、提质增效。如何助力制造企业产品升级、品质提优、成本降低?中国石化物资装备部主任(国际事业公司总经理)王玉冰认为,“作为企业发展的主动脉供应链环节,是供给侧结构性改革取得实效的关键。”

据不完全统计,中国规模以上企业工业品产出达110万亿元,通过中国的物流体系进行流通,如何通过供应链进行优化匹配,在生态中降低成本,以此释放110万亿的市场红利?已成为社会性课题。

中国石化主动打破供应链资源“围墙”,以旗下工业品电商——易派客为平台,探索推进企业供应链之间的战略合作和融合互通,助力供给侧结构性改革。

“国民”联手探寻供给侧改革之匙

自2015年平台成立以来,易派客不断“突围”,成果不断。

今年9月,易派客与ABB集团洽谈,双方实现跨界,联手开展电商业务合作。与中国钢研集团钢铁研究总院签署技术合作协议,将为供应链上下游企业提供包括钢材牌号搜索、智能匹配和产品实物质量评级等服务。与民营企业大全集团展开合作,将其自身9.58亿元的采购需求交由易派客负责。

大全集团总裁徐翔在谈及此次与中国石化的合作时表示,工业品的采购不同于其他商品,质量的可靠性非常关键。“而集团对工业品采购近乎严苛的态度让我们走到了一起”。徐翔如是表示。

作为民企,大全集团原本就是小批量、分散型采购,而对于一些小批量、单品种、定制化的民营企业的特殊物资,很难直接与之达成合作。而现在将物资采购委托给易派客,平台汇集起批量需求,增强了议价能力,采购降本成效显著,根据目前情况来看,物资的采购成本比之前下降了10%至20%左右。

“易派客不是一般意义上的第三方交易平台,也不是单纯的商业化的采购代理,易派客拥有着30多年来积淀的强大的采购资源掌控能力和议价能力,提供的是一揽子、专业化的系统解决方案。”徐翔说,易派客的专业采购人员甚至比大全集团的人员更具专业性,真正体现出了“让采购更专业!”在合作中,大全集团获益匪浅。

易派客负责人认为,双方的合作可以从三个维度来诠释,首先是央企与民企的合作,双方致力于更宽领域、更广范围的互融、互通,探索出共享、共赢的合作样本和模板,在实践中共同找寻供给侧结构性改革的钥匙;第二,是国有资本和民营资本意志的嫁接联合,在中国特色社会主义市场经济环境下的合作中实现优势互补、机制互融、资源共享;第三,这也是中国石化跳出企业、行业、产业“围墙”,在后工业时代敞开大门,借力“互联网+”,探寻一条提质增效、转型升级,走向高端产业的实践路径。

据悉,早在2000年,中国石化已经建立起完善的电子化采购系统,此为易派客的前身,每年有超过2000亿元的物资采购通过该系统完成。易派客所采购物资的种类范围横跨第二、第三产业,覆盖全国96个行业类别中的66个,每个行业背后都有一条供应链支撑。多年巨量的工业品采购,令中国石化拥有一支1.5万人的专业采购队伍和持续优胜劣汰后的数万家优质供应商群体,积累了深厚的核心供应链资源。

通过易派客平台,中国石化与民营企业联手,实现优势互补、经验互融、资源共享,把成果共享于社会,助力供给侧结构性改革。

争做供给侧改革的践行者

供给侧结构性改革的一个重要目标就是要实现制造企业的转型升级,为需求侧提供品质优良、竞争力强的适销对路产品。如何助力制造企业提质增效、成本降低?

王玉冰表示,随着网络化的普及,原有的信息不对称的红利消失了,过去产品主要依靠市场辐射半径、客户关系、资源关系来实现商业盈利。互联网时代下的竞争性企业,信息将充分对称,竞争靠的是实力。

“易派客提供一个公平公正的选优汰劣平台和机制,运用移动互联网的技术实现企业信息充分对称,让所有的企业在易派客平台同台竞技,持续提升改进产品,实现品质最优、价格最优。”王玉冰说,或许经过几年以后,这个领域的竞争者在经过大浪淘沙后,都能实现最优秀的产品、标准不断助力产业迈向高端化、国际化,这也是引导供给侧结构性改革的路径。

下一步,中国石化将通过易派客平台,集成上下游间的纵向产业链和企业间互融互通的横向供应链,打造“互联网+供应链”的工业品电商运营新模式。纵向贯通产业链,把采掘业、制造业、服务业纵向贯通起来。横向融通供应链,是指交易双方必须是易派客的供应商,被认可的供应商可以销售产品给另一家供应商,通过易派客平台形成高品质产品的互融互通,从而形成一种良好的生态链。

王玉冰还表示,作为央企,要站在国家供给侧结构性改革的高度,争做供给侧结构性改革的践行者和先行者。

“如何助力改革的破题?需要我们戒盲戒信,要以包容合作的心态,放下身段,不以体量大而自居,不以格次高低而妄论,尊重市场,勇于探索。”王玉冰说。

这也正是易派客的使命,它是中国石化服务供给侧结构性改革的一个大平台、试验台,同时也是创造价值的大舞台。