

油慧云：3000 站背后的加油站数字化之路 行业专项白皮书

发布单位：数字万通·油慧云事业部

发布时间：2026 年 6 月

适用领域：民营加油站、连锁油站、油气综合站点、成品油零售集团

前言

国内成品油零售行业历经数十年高速发展，现已迈入存量竞争的深度变革阶段。一方面，国内成品油终端站点数量趋于饱和，民营加油站、中小型连锁油站占据行业半壁江山，市场同质化竞争白热化；另一方面，新能源汽车普及、出行消费需求升级、运营成本持续上涨，多重因素挤压传统油站盈利空间。与此同时，传统加油站长期依赖人工经验管理，存在数据割裂、运营效率低下、营销模式单一、非油业务发展滞后、会员留存难度大等行业共性痛点，数字化转型已然成为油站企业破局增收、长效发展的核心必经之路。

但现阶段行业数字化转型普遍存在两大核心难题：头部大型石油集团依托雄厚资本搭建专属数字化体系，模式重、成本高，中小油站难以复制；市面轻量化数字化工具功能单一，仅能覆盖收银、记账等单一基础场景，无法实现全业务链路协同，且多系统并行进一步加剧数据孤岛问题。中小民营油站作为行业主体，长期陷入“转型成本高、不会转、转不好”的发展困境。

在此行业背景下，数字万通深耕成品油零售赛道，依托多年线下油站实战运营经验，自主研发油慧云智慧加油站一体化管理平台。平台以“轻量化落地、全链路数字化、低成本赋能”为核心定位，构建“综合运营平台+运营服务赋能+智能硬件设备”三位一体服务体系，适配单站、多站连锁、集团化油企等不同运营主体。截至 2026 年 6 月，油慧云已成功赋能全国 3000+ 加油加气站点，覆盖全国二十余个省市地区，服务千万级车主用户，积累适配不同区域、不同规模油站的数字化落地经验，探索出一条适配中国中小油站的普惠化、可复制、高回报的数字化转型道路。本白皮书结合 3000 合作站点实践数据，深度剖析行业痛点、拆解数字化转型逻辑、分享落地解决方案与实战案例，为成品油零售行业数字化升级提供参考范本。

第一章 行业发展现状与数字化转型痛点

1.1 行业发展整体格局

当前国内成品油零售市场形成“两桶油为主导、民营加油站为主体、新能源补给为补充”的多元化竞争格局。国有大型油企凭借油品采购优势、品牌影响力与完善线下网络，占据一二线城市核心市场；民营加油站凭借定价灵活、选址灵活、服务贴近下沉市场等优势，深耕县域、乡镇、高速服务区等细分场景，成为成品油零售市场不可或缺的组成部分。

从消费端来看，车主用户消费理念发生根本性转变，不再单一关注油品质量与油价，同时注重加油效率、配套服务、消费权益，一站式出行服务成为主流消费需求；从经营端来看，单纯依靠油品进销差价的盈利模式增长乏力，拓展非油品零售、增值服务（洗车、保养、简餐等），打造油非一体化盈利模式，已经成为油站新的盈利增长点。双重变革倒逼传统油站摒弃粗放式人工管理模式，向精细化、数据化、智能化新零售模式转型。

1.2 传统加油站核心经营痛点

1.2.1 业务数据割裂，综合管控难度大

绝大多数中小油站仍采用分散化管理模式，油品进销存、收银支付、会员管理、便利店非油销售、财务核算等业务独立运行，配套系统互不兼容。多数站点需要员工手动同步多平台数据，不仅增加人工成本，还易出现数据错漏、数据延迟等问题；连锁型油站无法实现跨站点数据互通、资源共享，总部难以实时掌握各站点经营数据，无法精准开展统一管控、库存调配与战略决策。

1.2.2 会员运营粗放，私域价值难以释放

传统油站会员管理模式普遍存在短板，仅简单完成用户手机号、车牌信息录入，未搭建完善的用户标签体系，无法生成全方位客户画像。营销活动同质化严重，多以直接降价、固定满减为主，营销成本高、针对性弱；同时缺乏拉新、激活、复购、留存的全闭环营销工具，无法实现会员分层精细化运营，难以沉淀高质量私域流量，用户忠诚度偏低，极易被低价竞品分流。

1.2.3 油非业务脱节，第二增长曲线疲软

多数传统油站将油品销售与非油业务割裂运营，加油用户与便利店消费用户无法相互转化。一方面油站便利店商品结构单一、营销模式老旧，无法匹配车主即时性消费需求；另一方面无联动营销工具，无法推出“加油+购物”组合优惠、权益互通等活动，非油品销售占比长期处于较低水平，无法有效打造第二盈利曲线。

1.2.4 转型门槛过高，适配解决方案稀缺

大型集团化数字化方案部署成本高昂、改造周期长，还需配套专业运维团队，单站、小型连锁油站无力承担；市面轻量化工具功能碎片化，仅覆盖单一业务场景，无法适配全流程运营需求。同时多数数字化服务商仅提供软件产品，无配套落地指导、运营培训服务，油站经营者缺乏数字化运营思维，购入系统后无法最大化发挥产品价值。

1.3 行业数字化转型趋势

结合行业发展现状与市场需求，未来成品油零售数字化转型将呈现三大核心趋势：第一，全链路一体化，整合油品、非油、会员、财务、设备、营销全业务板块，打破数据孤岛，实现一站式统一管理；第二，普惠轻量化，降低数字化转型资金、技术、运维门槛，推出适配中小油站的低成本、短周期、易落地的转型方案；第三，服务生态化，从单一油品售卖，升级为涵盖加油、购物、洗车、汽车保养、便民服务的一站式出行服务驿站，依托数字化工具实现多业态协同盈利。

第二章 油慧云数字化战略与产品体系

2.1 品牌发展概述

油慧云隶属于数字万通，是团队基于十余年成品油零售行业实战经验，自主研发的智慧油站专属数字化品牌，拥有十余项软件著作权，具备完整自主知识产权。品牌深耕中小加油加气站数字化赛道，摒弃重资产、高门槛的传统数字化模式，聚焦行业下沉市场，以“科技赋能油站，数字创造价值”为核心使命，打造软硬件一体化综合解决方案，全方位解决单站、连锁油站经营痛点。

历经多年市场打磨，油慧云产品持续迭代升级，服务网络辐射全国二十余个省市，覆盖民营单站、区域连锁油企、油气综合站点等多元经营主体，累计赋能 3000+合作站点，助力合作油站实现降本、提效、增收、留存四大转型目标，成为国内中小油站数字化普惠升级的标杆品牌。

2.2 核心发展战略

基于 3000+站点实战沉淀，油慧云确立“一核两翼三维”数字化发展战略，为油站转型提供全方位支撑：

一核：以一体化数据中台为核心，整合全站业务数据，实现数据统一采集、分析、应用，为经营决策提供数据支撑；

两翼：以数字化运营系统、智能化硬件设备为两大支撑载体，覆盖线上线下全运营场景；

三维：从降本管控、精准营销、生态增收三个维度，助力油站优化内部管理、激活私域流量、拓展多元盈利渠道。

2.3 三位一体产品服务体系

油慧云构建“综合运营平台+运营服务赋能+智能硬件设备”三位一体产品服务体系，覆盖油站从前端消费到后端管理的全部场景，软硬件深度协同，无需停业大规模改造，即可快速完成数字化升级。

2.3.1 综合运营平台（软件核心）

综合运营平台采用云端架构设计，依托阿里云服务器完成数据存储与备份，保障数据安全稳定，同时支持 SaaS 云部署、集团私有化部署、定制化开发三种落地模式，适配不同规模油站需求。平台涵盖六大核心功能模块，实现全业务一体化管控：

- 1. 一体化数据中台：**兼容市面 95%以上主流加油、加气硬件设备，无需替换原有设备，即可打通油品加注、收银支付、会员消费、非油进销存、员工考核、财务核算全链路数据，自动生成多维度经营报表，彻底解决数据孤岛问题，辅助管理者实时监控站点经营状态。
- 2. 全维度会员 CDP 系统：**搭建完善用户标签体系，依托消费频次、客单价、消费偏好等数据生成 360°全景客户画像，支持会员分层分级管理；打通微信、小程序、线下门店多渠道会员入口，统一管理私域用户，实现用户精准化运营。
- 3. 多元化智能营销工具箱：**内置加油立减、阶梯满减、积分抵扣、积分兑换、优惠券派发、节日专属活动、推客分佣裂变等数十种营销工具，支持自由组合配置，适配拉新、促活、复购、裂变等不同运营场景；独创三级推客机制，依托车主社交属性实现低成本裂变获客。
- 4. 油非一体化新零售模块：**联动油品加注系统与便利店进销存系统，实现油品消费、非油消费数据互通；支持设置加油赠购物券、消费满额换购、油品+商品组合套餐等联动营销模式，助力油站提升非油品销售额。
- 5. 聚合支付与票务系统：**对接微信、支付宝、车牌付、小程序一键加油、线下扫码等多种支付方式，可申请专属低费率支付通道；自动完成交易对账、票据开具、资金统计，简化财务核算流程，降低人工对账误差。
- 6. 人员与库存智能管控：**支持员工岗位职责划分、绩效考核、排班管理，量化员工工作数据；实时监控油品库存、便利店商品库存，设置库存预警机制，智能提醒补货、清库，减少库存积压与损耗。

2.3.2 智能硬件设备（场景支撑）

配套全场景智能硬件，适配员工、管理者、车主三类用户群体，软硬件深度绑定，提升运营与消费效率：包含双屏智能收银机、多功能手持 POS 终端、车牌识别加注设备、车主专属微信小程序。员工可通过 POS 终端完成会员识别、快速收银、票据打印；车主可依托小程序实现线上一键加油、免下车支付、会员积分查询、优惠券领

取、服务预约，全方位优化消费体验。

2.3.3 全周期运营赋能服务（增值保障）

区别于传统单一产品售卖模式，油慧云为合作站点提供全周期免费赋能服务，打通数字化转型最后一公里：包含前期一对一上门部署调试、全员操作培训；中期常态化运营指导，根据站点定位定制专属营销方案；后期系统免费迭代升级、7*24小时技术运维保障，解决油站经营者“不会用、用不好”的核心难题。

第三章 3000+站点数字化落地实践方案

基于3000+全国合作站点的落地经验，油慧云针对单站、小型连锁、集团化油企三类主流经营主体，制定差异化、可落地的分层转型方案，兼顾低成本与高实用性，适配不同客户的转型需求。

3.1 普惠 SaaS 方案：适配单站及小型夫妻店

3.1.1 方案适配痛点

单站模式经营者资金有限、数字化基础薄弱、员工人数少，核心需求为降低人工成本、简化管理流程、低成本引流获客，无需复杂定制化功能。

3.1.2 落地模式与实施路径

采用标准化 SaaS 云端部署模式，无需搭建本地服务器，部署周期 1-3 个工作日，无需停业改造，接入原有硬件设备即可上线。功能聚焦核心刚需：一体化收银对账、基础会员管理、标准化营销工具、简易进销存管理。油慧云团队提供上门安装、全员培训服务，手把手指导员工完成系统操作、营销活动搭建。

3.1.3 落地成效

帮助单站减少 50% 以上财务对账、数据统计类人工工作量；依托低成本营销工具替代单纯降价模式，营销成本降低 15%-25%；私域会员复购率提升 20% 以上，综合运营成本下降 10%-18%。

3.2 连锁协同方案：适配区域中小型连锁油企

3.2.1 方案适配痛点

中小型连锁油站普遍存在跨站点数据不通、库存无法统一调配、会员资源分散、营销活动难以同步落地、总部管控难度大等问题，核心需求为集约化管控、资源共享、规模化增收。

3.2.2 落地模式与实施路径

采用“总部管理端+站点执行端”双向联动模式，基于 SaaS 平台搭建专属连锁管理后台，实现五大统一管控：统一会员池、统一营销活动、统一库存调度、统一财务核算、统一人员考核。总部可实时查看旗下所有站点经营数据，根据区域市场差异，批量下发或单独定制营销活动；各站点共享会员资源，打通跨站积分通用、权益互通壁垒，实现内部资源高效流转。

3.2.3 落地成效

实现连锁体系内数据 100% 互通，库存周转效率提升 30%；全域会员互通激活沉睡用户，整体会员活跃度提升 25%；规模化统一营销降低活动成本，非油品销售额平均提升 20%-30%，总部管控效率提升 40%。

3.3 私有化定制方案：适配大型集团化成品油企业

3.3.1 方案适配痛点

大型油企旗下站点数量多、业务板块复杂，对数据安全性、私密性要求极高，同时需要适配企业自有品牌体系、专属业务流程，标准化系统无法满足个性化运营需求。

3.3.2 落地模式与实施路径

采用本地化私有化部署模式，系统与数据全部存储于企业本地服务器，由企业自主掌控数据权限；支持品牌定制、功能二次开发、多系统接口对接，可无缝适配企业原有 OA 系统、供应链系统、财务系统。同时配备专属项目服务团队，全程跟进需求调研、方案定制、部署上线、运维升级全流程，量身打造专属集团数字化管理平台。

3.3.3 落地成效

全方位保障企业核心数据安全，适配集团个性化运营战略；整合全产业链业务数据，助力高层实现精细化战略决策；多业态协同运营模式，全面提升企业整体盈利能力与行业核心竞争力。

第四章 标杆合作案例深度解析

4.1 案例一：华中地区某县域民营单站——单站转型，盘活私域流量

4.1.1 项目背景

华中地区某县域民营单站，周边竞品站点密集，低价内卷严重；此前无系统化会员管理体系，营销活动仅依靠线下发传单、直接降价，获客成本高、用户留存率低；加油业务与便利店业务相互独立，非油业务长期亏损。

4.1.2 解决方案

接入油慧云 SaaS 标准版系统，打通加注、收银、会员、非油销售全链路；依托 CDP 会员系统整合过往零散用户数据，完成会员分层标签分类；制定差异化运营策略，针对高频老用户推出专属积分权益，针对低频用户派发定向优惠券；上线油非联动营销活动，消费满额赠送便利店抵扣券，引导车主到店消费；启用推客分佣功能，鼓励老用户分享引流。

4.1.3 转型成果

上线 60 天内，站点沉淀高质量私域会员 3000+，沉睡会员激活率达 35%；彻底摒弃无差别降价模式，单月营销成本降低 22%；非油品销售额环比增长 28%，整体单站综合净利润提升 16%，成功摆脱低价内卷困境。

4.2 案例二：云南某连锁站——区域连锁，集约化管控升级

4.2.1 项目背景

西南地区某区域成品油连锁企业，旗下拥有 5 家连锁加油站点，覆盖多地乡镇区域；此前各站点系统独立，会员无法互通、库存无法调配，总部无法实时掌握各站点经营数据；营销活动分散，无法形成品牌合力，整体盈利增速缓慢。

4.2.2 解决方案

部署油慧云连锁专属解决方案，搭建总部一体化管控后台，整合 5 大站点全部数据，建立全域统一会员池；总部统一规划月度、季度营销活动，一键同步至所有线下站点；搭建库存智能预警体系，总部根据各站点销售数据，动态调配油品与便利店商品库存；优化员工绩效考核体系，量化各站点、各岗位工作指标。

4.2.3 转型成果

实现 5 站会员互通共享，全域会员总量突破 1.2 万人，会员复购率提升 32%；库存积压损耗降低 25%，货品周转效率大幅提升；统一品牌营销强化区域影响力，旗下所有站点油品销量稳步上涨，非油业务平均盈利占比从 12% 提升至 25%。

4.3 案例三：高速综合加气站点——业态拓展，创新增值增收

4.3.1 项目背景

国内某高速服务区综合加气站点，主营车用天然气加注业务，配套小型便利店；目标客群以长途货车、客运车辆司机为主，客群流动性强、留存难度大；原有运营模式单一，仅依靠加气盈利，增值服务缺失，盈利天花板较低。

4.3.2 解决方案

依托油慧云一体化平台，结合长途司机消费习惯，定制专属运营方案；上线积分兑换过路费优惠券、免费热水、车辆简易检测等专属权益；叠加阶梯加气满减、推客分佣裂变活动，快速吸纳流动车主；拓展简餐、车载用品、应急物资等适配商品，打造高速出行一站式服务驿站。

4.3.3 转型成果

单月新增精准会员 800+，流动客群留存率提升 28%；增值服务与非油商品收入占比突破 30%，打破单一加气盈利模式，成功构建多元化盈利生态。

4.4 案例四：中石化某合资公司——合资站点，复杂体系数字化标杆

4.4.1 项目背景

国资合资类站点兼具国企规范化管理标准与民营市场化运营属性，业务审批流程严谨、数据监管要求严苛，相较于普通民营油站，数字化落地场景更为复杂。河南区域多家中石化体系合资加油站，长期面临会员数据分散、支付渠道杂乱、油品进销存台账统计繁琐、多层级管控难度大等问题，传统管理模式无法适配国资体系标准化运营规范，制约站点精细化升级。

4.4.2 解决方案

油慧云结合中石化合资站专属运营规则，定制适配国企体系的一体化数字化解决方案，完成系统全维度部署落地。一是搭建全域统一会员管理体系，规整多渠道会员数据，建立标准化会员标签与分级制度，兼顾市场化营销与合规化管理；二是全渠道聚合支付升级，整合线下扫码、车牌付、小程序加油、对公支付等所有支付形式，自动分类归集交易数据，适配财务审计要求；三是数字化进销存管控，全程记录油品采购、入库、加注、库存损耗全流程数据，自动生成合规台账，满足上级监管与内部核算双重需求；同时配套专属运维团队，适配合资站多层级上报、审批工作流程。

4.4.3 转型成果

全面解决合资站数据分散、管控低效难题，实现会员、支付、库存、财务全业务合规化、数字化统一管理；油品进销存台账人工整理工作量减少 60%，数据上报准确率达

100%；车主加油支付体验大幅优化，用户投诉率降至零。同时验证油慧云系统可适配国企、合资、民营多类型站点，具备适配复杂业务场景的稳定性与高度兼容性，为中石化体系内合资站点数字化普及提供成熟范本。

4.5 案例五：天津某中化石油站——单站突破，储值运营专项标杆

4.5.1 项目背景

华北地区某国资直营单站，地处城区核心路段，区域内同行密集，同质化低价竞争激烈。站点前期盈利模式单一，会员粘性薄弱，储值用户占比偏低，无法锁定长期稳定客群；传统人工对账、手动录入加油数据模式易出现漏单、错单问题；高峰时段拥堵严重，且无法错峰盘活闲置运力，站点营收增长遭遇瓶颈。

4.5.2 解决方案

结合站点城区运营特性，聚焦储值锁客、提效降错、错峰引流三大核心目标，深度启用油慧云三大核心功能模块。第一，深耕储值业务，搭建多档位充值体系，配套储值赠券、储值专属权益、充值积分翻倍等活动，分层锁定高、中、低净值车主；第二，全线打通油机互联，实现加油数据与收银后台实时联动，加注数据自动同步、订单闭环溯源，彻底摒弃人工录入模式；第三，配置分时优惠策略，自定义夜间 21:00-24:00 专属特价方案，系统自动完成调价、核销、数据统计，低成本引流夜间错峰车主，分摊日间运营压力。

4.5.3 转型成果

储值用户渗透率大幅攀升，高净值常驻车主数量翻倍增长；油机互联模式彻底杜绝漏单、错单问题，收银漏单率归零，前台结算效率提升 45%；分时优惠有效盘活夜间闲置资源，错峰订单占比稳步提升。多重举措叠加之下，该站点单站月度流水成功突破 1200 万元，一跃成为天津地区中化石油体系内储值运营、精细化管理的标杆单站。

4.6 案例六：河南某综合能源站——多能并举，标准化运营典范

4.6.1 项目背景

中原地区某复合型重点综合能源站，同步经营汽柴油零售、LNG 液化天然气、CNG 压缩天然气三大业务品类，服务燃油私家车、货运燃气车、客运专线车辆等多元客群。相较于单一油品站点，多能源业务运营逻辑差异大、设备繁杂、人员操作标准不统一；过往无一体化管理系统，油气数据割裂，员工操作无统一规范、行为无法追溯，培训成本高，整体运营标准化程度不足。

4.6.2 解决方案

依托油慧云多能源一体化管理系统，打造复合型能源站专属运营方案。系统深度适配 LNG/CNG 加气全流程专业业务逻辑，兼容油气双品类硬件设备，统一后台管控端口，实现汽柴油、LNG、CNG 进销存、收银、会员、财务数据一站式统筹；结合站点实际运营场景，配套标准化员工作业话术与操作流程，将进站识别、油品/燃气加注、权益推荐、收银支付、离场回访全环节纳入系统管控，操作步骤留痕存档、数据全程可追溯；同步开展分层员工培训，以系统流程为基准，规范全员作业标准。

4.6.3 转型成果

实现油、气双业态同平台集约化管理，结束多系统并行乱象，管理人员管控效率提升 35%；员工操作流程全面规范化，新员工上手培训周期缩短 50%，岗位失误率大幅降低；多元化能源产品覆盖全域车主需求，客单价与用户留存率同步上涨。该站点也成为河南地区为数不多的多能源复合型站点规范化运营示范样本，为行业综合能源站数字化升级提供参考。

第五章 3000 站数字化转型核心价值复盘

结合油慧云 3000+合作站点全维度运营数据，从经营成本、运营效率、盈利能力、长期发展四个维度，复盘普惠化数字化转型为成品油零售站点带来的核心价值，为行业提供可参考的价值基准。

5.1 成本价值：精简冗余环节，降低综合运营成本

数字化一体化管控模式，替代传统人工统计、手动对账、分散管理模式，大幅减少财务、库存管理等基础岗位人工投入；智能库存预警机制有效降低油品、商品积压损耗；集中化采购、统一化营销降低连锁站点采购与活动运营成本。综合数据显示，合作站点平均人力成本降低 15%-20%，库存损耗降低 10%-25%，整体运营成本下降 12%以上。

5.2 效率价值：数据互联互通，提升全域运营效率

一体化数据中台实现全业务数据自动采集、实时同步、智能分析，管理人员无需手动汇总数据，即可精准把控经营现状；线上一键加油、聚合支付等功能，缩短车主加注与支付时长，单台车服务效率提升 40%；连锁模式下跨站点库存、会员、营销资源互通，彻底解决资源闲置与短缺矛盾，集约化运营效率显著提升。

5.3 盈利价值：双业务协同，拓宽双向增收渠道

在油品业务层面，依托会员精细化运营、差异化营销工具，告别低价内卷，以权益绑

定用户，稳定油品销量、提升单客产值；在非油业务层面，油非联动营销、多元化商品运营，激活加油用户消费潜力，帮助中小油站非油销售占比平均提升 20%-30%。同时洗车、车辆保养、便民服务增值业态，进一步拓宽盈利边界，构建多重增长曲线。

5.4 长期价值：沉淀私域资产，构筑行业竞争壁垒

在存量竞争时代，私域会员已成为油站最核心的无形资产。油慧云帮助合作站点沉淀自主可控的私域会员池，通过用户画像、分层运营、长效权益体系，强化用户粘性；同时数字化运营数据可反向指导油站油品采购、商品选品、服务升级，形成“数据-运营-增收”的正向循环，帮助油站跳出低价同质化竞争，打造差异化核心竞争力，实现长效稳健经营。

第六章 行业数字化发展趋势与油慧云未来布局

6.1 成品油零售行业数字化未来趋势

6.1.1 普惠数字化下沉，中小油站转型常态化

未来 3-5 年，数字化将从头部大型油企逐步全面下沉至下沉市场中小站点，不再是大型企业专属配置，而是中小油站生存发展的基础标配。低成本、轻量化、易落地的普惠型数字化方案，将成为行业主流选择，全面覆盖县域、乡镇各级成品油站点。

6.1.2 业态融合加深，出行生态一体化

单一油品售卖模式增长空间逐步枯竭，油站将加速向综合出行服务驿站转型。油品加注、非油零售、汽车后市场、便民生活服务多业态深度融合，依托数字化平台统筹多业态运营，实现一站式服务闭环，成为油站转型升级核心方向。

6.1.3 AI 深度赋能，运营决策智能化

随着人工智能技术普及，AI 智能预测、智能选址、智能定价、智能营销将逐步应用于油站运营全场景。系统可基于历史经营数据、区域市场行情、用户消费习惯，自动生成定价策略、营销方案、库存调配建议，进一步降低运营门槛，实现从“人工经验决策”向“数据智能决策”升级。

6.1.4 数智绿色融合，助力双碳战略落地

在双碳政策指引下，加油、加气、充电、加氢多能源补给一体化站点将加速普及。数字化平台将整合多能源业务数据，优化能源调度、降低站点能耗，同步实现商业盈利与绿色低碳发展，适配新能源时代行业变革趋势。

6.2 油慧云未来战略布局

6.2.1 产品迭代：深耕 AI 智能化，完善多能源一体化方案

持续加大研发投入，迭代升级 AI 智能运营模块，新增智能定价、用户需求预测、自动营销策划、库存智能预判等功能；同步研发多能源一体化管理系统，适配油、气、电、氢综合补给站点，助力合作客户布局新能源赛道，从容应对行业能源变革。

6.2.2 服务升级：构建全国本地化服务网络

完善全国本地化服务体系，在重点省市设立直属服务网点，扩充线下运营与技术服务团队；优化分层赋能体系，针对新手经营者、资深管理者、连锁集团客户，推出定制化培训课程，从产品使用、营销策划、业态升级、团队管理多维度，全方位赋能合作客户。

6.2.3 生态共建：打造行业数字化共生平台

整合上游油品供应商、非油商品供货商、汽车后市场服务商、硬件设备厂商等优质行业资源，依托油慧云平台搭建行业资源共享生态圈；打通上下游数据链路，为合作站点提供低价货源、优质增值服务、多元化盈利渠道，赋能油站实现从数字化管理到生态化经营的全面升级。

第七章 结语

成品油零售行业的数字化转型，不是简单的系统替换、硬件升级，而是经营思维、管理模式、盈利结构的全方位深层次变革。过去数年，油慧云扎根行业下沉市场，以 3000+合作站点为实践基石，跳出传统数字化服务商重资产、高门槛的固有思维，探索出一条适配中小民营油站、可快速复制、低成本高回报的普惠化数字化转型新路径，帮助无数中小油站破解内卷困境、重构盈利模式、沉淀私有用户资产。

行业变革浪潮之下，机遇与挑战并行。未来，油慧云将坚守“科技赋能油站，数字创造价值”的初心，持续深耕成品油零售数字化赛道，以技术创新为内核、客户需求为导向，不断优化产品体系、升级运营服务、完善行业生态；同时携手行业上下游合作伙伴、广大油站经营者，共同推动行业规范化、智能化、生态化升级，助力中国成品油零售行业高质量长效发展，共创数字化新零售全新格局。

附录：油慧云合作站点数据统计（截至 2026 年 6 月）

1. 累计赋能合作站点：3000+，覆盖全国 23 个省市自治区；
2. 服务车主用户总量：1100 万+，私域沉淀会员总量：380 万+；
3. 覆盖站点类型：民营单站、区域连锁油站、油气综合站、多能源补给站；

4. 平均转型回报周期：单站 3-6 个月，连锁站点 2-4 个月；
5. 核心运营数据均值：人力成本下降 15%+，会员复购率提升 25%+，非油营收提升 20%+。