

国内车用润滑油销售渠道现状及发展趋势分析

张 刚（中海油气（泰州）石化有限公司，江苏 泰州 225300）

摘要：在市场竞争中，由于国际原油价格处于持续走低的现象，而润滑油的基础油价格也会不断下降，并出现了非常多的小品牌润滑油生产厂。不仅给相对较大的品牌带来的冲击，同时也呈现了非常明显的价格竞争战。面对这种情况，有越来越多的润滑油生产企业都开始对原有的分销渠道开展全新的管控与规划，明确其销售渠道所面对的问题，并且找到最佳的销售方向。

关键词：国内车用润滑油；销售渠道；现状；发展趋势

随着近几年我国的经济增长速度越来越快，越来越多的人拥有了自己的私家车，私家车数量的不断增加，也使得国内车用润滑油的销售额度、销售数量在不断地增加。给润滑油市场带来了极大的发展空间，但是从世界的润滑油整体市场进行分析仍旧处于下降的状态，我国的车用润滑油市场虽然出现了增长的状态，但是其更多的是吸引了大量的进口品牌在中国市场进行投资，而国内的品牌发展仍旧相对较为低迷。

1 国内车用润滑油销售渠道现状

1.1 竞争十分激烈

分析目前国内车用润滑油的现状时，首先要考虑到的点就是随着经济和科技的飞速发展，逐步出现了很多国内的润滑油品牌，与国外的润滑油品牌产生了非常激烈的竞争，例如国内的中国石油昆仑、中国石化长城以及后来居上的中国海油海疆品牌等等，与进口的品牌例如美孚等等进行竞争，竞争在不断地扩大，消费者的选择权利也越来越大。这些品牌由于其自主销售以及设计能力不同，限额经营策划的能力也不完全相同。这些导致顾客在对于与润滑油进行选择时，很多情况下仍旧会选择自己熟悉的国外品牌，这也是目前国内车用润滑油再进行销售过程中所面对的重要问题之一。而在中国消费背景逐步升级的情况下，企业需要不断完善自己的销售渠道，并且让更多的人了解到属于中国自己的品牌。车用润滑油品牌无论是从质量或是营销上都需要逐步提升其效果，才能够满足发展的需求，也能在竞争非常激烈的当前获取自己的一席之地。

1.2 销售效果良莠不齐

随着中国润滑油市场的不断发展，经销商团队也在不断地扩大。但是在团队扩大的过程中，虽然吸取了更多人才，也存在着良莠不齐、鱼龙混杂的情况。其中非常明显的一点就是有很多经销商出现了投机取巧以及短期行为十分严重，甚至还会出现扰乱市场价格，低价倾销等等一系列现象，虽然在短期内获得了利益，但是长期发展下去会给市场带来非常负面的影响，对市场秩序是一种极大的干扰。还有一些经销商由于本身并没有忠实的客户，在进行销售的过程中反复的更换门庭，唯利是图，难以长期地在中国市场获取经济效益，更无法与制造商、经销商、用户形成长期的合作关系。

2 国内车用润滑油销售的发展趋势

2.1 利用互联网进行销售

2.1.1 建立全新的销售理念

随着互联网的飞速发展，近几年我国在各种产品的营

销过程中都选择了互联网销售这一销售渠道，其销售产品更为广泛，应用效果更佳。在选择互联网销售渠道进行润滑油销售时，要求其可以连锁加盟到世界各大不同的石油石化公司，比如说埃索、BP 等等。这一种模式能够通过连锁经营建立稳定的产品分销网，并且提高产品的销量，由于所有润滑油在进行销售时，本身的产品具有专业性、标准性的，并且产品更为稳定。为此，能够获取更多的消费者，通过信息化的管理手段，节约以往在进行销售时所需要消耗的成本，形成更高销量的分销网络，不断扩大经营管理的规模，提高企业的竞争力。与此同时，在利用连锁经营特权时也需要通过转让获取特许收入。

2.1.2 互联网销售的优势

利用网络的销售模式最重要的一点是让所有的客户可以做到足不出户就浏览自己所需要的商品。由于在网络社会的过程中，卖家会将该产品的相关内容直接在网上进行公布，在商品的详情页面中会包含着各种与该产品有关的内容，能够让所有的客户不会受到时间与空间的约束，打破了原本在进行商品销售时所面对的市场壁垒这一现象。在市场的销售过程中，销售质量也能够得到提升。通过互联网的销售方法能够拓宽其销售的广度，很多国内外优秀的润滑油企业都已经相继创建了润滑油电子市场，并且开辟了全新的网络营销渠道，而我国在进行车用润滑油销售的过程中，也需要针对这一内容进行改善，提高其销售的效果，拓宽销售的渠道。

2.2 利用 4S 店进行销售

在进行国内车用润滑油销售的过程中，常见的还包括了 4S 店的销售渠道。4S 店更多的是在进行车辆售卖以及车辆售后过程中，推销润滑油的销售。在现实生活中，也有很多人在进行更换润滑油时都会选择在 4S 店进行更换，因为他们认为 4S 店的更换更加的安全。为此，作为润滑油企业也需要抓住这一渠道，加强跟所有 4S 店的合作，提高润滑油的销售质量和销售效果。不仅如此，4S 店不同于其他的经销商，本身具有一套十分完整的销售体系，可以确保润滑油在销售时的销售质量，也拥有更多的客源，能够实现品牌的一致性确保，其专业性和可靠性也会提升。在 4S 店中，拥有非常完善的管理系统和服务保障，为消费者留下了更好的影响，要求在更换润滑油的过程中能够获取更多优质的服务，其本身不需要消费者进行操心，而这也是传统的经销商无法提供的服务内容。

2.3 建立经销商与品牌形成合作

在 1992 年之后，中国的社会主义市场经济发展速度越

来越快,越来越多的家庭都开始购买汽车,车用润滑油的使用频率也越来越高。有越来越多的国际大牌看到了中国这个巨大的市场,很多优质的国际润滑油品牌都选择了在中国建立润滑油经销商和国外品牌,建立起非常牢固的合作伙伴的关系。这是由于中国具有非常大的销售市场,能够获取更为巨大的竞争优势。而这一种合作营销的关系,也让厂商与经销商一起的努力,控制产品质量,满足中国的实际需求节约成本的管理,不仅仅实现了厂商对渠道的控制,也让分散的经销商能够逐步变成一个有效的主体。

2.4 借助社区进行销售

2.4.1 实现全方位的销售

在进行润滑油的销售时,可以选择社区便利店的销售渠道。社区是我国最小的行政单位,与社区便利店进行合作能够让更多的人在进行润滑油的购买时感受到便利性。这是由于社区是每一个人在日常生活中都不可缺少的一部分,它不仅仅提高了便利性,也实现了居民共享,满足在当前社会发展中的实际需求,这一种渠道覆盖的也能够以低成本的渠道不断地拓宽其发展的策略。而通过跨界合作也可以将社区便利店变成润滑油经营过程中的一个门店。但是用户的开发以及产品等则需要进行有效的补充,相关的政策能够提高社区便利店在进行销售时的销售质量,应根据不同便利店的生存压力来提高店面的宽度等等。同时也需要对消费者的数据进行分析。

(上接第4页)为,做好投资可研决策审批,评估过程可以加快,但投资决策的程序是绝对不可逾越,决策前做到知己知彼。这对企业的一种保护,让企业在决策执行时能够有据可依。要派出团队到项目所在国进行情报收集、调查研究,向已经进入的中国同行请教学习、借鉴交流。

3.3 合理选择海外油气投资区域

不同盆地和区带上的油气田在勘探开发条件方面差别巨大;初次进入与再次、多次进入也有很大的不同。因此,我国的石油企业要规避海外投资的风险,就必须尽量选择优质的、熟悉的、有溢出效应和协同效应的投资区域。投资区的选择不仅意味着自然环境的不同,还需考虑到当地的经济状况、油气工业发展水平和投资环境,对于不同发展程度的地区应该实行不同的投资策略,例如,对于发达的国家和地区,主要采取收购或者战略联盟的方式,而对于发展中国家,则主要与其国有石油公司或当地有实力的公司建立合资合作关系。

3.4 提升企业自身国际化管理水平

为了把握住国际投资的机会,企业需要具备足够的实力和勘探开发技术实力。向发达国家学习管理策略,兼顾好各利益相关方的诉求,进一步提高管理的适应性、科学性和创新力,建立起更加有效的、科学的用人机制,吸纳高水平的专业知识和工作经验兼具的国际型人才,敢于提拔和重用当地高级管理人员,以促进企业的国际化和雇员属地化。

3.5 利用各种手段加快海外投资回收

投资者要对标海外油气投资项目可研报告,严控项目

2.4.2 利用大数据进行消费偏好的分析

由于经销商可以获得大量的有关客户的消费习惯、消费套餐等等,也需要逐步地根据客户的购买倾向判断不同的内容,明确客户的信息,进行批量的推送。例如销量最多的机油价格区间,最畅销的机油等级号等等。根据不同客户的实际需求进行润滑油的选择等,这些既可以满足客户本身的实际需求,也能够提高在整体使用时的使用效果,让消费的质量得到显著的提升。

3 结语

综上所述,随着汽车行业的持续发展,车内润滑油的销售也会获得更加良好的发展方向。近几年汽车行业在汽车的售卖数量以及速度都在不断的增长,而车内润滑油的应用效果以及应用状态也会随之进行改变。利用多元化的润滑油销售渠道积极的开发和研究更多的全新的润滑油产品,才能够不断优化润滑油的产品结构,加强各种不同渠道的合作,满足客户的多元化需求,推动国内车用润滑油的销售效果。

参考文献:

- [1] 蔡亮,郑碧微.武汉市制动液、润滑油和车用尿素商品质量专项监督检查分析报告[J].现代商贸工业,2020,42(03):157-158.
- [2] 黄丽敏.未来几年Shell公司在印度尼西亚的润滑油调合厂产能将翻倍[J].石油炼制与化工,2020,51(07):48.

建设节点和工作量及相应的投资,提高资金使用效率,并通过提质降本增效,实现油气田经济高效开发;要树立底线思维,规范决策和管理制度,做好风险识别和防控,提高投资收益水平,维护资本安全。

3.6 设法避免中国企业之间并购相互竞争

在获取海外油气项目和投资机会时,中国企业之间的恶性竞争往往会导致资源国和资产出售方抬高售价。资产出售方往往对中国石油公司的计划和策略了解的比较深入,进而采取各种手段与收购方进行周旋和谈判,造成中国买家脱离实际,不断涨价,以至于收购后运营团队承担沉重的投资回收负担。建议中国投资者之间通过政府或第三方相互协调,展现合力,双赢合作,避免花费更多的“冤枉钱”。

4 结语

综上所述,进行海外油气投资是我国石油企业长远发展中必不可少的一环,是践行国家指导方针和战略的重要内容,需要科学决策,多方合作,以点到面,从而促进我国能源行业的进一步发展。

参考文献:

- [1] 余莹.“一带一路”背景下企业走出去的发展战略——以中小石油装备企业为例[J].中国商论,2017(19):62-63.
- [2] 杨彬,于渤,鄂春江.石油企业海外油气开发合作模式评价研究[J].商业研究,2010(2):96-99.

作者简介:

宋怀玉(1972-),男,籍贯:河南柘城,本科,高级工程师,研究方向:国际油气上游项目管理。