

成品油价格波动对消费者行为的影响探究

张 强 (中国石油天然气股份有限公司河北销售分公司, 河北 石家庄 050000)

摘要: 在当今全球经济一体化的大背景下, 能源市场尤其是成品油市场的价格波动对消费者行为产生了深远的影响。本研究旨在深入探讨成品油价格波动如何影响消费者的购买决策、出行方式选择以及长期消费习惯的变化。通过文献回顾、数据分析与实地调研, 我们期望揭示价格波动背后的经济逻辑, 以及这些变化对消费者行为模式的塑造作用。

关键词: 成品油; 价格波动; 消费者行为

中图分类号: TE-9

文献标识码: A

文章编号: 1674-5167 (2025) 027-0026-03

Exploration into the Impact of Fluctuations in Finished Oil Prices on Consumer Behavior

Zhang Qiang (Hebei Sales Branch of CNPC, Shijiazhuang Hebei 050000, China)

Abstract: In the context of global economic integration today, price fluctuations in the energy market, especially in the refined oil market, have had a profound impact on consumer behavior. This study aims to explore in depth how fluctuations in refined oil prices affect consumers' purchasing decisions, travel mode choices, and changes in long-term consumption habits. Through literature review, data analysis, and field research, we aim to uncover the economic logic behind price fluctuations and the shaping effects of these changes on consumer behavior patterns.

Keywords: refined oil; Price fluctuations; consumer behavior

随着全球经济的不断发展, 能源作为支撑现代社会运转的重要基石, 其价格变动始终是社会关注的焦点。成品油作为能源市场的重要组成部分, 其价格的波动不仅直接关联到国家的能源安全战略, 更与广大消费者的日常生活息息相关。近年来, 受地缘政治、供需关系、汇率变动等多重因素的影响, 成品油价格波动频繁且幅度较大, 这无疑给消费者带来了不小的经济压力和心理影响。在此背景下, 探究成品油价格波动对消费者行为的具体影响显得尤为重要。消费者的购买决策、出行方式选择以及长期消费习惯的变化, 都是成品油价格波动可能触发的连锁反应。这些变化不仅反映了消费者对经济环境的适应性和应对策略, 也体现了市场供需关系调整下消费者行为的动态演变。

1 成品油价格形成机制

成品油价格的形成是一个复杂而精细的过程, 它受到多种因素的共同影响。首先, 国际原油市场的价格波动是基础因素之一。作为全球能源市场的重要组成部分, 原油价格的变动直接影响到成品油的生产成本, 进而决定其市场价格。此外, 地缘政治风险、主要产油国的政策调整以及国际经济环境的变化都会对原油价格产生显著影响, 从而间接作用于成品油价格。其次, 国内成品油定价机制也是决定价格的关键因素。我国成品油价格实行政府指导价, 即由国家发改委根据国际市场原油价格变化及国内成品油市场供求情

况, 适时调整并公布国内成品油价格。这一机制旨在平衡国内外市场关系, 保障国内能源供应安全, 同时维护消费者利益。

2 成品油价格波动对消费者行为的直接影响

2.1 出行方式选择的变化

2025年4月2日, 国内油价的上调再次引发了消费者出行方式的显著变化。随着油价的上涨, 许多消费者开始重新评估自己的出行方式, 倾向于选择更经济的交通选项。在这种情况下, 公共交通的使用频率显著增加。城市公交、地铁等公共交通系统的客流量在短期内大幅上升, 反映出消费者对高油价的敏感性。相较于自驾出行, 公共交通不仅能够有效降低出行成本, 还能减少交通拥堵和环境污染, 成为越来越多市民的首选。

与此同时, 拼车服务的兴起也成为油价上调带来的另一个积极变化。许多消费者在面临高油价时, 选择通过拼车来分摊燃油费用。拼车平台的用户量迅速增加, 促使人们在出行时更加注重资源的共享与利用。这种方式不仅经济实惠, 也加强了社区居民之间的互动, 促进了社会的相互联系。值得注意的是, 油价的波动促使消费者对出行方式的选择变得更加灵活和多样化。除了公共交通和拼车外, 许多人开始考虑骑行和步行等低碳出行方式, 以此来降低出行成本和对环境的影响。总体来看, 2025年油价的上调不仅改变了消费者的出行习惯, 也在一定程度上推动了城市交通

的可持续发展。

2.2 汽车消费偏好的转变

在成品油价格波动的背景下，消费者的购车偏好发生了显著变化。随着油价的不断上涨，越来越多的消费者开始关注燃油经济性，这使得小排量和新能源汽车逐渐成为市场的热门选择。小排量汽车因其较低的油耗和较高的性价比，能够有效降低消费者的日常用车成本，吸引了大量预算有限的购车者。此外，新能源汽车的崛起也与油价波动密切相关，许多消费者意识到，尽管新能源汽车在购车时的初始投入较高，但长期使用中可节省的燃油费用和政策补贴，使得其性价比逐渐提高。在此背景下，消费者对小排量和新能源汽车的青睐不仅是出于经济因素的考量，也反映了对环保意识的增强。油价的波动促使消费者重新审视自己的购车决策，许多人开始关注车辆的环保性能与可持续性。这种转变不仅影响了个人购车选择，也在一定程度上推动了市场上相关车型的多样化和技术创新。此外，车企也在这一趋势下加大了对小排量和新能源汽车的研发投入，以满足消费者日益增长的需求。随着消费者购车偏好的转变，未来汽车市场将更加注重燃油经济性和环保性能，形成良性循环，推动整个行业向绿色、可持续的方向发展。

2.3 加油行为的调整

在成品油价格波动的背景下，消费者的加油行为显著受到影响。当油价上涨时，许多消费者倾向于提前加油，以避免未来可能更高的油价。这种预期心理促使他们在价格上涨前进行消费，从而形成了一种短期内的需求激增现象。此外，消费者在油价波动时也会更加关注促销活动，例如加油站推出的优惠政策或积分活动，试图通过这些方式降低加油成本，尽可能地缓解油价上涨带来的经济压力。相反，当油价下跌时，消费者的加油行为则表现出不同的特点。在油价持续下滑的情况下，消费者往往选择延迟加油，期待未来价格会进一步降低。这种行为模式反映了消费者在价格预期上的敏感性，他们希望借助价格的进一步下调来实现更大的经济利益。

在这种情况下，促销活动的影响力也会相应减弱，消费者可能不会过于关注加油站的优惠信息，认为未来会有更好的价格选择。这种加油行为的调整不仅反映了消费者对价格波动的反应，也揭示了心理因素在消费决策中的重要性。随着市场信息的即时传播，消费者对油价变化的敏感度不断提高，这使得他们在面对油价波动时，能够做出更为灵活和理性的消费选择。因此，了解这些行为背后的动因，对于油品零售商制定营销策略、优化库存管理具有重要意义。

3 成品油价格波动对消费者行为的间接影响

3.1 对相关商品和服务消费的影响

随着成品油价格的上涨，物流成本随之增加，这一现象在近年来愈加明显。物流成本的上升直接导致运输费用的增加，进而推高了商品的最终价格。特别是对于依赖长途运输的商品，如食品、家电和日用品等，油价的波动对其价格的影响尤为显著。消费者在面对此类商品价格的上涨时，往往会感到经济压力，从而对其他商品的消费产生抑制效应。在这种情况下，消费者的支出会更加谨慎，优先选择必需品而非奢侈品或可选消费品。这种转变不仅影响了消费者的购物习惯，也导致了一些行业的销售额下降。例如，娱乐、旅游及高档餐饮等服务行业，因消费者对可自由支配收入的削减而遭受冲击。这种影响不仅体现在短期消费决策上，长期来看，消费者的消费心理也可能受到油价波动的负面影响，形成更加保守的消费态度。此外，油价的持续上涨还可能引发消费者对未来经济形势的担忧，进一步抑制其消费意愿。面对不确定的经济前景，消费者可能会选择储蓄而非消费，导致总体经济活力的减弱。因此，成品油价格的波动不仅仅是一个行业的问题，而是对整个社会经济消费模式产生深远影响的重要因素。

3.2 消费者生活成本与消费结构的改变

随着成品油价格的波动，消费者的生活成本显著上升，这直接影响了他们的消费结构和支出模式。在食品领域，油价的上涨使得运输和生产成本增加，进而导致食品价格攀升。消费者在面对此类情况时，往往会选择更加经济的食品选项，例如减少对高价肉类和进口水果的消费，转而选择本地生产的季节性蔬菜和谷物。这种转变不仅是为了控制支出，也反映了消费者对价格敏感度的提升。在娱乐方面，油价的上涨也促使消费者重新评估他们的休闲活动。许多人可能减少外出就餐和远途旅行的频率，转而选择在家中进行娱乐活动，例如观看电影或玩游戏。此外，公共交通费用的增加使得消费者更加倾向于选择步行或骑行等低成本出行方式，这不仅减少了出行支出，也促进了健康生活方式的形成。总体而言，成品油价格的波动不仅直接影响了消费者的日常开支，也在潜移默化中重塑了他们的消费习惯和生活方式。面对不确定的油价环境，消费者日益展现出更强的适应能力，通过调整消费结构来应对生活成本的压力，从而在一定程度上减缓了油价波动对其生活质量的负面影响。

3.3 消费者储蓄与投资行为的变动

随着成品油价格的持续上涨，消费者在面对日益增加的能源支出时，往往会采取增加储蓄、减少投资

的策略。这种行为不仅反映了个人经济状况的紧张，也意味着消费者对未来经济形势的不确定性加大。高油价直接侵蚀了家庭的可支配收入，促使消费者在日常开支中更加谨慎，从而将更多的资金转向储蓄，以应对可能出现的经济动荡。

与此同时，消费者对投资的态度也发生了显著变化。由于高油价对整个经济的影响，消费者可能会对高风险投资持谨慎态度，转而选择低风险或保守型的投资方式。这种投资行为的转变，可能导致整体市场资金流向的变化，影响到资本市场的活跃度和投资回报率。

此外，能源相关投资的关注度显著提升。消费者在储蓄和投资决策中，越来越倾向于考虑可再生能源、节能产品及相关技术的投资潜力。高油价促使消费者意识到能源效率的重要性，进而推动了对新能源的需求增长。这种趋势不仅影响了个人投资选择，也为企业在能源领域的创新和发展提供了新的动力和机遇。总之，高油价通过改变消费者的储蓄与投资行为，带来了对经济环境的深远影响，促使消费者在面对不确定性时，重新审视自身的财务策略，并逐渐向可持续和环保的投资方向转型。

4 消费者对成品油价格波动的应对策略

4.1 短期应对策略

在成品油价格上涨的背景下，消费者普遍采取了一系列短期应对策略，以降低燃油成本和维护经济利益。

首先，许多消费者开始主动选择经济驾驶习惯，例如减少急加速和急刹车，保持稳定的车速，以提高燃油效率。此外，消费者还会减少不必要的短途驾驶，尽量合并出行目的地，从而降低油耗。

其次，消费者在选择加油时机方面变得更加谨慎。他们会密切关注油价信息，利用手机应用程序或社交媒体平台，获取实时的油价动态，以便在油价较低时加油。此外，一些消费者会主动选择在特定的时段加油，例如在加油站推出促销活动或油价调整前，提前做好加油计划，从而节省成本。

此外，一些消费者还会考虑使用公共交通工具或共享出行服务，特别是在油价高涨时，降低个人车辆使用频率，进一步减少燃料支出。这种行为不仅体现了对经济压力的敏感反应，还反映了消费者在日常出行中逐渐养成的环保意识和可持续发展理念。

4.2 长期应对策略

在面对成品油价格的长期波动，消费者在购买新能源汽车及参与拼车或共享出行服务等方面逐渐形成了一系列有效的应对策略。

首先，新能源汽车因其较低的运行成本及环保优势，成为消费者的重要选择。随着技术的不断进步，电池续航里程的提升和充电设施的普及，使得新能源汽车的使用愈发便捷，消费者在购车时越来越倾向于考虑电动汽车的经济性及长期节能效果，从而减少对油价波动的敏感度。

其次，拼车和共享出行服务的兴起，为消费者提供了灵活的出行选择。通过拼车，消费者能够将出行成本分摊，降低个人出行的经济负担，尤其是在油价上涨时，更能有效减少单次出行的费用。同时，共享出行平台的多样化服务使得消费者能够根据自身需求灵活选择出行方式，进一步提高了出行的经济性。

此外，消费者对交通出行的整体规划也变得更加理性，许多人开始重视出行时间与成本的权衡，选择在高峰期以外的时间出行，或通过公共交通等方式降低出行成本。整体而言，消费者在应对油价波动的过程中，逐步向更加环保、经济和灵活的出行方式转变，不仅提升了出行效率，也在一定程度上促进了社会可持续发展。

5 结语

综上所述，成品油价格的波动不仅是一个经济现象，更是影响消费者日常生活决策的重要因素。在价格波动较大时，消费者往往倾向于调整出行方式，选择更为经济节能的交通工具，如公共交通或骑行，以减少对成品油的依赖。同时，长期的价格波动还促使部分消费者形成了节能减排、绿色出行的消费理念。此外，研究还发现，成品油价格的变动对不同收入层次的消费者影响各异，低收入群体对价格波动更为敏感，而高收入群体则可能通过调整消费结构来应对。因此，政策制定者和企业应关注成品油价格波动对消费者行为的深层次影响，制定合理的能源政策和消费引导策略，以促进能源市场的健康发展和社会经济的可持续增长。

参考文献：

- [1] 李慧, 李威龙, 胡一鸣, 等. 2024 年成品油价格分析与趋势预测 [J]. 北京理工大学学报 (社会科学版), 2024, 26(02):59-67.
- [2] 苏鹏, 郭畅. 中国成品油价格的非对称波动及其市场势力检验 [J]. 金融与经济, 2022, (12):53-66.
- [3] 胡丽. 我国成品油价格改革历程与展望研究 [D]. 四川大学, 2022.
- [4] 苗岳. 成品油价格波动对物流业的影响及措施 [J]. 中国石油和化工标准与质量, 2021, 41(12):88-89.
- [5] 杨晶. 对冲国内成品油价格风险的交叉套期保值方案设计 [D]. 哈尔滨商业大学, 2021.