

解读：经济新常态下 转型奔跑中的长城润滑油

2014年，我国经济迎来了相对平稳的中高速增长“新常态”时期。在这种经济形势下，传统企业如果再操守原先固有的经营模式，必定跟不上时代的步伐。作为传统企业大军中的一员，又是国内润滑油行业的领军品牌，长城润滑油已然深刻认识到了这一点。日前，长城润滑油召开的年度工作会议信息披露，其已开始调整战略方向，谋求在经济新常态下的转型之路。

长城润滑油作为国内润滑油行业销量最大的领军品牌，其所想所为势必牵涉到润滑油行业的神经。在当前经济环境下，润滑油行业面临着怎样严峻的形势？长城润滑油如何引领润滑油企业转型？又将以怎样的新思维做一滴一直在路上奔跑着的润滑油？

认清形势 迎接新挑战

从长城润滑油年度工作会议披露的信息来看，长城润滑油对当前的市场环境做了全面而深刻的剖析，长城润滑油认为，当前润滑油行业面临的主要挑战有以下五点：

一是新常态下整体经济增长速度减缓，相关用油产业产能过剩、结构性矛盾突出，产业的兴衰变化加快；二是国际原油价格走势存在较大的不确定因素，润滑油消费税提高，基础油产能过剩；三是互联网技术和互联网思维的发展，对于润滑油行业传统的企业管理和营销模式产生影响；四是企业在不断提升市场地位和品牌地位，赢取更高的市场占有率；五是润滑油从业人员不足以支持以客户为中心的技术营销模式转变。

长城润滑油方面表示，中国经济高增长的时代已经过去了，粗放型的发展方式注定要被淘汰，企业在面对残酷的市场竞争时，必然要回归竞争的本质，靠技术、靠产品、靠创新、靠品牌力来赢得市场。在经济新常态下，企业只有实现转型，抛去固有的思维模式，树立新思维，才能应对当前面临的新挑战。

树立新思维 推进转型发展

据长城润滑油年度工作会议披露，长城润滑油的转型主攻方向将从以下几方面抓起：

一是明确价值导向。润滑产品和服务要想实现自身价值，首先要为用户带来价值，长城润滑油需要从制造商向制造服务商转变，增强为客户创造价值的能力。

二是树立用户思维。一切从用户的角度出发来提供产品和服务，长城润滑油建立了全方位识别客户的目标和方法体系，充分地研究用户，发现用户真正的需求，并努力增加用户的参与和体验。

三是依靠创新驱动，通过改革创新，不断增强公司发展的内生动力，获取创新红利。作为中国高端制造业的支持者和参与者，长城润滑油将紧跟市场变化，适时调整策略，不断创造优势业务和产品，扩大差异化竞争的优势。

掌握主动 赢得市场话语权

未来几年，中国润滑油行业将面临着重要变革，各润滑油品牌企业将面临着新一轮的行业洗牌。与此同时，这个时期也是中国润滑油品牌抓住机遇，向价值链高端跃进的大好时机，谁占得变革的先机，谁就在未来掌握主动。对此，长城润滑油的应对策略是“不断向价值链高端发展，积极为客户提供解决方案”。

长城润滑油方面指出，长城润滑油公司未来的价值必须体现在市场和技术上，只有依靠不断的创新和发展，占据市场和品牌的优势地位，率先完成从制造型向制造服务型企业的转型，才能实现跻身国际一流品牌的战略发展目标，而这不仅是落实中国石化关于企业转型发展的要求，更是长城润滑油实现自身价值的必然追求。

业内人士分析认为，未来，不管市场如何变化，只要站在行业制高点，从消费者角度着眼全局，就能使企业立于不败之地。长城润滑油是中国润滑油行业的引领者，成功打造了航天级润滑保护的品牌标签，走上了“专业化、品牌化、国际化、规模化”的发展之路。长城润滑油在经济新常态下如何完成转型，开拓新的疆土，真正成为我国润滑油行业乃至传统企业转型的成功范例，值得我们期待。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/72949.html>