

传统成品油销售企业转型发展的策略研究

赵树鑫（中国石化销售股份有限公司天津石油分公司，天津 300000）

摘要：本文探讨了传统成品油销售企业在市场变革中的转型发展策略，旨在提高企业竞争力并实现绿色可持续发展。主要策略包括调整业务结构、提升技术创新能力、优化人力资源结构、强化品牌建设等。文章强调，多业态转型是传统成品油销售企业实现高质量发展的必然选择，但还需结合实际情况不断探索和实践。

关键词：传统成品油销售企业；转型发展；策略

中图分类号中：F426.22 文献标识码：A 文章编号：1674-5167（2025）016-0028-03

Research on the Transformation and Development Strategy of Traditional Oil Product Sales Enterprises

Zhao Shuxin(Sinopec Tianjin Petroleum Branch, Tianjin 300000, China)

Abstract: This paper discusses the transformation and development strategy of traditional oil product sales enterprises in the market reform, aiming to improve the competitiveness of enterprises and achieve green and sustainable development. The main strategies include adjusting the business structure, improving the ability of technological innovation, optimizing the structure of human resources, strengthening brand building, etc. The article emphasizes that multi format transformation is the inevitable choice for traditional oil product sales enterprises to achieve high-quality development, but it still needs to continue to explore and practice in combination with the actual situation.

Key words: Traditional Oil Product Sales Enterprises; Transformation and Development; Strategy

近年来，我国新能源汽车产业快速发展，成品油市场需求增速放缓，加之国际油价波动、环保政策趋严等因素，传统成品油销售企业面临巨大压力。为了适应市场变化，实现可持续发展，传统成品油销售企业必须加快转型发展。本文旨在分析传统成品油销售企业面临的困境，探讨转型发展的策略。

1 传统成品油销售企业现状及问题

1.1 市场需求增速放缓

一是经济增长放缓导致能源需求减弱。随着我国经济增速从高速转向中高速，工业生产和交通运输等领域的能源消耗增长速度有所下降，直接影响到了成品油的需求^[1]。二是能源结构调整影响成品油消费。在国家大力推动绿色低碳发展和能源消费结构调整的背景下，天然气、电力等替代能源的使用比例逐渐提高，对成品油市场造成一定程度的替代效应。三是新能源汽车的快速发展。新能源汽车的推广和普及，尤其是电动汽车的销量增长，直接减少了汽油和柴油的消费需求，对传统成品油市场构成挑战。四是节能减排政策效应显著。国家实施的节能减排政策和排放标准升级，促使企业和个人减少能源消耗，提高能源使用效率，进一步抑制了成品油需求的增长。

1.2 竞争进一步加剧

随着国内外炼油能力的提升，成品油市场供应过剩现象日益严重，导致市场竞争加剧，价格战频发，进一步压缩了企业的盈利空间。一是市场竞争日益激

烈。随着我国石油市场的逐步开放，除了国有大型石油公司之外，越来越多的民营和外资企业进入市场，形成了多元竞争格局^[2]。这些企业之间在价格、服务、品牌等方面展开激烈争夺，市场竞争不断升温。

二是价格战频发。成品油价格受国际原油市场价格波动影响较大，企业为争夺市场份额，常常通过降价促销来吸引消费者。三是服务同质化严重。在成品油销售领域，企业提供的核心产品差异不大，导致服务同质化现象严重。为了争夺客户，企业纷纷在非油业务、便利店、洗车、维修等服务上做文章，但创新不足，难以形成核心竞争力。传统成品油销售企业在当前市场竞争中，既要应对同行业企业的竞争压力，又要应对成本上升、政策调整等外部环境变化，亟需通过提升服务质量、创新业务模式、加强成本控制等手段，提高市场竞争力。

1.3 经营成本上升

受国际油价波动、环保政策等因素影响，成品油销售企业的经营成本不断上升^[3]。一是原油价格上涨。随着国际原油市场的供需变化，原油价格波动加剧，导致成品油企业的采购成本上升。二是运输成本增加。成品油从炼厂到销售终端的运输成本随着油价上涨而提高。同时，物流运输行业的监管加强和运输标准提升也使得运输成本上升。三是人力资源成本。随着我国劳动力市场的变化，劳动力成本逐年上升。特别是在一线销售和服务人员方面，企业需要支付更高的工

资和福利以吸引和留住人才。四是环保成本。环保法规的日益严格要求成品油企业在环保设施、油气回收、废水处理等方面加大投入，这些措施都增加了企业的运营成本。五是土地成本增加。随着城市化进程的加快，商业用地的价格不断攀升，成品油销售企业的加油站等设施用地成本也随之增加。六是安全管理成本。为了提高安全生产水平，企业需要不断更新安全设备、加强员工安全培训，造成成本增加。

1.4 技术创新能力不足

传统成品油销售企业在技术创新方面投入不足，导致产品和服务缺乏竞争力。一是研发投入不足，相较于高科技行业，成品油企业在技术创新上的资金投入较少，限制了技术进步。二是创新意识淡薄，长期的市场相对垄断导致企业缺乏创新动力。三是技术人才短缺，企业缺少掌握新能源、信息技术等跨学科知识的专业人才。技术创新能力弱，油品质量提升、节能减排等方面的技术难以形成核心竞争力。四是政策和市场环境对企业技术创新的激励和保障机制不健全，影响了企业技术创新的积极性。因此，传统成品油销售企业技术创新能力不足，亟待加大投入、培养人才、建立创新体系，以促进企业转型升级。

1.5 人力资源结构不合理

企业内部人力资源结构不合理，缺乏高素质的专业人才，制约了企业的发展。一是年龄结构失衡，企业中老年员工比例较高，年轻员工不足，导致整体创新能力和发展潜力受限。二是技能结构单一，员工多集中于销售和传统管理领域，缺乏新兴技术人才，如信息技术和新能源技术，难以支撑企业转型升级。三是专业结构不均衡，销售和市场人员过剩，而研发和技术支持人才不足，影响企业核心竞争力。四是培训体系不完善，员工职业发展路径不明确，导致人才流失。激励机制不足，传统薪酬体系难以激发员工积极性，尤其是年轻员工。五是人才引进困难，行业特性和地域限制使得企业难以吸引高端人才。

2 传统成品油销售企业转型发展的必要性

2.1 适应市场变化

转型发展是企业适应市场变化、实现可持续发展的必然选择。

首先，新能源的崛起对传统成品油市场造成冲击，电动汽车和天然气等替代能源的使用日益增加，导致成品油需求增长放缓。其次，消费者对能源服务的需求日益多样化，单一的加油服务已无法满足市场，需要企业提供更多增值服务。再者，环保法规日益严格，对成品油销售企业的环保要求提高，迫使企业向绿色低碳转型。

此外，数字化技术的广泛应用改变了消费者的购买习惯，线上支付、无人加油等新兴服务模式对传统销售模式构成挑战。同时，国际油价波动和市场竞争加剧，要求企业提高运营效率和成本控制能力^[4]。

因此，传统成品油销售企业必须转型发展，以适应市场变化。这包括优化产品结构，提供多元化能源服务；加强技术创新，推动销售模式和服务方式的数字化；提升环保标准，实现绿色可持续发展。通过这些措施，企业才能在变革中找到新的增长点。

2.2 提高企业竞争力

通过转型发展，企业可以优化资源配置，提高市场竞争力。

首先，市场环境的变化要求企业必须转型升级。随着新能源的兴起和消费者需求的多样化，传统成品油销售企业若固守原有模式，将难以满足市场新需求，丧失市场份额。通过转型，企业可以拓展服务范围，增强市场适应能力。

其次，技术创新是提升竞争力的关键。传统企业通过引入智能化、数字化管理，可以提高运营效率，降低成本，实现精细化管理，从而在价格和服务上形成竞争优势^[5]。

最后，多元化经营是增强企业抗风险能力的重要途径。传统成品油销售企业通过拓展新能源业务、跨界合作等方式，可以分散市场风险，实现业务的多元化发展。

2.3 解决员工转型就业难题

首先，随着新能源的崛起和市场需求的变化，传统成品油销售企业的员工面临着技能过时和就业岗位减少的问题。企业转型可以为员工提供新的就业方向和岗位，帮助他们适应市场变化，避免失业风险。

其次，企业转型往往伴随着新技术的引入和新业务的拓展，这为员工提供了学习和提升技能的机会。通过培训和教育，员工可以掌握新的工作技能，提高自身的就业竞争力，为未来的职业发展打下坚实基础。

再次，转型发展可以创造更多的工作岗位。企业通过多元化经营，不仅能够稳定原有员工的就业，还能吸引更多新人才，为员工提供更广阔的职业发展空间。

最后，企业转型有助于改善员工的工作环境和福利待遇。新的业务模式可能会带来更高效的工作流程和更人性化的管理方式，从而提高员工的工作满意度和忠诚度。

3 传统成品油销售企业转型发展策略

3.1 调整业务结构

①发展非油业务，实现多元化经营。企业可以在

加油站内增设便利店，销售日用品、食品、饮料等，提供即时零售服务，满足顾客多样化需求。推出洗车、洗衣等服务，利用现有客户资源，创造新的收入来源，实现服务增值。通过与非油业务相关的品牌合作，引入专业管理，提升服务质量与顾客体验。

②加大新能源汽车相关业务布局。在加油站内安装充电桩，为电动汽车提供充电服务，同时考虑未来技术发展，布局换电站，以适应新能源汽车市场的需求。与新能源汽车制造商建立合作关系，提供新能源汽车的销售和售后服务，成为新能源汽车的综合服务提供商。利用现有网络优势，规划新能源汽车充电网络，提升企业在新能源领域的竞争力。

③拓展汽服保养业务，围绕车生态进行转型。在加油站内设立汽车服务中心，提供汽车维修、保养、美容等一站式服务，围绕汽车使用周期打造全方位服务体系。培养或引进专业的汽车服务团队，确保服务质量，建立良好的口碑。

3.2 提升技术创新能力

①加大研发投入，培育核心竞争力。企业应当制定长期的研发投入计划，确保有足够的资金支持新技术、新产品和新服务的研发。还可以建立专业的研发团队，鼓励创新思维，为企业的可持续发展提供技术支持。

②加强与高校、科研院所的合作，引进先进技术。与高校和科研院所建立合作关系，共同开展技术研发项目，利用外部智力资源加速技术创新。通过技术引进、合作研究等方式，获取行业前沿技术，缩短研发周期，降低研发风险。

③推动企业内部技术创新，提高产品和服务质量。建立企业内部技术创新激励机制，鼓励员工提出创新想法和改进措施，营造创新文化。对现有产品和服务进行持续改进，提高用户体验，满足市场新需求。利用数字化、智能化技术提升运营效率，如通过智能加油系统、在线支付、大数据分析等手段优化服务流程。

3.3 优化人力资源结构

①完善人才培养机制，提高员工素质。设立定期的职业技能培训，针对不同岗位需求提供专业知识和技能的更新培训。实施导师制度，通过经验丰富的员工指导新员工，促进知识和技能的传承。建立职业发展通道，为员工提供晋升和发展的机会，激励员工不断提升自身能力。

②引进高层次人才，提升企业整体实力。制定有吸引力的人才引进政策，包括提供竞争力的薪酬、福利以及职业发展平台。通过行业交流、招聘会等渠道，积极寻找和吸引具有丰富经验和创新能力的专业人

才。

③加强内部激励，调动员工积极性。建立公平、透明的绩效考核体系，确保员工的努力和贡献得到合理评价和回报。实施多样化的激励措施，如奖金、股权激励、荣誉表彰等，激发员工的工作热情。营造积极向上的企业文化，通过团队建设、员工关怀等活动增强员工的归属感和团队协作精神。

3.4 强化品牌建设

①提升企业形象，提高品牌知名度。参与社会公益活动，提升企业的社会责任形象，增强公众对品牌的认同感。利用线上线下渠道，如社交媒体、广告、公关活动等，广泛传播企业形象。

②加强品牌宣传，扩大市场份额。制定有效的市场营销策略，包括促销活动、广告投放、品牌故事讲述等，提高品牌曝光率。利用大数据分析，精准定位目标客户群体，提高宣传的针对性和效果。

③注重品牌差异化，满足消费者需求。研究市场需求，开发具有特色的产品和服务，如环保型油品、定制化加油服务等，以区别于竞争对手。提供优质的顾客服务，通过个性化体验和高效服务赢得顾客忠诚度。

4 结论

传统成品油销售企业转型发展是应对市场变化、提高企业竞争力的必然选择。本文从调整业务结构、提升技术创新能力、优化人力资源结构、强化品牌建设和深化产业链合作等方面提出了转型发展策略，以期为我国传统成品油销售企业的可持续发展提供参考。然而，企业转型发展是一个长期、复杂的过程，需要企业结合自身实际，不断探索和实践。

参考文献：

- [1] 杨杰. 成品油销售企业数字化转型实践与思考 [J]. 车用能源储运销技术, 2024, 2(06):54-58+71.
- [2] 冯志国. 成品油销售企业充电网络高质量发展探究 [J]. 车用能源储运销技术, 2024, 2(06):59-64.
- [3] 何瑞. 成品油销售企业体制机制优化策略 [J]. 现代企业文化, 2024(35):67-69.
- [4] 倪今. 民营成品油销售企业核心竞争力提升路径研究 [J]. 质量与市场, 2024(09):99-101.
- [5] 曹路, 王文斌, 张岩, 等. 油气销售企业数字化转型智能化发展探析 [J]. 车用能源储运销技术, 2024, 2(04): 61-65+76.

作者简介：

赵树鑫（1989-），男，汉，天津，本科，中级经济师，研究方向：市场管理与新业务转型。