

# 当前化工贸易企业的经营发展初探

姚 澜（中国石油物资有限公司新疆分公司，新疆 乌鲁木齐 830019）

**摘要：**近年来，随着全球经济下行压力的增大，化工贸易企业在发展过程中面临较大的挑战，在进出口贸易方面受到多方面因素的影响，导致其贸易规模难以得到有效扩大，化工贸易企业的市场竞争力亟待进一步提升。本文针对我国目前化工贸易的大环境进行分析，对我国当前化工贸易企业在经营发展中存在的相关问题，并结合实际情况提出了加强化工贸易企业发展水平的相关意见，旨在为全面提高我国化工贸易企业的发展水平提高参考性意见。

**关键词：**化工贸易；经营发展；经济；措施；石油

## 0 前言

随着我国经济体制改革的不断深化，传统化工贸易企业已经脱离了三级分销的运营模式，化工产品的流通获得了更大的发展空间。近年来，随着全球经济一体化的发展进程不断加快，化工流通行业有着更大的发展空间，并且整体行业的竞争也更加激烈。传统的化工贸易企业往往是采用内循环的经济模式展开生产经营，一旦发生意外，那么化工贸易企业需要面临较大的挑战，严重的情况下可能导致化工贸易企业出现资金链断裂的情况。因此，化工贸易企业在商品流通的过程中，需要结合当前的经济形式制定对应的解决策略，并且在了解市场环境的基础上充分加强化工贸易企业的全面改革。本文针对化工企业在贸易角度上存在的问题展开分析，并讨论化工市场整体的商品情况，现报告如下。

## 1 我国化工行业的现状

化工行业作为我国国民经济的重要支柱，化工贸易企业的经营水平在很大程度上决定着国民经济的发展水平。在当前化工企业的发展模式下，贸易销售环节是其利润获取的根本与核心。化工行业是工业革命发展以来的重要产业，其对于农业、工业的发展都有着重要的支撑与促进作用。目前我国整体上化工行业区域稳定，为工农业的正常生产提供了强有力的保障，并且在市场价格、质量、数量方面，化工行业的产品销售在很大程度上推动了我国其他产业的全面发展。

近年来，随着化工产品的不断研发，化工产品的质量得到了进一步的提升，与国防科技相关的新型材料方面，化工行业也起到了关键性的作用。大部分国家的战略物资储备需要化工贸易企业的参与，因此，化工行业对国家和人民生活而言都有着重要的价值产出。在我国的国民经济体系中，化工行业是充分保障国家经济发展基础与国民经济全面发展的重要力量，是国民经济体系中的重要核心。结合当前我国化工行业的发展现状来看，目前我国化工行业逐渐实现战略角度的转型与升级，相应的产业链不断得到完善与调整，除了部分石油与矿产相关的行业，化工企业的其他产品已经逐渐步入了新的市场化发展阶段，但是对于制造业处于中下游的化工

产品而言，依然还需要较长时间的积累，在工艺水平、应用技术等角度都亟待进一步的提高。我国当前的科研机构与产品的市场动态之间的联系不够紧密，导致市场行情无法及时与科研院所进行沟通交流，信息流的传递存在一定的闭塞性。结合近年来我国化工产品的进出口贸易结构来看，整体上我国化工产品所占有的市场份额依然以基础原料、基本商品为主，而涉及到民生、国家战略相关的上游产品竞争力并不大。因此，当前我国化工行业的整体市场还需要进一步对产业链进行全面完善，并在此基础上充分对现有的产业结构进行充分的调整<sup>[1]</sup>。

在国外的化工市场上，目前对于复合类型的化工材料、环保类型的化工材料需求更高，化工产品所涉及的领域不断扩大，环保类型的产品在市场的占有率得到显著提升，化工行业的更新速度也得到了全面的提高。对于新型化工产品而言，虽然市场需求总量较大，但是对于单一系列的产品上需求并不高，这部分产品的生产无法从根本上实现连续化与规模化的生产扩大，并且这部分产品的生命周期较长，我国新型化工企业在加工与贸易的过程中，难以结合实际情况进行有效调整，导致整体的出口量不高。

## 2 目前国内化工贸易企业的经营类型

### 2.1 设立代理商机制

目前大部分制造企业都在全国各个地区开设了化工企业贸易相关的机构或者分公司，以代理商的形式开展贸易活动，部分化工贸易公司在自身运营与市场开发的过程中也承担着代理商的角色。一般而言，化工企业会按照代理权限与级别进行分类，将代理商经营的商品按照市场需求进行调整与划分，按照业绩作为主要影响因素，判断相应的代理商商品与制造业之间的紧密联系。

### 2.2 企业改革与变化形成的贸易机制

目前我国大部分贸易公司在开展活动的过程中倾向于销售单一的化工商品贸易，在其他领域或者其他不同类型的产品没有在市场上开展相应的贸易活动，并且部分分公司在成立之初就是按照经济联销网络渠道开展贸易活动，在化工经营方面具有较高的专业度。此外，部分

化工贸易企业在经营过程中面临制度改革的困境，需要对现有人员进行充分分流，从而在此基础上建立新的销售与贸易渠道，这部分贸易公司在开展化工贸易活动之前就已经具备了相应的销售许可，包括部分国家专控的商品经营渠道，对应的硬件设备相对而言较为齐全，并且其中也包括完善的物流信息系统，也具有更加全面的化工品存储仓库，这部分企业在化工贸易方面具有更大的优势<sup>[2]</sup>。

### 2.3 转手贸易

转手贸易在目前的市场背景下并不多见，这种经营模式是化工贸易市场化进程前期阶段的产物，对于转手贸易的公司而言，一般为非原商业的三产企业或者以各行业中介为目的的私人企业。这部分企业一般在转手贸易过程中只需要确保上下渠道具有较高的通畅性，那么企业就不会面临较大的亏损，在部分情况下也可以获得较大的盈利空间。这部分企业的实力整体较差，并且渠道来源具有较高的随机性，对于市场动向的把控也不够明确，这类企业如果需要提高自身水平，需要较高的难度<sup>[3]</sup>。

## 3 经营战略定位与目标

### 3.1 经营战略定位

结合当前化工贸易企业面临的市场环境来看，企业需要充分加强竞争结构的调整，并且对化工贸易企业面临的内部环境与外部环境进行综合分析，明确当前企业业务开展过程中面临的挑战、机遇与优劣势，从而能够不断提高企业的市场竞争力。在经营战略方面，具体可以按照以下两个方式进行定位：

#### 3.1.1 属性定位

属性定位主要是以提供高质量的专业化服务为标准，企业需要充分对目标客户的需求进行挖掘，了解贸易企业目标客户对产品的需求量，在供货过程中以降低成本的方式来提供高质量的服务。属性定位的应用要求贸易企业需要充分了解市场行情，进行充分的市场调研与渗透，结合客户的需求来进行产品属性定位的调整。

#### 3.1.2 利益定位

利益定位的目标在于通过特定的服务帮助贸易双方在交易过程中尽可能减少成本的投入，对于产品生产商而言，需要给予其更加广阔的市场空间，通过广泛开拓市场，获得更多的潜在客户与销量，从而让生产商能够结合需求提供更低价值的产品供应。对于客户而言，需要选择针对性的销售方面，明确化工贸易产品的潜在客户群体，提供附加值不高，产品性价比极高的产品供应，帮助上下游供应链实现成本的全面减少，达到利益的最大化。

#### 3.1.3 价值定位

价值定位的核心在于维持企业的长期稳定发展。站在企业发展的价值角度来看，化工贸易企业需要为市场

客户提供高质量的服务，并且进行成本的有效降低，帮助客户实现最终的贸易价值。因此，企业可以结合化工贸易的企业服务内容进行调整与优化，最大化稳定企业的发展水平，提高企业的发展效率，推动企业实现健康稳定的快速发展<sup>[4]</sup>。

### 3.2 经营战略目标

为了充分达成经营目标，企业需要在经营战略方面按照分阶段的方式开展经营管理工作。具体而言，对于化工贸易企业可以按照两个阶段来进行战略目标的划分。第一阶段，加强企业的业务拓展能力，夯实企业产品质量、品牌基础，以创新化的改革与调整为目标，全面加强企业的整体发展水平。第二阶段，企业需要加强核心竞争力的构建，对现有的产业链进行充分的延伸与拓展，明确新的主业内容，构建新形势下的商业模式，了解不同环境下的盈利模式与发展趋势，构建现代化的贸易生产企业，从根本上提高企业整体的发展水平，推动企业核心竞争力的全面提高<sup>[5]</sup>。

## 4 我国化工贸易企业在经营战略方面选择

我国化工贸易企业在经营的过程中，如何实现经营效果的全面提高，取决于企业是否制定了合理科学化的战略方向，在企业实施经营战略的过程中，需要大量的资源作为辅助参与企业未来发展的引导，并且企业的经营战略在很大程度上也会影响企业的长期发展规划。对于大部分化工贸易企业而言，需要重点对企业管理、市场营销、战略决策、计算机系统、物流管理几个方面进行控制强化，上述几个部分都是化工贸易企业需要重点解决的实际问题。对于企业内部战略管理方面的分析，在很大程度上可以充分促进化工贸易企业的长远发展战略决策合理性。但是对于大部分化工贸易企业而言，在战略方向制定上过分考虑短期的利益获取，而忽略了对市场形式与行为的全面分析，导致企业是市场竞争环境下难以取得良好的优势，其实际竞争力难以得到有效提升。在化工贸易企业进行经营战略选择的过程中，企业管理人员需要充分结合当前企业面临的内外部环境进行充分考量，分析企业在发展过程中各个职能部门的弱点与具有的优势，并在此基础上结合对应的实际情况展开充分的企业营销战略分析与判断<sup>[6]</sup>。

### 4.1 后向一体化战略

对于供货方而言，其加强所得权的控制以及相关的战略形式就是后向一体化战略核心。化工贸易企业在选择发展战略方向的过程中，需要充分结合实际情况进行科学化的判断与选择。首先，相关企业需要有自己的品牌与渠道，并且能够了解市场的基本需求，能够判断市场不同化工产品的优劣势与差异性；其次，在企业开展贸易活动的过程中，需要对相应的商品市场需求进行精确化的判断，能够结合市场动向做出对应的反应；最后，企业需要具备充足的人力资源储备以及组织资金储备，

在意外情况发生的阶段,可以有效通过人力物力的投入弥补损失,提高企业的韧性。此外,企业在经营过程中商品的利润应该相对较高,并且其中涉及的相关资源要结合实际情况进行充分获取,上下游的供应链需要充分明确且透明,在贸易活动开展过程中能够按照规范化的流程进行操作。通过这种后向一体化经营策略的全面实施,在很大程度上可以帮助企业实现贸易与生产的充分结合,从根本上提高企业的核心竞争力,提高市场份额占有比例<sup>[7]</sup>。

#### 4.2 市场渗透战略

企业需要进一步明确阶段性的营销战略,管理人员需要结合市场环境对营销战略模式进行充分改革与调整,并且在当前化工商品市场份额环境下,扩大产品的品牌效应,对于部分商品要及时按照阶梯式的营销方案选择,对具有核心竞争力的产品需要时刻保持高利润率,通过品牌效应、产品分类上进行市场获取。化工贸易企业需要充分加强与各级制造商之间的合作关系,提高销售部门的比例与资源倾斜,在营销广告的支出方面,按照既定的销售战略给予充分的支持。此外,在实施市场渗透战略的过程中,由于市场渗透工作并不是一蹴而就的,而是需要长期的铺垫与维持,才能够实现品牌效应与市场渗透率的全面提高。因此,化工贸易企业需要做好长期的预算,选择市场占有率较高的商品作为稳定且持续的利润来源,做好预算的规划工作,实际渗透的运作形式要时刻进行监督与管理,从根本上提高企业的经营效率。

#### 4.3 经营战略的集中化以及多元化

化工贸易企业需要充分对产品之间的关联性进行挖掘,对相应的产品类型与功能性进行积极拓展,提升产品的市场竞争力。在服务方面,化工贸易企业获取客户的核心在于服务,销售人员应该具备良好的综合素质与专业能力,能够及时为客户解决困难。在具备这些必要条件的基础上,化工贸易企业需要对物流与仓储环节进行加强,构建集中化、多元化的经营战略体系,仓储工作在必要的情况下可以在不同地区设立代理点与分销商,通过这种方式缓解企业的仓储与物流压力。在电子、纺织、建材等行业的流通上,化工贸易企业需要具有更加明显的优势,才能够获得更高的市场竞争力。此外,在新产品推出之后,企业相关部门需要及时监督销售与管理的合理性,在销售工作中加强管控与调整,了解新产品的实际销售波动周期与状态,有效弥补新商品市场渗透率不高的问题<sup>[8]</sup>。

#### 4.4 实施其他的战略

化工贸易企业经营的核心在于市场获取率的提高,化工贸易企业需要充分了解企业面临的内外环境,结合市场动向进行经营战略的部署与调整。一般而言,大部分化工贸易企业可以选择合资化的方式开展经营工

作,或者通过混合式多元的经营方式提高经营效率。企业发展的核心应该放在对市场的开发力度上,化工贸易企业可以阶段性组织产品的开发研讨会,结合市场需求与客户反馈的情况明确产品的开发、产品的优化工作内容,从而对自身的产品进行有效调整,提高客户的粘度。此外,化工贸易企业也可以在横向上应用多元化的营销战略,对自身的发展战略方向进行充分调整与改革,对不同类型的组织规划与战略方向进行组合与优化,在达到既定目标的基础上,充分提高企业的核心竞争力。此外,在企业文化的建设方面,相关部门需要充分了解市场的实际情况,扩大企业文化与市场之间的适应性,从根本上促进企业经营结构的全面调整与改善。

#### 5 结语

对于大部分贸易企业而言,获得更高的经营利润、扩大品牌效益、提高市场份额都是企业实现高质量发展的关键。化工贸易企业需要充分了解当前我国化工市场的发展动向,选择合理的经营战略与方向,才能够全面提高企业的发展水平。综上所述,我国化工贸易企业需要面临较大的困难与挑战,化工贸易企业需要充分结合自身的发展情况,对经营策略进行阶段性调整,开展规模化的组织机构调整。化工企业应该紧紧跟上时代的步伐,对经营策略进行充分的更新与修正,让企业能够时刻把握市场动向,建立符合市场需求的营销手段与战略方向。近年来,随着化工产业市场化程度的不断提高,国民对化工产品的需求量不断提高,化工贸易企业应该对产品进行多样化的调整,加强质量管控,提高品牌知名度,拓宽市场深度,改善自身经营管理方面存在的稳定,使得企业能够在变化多端的市场环境下立于不败之地。

#### 参考文献:

- [1] 周志坚,马绍杰.国内化工贸易企业的经营分析及战略选择[J].企业改革与管理,2018(15):77-78.
- [2] 陈永.石油化工贸易企业多元化战略研究[D].上海:复旦大学,2013.
- [3] 窦捷.国内化工贸易企业的经营分析及战略选择[J].现代管理科学,2005(01):75-76.
- [4] 蒋陶,侯冬梅.化工贸易企业经营战略研究[J].企业技术开发,2013,32(02):66-67.
- [5] 吴萍,魏东.传统化工贸易企业如何“求异存同”——浅谈IMC理念的导入[J].市场周刊(商务营销),2003(11):46-47+45.
- [6] 黄清清.石油化工贸易现状及其展望[J].管理观察,2019(13):26-27.
- [7] 林荣.化工出口企业开拓国际市场的对策分析[J].现代商业,2011(32):183+182.
- [8] 武红方.化工品贸易企业在当前市场情况下的风险管理探析[J].化工管理,2016(33):161.