

成品油销售企业经营中新兴信息技术应用趋势研究

周 刚 潘 勇

(中国石油天然气股份有限公司黑龙江伊春销售分公司, 黑龙江 伊春 153000)

摘 要: 新兴信息技术在成品油销售企业发展中发挥着重要的作用, 有助于成品油销售企业对自身的业务进行整合, 优化业务流程, 提升经营效率。本文对新兴信息技术在成品油销售企业中的应用价值进行分析, 重点分析了新兴信息技术的应用趋势, 并提出了成品油销售企业信息技术公关的具体策略, 为成品油销售企业发展提供帮助。

关键词: 新兴信息技术; 成品油; 销售企业

0 引言

随着时代的发展, 企业之间的竞争日益激烈, 企业发展时需要根据自身情况合理的使用新兴信息技术, 充分发挥新兴信息技术的作用, 推动企业发展。近些年来社会进入到信息和技术时代, 外部市场环境发生变化, 成品油销售企业树立正确的观念, 做好新兴技术公关工作, 研发新技术, 应用新系统, 有效提升经营效率, 这样才能在市场竞争中更好的生存下来。然而当前成品油销售企业技术应用不全面, 为此对成品油销售企业技术应用情况进行分析, 提出技术研发的相关对策, 加快成品油销售企业发展。

1 新兴信息技术在成品油销售企业经营中的应用价值

1.1 增加营业收入

新兴信息技术的应用能够帮助成品油销售企业获得更多的收入, 成品油销售企业利用信息技术可以准确了解用户的需求, 根据用户的需求提供针对性的产品以及服务, 这样可以培养很多忠诚客户, 从而为产品销售奠定基础, 增加销售收入。例如在便利店可以根据用户的需求提供针对性的产品, 有助于成品油销售企业更好的发展。

1.2 提升资源利用率及人工劳效

新兴信息技术在成品油销售企业经营中应用能够提升资源利用效率, 成品油销售企业利用各种技术可以了解仓库物资的具体情况, 为物资管理工作开展奠定基础。不仅如此通过新兴技术充分了解用户的需求, 开展差异化营销, 立足于受众的具体情况, 提供不同的服务, 有效增强用户的体验, 从而为成品油销售企业发展奠定基础。新兴信息技术在成品油销售企业中应用还能够有效的提升人工劳效率, 利用先进技术可以减轻人工工作量, 提升劳动效率。在进行油品销售

时可以通过机器人加油提高工作效率, 同时有效降低人工成本。而在非油销售方面, 通过电子扫码盘点准确了解库存情况, 降低库存风险, 确保合规经营。

2 成品油销售企业经营中新兴信息技术的应用分析

2.1 模式识别

模式识别指的是对事物以及现象的综合信息进行全面的分析, 从而对事物以及现象进行全面的分类和解释。模式识别应用的领域相对来说较为广泛, 可以应用到图像处理、通信、数据挖掘等领域。成品油销售企业可以根据自身的情况合理的应用这一技术, 对加油站内部的视频进行分析, 获取人口特征的有关信息, 从而明确营销组合。比如说加油站加油机多媒体客户互动屏上一般都装有摄像头, 可以对客户的性别、年龄等进行了解, 通过这些信息合理的定制促销信息。在便利店内则可以根据客户停留时间、排队状况以及关注的商品, 对货物陈列布置进行优化。除此之外还可以及时发现一些异常行为, 从而采取合理的手段, 规避风险, 提升经营效率。

2.2 增强现实

增强现实也是一种常用的新兴信息技术, 这种技术是基于虚拟现实发展起来的, 因此也可以称之为混合现实。增强现实是利用计算机信息增强用户对真实世界感知的一项技术, 将一些虚拟的信息应用到现实世界, 将计算机系统生成的一些虚拟的场景应用到生活中, 从而实现增强现实的目的。

成品油销售企业发展时可以利用这项技术, 做好用户引导工作, 让用户了解附近加油站的相关活动, 同时可以对库存管理工作提供帮助。例如说可以在汽车挡风玻璃上投影相关的路线, 让用户了解周边加油站的基本信息。可以了解仓库物资情况, 做好商品上

架。仓储管理人员携带智能眼镜，这样可以帮助仓储管理人员更好的进行操作，选择合适的出入库路径。在设备维修时使用这一技术可以在施工物体上连接标记器，通过现实系统描绘图像。在便利店中应用这项技术可以模拟虚拟货架以及商品，这样可以更好的了解促销情况，从而指导促销活动顺利进行。

2.3 社交媒体、移动互联、大数据、云技术

成品油销售企业在发展时还可以合理的应用社交媒体、大数据、云技术等技术，对技术进行整合，构建生态圈，然后进行拓展，将客户作为业务中心，开展数字化业务。利用社交媒体中的公众号可以提供一些常见的生活信息。与电商企业进行合作能够提供O2O服务；不仅如此成品油销售企业还可以与互联网公司进行合作，为用户提供本地服务，打造生态圈，提供多元化的服务。利用APP可以向用户推送产品、服务的有关信息；通过大数据分析了解用户对润滑油的具体需求，做好产品创新工作，提供符合用户需求的产品。

2.4 3D 仿真技术

3D仿真是利用计算机技术，模拟生成一个真实性强、具有听觉、视觉以及触觉等多感知的虚拟环境。用户可以通过设备以及技能将虚拟环境与实体进行互动的现代化技术。成品油销售企业在发展时可以充分使用这一技术，将这项技术应用到加油站布局设计、便利店货物摆放、内部陈列等领域。在规划加油站时利用这项技术模拟相应的地形，然后在地形上可以进行搭建，模拟建设完成以后的情况，及时发现布局中不合理的地方，并进行优化。在进行商品摆放时应用这项技术可以提升空间利用效率，确保内部摆放合理、整洁。同时3D仿真技术还可以应用到设备检查、维修等领域，提升工作效率。

2.5 车联网

车联网指的是在车辆上装载电子标签，通过多种识别技术，通过信息网络平台可以对车辆的静态信息以及动态信息进行掌握，并合理的利用这些信息。根据功能的不同对车辆的状态进行监督，提供综合、全面服务的系统。成品油销售企业在发展时可以合理的使用这一技术，对物流车辆的运行情况进行监督。同时可以与汽车制造企业进行合作，开发应用，对车主的行为以及驾驶习惯进行监督，并根据情况推荐相应的润滑油，将促销活动反馈给用户。

2.6 数字供应链

数字供应链是综合运用各种技术，包括云技术、

社交媒体以及大数据技术，对各种资源进行整合，提升资源利用效率。在人才流方面，数字供应链主要应用在品牌专家引入、获取库存数据；利用计算机模拟员工培训；原来的手工管理由自动决策替代。在信息流方面，通过数字供应链可以获取虚拟信息，并利用社交媒体进行分享；使用跟踪技术可以准确了解包裹的具体位置；对数据进行整合，通过数据分析从而提升服务水平。在物资流方面，可以利用APP软件将加油站的促销活动通知给客户，吸引客户；在实体店中可以提供取货、退货、客服等服务。在资金流方面，可以应用到资金链管理方面；提供银行结算服务；基于移动消息的手机支付手段支付。

2.7 FRID/NFC 手机支付

无线射频识别（FRID）是一种不用接触就能识别的技术，通过发射射频信号识别目标，然后获取相关的信息 and 数据。NFC近场通信技术是无线射频识别和互联网互通技术演变发展形成的，在单一芯片上结合感应式读卡器、感应式卡片和点对点的功能，能够识别兼容设备，并完成数据交换，但是对于距离具有一定的限制，短距离内才能实现这一功能。成品油销售企业发展时可以合理的应用这两种技术，对前庭加油机、车辆进行改造。通过这种模式可以让用户在室外就利用银行卡、NFC手机进行支付，提升支付效率。

2.8 多媒体互动显示屏

成品油销售企业发展时可以应用多媒体互动显示屏，具体而言可以在加油泵上配备显示屏，通过显示屏可以进行产品介绍、促销以及广告宣传等工作。在客户等待加油的过程中可以根据加油面的不同、状态的不同播放不同类型的广告。在结合现有加油站的促销方式，积极利用二维码技术以及射频技术开展促销活动，提升交易支付效率。

3 成品油销售企业经营中新兴信息技术公关保障策略

3.1 转变观念重视技术研发

新兴信息技术对于成品油销售企业发展而言具有重要的作用，关系着企业发展。成品油销售企业管理人员需要树立一个正确的认识，积极构建数字化运营服务平台，为业务转型升级创造条件。当前很多成品油销售企业对于技术、系统研发工作不够重视，针对这种情况可以与高校进行合作，邀请高校讲师对企业管理人员进行相关的教育，让管理人员对新兴信息技术具有一个全面的认识，在这项工作中投入大量的精力，构建完善的管理制度，从而保证技术研发工作顺

利进行。成品油销售企业要定期对技术研发工作的实施情况进行考核,通过考核查看各项工作是否落实,对于技术研发工作中的不足进行优化,有效提升研发效率。成品油销售企业要构建完善的管理制度,从人才、资金、物力等多个角度入手,为技术研发提供保障。

3.2 培养专业技术研发人员

成品油销售企业在研发新兴信息技术时需要打造一支专业的技术研发人员,成品油销售企业可以对现有的研发人员进行培训,在培训前可以对研发人员的能力进行评估,通过评估发现现有研发人员能力方面的不足,从而选择合适的培训内容。在培训方式方式可以采用线上和线下相结合的方式,有效提升培训效果。线下培训方式容易受到时间和空间的限制,为此可以增加线上培训的比重,为培训活动实施提供便利。培训完成以后可以对培训活动的实施效果进行跟踪调查,从多个角度入手,包括资金利用效率、研发人员能力提升、培训计划完成等,资金利用效率高、研发人员的能力得到有效的提升以及培训计划顺利完成则说明培训活动具有效果,反之则表明针对研发人员的培训活动存在不足,这就需要进行优化。除此之外技术研发人员也需要具备一定的自主学习能力,在日常生活中进行知识的学习,积极与同事进行沟通,学习其他同事的工作经验,取长补短,弥补自身能力方面的不足。成品油销售企业还可以适当的开展一些招聘活动,聘请高校毕业生从事相关的工作,将毕业生掌握的知识应用到具体实践活动中,为系统研发奠定基础。

3.3 加大资金投入力度

“双碳”、“数字中国”、数智化技术、消费者变化这些因速度加油站业务开展具有重要的影响,成品油销售企业需要根据自身的情况,制定合理的发展战略,明确发展思路。具体而言成品油销售企业可以采用“三三三”的工作思路,根据自身的情况明确系统转型升级的具体框架,为系统优化工作开展提供指导。在优化系统时需要将客户以及数据作为核心,通过数据分析有助于系统体系建设。成品油销售企业打造一个智慧化运营核心,通过三个层次的递进,逐步实现加油站内部之间、加油站与加油站之间、加油站与合作伙伴之间“实时互联互通”,提升企业经营效率。

成品油销售企业要根据自身情况,加大资金投入力度,为技术、系统研发提供资金支持。同时对资金

的使用情况进行监督,避免出现资金浪费的情况。成品油销售企业在构建系统时要根据自身的情况选择合适的模式,不同的企业具有不同的特点,成品油销售企业可以学习其他企业的系统模式,但是要根据自身的情况进行合理的创新,通过这种方式才能更好的发挥系统的作用。在进行系统研发时需要利用大数据技术,对企业的受众情况进行划分,了解不同受众的需求,根据受众的具体要求提供针对性的服务,这样有助于石油销售企业更好的发展。在系统建设完成以后要对系统的运行情况进行监督,通过监督及时发现系统运行中存在的安全隐患,做好维修工作,提升系统的使用寿命。

4 结束语

面对当前激烈的市场竞争,企业发展时要根据自身的情况,合理的应用新兴信息技术,充分发挥信息技术的作用,提升运行效率。当前新兴信息技术的类型较多,成品油销售企业可以选择合适的基础。成品油销售企业在发展时要做好技术、系统研发工作,具体而言可以从三个角度入手,包括转变观念重视技术研发、培养专业技术研发人员以及加大资金投入力度,采用这些手段能够提升新兴技术研发效率,为成品油销售企业发展而言奠定一个良好的基础。

参考文献:

- [1] 李婉婷. “全盘互联网+”助力中石油销售公司加速发展的研究 [J]. 现代商贸工业, 2023, 44(17): 69-71.
- [2] 王佳. 云计算的石油销售企业信息化建设应用研究 [J]. 科技资讯, 2023, 21(12): 243-247.
- [3] 刘小明. 石油销售企业科技成果转化探索研究 [J]. 中国石油企业, 2023(05): 86-89.
- [4] 王琦, 等. 大数据在石油销售企业精准营销中的应用 [J]. 电子技术与软件工程, 2023(05): 225-228.
- [5] 檀飞. 信息化技术在油品销售企业“三基”管理中的应用探索 [J]. 石油库与加油站, 2023, 32(01): 35-38+53.
- [6] 姜文嵘, 等. 系统运维知识图谱构建及应用——以中国石油销售领域为例 [J]. 石油知识, 2023(01): 44-46.
- [7] 黄胜文, 高增. 石油销售企业数字化转型探索 [J]. 北京石油管理干部学院学报, 2022, 29(02): 72-76.
- [8] 张永强. 石油销售企业自动化和信息化建设模式初探 [J]. 化工设计通讯, 2021, 47(01): 155-156.
- [9] 孟祥虎. 借助信息化建设提升石油销售公司管理水平的建议 [J]. 中国石油和化工标准与质量, 2021, 41(02): 88-90.