

加油顺便“取货”，真的方便吗？

中石化开网店，开创“网上下单、加油站自提”新模式 网购一族不看好，称省下了快递费，却多烧了油钱

网购时代，运费便宜的商家总是更能获得消费者青睐，商品的运输成本成了电商们绕不开的话题。近日，中石化旗下易捷网宣布在北京范围内推出“网上订购，可至自家加油站网点提货”的新举措。

网友们大呼新鲜之余也有人质疑：这，真的方便吗？

■见习记者 朱蓉 实习生 唐文英 余亚运



■制图/陈琼元

【调查】尝鲜的人并不多

到加油站自提网购货物，对不少人来说，可能是个闻所未闻的新鲜事。

北京天利加油站相关工作人员在电话中告诉记者，现在中石化确实已经在北京范围内推行了此项措施，加油站可以二十四小时提供取货服务，但目前使用这项服务的顾客还不是很多。

记者在易捷网上发现，大多数已售出的商品都没有顾客参与评论，6月28日

【质疑】只方便了少数人

易捷网现阶段进行销售的商品主要是汽车用品、润滑油以及食品饮料、酒类百货等日常生活用品。记者注意到，除了与汽车相关的产品外，其他都是在普通的便利店即可买到的商品，在同类商品所提供不同品牌的选择上，还远远比不上便利店的种类齐全。

采访中，有车主对这种新模式表示认同。加油站遍布城市各个角落，网上下

推出的三样团购商品，到目前为止参团人数仍显示为0。

虽然网上下单、加油站取货的业务还未推广到湖南，但易捷网上的中石化加油卡充值业务在长沙已经得到了全面推广。中石化四方坪加油站的工作人员介绍，使用易捷网上石油充值卡的顾客，大多是冲着不需找零又能积分兑礼去的，销售情况很好。

单、加油站取货对于有车一族来说，无疑解除了购物时寻找停车位的烦恼。特别是如果要购买一些搬运携带不易，又或者使用快递进行运输成本太高的大件商品，这样做可以省不少运费。

但对于没车的消费者来说，加油站网点自提似乎并不“高明”。长沙市民潘先生直言，宁愿多花点钱，快递送上门，省时也省力。

业界声音

对快递业务影响甚微

网上购物、加油站取货，省了中间的快递费用，这会对传统的物流公司业务产生冲击吗？对此，某知名快递公司的负责人似乎并未感到危机。他表示，快递公司业务范围较广，包括大型货物运输、企业单位商务文件、事业单位公文信函等，电商业务只是公司业务中的一小部分。易捷网作为B2C，还刚刚起步，并不足以影响整个快递行业的经营状况。

专家观点

仍需进一步资源整合

湖南大学营销系主任喻建良教授认为，中石化易捷网这种“网购自提”模式，短期内对其他购物网站的冲击不大。首先，中石化销售的石油、润滑油等产品，原本就不是其他购物网站的经营范围。退一步说，在多年的网购经验影响下，消费者更习惯送货上门的物流模式，前往加油站自提相对来说还是有些麻烦的。这种营销模式还需要在实践中进一步摸索和改善。

@微评论

鼓掌派

◎幸运的小石：中石化在全国有那么多加油站，要是运作得当，京东苏宁神马的就悲催了，中石化有钱烧得起啊！看来以后可以把它当零售股了。

◎宁已致远：方便了开车人，车上应该安装自动点货功能的设备，读取货品信息，看看有没有差错、数量对不对。

拍砖派

◎quntinchun：省下的快递费会比开车去加油站的油费便宜吗？反正我不会尝试。这种类似于社区营销的模式可能更适合大件数码产品，但未必适用于日化用品。

◎电商行者：很多加油站之间没啥联系，更别说系统化，还不如邮政的网点分布广，不看好！再说网购不就是图送货上门方便吗？

经济信息

首届医药电子商务高峰论坛——寻找医药电商物流的金钥匙

由国家相关部门指导，商康医药网承办的中国(长沙)首届医药电商物流高峰论坛的开幕在即，此次高峰论坛的举办到底能否为医药电商突破物流瓶颈，找到打开医药电子商务未来财富之门的金钥匙，成为了日前业内讨论的热点话题。

同诸多处于上升期的行业一样，我国医

药电商也面临着不断的考验。随着今年以来多名网上药店高管的相继离职，网上药店陷入动荡期的言论开始淹没这个行业。有业内人士分析称，发展的瓶颈主要体现在内功建设的欠缺上，对网上药店而言，真正的发展必须建立在完善的商品采购体系、物流配送体系等基础功能建设上。

据悉，此次中国(长沙)首届医药电商物流高峰论坛将以平等、互惠、合作和共赢为宗旨，立足国内，通过对电子商务和现代物流发展趋势的分析研讨，引导医药行业上下游厂商转变传统观念，探索、推广医药新型流通模式，整合社会资源，推进医药电子商务和现代物流的发展。

届时，国内十大医药电商巨头齐聚此次高峰论坛，将就医药商务时代下的物流创新服务、医药电商物流运营的人才战略等方面展开讨论和探索，相信经过为期两天的交流，医药电商行业定会取得实质性突破，进一步一个脚印地找到医药电商行业的金钥匙。



领航相伴 翼起成长 中国电信正式发布“天翼领航”品牌

2012年6月28日，中国电信在全国统一发布“天翼领航”客户品牌。这是中国电信在商业主品牌“天翼”引领下，面向企业客户推出的客户品牌，也是继推出年轻个人客户品牌“天翼飞Young”、家庭客户品牌“天翼e家”后，第三次推出客户品牌。

秉承“天翼”分享无限的品牌理念，“天翼领航”以“分享无限价值”为品牌核心内涵，不仅涵盖手机、宽带、固定电话等基础通信产品，还包括旺铺助手、外勤助手、网络发

票、翼机通、翼校通、全球眼、天翼对讲、协同通信、综合办公、总机服务等丰富实用的信息化产品，并针对客户需求组合适配的行业应用方案，支撑各种类型企业的信息化。

除了核心产品和套餐外，发展终端和完善服务，也是“天翼领航”品牌的魅力所在。在终端上，既有iPhone4S、诺基亚、三星、摩托罗拉等高端机型，也有HTC、小米这样的中端潮流机型，同时也不乏华为、联想等国产品牌，可以满足不同层次企业用户的多种需求。在服

务支撑上，将推出以客服热线10000-9、网上营业厅、在线客服为主的电子服务模式，提升服务效率。在传统营业厅，则以业务体验的形式，增进客户对天翼产品的了解。

作为湖南“四化两型”建设的重要力量，中小企业在我省经济社会发展中发挥着非常重要的作用。在激烈的商业竞争和快速成长的经济环境中，中小企业希望通过更具创新性、更便捷的技术化手段增强企业竞争力，信息化已成为中小企业增强竞争力、实现进一步发展的的重要途径。

作为省内最大的基础网络运营商，湖南电信依托品牌、服务、网络、渠道和客户资源优势，针对中小企业的信息化需求，有效整

合行业应用合作伙伴资源，打造“天翼领航”品牌，能为省内中小企业提供一整套专业性、针对性、灵活性兼具的行业信息化解决方案，极大降低中小企业使用信息化产品的消费门槛，而且能够为中小企业消除技术壁垒和投资风险。

中国电信凭借天地一体化的优质网络、丰富的3G终端、卓越的系统集成能力、信息化解决方案、全方位便捷的服务，“天翼领航”将有效解决企业在生产、销售、服务、管理等各个层面的信息化问题，全面支持企业客户提升信息化水平、降低成本、提高效率、创新产品、改善客户服务、防范经营风险、增加商业机会，与企业共享蓝海价值。

国美电器第五届摄影大赛 青春永远不毕业

时值2012年，国美第五届摄影大赛已经拉开帷幕。届时，国美电器将举办“青春永远不毕业”摄影大赛，同时，国美将携手佳能、尼康、索尼、卡西欧、奥林巴斯、三星、富士、松下、惠普等国内外知名数码厂商共同举办，摄影作品提交时间为6月26-8月12日，可通过指定活动网站(http://2012.

gome.com.cn/photo) 专题参与，需填写有效联系电话，或将作品在微博上发布，网友可参与转发。摄影作品由国家一级摄影师朱怡钰、中国民俗摄影协会常务理事江之源等摄影大师共同评选，于2012年8月20日正式公布比赛结果。

“青春永远不毕业”摄影大赛

据湖南国美电器3C相关负责人介绍：本次“青春永远不毕业”摄影大赛奖项分为：专业评审大奖1名，奖品为价值26999元尼

康D800；一等奖1名，价值29999元佳能5DMARKII；二等奖3名，奖品为价值10000元尼康D7000；三等奖5名，奖品为价值2499元HP C310多功能打印机；入围奖20名，奖品为价值1500元数码相机；微博转发奖设100名，价值1000元旅游券。奖品由国美电器总部直接快递送出。

参加摄影大赛 赢摄影优惠券

在暑期来临之际，国美的学子暑期大型活动时间为6月29日至7月31日，全系3C潮

品直破网价，学生消费者可通过参与摄影大赛获取价值200元摄影优惠券，仅限在国美实体店使用，本券不可累积使用，限使用一次，消费者可利用优惠券购买索尼DSC-TX66、NEX-CN、DSC-HX30；三星DV300F、WB150F、ST88；佳能DXU5310、1100D(18-55)；松下ZS20；尼康S100。

参加国美第五届摄影大赛，一起回忆那些年我们一起追过的青春岁月，也许就有一部专业摄影相机正等着您！也许你就是那位幸运儿！