

“互联网+”背景下化工贸易企业的“守”与“攻”

赵 萍(上海科睿思国际贸易有限公司, 上海 201199; 潍坊炫彩工艺品有限公司, 山东 潍坊 261000)

摘 要: 在“互联网+”背景下, 化工贸易企业面临新的机遇和挑战。本文通过分析“互联网+”的定义与发展历程, 探讨其在化工行业中的应用, 并深入剖析当前化工贸易市场的现状与困境。在此基础上, 提出了化工贸易企业的“守”与“攻”策略。在“守”策略方面, 重点讨论了出口贸易的现状与挑战、经济性分析与成本控制, 以及风险管理与防范。在“攻”策略方面, 重点研究了互联网环境下的营销策略、市场拓展的路径与方法、化工产业的经济性分析, 并提出了具体的经济发展战略和提升产品竞争力的措施。本文为化工贸易企业在“互联网+”时代的转型与发展提供了理论支持和实践指导。

关键词: 互联网+; 化工贸易; 出口贸易; 市场发展

0 引言

“互联网+”作为新时代的经济模式, 将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域, 提升传统产业的生产力水平, 促进产业升级和经济转型。化工贸易企业作为传统行业的重要组成部分, 在“互联网+”背景下面临着巨大的机遇和挑战。一方面, 互联网技术的迅猛发展为企业带来了新的营销模式、销售渠道和管理工具, 使得企业能够更加高效地进行生产和运营。另一方面, 全球经济一体化进程加快, 市场竞争日趋激烈, 化工贸易企业必须在复杂多变的市场环境中寻找新的生存和发展空间。本文旨在探讨“互联网+”背景下化工贸易企业的“守”与“攻”策略, 帮助企业更好地适应时代变化, 实现可持续发展。

1 “互联网+”背景下化工贸易企业的现状分析

1.1 “互联网+”的定义

“互联网+”是指互联网与传统产业的深度融合, 通过互联网技术和平台, 促进传统产业的转型升级, 提升生产力水平和创新能力。这一概念最早由中国政府在2015年提出, 旨在推动各行各业的互联网化, 形成新的经济形态。“互联网+”的内涵不仅仅是简单的互联网接入, 而是通过大数据、云计算、物联网、人工智能等新一代信息技术, 改变传统产业的生产方式、经营模式和管理手段。

1.2 “互联网+”在化工行业的应用

“互联网+”在化工行业的应用主要体现在以下几个方面: ①智能制造: 通过物联网和智能设备, 化工企业可以实现生产过程的自动化和智能化; ②供应链管理: 化工产品的供应链较为复杂, 涉及原材料采购、生产加工、仓储运输等多个环节。通过“互联网+”技术, 化工企业可以实现供应链的数字化和智能化管

理; ③市场营销: 传统的市场营销方式逐渐被数字化营销所取代。化工企业可以通过电子商务平台、社交媒体和搜索引擎广告等方式, 拓展市场渠道和客户群体; ④客户服务: 通过“互联网+”技术, 化工企业可以提供更加便捷和高效的客户服务。利用在线客服、移动应用和电子邮件等方式, 企业可以及时回应客户的咨询和反馈, 提高客户满意度和忠诚度。

1.3 当前化工贸易市场分析

当前, 全球化工贸易市场呈现出以下几个特点:

①需求多元化: 随着全球经济的发展和人民生活水平的提高, 对化工产品的需求不断增长且更加多样化。化工产品不仅广泛应用于工业制造、农业生产, 还渗透到医疗、食品、电子等多个领域。特别是新兴市场国家的快速发展带来了大量的市场需求, 这为化工贸易企业提供了新的增长点; ②竞争激烈化: 化工行业是一个高度竞争的市场, 全球化工企业在技术、成本、市场等方面展开激烈竞争。随着技术进步和生产工艺的改进, 一些新兴企业迅速崛起, 传统化工企业面临着更大的竞争压力。此外, 全球化的市场环境使得企业需要面对来自不同地区和不同类型的企业的竞争, 市场准入壁垒和贸易摩擦也增加了企业的经营难度; ③技术创新驱动化: 技术创新是化工行业发展的主要驱动力。企业通过技术创新, 不断提升产品的性能和附加值, 满足市场的多样化需求。例如, 绿色化工技术、新材料技术和智能制造技术等的应用, 不仅提升了企业的生产效率和产品质量, 还推动了行业的可持续发展。技术创新使得化工产品的更新换代速度加快, 企业必须不断进行技术研发和工艺改进, 以保持竞争优势; ④政策环境变化: 各国政府对化工行业的监管政策不断变化, 特别是环保法规和贸易政策的调整, 对

化工贸易企业的经营产生了深远影响。例如，严格的环保法规要求企业增加环保投入，提高环保标准，这在一定程度上增加了企业的生产成本和经营压力。同时，贸易保护主义的抬头和国际贸易争端的频发，也使得企业在国际市场上的竞争环境更加复杂。

2 化工贸易企业的“守”策略

2.1 出口贸易的现状与挑战

随着全球经济一体化进程的加快，各国化工企业纷纷加大出口力度，国际市场竞争日益激烈。特别是一些新兴市场国家的化工企业凭借成本优势和政策支持，迅速崛起，对传统化工出口大国形成了强有力的竞争压力。其次是贸易保护主义抬头。近年来，全球贸易环境变得复杂多变，一些国家和地区采取了更为严格的贸易保护措施，增加了关税和非关税壁垒，限制化工产品的进口。这不仅增加了化工贸易企业的出口成本，还对其国际市场的开拓带来了诸多不确定性。此外，环保法规的日益严格也给化工贸易企业的出口业务带来了新的挑战。各国政府对化工产品的环保标准和安全要求不断提高，企业需要投入更多的资金和资源进行环保技术改造和合规认证，以满足不同国家和地区的市场准入要求。

2.2 成本控制

化工贸易企业的生产和经营涉及到原材料采购、生产加工、物流运输等多个环节，每一个环节都对企业的成本结构产生影响。尤其是在原材料价格波动较大的情况下，企业的生产成本和利润水平会受到直接影响。因此，进行成本控制是企业应对市场变化、保持竞争优势的重要手段。在实际操作中，化工贸易企业可以通过多种方法和策略实现成本控制。首先是优化采购流程。企业可以通过集中采购、批量采购等方式降低原材料采购成本。同时，建立稳定的供应链关系，与供应商建立长期合作关系，也有助于企业获得更优惠的采购价格。其次是提高生产效率。通过引入先进的生产技术和设备，优化生产流程，减少生产过程中的资源浪费和能耗，企业可以有效降低生产成本。

2.3 风险管理与防范

化工贸易企业在经营过程中面临着多种风险，如何有效管理和防范这些风险，是企业保持稳健经营和长期发展的重要保障。主要的风险包括市场风险、信用风险、操作风险和法律风险。

市场风险是指由于市场需求和价格波动对企业经营带来的不确定性。化工产品的市场需求受经济周期、

行业发展和季节性因素的影响较大，价格波动也较为频繁。为了应对市场风险，企业可以采取多种策略。首先是分散市场风险。企业可以通过多元化经营，拓展产品种类和市场区域，降低单一市场和产品的依赖度。其次是签订长期合同。通过与客户签订长期供货合同，企业可以锁定销售价格和数量，减少市场价格波动带来的影响。

信用风险是指由于客户违约或拖欠货款导致企业的财务损失。为了防范信用风险，企业需要加强客户信用管理。首先是进行客户信用评估。企业可以通过多种途径，如银行征信、商业信用报告、行业内信用信息等，对客户的信用状况进行全面评估，选择信用状况良好的客户进行合作。其次是制定合理的信用政策。企业可以根据客户的信用评估结果，制定差异化的信用政策，如预付款、分期付款、信用额度等，降低信用风险。

操作风险是指由于企业内部管理不善或操作失误导致的风险。为了防范操作风险，企业需要加强内部控制和管理。首先是建立健全的内部控制体系。企业可以通过制定完善的管理制度和流程，明确各环节的操作规范和职责分工，减少操作失误和管理漏洞。其次是加强员工培训。通过定期组织员工培训，提高员工的操作技能和风险意识，减少人为失误和操作风险。此外，企业还可以利用信息技术手段，如自动化控制系统和管理软件，对生产和经营过程进行实时监控和管理，减少操作风险。

法律风险是指由于法律法规的变化或企业不合规经营导致的风险。为了防范法律风险，企业需要加强法律合规管理。首先是及时了解和掌握相关法律法规的变化，确保企业的生产和经营活动符合国家和地方的法律法规要求。其次是建立健全的合规管理体系。企业可以设立专门的法律合规部门，负责对企业的各项活动进行合规性审查，制定合规管理制度和流程，确保企业的经营活动合法合规。

3 化工贸易企业的“攻”策略

3.1 互联网环境下的营销策略

在“互联网+”背景下，化工贸易企业的营销策略需要紧密结合互联网技术和平台，拓展市场渠道，提高市场竞争力。首先，企业可以利用电子商务平台进行产品销售和市场推广。通过入驻知名的B2B电子商务平台，如阿里巴巴国际站、环球资源等，企业可以接触到全球范围内的潜在客户，扩大市场覆盖

面。同时,企业还可以建设和运营自己的电子商务网站,提供产品展示、在线咨询和交易等服务,增强客户互动和品牌曝光度。其次,企业可以利用社交媒体平台进行品牌宣传和市场推广。通过在 Facebook、LinkedIn、Twitter 等国际社交媒体平台上开设企业账号,发布企业动态、产品信息和行业资讯,企业可以增强品牌影响力,吸引更多的潜在客户。与此同时,企业还可以通过社交媒体平台开展互动营销活动,如在线直播、问答互动和用户分享等,增强客户粘性和忠诚度。

3.2 市场拓展的路径与方法

市场拓展是化工贸易企业实现业务增长和规模扩大的关键。首先,企业可以通过产品多元化和市场细分来拓展市场。通过开发和推广新产品,企业可以满足不同客户群体的需求,增加市场份额。同时,企业还可以通过市场细分,针对不同的客户群体制定差异化的市场策略,提高市场覆盖率和客户满意度。其次,企业可以通过国际市场拓展来实现业务增长。在全球化背景下,化工贸易企业可以通过参加国际展会、建立海外分支机构和合作伙伴关系等方式,进入新的国际市场,扩大市场份额。例如,企业可以通过参加国际化工展览会,如中国国际化工展览会(ICIF)、欧洲精细化工展(Chemspec Europe)等,展示产品和技术,寻求国际合作机会。

3.3 化工产业的经济性分析

化工产业的经济性分析是企业制定经营策略和投资决策的重要依据。

首先,企业需要进行成本分析,了解生产和经营过程中的各项成本构成。通过对原材料成本、生产成本、物流成本和销售成本等进行详细分析,企业可以找出成本控制的重点和难点,制定有效的成本管理措施,提高经济效益。

其次,企业需要进行盈利能力分析,评估企业的盈利水平和利润空间。通过对销售收入、毛利率、净利润率等指标进行分析,企业可以了解自身的盈利状况,找出影响盈利的主要因素,制定针对性的改进措施。此外,企业还需要进行投资回报分析,评估新项目和新产品的投资回报率和风险水平,确保投资决策的科学性和合理性。此外,企业还需要进行市场需求分析和竞争力分析。通过对市场需求和市场趋势的研究,企业可以了解市场的容量和发展潜力,确定产品定位和市场策略。同时,通过对竞争对手的分析,企

业可以了解市场竞争格局和自身的竞争优势,制定有效的竞争策略,提升市场地位。

3.4 制定经济发展战略

为了实现可持续发展,化工贸易企业需要制定科学合理的发展战略。首先,企业需要明确发展目标和战略定位。根据市场环境和自身资源优势,企业可以确定短期和长期的发展目标,以及在市场中的战略定位,制定相应的发展规划和实施路径。其次,企业需要制定技术创新战略。通过加大技术研发投入,企业可以提升自身的技术水平和产品竞争力,满足市场的多样化需求。

同时,企业可以通过与科研院所、高校等合作,进行产学研结合,加速技术成果的转化和应用,提高技术创新能力。此外,企业需要制定市场拓展战略。通过多元化经营和国际市场拓展,企业可以扩大市场份额和业务规模,提高市场竞争力。企业还可以通过并购和战略合作,整合资源,拓展业务范围,实现规模效益和协同效益。

4 结论

化工产业的发展前景广阔,未来将继续保持稳步增长态势。首先,全球经济的持续发展和工业化进程的推进,将带动化工产品的需求增长。特别是新兴市场国家的快速发展,将为化工贸易企业提供大量的市场机会。其次,技术创新和绿色化发展将成为化工产业的主要趋势。随着环保意识的增强和环保法规的日益严格,绿色化工技术和产品将受到市场的广泛关注和青睐,企业需要加大技术研发投入,开发环保型和高附加值的产品,满足市场需求。此外,数字化和智能化发展将成为化工产业的重要方向。通过引入物联网、人工智能、大数据等先进技术,企业可以实现生产过程的智能化和管理的数字化,提高生产效率和管理水平。

参考文献:

- [1] 宋雁. 电子商务环境下化纤企业发展创新研究[J]. 化纤与纺织技术, 2021, 50(11): 4-5+8.
- [2] 赵宁. “互联网+”下化工企业发展电子商务的路径探寻[J]. 化工管理, 2020(35): 3-4.
- [3] 朱思佳, 闫铭, 蒋良骏. “互联网+”背景下化工企业发展电子商务的思考[J]. 市场周刊, 2020, (06): 24-25.

作者简介:

赵萍(1969-), 女, 山东潍坊人, 大专, 研究方向: 派对工艺蜡烛的设计生产及全球销售。