

**奋进新征程
建功新时代 | 牢记嘱托 再立新功 再创佳绩 喜迎二十大**

仪化东丽公司不断开发新产品、创新服务模式、持续技术攻关,高附加值产品效益逐年增长

研用拓市齐发力 做好高端“膜”文章

□翟瑞龙 倪倩

2月以来,仪化东丽公司研发生产的高端车衣膜销量创历史新高;开发的用于高端智能手机陶瓷电容用离型膜成功下线,属国内首创,目前用户正在试用。

仪化东丽聚酯薄膜有限公司是仪化纤与日本东丽株式会社联姻成立的合资公司,合资公司成立21年来,产品结构从印刷包装、烫金和绝缘等领域,拓展到汽车、电子、建筑等业务应用领域。

近年来,国内聚酯薄膜市场常规产品竞争日趋激烈,仪化东丽公司坚持以市场为导向,以效益为中心,强化创新驱动,持续推进“生产一代、储备一代、研发一代”的科研开发,不断开发新产品、创新服务模式、持续攻关技术,拓展“新蓝海”,实现高附加值产品效益逐年增长,2021年比上一年增长20%以上。

抢抓市场机遇,
开发有前景的新产品

2021年4月上旬,该公司开发的首批液晶调光膜成功下线。液晶调光膜是一种新型功能性光电薄膜,可通过外加电压的控制,在透明与磨砂两种外观状态间快速切换。当夹在玻璃中的液晶调光膜通电时,光线可以自由穿过排列有序的液晶分子,使玻璃呈透明状;断电后,液晶分子变为无序的散布状态,玻璃变得透光但不透

明。液晶调光膜可用于制造智能(隐私)玻璃,是目前建筑装饰装潢领域的高端材料,在诸多领域有广泛的应用前景。

2020年上半年,面对受疫情影响,聚酯薄膜需求大幅萎缩的严峻形势,该公司紧急开发生产用于医疗防护面罩等医卫材料的聚酯薄膜,填补了部分品种需求下滑的缺口,实现了疫情期间产品市场份额的逆势上扬。下半年,随着5G基站数量持续增加,用于基站发射运行数据的感光性线路板受到市场追捧。该公司抢抓市场机遇,进一步加强开发用于生产电路板、电容等领域的聚酯薄膜,销售创历史新高。

2021年,仪化东丽公司在开展对标一流管理提升行动中,通过优化管理机制加快产品创新,将市场和现场紧密结合起来,努力缩短研发时间,快速响应市场,先后开发出有色聚酯薄膜、阻燃透明聚酯薄膜、液晶调光膜等新产品。新产品开发逐步批量生产,5条生产线基本保持满产满销状态。“市场竞争越激烈,越要咬紧牙关开发有潜力、有前景的新产品,助力保质保量实现攻关目标。”仪化东丽公司营销部部长王成说。

提供一流服务,
不放过每一张订单

2021年3月,该公司营销部门开展“为民服务创先争优”活动,致力于为顾客提供价值超前、质量一流的产品与服务。

他们坚持领导定期分组带队走访重点行业、重点客户、重点市场,把握大客户的需求,并根据大客户的需求,制定产品攻关任务的目标和完成期限。2021年下半年以来,面对激烈的市场竞争,营销科和品质保证科联手组成技术服务小分队,快速响应市场,加大客户走访服务力度,不放过每一张订单。

2021年9月的一天,上午接到一个大客户的投诉电话后,该公司立即派出技术服务4人小分队,乘坐6个多小时高铁,直奔现场。小分队连夜投入工作,一道道工序排查解决问题,忙了一个通宵。此后5天,四人三班倒盯在现场,了解产品的使用情况,开展指导服务,调整工艺参数,协助客户解决问题。该客户打消了对这批“瑕疵”产品的疑惑,并表示将继续大批量采购仪化东丽公司的产品。

2021年11月,浙江宁波突发疫情,在物流中断、周转期延长的情况下,该公司创新服务破难题,与承运商一起,通过分段实施、换人不换车、货运司机常驻异地等措施,保证了宁波两家重要客户没有因原料保供问题而停产,同时,还专门派回程货车帮宁波一家客户送产品至其下游客户,保证了产品不断供,让客户深受感动,客户黏性进一步增强。

开展课题攻关,
持续开发新产品

2021年12月29日,该公司组织



图为仪化东丽公司制膜三车间操作工进行分切贴膜上卷作业。刘玉福 摄

2021年度“张树晶技师工作室”创新课题成果评比活动,现场气氛热烈,15名课题汇报人以图文并茂的形式,展示了2021年各自在技术攻关、提质增效、降本减费、团队协作等方面的努力及成效。经过激烈角逐,有6项攻关课题获表彰。一等奖获得者钱荣说:“我将继续投身创新创效活动,成为技术创新能手!”

“张树晶技师工作室”成立于2018年5月,由张树晶技师领衔,共有18名成员。工作室主要针对现场生产、工艺、设备等难点问题,组织开展课题攻关、人员培训、技术交流等活动,着力培养知识型、专家型、创新型技术团队,不断开发新产品。2021

年,“张树晶技师工作室”完成攻关课题17个,攻关范围涵盖质量改进、工艺调优、设备升级等方面。工作室成员陈俊是制膜三车间的一名值班长,围绕新产品质量提升申报攻关课题,经过4个多月50余次的试验,以及上百个数据的分析、对比、排除,终于消除了瓶颈,新产品的质量得到提升,满足了用户需求。

今年,“张树晶技师工作室”将继续开展生产和技术的联合攻关,推进产品升级换代。

商道纵横
petrochemical Weekly

化销华北助力客户产出国内最薄BOPP薄膜

本报讯 近日,化销华北助力行业前三客户打造8微米双向拉伸聚丙烯(BOPP)薄膜获成功,填补了国内同类产品轻量化发展的空白,其可回收利用的特性,对“双碳”背景下产业链协同增效具有积极意义。

近年来,随着印刷包装市场的快速发展,BOPP薄膜消费量也随之增长。化销华北敏锐捕捉BOPP行业潜在商机,着手对区域内相关客户进行全面梳理,选取契合度较高的福建某战略客户进行试料推广工作。针对客户需求和生产线实际,为客户精准定制“先单生产线试点,后全生产线普及”的“一户一案”服务方案。同时,该公司充分发挥产销研用一体化机制优势,多次联合华北院、青岛炼化,在工艺参数优化、改进

添加剂配方等方面提供现场技术指导,做好试用过程中的信息反馈,推动客户实时调整产品加工参数,解决了成品膜夏季断面变红、长宽幅制品码垛膜面皱纹等难题。

他们还通过海陆联运全配送方式,及时将超薄高速BOPP专用料送往客户福建基地,有力保障了客户的生产原料供应。

经过多方近一年的不懈努力,最终成功生产了厚度仅为8微米的国内最薄可回收利用BOPP薄膜。该薄膜可广泛应用于化妆品、农副产品、玩具、工艺品的外包装,相对于传统10~12微米的BOPP薄膜,透明性更好,环保和成本优势更明显,在国家限塑政策背景下,具有较大的市场潜力。(李君 李菲)

荆门石化积极保供白油

今年以来,荆门石化加强装置运行管理,优化产品销售服务,积极为兄弟企业保供白油。截至目前,他们已向系统内23家企业供应白油2801吨,在满足兄弟企业生产需求的同时创造了效益。图为员工对55万吨/年润滑油高压加氢装置进行巡检。蒲红霞 刘丽花 摄影报道

□李伟

面对“大力发展高端可降解材料、扎实推进塑料污染治理”的绿色低碳循环发展要求,化工销售江苏分公司积极融入国家战略,充分发挥销售企业的桥梁纽带作用及公司可降解攻关项目组的团队优势,积极协同科研机构、生产企业、政府部门及下游客户,在可降解塑料产品的科研、生产、推广等方面狠下功夫,着力打造可降解塑料全产业链服务亮丽名片。

科研合作:突破可降解技术难关

“江博士,我们最新的成品虽然无翘曲变形,但还不能耐80摄氏度以上高温,看来还需要对二次结晶做进一步研究。”“需要对工艺参数进行调整,再出一批产品。”可降解攻关项目组成员李伟正与南京大学可降解领域博士江伟就新产品的耐热性研究进行沟通。

之后的几天,化销江苏和南京大学联合研究团队通过改变加热温度和加热时间,从9个工艺参数组合中找到最佳的一组,终于成功将吸管耐热温度由不足60摄氏度提高到80摄氏度以上,并于2021年11月正式通过食品安全测试,成功推向终端市场。截至目前,已为知名奶茶品牌提供约60万根可降解吸管。

从市场前端了解需求,携手科研机构共同解决实际问题再推动销售,是化销江苏利用自身优势实现创新发展的具体实践。2021年,该公司先后与中国石化北化院、南京大学、南京工



销售单生物降解塑料聚乳酸(PLA)自营销售业务;向捷公司供应可降解购物袋超过44万个,涵盖江苏、山西、重庆等地;成功开发一家可降解购物袋外部终端客户,已完成销售1.45万个。

助力低碳:将可降解材料“用”到深处

2021年6月,化销江苏在南京举办生物可降解制品创新论坛,吸引了包括政府部门、院士专家、下游商家等100多人参会。会上,该公司与南京凯宾斯基酒店、南京水游城、BHG等签署合作意向书。“可降解塑料制品已纳入公司战略规划,我们正努力把小买卖做成好买卖。”化销江苏有关负责人说。

该公司坚持“只有推广到老百姓手中才是真正的好产品”的理念,将可降解材料“用”到深处,先后将5000个可降解购物袋赠送当地社区,走访10余家超市和农贸市场宣传可降解产品和绿色环保理念,并与南京市市场监管局就推广可降解产品达成了初步合作意向,以实际行动践行央企担当,助力南京地区绿色低碳发展。

今年,国内的可降解材料产业发展依然充满挑战。化销江苏将在集团公司的统一领导下着力打造可降解全产业链服务亮丽名片,凭借“产销研用”一体化优势继续做好可降解产品开发,结合“扫市场”工作大力开展可降解市场调研和客户积累,为中国石化重点布局的可降解材料产品走向市场、实现应用贡献力量。

化销江苏发挥产销研用一体化优势,协同多方在可降解塑料产品的科研、生产、推广等方面狠下功夫

打造可降解塑料全产业链服务名片



图为化销江苏客户经理配合工厂解决产品生产问题。 郑华航 摄

业标准。化销江苏将通过与更多的科研机构开展深入合作,在可降解新材料开发上实现更大突破。

协同生产:助推可降解产品升级

2021年6月的一天,李伟正在南京溧水一家长期合作的终端制品生产工厂监督可降解购物袋生产,他拿着刚生产出的购物袋激动地说:“徐厂长,您看我们找到了合适的牵引速度,袋子的印刷图案终于不跑偏了!”

可降解购物袋相比普通一次性塑料购物袋,加工难度更大且更易出现问题。李伟和可降解项目组成员连续几天待在工厂,同工厂技术人员和一线工人商讨生产方案,先后解决了黑点、鱼纹、图案跑偏等问题。第二个月初,第一批合格的可降解购物袋顺利发往江苏易捷仓库,实现了中国石化首批绿色可降解产品的社会供应。

2021年以来,化销江苏通过询价建立包含多家代加工厂在内的资源库,安排可降解项目组专人严格把控生产全过程,并与国际知名第三方检测机构SGS建立战略合作伙伴关系,

开展产品质量检测和把控。目前,化销江苏已拥有可降解吸管改性料和可降解购物袋两大类产品,均已通过国际标准要求的堆肥降解测试,达到了国内领先水平。

加强推广:将销售贯穿可降解全产业链

2021年10月,可降解攻关项目组组长郝群带领团队走访位于江苏省南京市的一家主流吸管生产企业,针对前期可降解改性料的试用及终端制品的生产开展交流,工厂负责人表示:“中国石化的可降解改性料品质一流,我们计划采购!”双方当即确定了两个批次共计15吨的订单。

化销江苏着眼于可降解全产业链发展,从可降解原料到中间改性料再到下游制品全方面力,已成功开发可降解关键原料BDO供应商,供应链纤维及系统客户热塑性生物降解塑料(PBAT)产品,2021年BDO每月稳定供应量500吨,今年将扩大合约量至3500吨;成功开发PBAT意向客户20家,实现销售客户5家;与中国石化战略投资企业建立合作,完成化

化销华东

助力上海石化打造创效拳头产品

本报讯 2月,在化销华东的助力下,上海石化新产品双峰线型聚乙烯膜料销量2211吨,较传统产品增效明显。

2021年下半年以来,上海石化普通PE管材产品出现产能过剩、需求疲软的现象。化销华东发挥销售平台优势,建议企业切换赛道——量产双峰线型聚乙烯膜料,并积极服务企业拓市扩销。2月,上海石化实现双峰线型聚乙烯膜料规模化生产后,化销华东完成新产品销售2211吨,毛利边际贡献近乎翻倍,双峰线型聚乙烯膜料成为企业创效拳头产品。

双峰线型聚乙烯膜料是一种高性能的包装原料,被广泛用于重包装膜和电缆的生产。2021年7月,上海石化在4号聚乙烯装置上成功开发了双峰线型膜产品MM2002和ML2202,填补了该领域国内生产的空白。

化销华东多措并举全力提升新产品销量,一方面大力开发终端客户,对原有客户详细摸底,发挥产销研用联动机制,协同技术人员走访大型工厂用户,了解客户使用中出现的难题,并提供解决方案;另一方面,积极开发新客户,全力开展新产品市场开发工作,截至2月底,已与5家客户达成合作意向,其中不乏行业龙头企业。同时,他们提前制定销售策略,提升产品知名度和用户认知,对产品进行合理定价,强化产销衔接,找准产品定位,持续助力企业提质增效和高质量发展,实现绿色销售。(丁晔)

化销华南

完成合作伙伴走访授牌工作

本报讯 3月3日,化销华南公司全面完成对美的、佛塑科技、万力等战略合作伙伴的走访调研及授牌工作。据了解,该公司2021年共评选出75家优质诚信客户、供应商和优秀物流商。

2021年11月,受疫情影响,化销华南原计划召开的客户、供应商、物流商座谈会被迫取消,现场授牌活动无法如期举行。他们决定由公司领导带队,对75家优质合作伙伴进行实地上门授牌,全面了解合作伙伴的业务运行状况及资源、服务需求,为未来的业务拓展更广阔的空间。走访授牌工作历时两个多月,足迹遍布京津冀、长三角、珠三角、西南等地区共25个城市。

在走访中,化销华南与合作伙伴就资源保供、产品品质提升、物流业务优化、共同开发新产品等方面进行了深入交流,同时对合作过程中存在的问题及行业发展进行了探讨,进一步增进了理解与信任。(王洁清)

沧州炼化

食品级硫黄销量4年突破3万吨

本报讯 炼油销售有限公司沧州驻厂办和硫黄销售部紧盯市场,努力做好“服务用户、服务企业”两个服务,根据市场需求变化加强与沧州炼化的产销衔接,调整、优化工业硫黄产品结构,增加食品级硫黄产销比例,缩小液体硫黄产销比例,并维持低库存运行,争取效益最大化。截至2月底,4年多共销售食品级硫黄30170.5吨。

食品级硫黄主要用于生产淀粉、酿酒等食品加工行业,而液体硫黄主要用于生产硫酸和二硫化碳等化工产品行业,食品级硫黄效益更好。经过效益测算与市场调研,沧州炼化于2018年1月开始产销食品级硫黄,并且是中国石化系统内唯一的产销食品级硫黄的企业。(刘向东)

南阳能化

特种蜡销量同比增长18.5%

本报讯 1~2月,南阳能化公司销售特种蜡4.23万吨,同比增长18.5%。

自2021年底以来,受疫情等不确定因素的影响,特种蜡客户都不同程度地提高了订货量,防止供应链中断影响企业正常生产,导致部分特种蜡供应紧俏,南阳能化的特种蜡产品库存也降到历史最低。为更好地满足特种蜡客户的正常需求,该公司及时调整销售方式,对部分紧俏特种蜡产品采取限量供应策略,不仅解除了固定、直供客户的后顾之忧,赢得了客户信任,而且防止了企业客户流失,实现了供需双方互信、互利、共赢。

针对部分特种蜡用户因疫情等特殊原因无法到企业提货的实际情况,南阳能化及时推出了“一个电话送货到家”服务,客户只需一个电话,企业就能替客户办理好一切手续,然后把发票等相关单据通过快递寄给客户,并安排好货运、物流、安全、高效地将特种蜡产品送到客户手中,受到他们的广泛好评。(李家武)