

成品油销售网络优化与物流效率提升策略研究

刘桐麟 田 丰 宋 斌（中国石油西北销售新疆公司，新疆 乌鲁木齐 830002）

摘要：面对日趋激烈的市场竞争和顾客需求的转变，成品油销售公司面临着前所未有的挑战。其中，营销网络的优化和物流效率的提高，就成了公司增强竞争力，获得可持续发展的重要因素。因此，本文对成品油分销网络的优化和提高物流效率的战略进行了深入的研究，首先分析成品油销售网络优化与物流效率提升的重要性，然后提出成品油销售网络优化策略，包括优化销售网络布局，提升市场覆盖效率；强化销售渠道整合，提高销售网络竞争力；借助大数据分析，实现销售预测与需求管理；应用人工智能技术，提升销售网络决策水平。最后提出成品油物流效率提升策略，包括优化物流配送路径，降低运输成本；提高库存管理效率，减少库存成本；采用先进物流技术，提升物流服务质量；强化物流与销售网络的协同，提高整体物流效率，希望通过本项目的研究，能够为我国石油化工产业的可持续发展提供一定的理论支撑。

关键词：成品油；销售网络；物流效率；提升策略

0 引言

随着世界经济的高速发展，对能源的需求量不断增加，成品油是一种主要的能源原料，对国民经济和人民生活具有举足轻重的影响。在激烈的市场竞争和顾客需求变化的背景下，对油品分销网络进行优化，提高其物流效率，是成品油销售公司面临的一个重要问题。首先，对成品油分销网络进行优化是非常重要的。随着我国城镇化速度的加快，我国成品油消费市场的需求呈现出更大、更复杂的特点。传统的分销网络布置方式已不能适应新的市场需要，存在着网点分布不合理，服务范围不够广等诸多问题。与此同时，随着新能源汽车的兴起，以及越来越严格的环境保护措施，成品油的销量也面临着严峻的考验。成品油经销公司要想在激烈的市场竞争中站稳脚跟，就需要对经销网络进行优化，扩大市场份额，以更好地适应各种顾客的需要。

另外，提高成品油业的物流效率也是非常重要的。成品油销售中涉及采购、运输、仓储和配送等各个方面的内容，其中，物流费用所占的比例很大。良好的物流系统能够有效地降低公司的成本、改善产品供应的及时、稳定，进而增强公司的竞争力。但是，当前我国成品油销售物流行业中，运输模式单一，配送路径不合理，制约了流通效率的提高。另外，成品油物流的安全性和环境保护也是一个很大的难题，比如在运输过程中会发生泄漏，仓储设施会存在潜在的危险。

总之，研究成品油分销网络及提高物流效率的战略，既是顺应市场竞争，又是满足顾客需求的需要，具有十分重要的意义。

1 成品油销售网络优化与物流效率提升的重要性

1.1 提高销售效率和市场响应速度

1.1.1 优化销售网络布局，减少市场覆盖盲区

合理的经销网点布置，可以保证成品油准确、迅速地到达目标顾客群，缩小了营销范围的盲点。在充分了解市场需求的基础上，结合地理、交通等要素，对营销网点的选址及数目进行了科学的规划，从而提高了营销网络的覆盖率。比如，在交通枢纽、工业园区和新区等重要地区增加营销网络，可以更好地满足用户对石油的需要，从而提高营销效益。通过对分销网络的优化，可以有效地降低交叉和浪费，提高公司的资源使用效率。

1.1.2 提升物流效率，缩短成品油配送时间

要确保成品油准时供货，必须有一个有效的物流体系。通过对成品油配送路线的优化，提高车辆利用率，强化库存管理，可以有效地减少配送周期，提高物流效率。比如，利用现代物流信息技术，对交通工具的位置及状况进行实时监测，对配送路径进行合理的规划，避开交通拥挤和绕道，可以极大地减少配送时间。另外，构建快速反应的物流配送机制，以满足顾客的要求，对配送方案进行适时的调整，可以加快市场的反应能力，提升公司的竞争能力。

1.2 降低物流成本和提高物流服务水平

1.2.1 通过优化物流配送路径，减少运输成本

对物流路线进行优化是降低物流成本的一个重要途径。合理地安排交通线路，选择一条最经济的路线，可以缩短行程，节省运输费用。比如，采用 GIS、GPS 等技术，对交通路径进行优选，从而优选出最优

的配送路径。在此基础上，对货车装载量及行车速度进行适当的规划，可有效地提高车辆利用率，减少运输费用。

1.2.2 优化库存管理，降低库存成本和风险

在现代公司中，库存管理是一个非常重要的问题。在确保成品油产品按时供货的前提下，合理的库存量能减少存货的费用。运用 ABC 分类、经济批量等先进的存货管理方法，实现了对存货的科学管理，减少了存货的成本，减少了公司的风险。比如，将成品油按“ABC”类别划分，按其重要程度及使用频度来决定库存量，重点 A 类商品维持高库存量，而 C 类商品要求低库存量。另外，通过建立存货预警系统，可以实时了解存货的变化，防止存货的积压和短缺，还可以提高公司的存货管理水平。

2 成品油销售网络优化策略

2.1 优化销售网络布局，提升市场覆盖率

成品油经销网点的布局是否合理，将直接关系到分销商对市场的覆盖效果及竞争能力。首先，要根据市场需求、人口分布和交通条件，对加油站、油库等销售网络进行科学规划。比如，在城市中心区、交通枢纽和工业园区等燃油消耗量较大的地区，要适当提高加油站的密度，以满足用户的便利需要。另外，在边远地区或需求不大的地区，可以建立小加油站，或使用机动加油车。以一家成品油经销公司为例，调查了该公司所处区域的市场情况，结果表明，在主要干道、车流较多的地方，每天的销量可以达到 50 多吨，而边远乡镇的加油站每天的销量仅为 5t。根据市场需求及销售情况，公司对营销网络进行了优化，在客流量大的地区增设 5 家加油站，关停了部分销量不高、运营成本较高的边远加油站。经营一年后，市场份额增加 10%，销售总额增加 20%。

2.2 强化销售渠道整合，提高销售网络竞争力

面对日益激烈的市场竞争，成品油销售公司要想增强营销网络的竞争力，就必须对多种营销渠道进行有效的整合。在此过程中，公司要制定一系列的营销战略，以保证产品的多元化，以满足市场需要，提高市场占有率。一方面，公司应加强与传统分销商的合作；为提高分销商的销售积极性，提高他们的销售积极性，提高他们的销售积极性。在此基础上，通过培训和技术支持等方式，使分销商能够更好地发挥自身的优势，从而提高顾客的满意度。另外，公司也可以通过各种形式的促销活动来提高自己的曝光率，从而

吸引更多的消费者。

另一方面，公司要积极开发网上营销渠道。搭建官方电子商务平台，为用户提供方便的网上购物、支付及售后服务，以满足用户便捷的需要。公司也可以通过与第三方电商进行合作，充分发挥自己的优势，拓展自己的市场。通过网络渠道，公司能够更好地搜集顾客信息，对市场进行分析与预测，从而为公司的产品开发与销售决策提供基础。

另外，公司也可以和其他的汽车销售公司、物流公司等进行合作，从而达到“捆绑”的目的，从而达到增加销量的目的。以某大型成品油销售公司为例，在此之前，公司的销售收入在传统分销渠道中所占比例为 80%，而网络销售占比只有 5%。在此基础上，通过与各大电商平台的合作，制定更加灵活的定价策略，完善物流配送体系。一年之后，公司在传统分销渠道中的销售份额降至 70%，而在网上销售的比例上升至 15%，公司的总体销量上升了 15%，其市场竞争力得到了显著提升。

2.3 借助大数据分析，实现销售预测与需求管理

利用大数据进行成品油营销是非常有意义的。通过对历史销售数据、市场走势、天气变化、经济情况等资料的搜集与分析，能够对市场需求进行精确的预测，从而为公司进行生产与销售的决策提供参考。比如，利用成品油的历史销量及气象条件，对不同季节、不同气候条件下的市场需求进行预测，以便对其进行合理的生产与储备。同时，通过大数据分析，可以更好理解消费者的消费偏好，从而实现精准营销。以某地区的成品油销售公司为例，公司利用近三年的销售、气象、经济等数据，构建大数据分析模型。研究结果表明，在高温季节，对石油的需求将上升 15%。在此基础上，各公司都会对其生产及存货进行相应的调整，以备夏前储备更多的汽油，而当经济情况转好时，则会增加柴油产量，公司的存货周转率增加 20%，而缺货率下降 15%。

2.4 应用人工智能技术，提升销售网络决策水平

人工智能为成品油分销网的经营管理提供了一个智能化的辅助手段。比如，通过对销售数据的分析，可以自动地制定出最佳的销售策略，并给出相应的定价策略。同时，公司还推出了一套智能化的客服系统，24 小时不间断地为用户提供全天候的服务，并对用户提出的各种问题进行快速的解答，从而提升了用户的满意度。

同时，运用人工智能技术，对营销网络中存在的各种风险进行评价与预警，以便及早预防。某成品油销售公司引入人工智能决策系统后，该系统能够依据市场需求及销售情况，对产品定价及促销策略进行动态调整，从而实现了近半年销量增幅 10% 的目标。另外，由于采用了智能化的客户服务系统，使得客户服务的效率与品质得到了极大的提升，顾客抱怨率下降了 20%。

3 成品油物流效率提升策略

3.1 优化物流配送路径，降低运输成本

为了减少成品油物流流通费用，最重要的是对物流路线进行优化。在此基础上，提出了一种基于地理信息系统（GIS）与物流优化软件相结合的方法，对加油站的选址、用户需求、道路条件等进行优化设计。如运用最短路法、节省里程法等方法，以降低车辆的行驶里程，提高车辆的运行效率。并对其装载量及分配次序进行了适当的规划，以防止空车、多次搬运。以某成品油物流公司为例，在实现配送路线优化之前，每天要派出 50 台左右的车辆，这样就造成了运输费用的增加。在引进了一款物流优化软件后，经过优化后，一天仅需派出 40 台左右的运输车辆，就可以实现一天的配送工作。运费下降了 20%。另外，我们还可以将送货时间减少 15%，使客户满意。

3.2 提高库存管理效率，减少库存成本

对存货进行有效的管理，能够降低存货费用，提升资本的使用效率。在此基础上，提出了一种基于 ABC 分类、经济订货批等先进的存货管理方法，并对其进行分类、最优控制。同时，通过对存货水平、销售量的实时监测，对存货战略进行相应的调整，以防止出现存货积压、缺货等问题。同时，通过与供应商之间的密切协作，达到供应链的协作，从而提升公司的库存管理效率与精度。某成品油销售公司采用 ABC 分类法对库存进行管理后，加强对 A 类产品的监测与管理，对 C 级产品的库存量要适当降低。通过对存货进行优化，使公司存货周转速度增加 30%，而存货成本下降 15%。

3.3 采用先进物流技术，提升物流服务质量

现代物流技术的发展，对成品油物流的高效、优质、高效具有重要意义。比如，使用自动化装卸设备，智能化仓储系统，能够有效地提高装卸、储存的效率，降低人为造成的错误与损失。同时，运用物联网技术，实现对货运车辆的实时监测与管理，保证油品

的运输与配送。另外，无人机、机器人等新科技也可以应用于巡检与配送，提升物流服务的智能性。某成品油物流公司引进了自动装卸设施及智能化的仓库管理体系，使货物的装卸效率提高了 50%，错误率下降了 80%。同时，通过物联网技术实现对物流车辆的实时监测，及时发现并解决物流中出现的问题，从而保证油品的安全运输。

3.4 强化物流与销售网络的协同，提高整体物流效率

成品油业务的发展需要物流和营销网络的协调配合，才能更好地提升公司的整体运作效率。在此基础上，构建了一个完整的信息共享平台，使物流、营销等各部门能够及时地进行信息交流，并进行协调决策。比如，销售部能够依据市场需求与存货状况，将配送指示发送给物流部，而物流部则能够按照配送指示，对车辆、线路进行合理的调度，保证石油的及时供给。同时，物流部也能及时地将货物的运输情况反馈到销售部，辅助公司的营销决策。某成品油公司建立物流与销售协同管理平台后，通过对产品的跟踪，使其能够准确地掌握产品的库存状况，并对产品的销售策略进行相应的调整。物流部能够按照销售部的指示，对运输车辆、运输线路进行合理的调度，保证油品的准时供给。在这种协作管理下，公司的总体物流效率和顾客满意度分别增加了 25% 和 15%。

4 总结

成品油销售网络优化与物流效率的提高，是一项涉及市场需求、分销渠道和物流配送等多个环节的复杂的系统工程。从今后的发展趋势来看，成品油公司必须对营销网络及物流经营方式进行改革与优化，以增强核心竞争能力，达到可持续发展的目的。与此同时，国家及有关部门要加大对成品油产业的监督与扶持力度，以促进该产业的良性发展。

参考文献：

- [1] 刘洋, 宋才华, 陈殿根, 李恒. 涤纶成品物流效率的影响因素及提升举措的探讨 [J]. 合成纤维, 2024, 53(02):9-11.
- [2] 刘源, 鲍楚慧, 李国辉. 县域成品油销售网络问题分析与规划建议——以黑龙江省为例 [J]. 石油知识, 2023, (03):40-41.
- [3] 赵斌锋. 煤制油化工有限公司成品油销售终端网络建设研究 [J]. 营销界, 2020, (15):157-159.
- [4] 孙敏. 神华煤制油化工有限公司成品油销售终端网络建设研究 [D]. 西安建筑科技大学, 2017.