

后疫情时代石油化工产品国际贸易格局变迁与应对策略

刘海成 冯玉珍 刘发电 (山东科谷介观科技有限公司, 山东 东营 257300)

摘要: 后疫情时代, 石油化工产品国际贸易格局出现明显调整, 供需构成、交易走向与价格起伏等要素给全球市场带来深刻作用, 传统油品需求下滑, 绿色能源及清洁化工品需求上扬, 全球贸易阻碍增加, 企业竞争压力加大, 应对这类变动, 企业应调整外贸出口构成, 加强国内外市场联动, 促进产品革新与精准推广, 分析了这类变化给行业带来的挑战与机遇, 给出应对办法, 为石油化工行业持续发展提供了实用借鉴。

关键词: 后疫情时代; 石油化工; 国际贸易; 市场变迁; 应对策略

中图分类号: F746 **文献标识码:** A **文章编号:** 1674-5167 (2025) 025-0020-03

Changes in the International Trade Pattern of Petrochemical Products and Coping Strategies in the Post-Pandemic Era

Liu Haicheng, Feng Yuzhen, Liu Fadian (Shandong Kegu Mesoscopic Technology Co., Ltd., Dongying Shandong 257300, China)

Abstract: In the post-pandemic era, the international trade pattern of petrochemical products has undergone significant changes. Factors such as the supply and demand structure, trade flow, and price fluctuations have exerted a profound impact on the global market. The demand for traditional petroleum products has declined, while the demand for green energy and clean chemical products has risen. Global trade barriers have increased, putting enterprises under greater competitive pressure. To cope with these changes, enterprises need to optimize the structure of foreign trade exports, deepen the synergy between domestic and foreign markets, and promote product innovation and precision marketing. This paper discusses the challenges and opportunities brought by these changes to the industry, puts forward coping strategies, and provides useful references for the sustainable development of the petrochemical industry.

Keywords: post-pandemic era; petrochemical industry; international trade; market changes; coping strategies

新冠疫情爆发后, 全球石油化工产业遭遇了以往未曾有过的冲击, 国际市场需求的剧烈变动、贸易政策的调整及成本起伏, 让石油化工产品全球贸易格局出现深刻转变, 石油化工企业要重新规划全球市场布局、增强竞争力、调整产业构成, 这是适应变化必须面对的难题, 新兴市场兴起与电子商务进步给企业带来新的发展契机, 绿色化工品与可持续发展理念已成为行业未来的关键走向, 研究这些变迁给行业带来的挑战与机遇, 明确应对路径, 旨在探索石油化工产业如何在这一转变中把握机遇、应对挑战, 实现长久发展。

1 后疫情时代石油化工产品国际贸易格局变迁的主要表现

1.1 全球供需结构的重构与区域贸易流向调整

疫情引发全球经济收缩, 传统石油消费主力交通运输领域需求骤降, 航空、航运及公路货运量大幅减少, 汽油、柴油等成品油消耗下滑, 远程办公和线上活动普及, 电力、电子、医疗等领域对石油化工产品需求渐增, 数据中心扩容, 特种工程塑料用量上升; 居家办公设备生产, 电子化学品需求被推高, 医疗防护用品生产需求激增, 口罩、防护服等物资大规模生产, 聚丙烯、聚乙烯等塑料原料消耗增加, 全球石油消费构成正悄然转变。清洁能源及绿色化工品需求逐步替

代传统石油产品, 生物柴油、可降解材料等受到更多青睐, 欧美与部分亚洲国家这一态势更为突出, 区域贸易流向改变, 疫情导致部分国家和地区石油化工产品供应链中断, 物流受阻和工厂停工让供应不稳定, 一些原本依赖特定区域进口的国家另寻替代供应来源, 欧洲对俄罗斯石油实施制裁, 部分依赖俄石油的国家转向中东、北非等其他供应市场, 新建运输管道、增加海运订单重构供应体系, 国际石油化工贸易传统走向改变, 全球供应链脆弱性凸显, 各国开始重视供应链多元化布局。

1.2 贸易规则与政策环境的变化及影响

疫情暴露全球供应链脆弱性, 许多国家和地区随之采取更多保护主义举措, 石油化工产品进出口领域尤为明显, 贸易壁垒与出口管制正逐步强化, 部分国家针对疫情期间急需的防疫物资和化工原料实施出口限制, 具体经过颁布临时禁令、延缓审批进度等做法, 确保国内生产供应能得到优先保障, 这直接导致全球化工产业链上下游衔接出现梗阻^[1]。欧美及亚洲部分国家强化对外贸企业的监管力度, 接连推出一系列新贸易规则, 从产品质量的严格认证到生产流程的全程溯源, 均提出更为严苛的具体要求, 目的是增强供应链的韧性与自主性, 由此使得跨国产能合作的审批流

程被迫延长,贸易成本也随之显著增加,全球贸易规则正逐渐向绿色、可持续的方向演进,国际社会对碳排放额度、环保执行标准的关注度持续提升。不少国家收紧化工行业的环境准入要求,从生产环节的污染物排放具体指标到产品使用后的回收处理方式,都制定了更为细致的规范条例,推行碳税征收、绿色关税调节等政策,将环境成本全面纳入贸易定价体系,这一变化深刻影响着石油化工品的全球竞争态势,这些政策变动深刻作用于全球石油化工行业的贸易走向,迫使企业重新评估不同区域市场的准入成本,也促使企业在生产环节加大环保技术的实际投入、在研发领域聚焦低碳产品的创新突破、在贸易策略上优先布局符合绿色标准的目标市场,以此适应规则变化并维持现有的市场份额。

2 石油化工产品国际贸易格局变迁中的关键经济因素分析

2.1 成本控制与价格波动对贸易竞争力的作用

疫情造成全球供应链断裂与生产力下滑,石油化工品原材料及能源价格剧烈震荡,基础的原油、天然气到各类化工中间体,价格短时间内大幅起落,直接关联企业生产成本,原本稳定的成本核算体系受到冲击,全球石油价格起伏对炼油企业成本管控意义重大,原油价格暴跌,部分企业陷入库存积压困境,大量已采购的原油因售价低于成本滞销;价格回升,生产成本剧增,压缩本就微薄的利润空间^[2]。有效控制成本成为提升企业贸易竞争力的核心,企业需优化生产工艺提升效率、削减能源消耗,改进反应装置、优化生产流程减少物料浪费,借数字化技术改进供应链管理,搭建覆盖全球的采购信息平台,实时追踪原材料价格波动,压缩原材料采购与物流开支,降低库存周转天数。市场需求波动让石油化工品价格呈现周期性变动,大宗化工品到精细化学品均受波及,给企业定价策略与市场预判带来不小挑战,价格波动加剧,企业得有敏锐市场感知与灵活应变能力,建立市场信息快速响应机制,密切关注上下游产业动态,适时调整产品定价和市场定位,针对不同区域市场的需求特点制定差异化策略,应对全球市场环境快速变化以维持竞争力。

2.2 投资布局与产业发展战略的适应性调整

全球石油需求增长存不确定性,环保法规趋严,投资者更看重绿色环保、低碳排放等新兴领域投资机遇,传统石油化工项目投资吸引力减弱,高度依赖传统石油原料的项目面临较大市场风险,融资难度加大,估值水平持续走低,清洁能源、环保化工等领域崛起,更多资本涌入生物燃料、可降解塑料、绿色化学品等领域,相关技术研发投入与产能建设资金规模逐年攀升,带动产业结构向低碳化、循环化方向转型升级。

适应这一趋势,企业要审视长期发展战略,及时转变投资方向,在传统石油化工品精细化生产上寻求突破,工艺改进提升产品纯度与性能,开发高附加值衍生品;加大绿色能源与环保技术开发投入,布局光伏制氢、生物质转化等前沿领域,培育新的利润增长点。企业产业链布局也需调整,优化供应链管理,建立覆盖多种原料来源的采购体系,加强与上下游企业的协同联动,降低对单一市场依赖,积极探寻多元化投资渠道,以参股、合资等方式参与绿色产业项目,凭借灵活战略调整与科学资源配置,增强应对后疫情时代复杂市场环境的韧性,实现可持续发展。

3 后疫情时代石油化工产品国际贸易面临的挑战与机遇

3.1 国际市场竞争加剧与贸易壁垒带来的挑战

全球经济复苏呈现显著的区域不均衡性,不同国家和地区市场需求随经济周期波动呈现出强烈的不确定性,竞争对手之间围绕市场份额展开的价格博弈与渠道争夺进入白热化阶段,原油需求逐步回暖过程中,沙特、俄罗斯等传统石油生产国通过调整产能释放节奏、签订长期供应协议等方式强化市场份额控制,而新兴经济体工业化进程中本土化工产业的崛起与清洁能源技术的突破性发展,双重挤压着石油化工传统产品的市场空间^[3]。疫情后各国经济安全意识显著提升,催生出更为复杂的贸易壁垒体系,外资准入审查趋严,技术转让限制扩大,环保领域的政策门槛持续抬高,部分国家出台的碳足迹追溯制度、有毒物质限值标准等,不仅迫使生产企业投入更多资金进行设备改造与工艺升级以满足合规要求,还直接限制了技术含量较低、排放控制不达标产品进入主流市场,全球贸易保护主义思潮蔓延,多国重启关税壁垒、实施进口配额管理,非关税壁垒的隐蔽性与针对性显著增强,国际市场营销环境的不确定性持续攀升,这些因素交织作用,要求企业在制定全球化战略时建立更具弹性的风险应对机制,强化对目标市场政策动态的实时监测与合规体系建设,通过本地化生产、供应链多元化等方式保障贸易活动的连续性与竞争优势的稳定性。

3.2 电子商务发展与新兴市场崛起创造的机遇

全球互联网基础设施完善与电商生态系统成熟,推动石油化工企业加速重构贸易模式,更多企业借助跨境电商平台打通生产端到消费端的直接连接,砍掉传统贸易链条中多层级中间商环节,大幅压缩流通成本与交易周期,原本经批发商、分销商等多个环节的交易流程被简化,平均流通成本降低近半,交易周期从数周缩短至数日,实现贸易流程的数字化再造与运营效率的实质性提升,电商平台构建的全球交易网络帮助企业突破地理疆域限制,直接触达东南亚、中东等新兴市场的中小采

购商,积累的交易数据与用户画像经深度分析,能预判市场需求变化趋势,某种工程塑料的采购频次与季节关联、特定区域对环保型助剂的偏好强度等,为生产计划调整与供应链响应速度优化提供数据支撑。新兴市场特别是“一带一路”沿线国家和地区,城镇化进程加速与基础设施投资扩大,对合成树脂、工程塑料、特种橡胶等石油化工产品的需求呈爆发式增长,房屋建设所需的管道材料到交通设施用的工程塑料部件,采购量持续攀升,成为拉动全球贸易增长的新引擎。企业可依托这些市场的人口红利与产业升级需求,拓展从基础化工原料到高附加值产品的全品类供应,亚洲、非洲及拉美地区对高性能复合材料、环保型化工助剂等高品质产品的需求激增,当地制造业升级对材料性能的要求不断提高,为传统石油化工企业实现产品结构升级与市场份额扩张提供了战略支点,推动企业从低附加值产品供应向高附加值解决方案输出转型。

4 应对石油化工产品国际贸易格局变迁的策略

4.1 优化外贸出口结构与国内贸易协同发展

传统外贸出口结构高度倚重欧美市场,已难适配全球需求剧烈变动,疫情初期欧美经济封锁直接造成石油化工品需求锐减,基础化工原料到高端合成材料订单量普遍下滑30%以上,部分国家同步提高进口关税、设置技术壁垒等保护主义措施,让外贸出口雪上加霜,部分石油化工品出口成本激增、通关周期延长,石油化工企业需主动调整外贸出口结构,降低对单一市场依赖度,将目光投向亚洲、非洲及拉美等快速发展地区,这些区域工业化进程催生大量基础设施建设用化工材料需求,消费升级带动包装、日用品等化工制品消费量年均增长5%~8%,正创造广阔市场空间。加强与“一带一路”沿线国家产能合作与贸易往来,共建生产基地、设立区域物流枢纽等本地化生产模式,能降低汇率波动、贸易摩擦等外部环境不确定性冲击,借助区域经济一体化中关税减免、通关便利等红利提高全球市场话语权^[4]。疫情后国内市场复苏,石油化工品需求渐进式回升,建筑、汽车、电子等下游行业回暖带动相关化工原料采购量稳步增长,企业需深耕国内市场潜力,与下游制造业建立联合研发机制攻克材料应用难题,构建稳定供应链,依托区域分销中心优化仓储配送网络,提升国内销售响应速度,平衡国内外市场需求中提升整体份额,内外贸协同发展形成弹性体系,可让企业全球市场波动时快速切换重心,有效分散风险并强化整体竞争力。

4.2 强化产业分析与产品营销的精准化实施

产业分析要构建包含市场趋势、政策演进、技术迭代及全球需求波动的系统性研究框架,借助大数据

分析工具,像消费行为追踪系统、供应链动态监测平台,加上月度区域调研与季度全球需求报告等常态化市场调研,企业能捕捉国内外市场需求的细微变动,包括原材料采购节奏、终端产品库存周转等,为生产计划动态调整与出口策略灵活优化提供实时依据,在绿色化工品崛起的行业背景下,企业得建立政策跟踪机制,从欧盟碳边境调节机制的碳排放量核算标准到各国清洁生产标准的污染物排放限值,这些规范带来原材料溯源流程优化、生产工艺改造等合规成本压力,也孕育着低碳技术研发成果转化、环保认证产品溢价等技术溢价机会,为产品研发方向与市场定位提供科学锚点。产品营销策略精准化实施是破局关键,市场竞争白热化让传统广撒网式销售难以为继,要按不同市场特性定制方案:在新兴市场中破译当地民俗习惯、消费能力层级等文化密码与消费偏好,经过方言化内容创作、本土社交平台运营等本土化内容营销、多渠道社交媒体矩阵传播等方式打破认知壁垒;成熟市场聚焦高端产品线的性能升级、功能创新等技术附加值,定制化方案设计、全流程服务支持等解决方案式销售满足客户精细化需求,这种精准化路径能提升市场渗透效率,也能经过营销资源集中投放降低单位营销成本,为全球市场竞争注入持续动能^[5]。

5 结语

后疫情时代石油化工品国际贸易格局变动给行业带来挑战也孕育机遇,全球供需构成调整、价格震荡、贸易壁垒强化及绿色能源需求扩张,推动企业必须在产品构成、市场布局与供应链管理层面作出改变,优化外贸出口构成、强化国内外市场联动、促进技术革新与精准推广,石油化工企业可适应新国际贸易环境,增强竞争力达成可持续发展,全球经济逐步回暖过程中,行业需持续留意市场动向,灵活转变战略应对不断变动的国际贸易格局。

参考文献:

- [1] 负海蓉.国际油价波动对石油装备出口规模的影响[D].对外经济贸易大学,2022.
- [2] 王莹.石油化工贸易企业多元化发展路径研究[J].中外企业文化,2022,(10):105-107.
- [3] 王佩,任娜,蔡艺,等.高油价下全球石油市场新特点和石油贸易新趋势[J].国际石油经济,2022,30(06):35-44.
- [4] 侯亮,孙乃达,张焕芝.国际大型石油公司对后疫情时代行业发展前景的基本预判[J].世界石油工业,2020,27(05):36-41.
- [5] 冯世良.我国石油和化工经济运行年度回顾与展望[J].国际石油经济,2005,13(2):6.