

Ventas

En 2018, el negocio de ventas de la compañía comprendió completamente las características de los cambios en el mercado, mejoró constantemente la estrategia de competencia del mercado, fortaleció la integración de la producción y las ventas, y llevó a cabo profundamente el marketing integrado de "aceite (aceite refinado), tarjeta (tarjeta de combustible), productos (no petroleros), aceite (lubricante) gas (gas natural)" con lo que aumentó sin cesar la competitividad y la rentabilidad del mercado.

Ventas de Aceite Refinado

En 2018, el mercado nacional de venta de petróleo refinado mostró las características del exceso de recursos, el consumo de energía limpia y las entidades industriales diversificadas, y la competencia se volvió cada vez más fuerte. A través del fortalecimiento continuo de la comercialización activa y la comercialización fina, la compañía implementó estrategias regionales de comercialización, profundizó la operación integrada de ventas al por mayor y minoristas e innovó varios métodos de promoción de ventas. El volumen de ventas de productos refinados de petróleo continuó creciendo. Las ventas anuales de productos refinados de petróleo fueron de 117,36 millones de toneladas, un incremento del 2,8%.

Con el fin de proporcionar un aceite más limpio y de mejor calidad a la sociedad, la empresa promovió activamente la mejora de la calidad del aceite. Para fines de 2018, los almacenes de petróleo y las estaciones de servicio de la compañía completaron la actualización y el reemplazo de diesel y gasolina conforme al Estándar Nacional VI, logrando el suministro completo de los productos petroleros del Estándar Nacional VI.

Construcción y Operación de Redes de Marketing

La compañía se enfocó en promover la optimización de la estructura de la red de marketing y la mejora de la calidad, especialmente para fortalecer continuamente la inversión en las áreas circundantes de refinerías, áreas centrales urbanas, áreas a lo largo de los autopistas, áreas de atracciones turísticas y otros lugares, para servir y garantizar el desarrollo de alta calidad de las ventas de petróleo refinado. En el año, se desarrollaron 506 nuevas estaciones de combustible (gas), 445 se pusieron en operación y con un aumento de la nueva capacidad de venta al por menor de 2,92 millones de toneladas al año. A finales de 2018, el número total de estaciones de servicio operadas por la compañía en China alcanzó los 21.783.

Fortalecimos la transformación y la actualización inteligente de las estaciones de servicio, aumentamos la innovación de "Internet + Marketing" y creamos un círculo ecológico de "personas, automóviles y vida". Al integrar 95504, la cuenta pública de WeChat, APP y otros portales de plataforma, se amplió el alcance de las aplicaciones de pago por Internet y se promovió la integración de las ventas "en línea + fuera de línea". Profundizamos la cooperación con SAIC Motor, JD.com, China Bank of Communications y otras compañías, y gradualmente construimos estaciones de servicio desde la plataforma de ventas de productos petroleros hasta una plataforma de marketing integrada.

Negocio No Petrolero

El negocio no petrolero se enfocó en mejorar la operación y administración de tiendas de conveniencia e implementó marketing preciso, operación profesional y administración refinada. Promovimos el

Crear las estaciones de servicio 3,0

Con el rápido desarrollo de Internet, el big data y la tecnología en la nube, la compañía aceleró la construcción de una estación de servicio 3,0, es decir, utilizando una estación de servicio como plataforma, con la ayuda de nuevas tecnologías y nuevas ideas, para lograr la "Estación de servicio + Internet + N" y construir en todos los sentidos un círculo ecológico de "personas, automóviles y vida".



desarrollo, la operación y las ventas de sus propios productos y mejoramos la competitividad de los productos básicos clave. En 2018, lanzamos nuestra propia marca de gama alta "uSmile Premium+" para productos no petroleros. Expandimos activamente el negocio de servicio automotriz y el negocio de bienes importados, y cooperamos con marcas como KFC y McDonald's para construir restaurantes de transporte de automóviles en Hebei y Heilongjiang. En línea con las necesidades de desarrollo comercial, aceleramos el ritmo de la cooperación de empresas conjuntas en áreas comerciales como publicidad, envasado de agua, seguros y plataformas de ventas electrónicas. En 2018, logramos un ingreso de negocios no petroleros de 23,1 mil millones de yuanes, un aumento del 24%.

Negocio de Lubricantes y Ventas de Pequeños Productos Refinados

El negocio de los lubricantes aprovechó activamente la integración de la producción, la investigación y desarrollo y las ventas, y su eficiencia operativa mejoró significativamente. El volumen de ventas anual fue de 1,63 millones de toneladas. El volumen de ventas de las ocho categorías principales de productos logró un gran aumento año tras año. En particular, los productos de alto valor agregado como el aceite para vehículos, los productos auxiliares para vehículos y el aceite industrial aumentaron significativamente. El aceite para vehículos aumentó un 14% año con año y el aceite industrial incrementó un 11%. Se logró un progreso positivo en la investigación y el desarrollo del aceite del transformador convertidor y el aceite del motor de gas.

En 2018, el negocio de productos pequeños refinados de la compañía alcanzó un volumen de ventas de 32,94 millones de toneladas, y el volumen de ventas de material enrollado impermeable y nafta alcanzó un nivel récord. La compañía continuó siendo el mayor proveedor de asfalto en China.