

## Сбыт

В 2017 году в операции корпорации по сбыту упор сделан на тонком маркетинге, акцент сделан на работе в целом. Продвинуто улучшение качества маркетинговой сети, углублены «Интернет+Маркетинг» и интегрированный маркетинг «нефтепродуктов, заправочных карт, нефтефтяных операций, смазочной продукции», последовательно повышен уровень рентабельности.

### Сбыт нефтепродуктов

В 2017 году на отечественном рынке нефтепродуктов предложение продолжало превышать спрос, шла жесткая конкуренция. Путем оптимизации распределения ресурсов, тесной связки производства и сбыта, наращивания по возможности сбыта бензина, стабилизации сбыта дизельного топлива и других мер корпорации удалось сохранить тенденцию роста в сбыте нефтепродуктов на внутреннем рынке. По итогам года сбыт нефтепродуктов составил 114,16 млн. тонн, который вырос на 1% по сравнению с предыдущим годом.

### Формирование и функционирование сети сбыта

Корпорация активно расширяла и оптимизировала размещение сети маркетинга, непрерывно наращивая сбытовую способность. За год вновь развиты 623 АЗС, из которых 463 построены и запущены, прирост способности розничной торговли составил 3,79 млн. тонн. к концу 2017 года у корпорации общее количество работающих АЗС в стране составило 21 399.

Корпорация в дальнейшем наполнила АЗС функционалом. В операции заправочной карты в качестве ядра всесторонне усилен интегрированный маркетинг «нефтепродуктов, заправочных карт, нефтефтяных операций, смазочной продукции», продвигалось межотраслевое сотрудничество и объединенный маркетинг. Углублены четырехсезонное тематическое продвижение и продвижение разных брендов, осуществлялась упорядоченная эмиссия заправочных карт. По итогам года были выпущены 22,42 млн. заправочных карт Куньлунь

и карт разных изделий. Активно внедрялись официальный аккаунт в WeChat, оплата третьей стороной и приложение операции розничной торговли (APP), что привело к быстрому росту размера онлайн-клиентов и объема онлайн-операций. Непрерывно расширялся масштаб объединенного маркетинга, организованного с такими партнерами, как Шанхайская автомобилестроительная корпорация, Транспортный банк Китая, платежная система Alipay, интернет-ритейлер JD.COM и др. Путем полномасштабного внедрения доверенного управления, управления целевой ответственностью, лизинга капитала плюс вывод брендов по модели «3+1» и наведения порядка в станциях «двух низкостей» (низкого сбыта и низкой эффективности) повышен уровень маркетинговых услуг АЗС.

### Нефтефтяные операции

Среди этих операций ключевой стала операция минимаркетов. Обеспечен стабильный рост по доходам и прибыли. В 2017 года появились 1 438 новых минимаркетов, общее количество которых составило 19 338, их доходы выросли на примерно 30% по сравнению с предыдущим годом. Активно стимулирован быстрый рост таких специальных операций, как собственные товары, кухонные проекты, платформа покупки внутри приложения, строительство сети автосервиса, одновременно осуществлены поиски возможностей развивать такие новые операции, как химические удобрения, реклама, фастфуд и др. Так, совместно с компанией Chagoen Pokrhand Group создан бренд «Гостеприимный СР», в рамках которого основаны 30 фастфуд-кафе. В 2017 году доходы корпорации от нефтепродуктовых операций составили 18,6 млрд. юаней, выросли на 29,2%.

### Сбыт смазочного масла

В этой операции активно интегрированы каналы сбыта, использованы техническое и сервисное преимущества, внедрялась тактика целевого маркетинга. По итогам года объем сбыта составил 1,43 млн. тонн, выросли на 260 тыс. тонн по сравнению с предыдущим годом. Заметны размер увеличения и рост объема сбыта продукции с высокой добавленной стоимостью, как автомобильное масло, вспомогательная автомобильная продукция, судовое масло и др. В частности, в реализации вспомогательной автомобильной продукции осуществлен скачкообразный рост, сбыт которой по итогам года составил 120 тыс. тонн, увеличившись на 188% по сравнению с предыдущим годом.

### Сбыт второстепенной продукции нефтепереработки

В операции по сбыту этой категории продукции установлен лучший результат в истории, сбыт ее по итогам года составил 33,9 млн. тонн, увеличившись по сравнению с предыдущим годом на 540 тыс. тонн. В 2017 компания усилила работу по освоению конечного сегмента рынка битума. По итогам года его сбыт составил 8,53 млн. тонн, увеличившись по сравнению с предыдущим годом на 1,41 млн. тонн. По доле в этом сегменте рынка корпорация с 28% заняла первое место в стране. На сбыт конечным клиентам, который вырос рекордным в истории 42%, пришлось 59% от общего сбыта.



Минимаркет при АЗС