

# 拓展聚烯烃产品销售渠道的实践与思考

郝 斌 (中煤兰州销售有限公司, 甘肃 兰州 730000)

**摘 要:** 针对聚烯烃产品销售渠道拓展方面的问题。描述聚烯烃产品特性和市场状况, 探究传统销售渠道存在不足之处, 考察新出现的销售渠道及其带来的挑战, 依据实际例子, 从市场调研、渠道选择、合作模式、风险控制等层面给出拓展方法。展望未来销售渠道的发展趋向, 想要给聚烯烃产品企业改进销售渠道, 增强市场竞争力给予一些帮助。

**关键词:** 聚烯烃产品; 销售渠道; 拓展策略; 市场竞争力

**中图分类号:** F274      **文献标识码:** A      **文章编号:** 1674-5167 (2025) 028-0019-03

## Practice and Thinking on Expanding Sales Channels of Polyolefin Products

Hao Bin (Lanzhou Sales Company, China National Coal Group, Lanzhou Gansu 730000, China)

**Abstract:** This paper addresses challenges in expanding sales channels for polyolefin products. By analyzing product characteristics and market conditions, it identifies limitations of traditional sales channels while examining emerging approaches and their associated risks. Through case studies, the study proposes implementation strategies covering market research, channel selection, partnership models, and risk management. The analysis outlines future trends in sales channel development, aiming to assist polyolefin manufacturers in optimizing distribution channels and enhancing market competitiveness.

**Keywords:** polyolefin products; sales channels; expansion strategies; market competitiveness

聚烯烃产品作为重要的高分子材料, 广泛应用于包装、建筑等领域。随着全球的经济发展和科技的进步, 聚烯烃产品的需求不断增长, 而聚烯烃产品企业如何在日益激烈的竞争中开拓销售渠道, 提高市场占有率是他们面临的重要问题之一。不仅能够为企业增加销售量, 提升企业的知名度, 还可以更好的满足客户的需求, 提高竞争力, 因而聚烯烃产品的销售渠道拓展具有重要意义。

针对聚烯烃产品销售渠道拓展这一问题展开研究。先阐述产品特性和市场现状, 探究传统销售渠道的局限, 探析新销售渠道的发展趋势及其存在的难题, 接着联系实际例子, 给出拓展销售渠道的可行办法, 对今后销售渠道发展做出考量。利用文献研究法, 查阅资料来掌握国内外的研究状况以及行业发展状况。采用案例分析法, 选择现实企业实例加以剖析, 从中汲取经验教训, 期望能给聚烯烃产品企业拓宽销售渠道给予有益参照。

### 1 聚烯烃产品特性与市场现状

#### 1.1 聚烯烃产品特性

聚烯烃这类产品具有许多优秀特性, 在不少地方发挥着重要作用。而其中有一种叫聚乙烯 (PE) 的产品更是聚烯烃大家族里面的重要一员, 这种产品有着很强的化学稳定性, 能够抵御很多酸、碱、盐这些化学物质的腐蚀, 因此它能在一些化学环境苛刻的场景中大显身手。如存化学试剂的瓶子, 就经常用它来制造, 而且它还有一个优点, 就是耐得住非常低的寒冷,

就算是在特别冷的地方, 它也不容易变硬弄破, 所以也被用来做包冷冻食品的那种薄膜。再者, 它的电绝缘能力非常强, 这就使它在用电的地方也能发光发热, 如平常看得到的电线上面那一层外面皮, 很多时候就是用这种聚乙烯材料做的。

聚丙烯 (PP) 也不差, 强度和刚性还挺好, 这就能让聚丙烯受到一定程度的外力而不发生变形, 汽车保险杠、汽车内饰这些就常常会用到聚丙烯, 给汽车提供结实的骨架支撑。聚丙烯还有不错的耐热性, 在高温环境下也能坚持住自己的性能, 家用电器里边的一些外壳、内部零件就会选聚丙烯, 它还能用来做纤维, 做出的衣服特别耐穿又有弹性<sup>[1]</sup>。

#### 1.2 聚烯烃市场现状

从全球的角度来讲, 聚烯烃市场呈现了供需大致平衡但是地区差别很大的状况, 亚洲地区是全球最大的聚烯烃消费地区, 需求的增长速度很快, 中国尤其明显。由于经济不断发展, 工业化进程加快, 对于聚烯烃产品的需求越来越多, 无论是包装行业还是建筑行业、汽车、电子行业等等都需要大量的聚烯烃。此时国内的聚烯烃生产能力在逐步扩大, 很多企业争相投入, 购进先进技术和设备, 提高生产量, 但这也致使竞争愈加激烈。

就市场, 大型公司凭借着规模上的优势和科技层面的实力, 对产品质量、成本控制等事项有着较大的话语权, 可以较好地应对市场的各种变动及竞争状况。但是中小型企业就遇到了比较大的竞争困难, 要从产

品差异化,服务改善等方面来寻找新的出路,以便能够在市场中站稳脚跟。

## 2 传统聚烯烃产品销售渠道的局限

### 2.1 渠道单一:难以满足市场多元化需求

传统聚烯烃产品销售的渠道主要是经销商与直销两种,这种方式在如今市场环境下单一性就渐渐显示出很多不足之处。经销商渠道在开拓销售区域方面曾经起过关键作用。

经销商有着自己广大的商业人脉网络及丰富的市场资源,它可以把聚烯烃这类商品很快地铺送到各地去,让商品接触更多潜在消费者。但是这种方式却存在不少的短处,企业跟终端客户中间隔着经销商这一层“隔阂”,这就造成了企业很难直接同终端客户展开对话交流,企业不能快速而精确地把握住终端客户对于商品实际存在怎样的需求状况,如客户对于商品的品质、规格、包装等层面的具体诉求。并且无法获取有关市场的即时变动信息,如商品的需求在不同季节会有哪些改变,新兴的应用范畴会涌现出来等情形,这样便造成企业在开展新产品研发以及安排生产的计划之时没有针对性可言,因而不能做到符合市场的多元化需求。

直销渠道可以给企业提供与客户面对面的机会,能更好了解客户需求并给予个性化服务,但它对企业的自身要求很高,直销要花大量人力物力财力来搭建销售团队、发展销售网络并展开市场宣传等事情。直销的覆盖面比较小,不能像经销商那样快速拓展大面积的市场地域,一些偏僻地带或者细分市场,也许会因为直销手段达不到,就错过了那里的市场份额。所以仅仅依靠一种渠道模式去应对市场多种多样的需求,很难为企业开辟更多新的地盘,形成更多的优势。

### 2.2 信息传递不畅:决策与客户满意度的影响研究

传统销售渠道中,信息传递不畅如同无形障碍,严重降低企业运营效率与客户满意度。企业是产品的制造者,要随时掌握市场需求变动和客户的反应,及时调整生产计划以及营销策略。可是在传统渠道之下,消息在传送过程里通常会碰到延迟和失真的麻烦,从终端客户那里传给经销商再传给企业,消息通过很多层次递送的时候,就很容易耽搁或者走样,企业大概不能及时察觉市场需求忽然改变。从而把制造出来的产品和市场需求割裂开来,引起成品堆积或者供应短缺,客户的看法和意见也无法迅速回馈给公司,公司不能按照客户的回馈来改良商品或者改良服务<sup>[2]</sup>。

另一方面就是客户的方面,由于信息传达不到位,客户也无法获取产品的最新信息以及企业方面的服务。信息时代中,客户想要知道产品的各项功能特点、

使用方法、升级换代等等的情况,这样才可以更加明智地选择自己所需的产品。然而因为信息传达方面没有及时准确,客户也不能及时了解到这方面的信息,从而影响了客户的选择购买。

### 2.3 成本控制困难:压缩利润空间

传统的销售渠道有好几层的中间渠道,像经销商啊物流之类的,这就造成成本把控成了个大难题,每一个中间环节都会给产品添上一层成本,经销商赚取利润、物流运输开支、仓储费等等,企业没办法有效地去管控每一个环节的成本,产品就缺少价格竞争力。如今市场竞争越来越激烈,产品的价格是影响客户购买的一个重要选择因素。如果一个企业的价格过高,那么这个企业在这个市场的竞争力就低,就不会有人愿意购买这个企业的商品。

另外随着市场的发展竞争会越发激烈,企业在争夺市场份额的时候也会被迫降价,可是由于传统的销售通路费用过高,在降低了价格之后企业的获利空间就会被削减甚至是出现亏损的现象。这样就会影响企业本身的经济效益,并且不利于企业长久的发展,不利于企业的发展创新。

## 3 新兴聚烯烃产品销售渠道的兴起与挑战

### 3.1 电子商务平台

随着互联网技术的发展,电子商务平台成为了聚烯烃产品销售的新渠道,电子商务平台可以让企业直接和客户进行交易,省去中间环节,降低交易成本。并且电子商务平台具有传播速度快、传播范围广等特点,可以帮助企业打开市场。但是电子商务平台也有挑战,如网络安全问题、物流配送问题等。

### 3.2 供应链整合

供应链整合是一种把供应商、生产工厂、零售商以及客户等各个部分联系起来的一种销售形式,利用供应链整合可以做到信息共享,并且能够使公司达到资源的最佳配置,并提升整个供应链的效率及其灵活性。供应链整合要求公司具有一定的协调能力和管理水平,而合作伙伴之间也存在着如何分配利益的问题<sup>[3]</sup>。

### 3.3 定制化销售

市场需求个性化发展,定制化销售变成聚烯烃产品一种新的销售渠道。企业按照客户特定需求给予定制化产品及服务,满足客户需求。可是定制化销售对技术研发水平,生产管理水平和有较高要求,并且还会增大企业生产成本和销售风险。

## 4 拓展聚烯烃产品销售渠道的实践策略

### 4.1 深入市场调研

企业在开拓销售通路之前,需展开深入的市场调



研,知晓市场需求如何改变,客户有哪些购买喜好以及竞品的销售渠道策略等等。在市场调研之后,就能掌握市场走向,给开拓销售通路给予支持。一家聚烯烃企业做市场调研时,发觉环保理念得到更多人的认同之后,市场上可降解聚烯烃产品的要货量慢慢增多。于是,这个公司及时改良了自己的产品策略,而且同相关经销商合作,扩充了可降解聚烯烃产品走向市场的途径。

#### 4.2 合理选择销售渠道

依据市场调研的成果,企业要恰当选取销售渠道。针对某些标准商品,可以通过电子商务平台销售,拓宽市场的辐射范围。不过有些高档商品或者特别定制的产品,则可以利用直接销售或者和大经销商合作,给予比较专业的服务。而且,企业也可以联系多种销售渠道,做到一个多元化的销售网络。

#### 4.3 建立合作模式

与经销商、要拓展销售渠道,就要同供应商等伙伴形成良好的协作模式。同经销商发展长久稳定的合作,共同制订销售策略,共享市场消息,同供应商加深协作,保证原材料既稳定又优良。如一个聚烯烃企业就和经销商结成战略合作伙伴,经销商承担市场宣传和销售工作,企业给予技术支撑和售后保障,做到互利共赢<sup>[4]</sup>。

#### 4.4 加强风险管理

企业在拓宽销售渠道的时候会面临许多风险,包含市场风险、信用风险、物流风险等等。企业要提升风险管理能力,创建风险预警体系,规划风险应对办法。针对市场风险,企业可以利用多种销售渠道,改进产品结构等途径来回避。就信用风险,企业可以加大客户信用评定力度,缩减应收账款数量。

### 5 对未来聚烯烃产品销售渠道发展的思考

#### 5.1 数字化与智能化发展

在数字技术和人工智能不断发展的情况下,聚烯烃产品的销售通道朝着数字化、智能化方向转变变得是不可避免的发展方向。大数据技术使得企业可以深入挖掘和分析大量的客户数据,准确了解不同客户群体的需求喜好、购买行为模式及潜在需求变化趋势,进而制定出非常个性化的营销方案,做到精准营销,并且有效提升营销资源利用效率以及客户获取与留存的能力。

物联网技术全面运用以后将会对聚烯烃产品的全生命经营给予有力的支撑,把传感器这些物联网装备嵌入到产品当中去,这样就能够随时掌握产品现在的状况,所在的位置以及被使用的具体情形等等。就运到货品传送这一环节时,依靠物联网技术可以做到运

送货车辆的即时定位,货物的状态追踪以及传递路线的智能改良,进而优化货品传送的效能并减小运送费用,先进的仓库经营体系可以依照货物出入库的状况以及仓库里的存货数量,自动制定补给存货计划并调整存放策略,从而达成仓储经营的智能化<sup>[5]</sup>。

#### 5.2 绿色与可持续发展

随着全球环保意识不断增强,绿色、可持续发展观念会影响聚烯烃产品销售渠道的形成和经营。在环保型聚烯烃产品的研发及市场推广方面加大投入,符合消费者对环保产品的需求,选经销商、合作伙伴时,更看重其环保观念、做法,倾向于合作绿色环保品牌,有着良好环保名声、可持续发展实力的商家。销售渠道的物流配送环节,企业会积极使用节能减排技术以及设备,运输路线以及配送方案也都会被改进,减少能源消耗以及碳排放。使用新能源运输车辆,改善仓储设施的能源使用情况等都是可以采取的方法,销售渠道对于环境的影响也会得到减少,达到经济效益与环境效益双丰收的情况。

### 6 结论

拓展聚烯烃产品销售渠道是企业提升市场竞争力的关键举措,传统销售渠道有渠道单一、信息传递不畅、成本控制难等局限性。电子商务平台、供应链整合、定制化销售等新兴销售渠道有发展潜力,但也有挑战。通过深入市场调研、合理选择销售渠道、创建合作模式、加强风险管理等操作,企业可拓宽销售渠道。未来聚烯烃产品销售渠道会向数字化、智能化、绿色化、全球化方向迈进,聚烯烃产品企业应积极顺应市场改变,持续更新销售渠道模式,从而做到可持续发展。

#### 参考文献:

- [1] 荣力超. 聚烯烃树脂产品管理浅析 [J]. 石化技术, 2025, 32(06): 6-8.
- [2] 李京仙, 封建利, 孙振江, 等. 基于 7S 的聚烯烃产品库房管理标准与实施 [J]. 中国石油和化工标准与质量, 2024, 44(20): 4-6.
- [3] 秦嘉璐. “互联网+”环境下聚烯烃产业的发展现状及趋势 [J]. 现代工业经济和信息化, 2022, 12(06): 188-189.
- [4] 付空军. 聚烯烃产品销售市场分析 [J]. 中国集体经济, 2022(09): 89-90.
- [5] 佚名. 中安联合加快聚烯烃产品出厂保障下游企业复工复产 [J]. 大氮肥, 2020, 43(01): 51.

#### 作者简介:

郝斌 (1987-), 男, 汉族, 山东临沂人, 本科, 中级经济师, 研究方向: 化工产品市场营销管理。