

一方面全国加油站数量下降，另一方面车主消费习惯难培养

## “加油站 + 便利店”还是门好生意吗

■ 本报记者 梁沛然

日前，中国石化发布 2023 年上半年业绩报。根据半年报，中国石化昆仑好客便利店数量为 19376 座，相较 2022 年年底减少 1224 座。根据统计，除中国石化加油站便利店数量下降外，中国石化易捷便利店数量也有所下降。与此同时，《中国石化流通行业发展蓝皮书》的数据显示，2022 年，加油站市场化进程进一步加快，市场竞争激烈，加油站经营压力较大，全国加油站数量 6 年来首次下降。

依托加油站网点为用户资源提供服务，非油品的销售业务一度被视为弥补成品油利润下降带来损失的最佳解决方案。在新零售时代，“加油站+便利店”还是门好生意吗？

进店意愿不强  
不加油就想不到消费

“一般都是加油时顺手买点水，买点面包，不会在里面仔细挑选商品。加油站这么小，后面很多车等着加油，完全没有时间逛”“现在支付方式这么多又这么便捷，很多时候不用下车都能结账，更想不到去加油站的便利店逛一逛了”“如果不是加油站给大额礼券，我也想不到去里面消费，加完油就走了”“我都没有仔细看过里面的商品陈列，如果是像罗森或者全家品类丰富，或许会进去看看”……

在庞大的加油站销售网络扶持下，加油站虽然不愁客流，但在《中国能源报》记者采访的近百名车主中，有近 8 成受访者表示，他们消费习惯并未从“去加油，顺便买点东西或不买东西”，变成“去买点东西，顺便加油”。根据 BP 方面的估算，前往 BP 加油站的顾客中，一半以上都是为了去站内的 Marks & Spencer 便利店购物，而不是给车加油。

其实，在 2022 年之前，中国最大的便利店不是全家也不是罗森，而是中国石化易捷便利店。目前，易捷和昆仑好客门店数量总和占据中国便利店市场 35% 左右的份额。

然而在一系列探索和尝试后，加油站

便利店业务似乎与美国加油站非油业务 50% 的比例相距甚远。最新出炉的《2022 年中国便利店 TOP100》数据显示，长期占领榜首易捷全国数量有所回落，中国石化旗下昆仑好客也有所下降。加油站便利店似乎并未改变车主消费习惯，也未让便利店这一非油业务成为营收顶梁柱。

“千店千面”比重低  
竞争力待提升

在国外，在加油时逛逛便利店顺便购买商品，早已成为车主们的消费习惯。

北美便利店协会消费者燃料调查结果显示，由于不同加油站的成品油售价差异不大，加油站便利店或关联商店的产品、服务或促销活动，决定他们选择加油的地点。此外购物便利、鲜食多样，帮助车主节省了大量购物时间，成为加油站便利店吸引外国车主的最大优势。

“国内一些加油站因消防要求，选址不靠近生活核心区，且远离人流密集的商业街、学校、医院、景区等。城市以外，客流量最多的地方通常在公路服务区。但受限于相关规定，服务区内的加油站也不能在站内再开设便利店，影响较大。”曾参与加油站建设运营的刘先生说。

伴随因加油站选址而设的国内加油站便利店，从一开始就决定了与常规便利店的选址差异。

第一财经商业数据中心资料显示，国外地广人稀，往往相隔几十里至上百英里才有一个加油站和一个便利店，周围没有任何其它购物场所。因此人们加油时顺便购物是一个刚性需求，因此国外加油站便利店生意兴隆。

深圳市三人行管理咨询有限公司首席咨询李松华认为：“国内加油站便利店商品同质化严重，千店千面的比重相对较低，而连锁化的社区便利店商品差异化比较明显。”

“国内加油站三五里之内杂货店、小超市和便利店很多，这些竞争对手不仅营销专业，货品也丰富，价格合理，加油站便利



图为中国石化易捷便利店。视觉中国

店较难与其对抗。”上述曾参与加油站建设运营的刘先生说。

“现在很多服务在便利店门外就能完成。随着数字支付的普及，我们甚至都无需下车，入店率自然就低。”车主侯先生说。

“其实如果有肯德基、瑞幸等耳熟能详的品牌入驻，我们也会去消费。这样的加油站我们也去过，但是一般面积比较大，位置也比价偏僻，所以很少去。”中国石油会员苗女士说。

向综合能源港转型  
再探非油特色路

满足顾客需求为出发点，搭乘互联网快车，不断拓宽加油站便利店业务发展，努力提高加油站利润贡献值，已成为能源企业转型的主要方向和行业共识。

其实中国石化和中国石油一直没有停止向非油服务要效益。2009 年，中国石化就曾联合肯德基、油猴汽修在山东尝试“加油站+餐饮+汽修”模式。中国石化也早在 2007 年前后就开始规模化铺开昆仑好客便利店，2015 年还与河北北方便利店品牌 36524 合作，开出双品牌便利店，引入后者的现制速食产品和电费、燃气费缴纳等便民服务项目。

第一财经商业数据中心资料显示，从位置分布来看，易捷在市中心的密度，与全家相比并不落下风。但问题在于，加油站便利店在消费者心目中的“加油站”标签仍然较重，“便利店”属性偏弱，“便利店应当成为非油业务的布局重心，其发展方向则在于‘去加油站化’”。

在多重压力下，加油站不断尝试向综合能源补给站、综合能源港转型，尝试走出非油特色之路——不仅注重品牌包装、品牌合作，制作统一品牌标识，还建立完善的

营销体系，加强从产品、价格、渠道、促销全流程的优化管理。

千头万绪总有解。业内人士表示，未来最重要的是瞄准定位，差异化营销，提高客户渗透率。比如在获客和营销方面，中能通过油品零售+便利店零售的模式，打造加油站新零售业态；并聚合综合能源及多元商业服务，为加油站增设电、气、氢等新能源业态，以及汽车美容保养、餐饮等一站式服务，重构传统加油站“人、货、场”，助力加油站跑赢复杂环境。

中国石化销售股份有限公司江苏石油分公司人士认为，加油站非油业务仍大有可为。未来，加油站必须明确自身市场定位，创新营销模式，在营销过程中要始终坚持以顾客为中心，通过产品价格渠道促销等多种手段有效融合，增强便利店与顾客之间的黏性，提升顾客的消费购买率和忠诚度，不断提升加油站便利店的盈利水平，提高购买率。



大鹏 LNG 接收站建有 4 个 16 万方的 LNG 储罐。中国海油/供图

国内首座液化天然气接收站  
接卸量突破亿吨

本报讯 9 月 7 日，中国海油发布消息，国内首座液化天然气接收站——广东大鹏液化天然气接收站，自 2006 年投运以来累计接卸量突破 1 亿吨，相当于我国一年的城市燃气消费量，是国内第一座接卸量超亿吨的液化天然气接收站。在保障国内天然气稳定供应的同时，不断推动国家能源结构优化转型，助力“双碳”目标实现。

经过两周的海上航行，来自澳大利亚的“Energy Confidence（能源信心）”号液化天然气运输船满载 6.5 万吨，顺利抵达广东大鹏液化天然气接收站，完成接卸后将通过管道进入 LNG 储罐，再经过加热气化后输送到下游用户，这艘 LNG 约可满足大湾区两天的供应量。

作为国内首座液化天然气接收站——广东大鹏液化天然气接收站投产 17 年来供应范围覆盖广州、深圳、东莞、佛山、惠州和香港等六座城市。供气量满足 7000 万人口的用气需求，约占广东省同期天然气消费量的三分之一。同时，广东大鹏液化天然气接收站还是香港城市燃气的唯一气源，是港岛电力供应的重要气源，供气量占香港同期天然气消费量的四成，成为粤港澳大湾区用气用电的保供中坚力量。



“能源信心”号船舶正在进行靠泊作业，靠泊完成后将把 6.5 万吨 LNG 输送到岸上。中国海油/供图

“为提升供气能力，我们创新了国内液化天然气船舶‘夜航靠离泊一体化’作业模式，能够 24 小时接收到港船舶，保证船舶‘即靠即接卸’，大幅提升了液化天然气运输效率，使码头使用率提升了 15%，预计今年的接卸量将达到 120 船。”中国海油广东大鹏液化天然气有限公司总裁郝云峰介绍。

LNG 的使用带来的环境效益也非常可观。据测算，与使用同等热量的煤炭相比，1 亿吨 LNG 可减少二氧化碳 3.5 亿吨，减排二氧化碳 320 万吨，减排烟尘 167 万吨，减排效果相当于植树 7 亿多棵，在推动粤港澳大湾区经济社会高质量发展的同时，对区域环境改善和低碳发展具有重要意义。

随着“双碳”目标的不断推进，液化天然气作为清洁、高效的能源资源，正受到越来越多的关注和重视。近年来，我国已经形成了生产、储运、综合应用等完整的产业链条，还在不断向终端市场延伸拓展。

液化天然气接收站作为液化天然气产业链中的重要环节，自 2006 年广东大鹏液化天然气接收站建成以来，经过近二十年的快速发展，截至目前，国内已建成液化天然气接收站 27 座，年接收能力超过 1.2 亿吨，规模位居国际前列。目前，中国在建液化天然气接收站超过 30 座，建成后接收能力将超过 2.1 亿吨/年。

中国海油气电集团规划计划部总经理唐永祥介绍，“为满足日益增长的市场需求，目前我们已建成 10 座液化天然气接收站，从全球 20 多个国家和地区采购液化天然气，同时正在扩建 3 个千万吨级储备基地，保障国内液化天然气资源长期、多元、稳定供应。”（吴莉）

## 风光大基地建设按下“快进键”

■ 本报记者 卢奇秀

风光电大基地已成为能源投资的香饽饽。截至目前，第一批 9705 万千瓦风光大基地项目已全面开工，将于年底前全部建成并网投产。第二批、第三批大基地项目正在快速推进中。根据规划，到 2030 年，我国风光大基地总装机规模将达 4.55 亿千瓦，风光大基地成了各大能源企业竞相争夺的目标。

第一批大基地项目推进情况如何？其效益、并网时间否能达到预期？对后续大基地建设又带来怎样的经验启示？

## ■ 冲刺年底全面并网

腾格里沙漠边缘，甘肃省武威市凉州区九墩滩光伏治沙示范园区内，鳞次栉比的光伏板熠熠生辉。目前，杭泰新能源 20 万千瓦光伏治沙项目支架安装已全部完成，技术人员正进行最后的设备调试。

“最近特别忙，我们计划 9 月实现全容量并网。”正泰新能源武威杭泰公司负责人常国鹏向《中国能源报》记者介绍，从 2022 年 8 月开工建设，项目克服沙漠环境、疫情影响、材料运输受限等诸多不利因素，迎来并网，极不易。

2021 年 12 月，国家发改委、能源局联合发布《第一批以沙漠、戈壁、荒漠地区为重点的大型风电光伏基地建设项目的通知》，涉及内蒙古、青海、甘肃、陕西在内的 19 个省区，总规模 9705 万千瓦，建设并网节点集中在 2022 年和 2023 年。

知情人士向《中国能源报》记者透露，大基地电站项目存在消纳不足、并网政策不明确问题，加上去年光伏组件价格高企、支撑性电源改造及电网建设滞后等因素影响，部分大基地建设进度缓慢。

上述情况可以从国家能源局召开的 4 月份全国可再生能源开发建设形势分析会上得到印证。国家能源局总工程师向海平在会上指出，第一、二批大型风电光伏基地存在部分项目没有编制接入方案、部分送出工程还需进一步加快建设的情况。另外，大型风电光伏基地配套电化学储能调峰设施建设进度较慢。要进一步压实责任，明确整改时限，确保大基地按期建成并网。

目前，多地主管部门督促加快建设，尚未并网项目已进入冲刺模式，以确保第一批大基地年底全部并网投产。

## ■ 多主体共建问题突出

不同于常规项目，在“沙戈荒”地区建设光伏电站。对参与企业而言，是一项综合考验。隆基绿能青海办事处总经理李杰向《中国能源报》记者介绍，“沙戈荒”地区环境特殊、施工条件较差，部分场地既要应对扬尘、砂砾和碎石对电站设备的冲击，又要考虑季节性防洪、季节性冻胀问题，对光伏产品性能提出更高要求。不仅要对产品进行针对性设计，还要从电站开发的方案优化、智能化建设、数字化运维方面，提供全生命周期的解决方案。

常国鹏指出，大基地光伏电站的逆变器、箱变变压器、组件等设备，与常规项目价格差异不大，但沙漠项目基础

施工难度较大，“我们武威 20 万千瓦光伏治沙项目在绵绵不断的起伏沙丘上施工，场地高低落差高达 28 米，前期平整施工存在难度，费用较高。此外，项目配建储能，其 PCS、电池仓属于精密仪器，在风沙环境中，会导致设备故障率提升，也要求产品有更好的性能。”

“我们参建的第一批风光大基地项目建设成本远超预期。”有企业人士向记者透露，项目要求在去年年底建成并网，当时正值光伏组件 1.9 元/瓦左右的价格高位，如果放在今年一、二季度采购，组件价格在 1.5 元/瓦左右，20 万千瓦项目就能节省 8000 万元成本。“整个项目推进过程中，最头疼的是多家单位共建问题。荒漠距离电网很远，通常需要建设长距离的外送线路才能接入电网。我们项目升压站、外送线路就由多家单位共同建设，整个协商过程中，费用分摊比例、产权分摊等内容繁琐，沟通成本太高，且项目时间节点不能自主掌握，牵制很多。”

“我们已经吸取了经验教训，第二批、第三批项目建设，会尽量规避升压站、外线电路共建问题，也建议主管部门让单一主体承建，确保整体进度。”上述企业人士进一步指出，整体来看，企业对风光大基地项目积极性很高，随着光伏组件、储能设备降低成本，第二批、第三批大基地项目的经济性会得到提升。

## ■ 重在源网荷储协同推进

风光大基地是我国新能源发展的增长极。以库布其、乌兰布和、腾格里、巴丹吉林沙漠为重点，沙漠及附近（50 公里）风光资源总开发潜力高达 8.21 亿千瓦，其中风电占比 13.8%，光伏占比 86.2%。

业内对新能源装机增长普遍保持乐观态度。除了国家能源集团、国家电投、华能集团、三峡集团等发电企业，隆基、正泰等新能源企业外，油气“巨头”中石油、电池“明星”企业宁德时代等跨界力量也在积极入局风光大基地。根据规划，第三批风光大基地项目建设将执行先易后难、由近及远路径。“十四五”时期规划建设总装机约 2 亿千瓦，“十五五”时期规划建设总装机约 2.55 亿千瓦。

“对比早期风电大基地投资主体多元化，新一轮大基地参与主体趋于集中。”业内专家指出，后续风光大基地建设将吸取此前项目经验，更加重视调节能力和外送通道等源网荷储协同推进。

风光大基地消纳市场集中在“华北、华中、华东”地区，相关外送通道建设提速推进。比如，宁夏至湖南±800 千伏特高压直流输电工程是我国首条以输送“沙戈荒”风光大基地新能源为主的电力外送大通道，其中新能源输送占比达 50% 以上。工程预计于 2025 年建成，每年可向湖南输送电量超 360 亿度。

“没有消纳保障，基地再大也没有意义。”上述专家建议，近期主要考虑煤电、新型储能作为支撑电源，在大基地建设中发挥调节作用。与此同时，加快推进输电通道建设，提升特高压输电通道利用率，及时配套建设新能源接入工程，实现外送通道与配套风电光伏基地有序衔接。