

税收政策调整背景下成品油销售企业的战略转型研究

陈 杨

中国石油天然气股份有限公司四川广元销售分公司, 中国·四川 广元 628017

【摘 要】税收政策调整给成品油销售企业带来挑战和机遇。企业需应对利润压缩、市场竞争和成本上升等问题, 通过战略转型确保可持续发展。研究指出, 企业应多元化业务, 如发展便利店、汽车维修和新能源业务; 优化零售网络和加油站功能; 加快数字化转型, 利用大数据和智能化技术提升效率降低成本; 并实施绿色发展战略, 推广清洁油品和环保设施。这些转型策略有助于企业应对税收政策挑战, 抓住绿色发展和新能源转型机遇, 实现经济和环境效益双赢, 为未来发展打下坚实基础。

【关键词】税收政策; 成品油销售企业; 战略转型

引言

近年来, 随着经济形势变化和税收政策的调整, 成品油销售企业所处的市场环境发生了深刻变革。税收政策的改变犹如一把双刃剑, 一方面旨在促进能源结构调整和环保等宏观目标, 另一方面却给成品油销售企业带来了前所未有的挑战。在利润空间不断被压缩的情况下, 企业不仅要应对来自同行的激烈市场竞争, 还要承受成本上升的压力。同时, 传统业务模式在新的政策和经济环境下逐渐显现出局限性。因此, 深入研究税收政策调整背景下成品油销售企业的战略转型具有重要的现实意义, 它关乎企业在新环境中的生存与发展。

1 税收政策调整背景下成品油销售企业战略转型的必要性

在当前复杂多变的经济形势下, 税收政策的调整正深刻地影响着成品油销售企业的运营与发展轨迹, 这使得战略转型成为企业谋求长远发展的必由之路。税收政策犹如一把双刃剑, 直接作用于企业的成本与利润架构。对于企业而言, 如果不能迅速且精准地对定价策略以及成本管控体系做出适应性调整, 那么其利润空间必然会遭受挤压。

值得注意的是, 税收政策的调整对不同规模的企业所产生的影响存在明显差异。大型企业凭借其雄厚的资源和较强的抗风险能力, 往往能够更为从容地应对政策变化带来的冲击, 并在调整过程中进一步巩固自身优势; 而中小企业则因资源相对有限, 在面对税收政策调整时往往捉襟见肘, 其市场份额极有可能在这一过程中被重新分配, 甚至面临生存危机。从市场竞争的宏观视角来看, 那些未能及

时制定有效战略以应对税收政策调整的企业, 将会逐渐在激烈的市场角逐中被边缘化, 丧失发展的主动权。相反, 那些提前布局, 具备绿色、清洁成品油供应能力以及强大技术创新优势的企业, 在环保税等一系列相关税收政策的推动下, 将更有可能在市场中崭露头角, 赢得更大的发展空间和竞争优势, 从而在行业变革的浪潮中脱颖而出, 成为引领行业发展的新标杆。

2 税收政策调整背景下成品油销售企业面临的挑战

2.1 市场竞争加剧

税收政策调整, 特别是成品油消费税后移, 使相应税收监管难度增加, 这不仅加剧了市场竞争, 也为成品油销售企业的运营带来了新的压力。在利益的驱动下, 可能导致独立炼厂向加油站销售的汽柴油不含税价格低于国家规定的到位价。个别加油站可能利用税收监管空隙, 通过大幅降价吸引消费者, 这就容易引发终端价格战, 扰乱市场价格秩序, 并冲击现有的竞争格局。这对大多数诚信经营的加油站而言, 尤其是中小型企业, 会造成较大的盈利压力。同时, 个别加油站可能通过低价策略快速提升市场份额, 短期内看似提升了营利能力, 但也有可能推高全社会加油站的资产泡沫, 导致市场过度竞争和虚高的资产评估。长期来看, 这将影响加油站的可持续发展, 甚至可能威胁到整个终端网络的健康运营。随着消费税在销售端的体现, 燃油价格可能显著上涨, 消费者对油价的负担感增强, 可能产生对燃油税负过重的心理反应, 进而促使他们加速转向新能源车辆, 如电动车或LNG货车。这不仅可能导致汽柴油的消费下降, 还可能影响企业的销售预期和盈利能力。

2.2 利润空间压缩

税收政策调整背景下,成品油销售企业面临的另一个主要挑战是利润空间的压缩。税收政策,尤其是消费税和增值税的调整,直接影响成品油的成本结构。消费税的提高,尤其是消费税后移,意味着企业在销售环节而非仅在生产加工环节承担更多的税费成本,这增加了企业的整体税负。然而,这些成本的增加往往难以在短期内通过提高售价转嫁给消费者。首先,成品油的市场价格受到供需关系、政府价格调控等多重因素的影响,企业无法轻易大幅提价,否则可能面临销量下降的风险。即使企业尝试适度提高售价,消费者因价格上涨可能会减少购买或转向其他替代能源产品,从而影响整体销售额,导致企业的利润未能如预期增长。在税收政策调整后,企业原有的利润获取模式遭遇挑战,必须重新审视成本核算、定价策略等运营环节,这一过渡期常常伴随利润的下滑。

2.3 经营成本上升

在税收政策调整的背景下,成品油销售企业面临的另一个显著挑战是经营成本的上升。随着消费税和增值税等税种的调整,企业在采购、销售和库存管理等环节的税费负担明显增加。尤其是当消费税后移至销售环节时,加油站作为终端销售点,需承担更多的税收责任,这直接推高了成品油的含税成本。然而,企业往往难以将这些额外的成本完全转嫁给消费者,尤其是在市场竞争激烈的情况下。由于成品油价格受市场供需、政府调控等多重因素的影响,企业提高售价的空间有限。如果价格上涨过快,可能会导致消费者转向其他能源产品或减少消费量,从而影响销售额和利润。因此,企业需要通过提高运营效率、优化供应链管理、降低其他成本等方式来应对这一压力,然而,这些措施往往需要时间和资金投入,短期内可能难以见效,导致整体经营成本上升,进一步压缩利润空间。此外,随着税收负担增加,企业还需面对来自税务部门更严格的税收合规要求,确保税务处理的合规性和准确性,这也在一定程度上增加了企业的行政和管理成本。在税收政策调整的压力下,成品油销售企业的整体运营成本普遍上升,企业必须通过更为灵活的经营策略和有效的成本管控来应对这一挑战。

3 税收政策调整背景下成品油销售企业的战略转型的主要方向

3.1 业务多元化发展

在税收政策调整的大背景下,成品油销售企业的战略转型需着眼于业务多元化发展,寻求新的增长点以应对政策带来的挑战。企业不能再单纯依赖传统的成品油销售业务,而应积极拓展多个业务领域,降低对单一业务的依赖。

一方面,企业可以向非油业务领域深度拓展,例如在加油站内增设便利店、提供汽车维修保养服务、特色服务等。便利店可以销售各类食品、饮料、日用品等商品,满足消费者在加油过程中的一站式购物需求;汽车维修保养服务可以吸引车主在加油时进行常规检查、维修与保养,从而增加客户粘性 with 消费频次;特色服务则是根据站点地段提供餐饮服务、建立“司机之家”,为司机提供加水、洗澡、洗衣等增值服务。例如,在市区繁华地段可以增设商务办公协助和精致汽车美容服务;在城区景区旁的加油站增设景区票务代售、名俗文化体验;在高速服务区加油站增设长途休憩配套设施、应急物资补充,建立“司机之家”,为司机提供加水、洗澡、洗衣等增值服务等。通过这些非油业务的开展,企业可以在成品油销售利润受到税收政策冲击时,从其他业务板块获取收益,实现利润来源的多元化。

另一方面,企业可以积极布局新能源相关业务,例如充电桩设施建设、加气站、换电站及加氢站等业务,借助新能源政策的支持发展新业务。随着电动汽车保有量的不断增加,充电桩市场潜力巨大,企业通过建设和运营充电桩设施,不仅能带来新的盈利增长点,还能顺应税收政策对新能源产业的扶持,提升企业在能源转型时期的适应性与竞争力。此外,企业还可以探索与能源产业链上下游企业的合作与整合,如参与油品仓储物流优化、油品贸易金融服务等。通过资源整合和产业链延伸,企业可以拓展业务边界,构建更为全面的业务体系,从而在税收政策不断变化的复杂市场环境中保持稳健发展。在新能源领域,企业还可以关注新能源光伏发电项目,在加油站或其他合适场地安装光伏发电设备,利用太阳能为站内设施供电,降低用电成本,并符合绿色发展理念。这不仅提升了企业的能源综合利用效率,也增强了环保形象,为企业的可持续发展奠定了基础。在这一过程中,企业不仅能有效应对税收政策带来的压力,还能顺应市场和政策的变化,抓住能源

行业转型的机遇,实现长远的发展目标。

3.2 零售网络优化与升级

零售网络作为成品油销售企业与消费者直接接触的关键环节,其优化与升级在税收政策调整背景下显得尤为重要。首先,企业应从地理位置布局上进行优化,根据不同地区的经济发展水平、人口密度、交通流量以及市场竞争状况等因素,对加油站网点进行合理的规划与调整。在城市中心、交通枢纽、高速公路服务区等成品油需求旺盛且具有战略意义的区域,加大零售网络的投入与建设,确保市场覆盖的有效性与高效性。例如,在城市新建商业中心或大型居民区附近选址新建加油站,以满足周边日益增长的车辆用油需求;对一些老旧且效益不佳的加油站网点,可进行评估与改造,若改造后仍难以提升效益,则考虑进行资产整合或关闭,以优化资源配置。其次,注重加油站的形象与功能升级,打造现代化、智能化的零售终端。外观设计上采用统一且新颖的标识与建筑风格,提升品牌辨识度与形象吸引力;内部设施方面,提供舒适、便捷的消费环境,如建设宽敞明亮的便利店、干净整洁的卫生间、舒适的休息区等,增强消费者的购物体验。同时,引入智能化的加油设备与管理系统,实现自助加油、线上支付、会员管理、精准营销等功能,提高运营效率与服务质量,减少人力成本与运营成本,提升客户满意度与忠诚度,进而在税收政策变化带来的市场波动中,凭借优质的零售网络巩固市场地位,拓展市场份额,实现零售业务的持续增长。

3.3 数字化转型

在销售环节,企业可以利用大数据技术深入分析消费者的购买行为、偏好、消费频率等数据,从而实现精准营销。例如,通过分析消费者的加油时间、加油量、消费习惯等信息,为不同类型的消费者制定个性化的促销方案,如针对高频次、大油量消费的客户提供专属的积分兑换或价格优惠,提高营销效果与客户转化率。同时,搭建线上销售平台,拓展销售渠道,消费者可以通过手机应用程序或网站便捷地查询附近加油站信息、油价动态、在线下单预订油品或非油商品,并选择送货上门或到店自提服务,打破传统销售的时间与空间限制,提升销售效率与客户便

利性。在运营管理方面,数字化技术可应用于库存管理,通过实时监控油品库存水平、销售速度以及物流配送信息,实现精准的库存预测与补货计划,避免库存积压或缺货现象,降低库存成本与运营风险。此外,利用数字化工具优化企业内部的财务管理、人力资源管理、税务管理等流程,提高管理效率与决策的科学性。例如,借助大数据整合各类涉税数据,建立税务风险监控模型,确保企业在税收政策调整后能够准确、及时地完成税务申报与缴纳工作,避免因税务合规问题遭受处罚,同时通过数据分析为企业的税务筹划提供依据,合理降低税务成本,在数字化浪潮中重塑企业的运营模式与竞争优势,适应税收政策调整带来的市场变革。

结束语:

综上所述,在税收政策调整的浪潮中,成品油销售企业必须积极寻求战略转型之路。业务多元化发展能拓展企业盈利渠道,零售网络优化与升级可提升市场竞争力,数字化转型是顺应时代潮流的关键,而绿色发展战略则是契合可持续发展理念的必然选择。企业只有把握这些转型方向,才能在复杂多变的市场环境中站稳脚跟,实现长期稳定发展。同时,企业在转型过程中还需根据自身实际情况灵活调整策略,以应对可能出现的各种新情况和新问题。

参考文献:

- [1] 李昱佑. 多项税收政策调整利好房地产市场[N]. 经济参考报, 2024-11-14 (001).
- [2] 渠沛然. 税收政策调整倒逼地炼企业转型升级[N]. 中国能源报, 2024-11-04 (009).
- [3] 李艳艳. 税收政策变化下企业内控与税务策略的调整[J]. 乡镇企业导报, 2024, (15): 198-200.
- [4] 刘莲莲. 调整和优化税收政策, 促进绿色消费持续增长[J]. 市场瞭望, 2024, (03): 11-13.
- [5] 张玉蓉. 财政税收政策对经济增长的影响研究[J]. 中国集体经济, 2023, (33): 102-105.

作者简介:

陈杨(1987.04-),女,汉,四川省广元市人,本科学历,中级会计师职称,研究方向:成品油销售企业在消费税后移背景下的应对策略研究。