

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

化销华北聚焦优化调整、合作共赢、目标进度,为企业算好“增效账”、为客户算优“成本账”、为条线算细“任务账”,推动化工产业链各环节更加紧密地融通起来

## 巧算“三笔账”促产业链升级

□丁芳

今年上半年,面对严峻的经营形势,化销华北以大视野、大格局谋划推进工作,建立“产销协调紧密、市场反应迅速、运转高效便捷”的运行机制,聚焦优化调整、合作共赢、目标进度,为企业、客户、条线巧算“三笔账”,把化工产业链各环节更加紧密地融通起来,持续夯实高质量发展的基础,促进全产业链提质增效升级,实现多方共赢。

**优化调整,为企业算好“增效账”**

化销华北承担着华北区域内11家生产企业化工产品的资源统筹和产品销售。他们充分发挥产销研用一体化优势,持续深化“一企一制”,助力企业做好产品结构调整和产业链优化,持续提升企业增收创效能力。

他们紧扣新专产品推广重点难点,助力企业做好产品结构调整,将在售的200余个新专产品归类成立58个MPRC小组,对光伏产品、医卫材料、包装领域高端新材料等18个重点项目实施“揭榜挂帅”,联合产业链上下游构建从研发到生产到应用的新产品开发推广联盟。他们携手燕山石化持续打造EVA高端产品,助力燕山石化成为国内唯一生产光伏级EVA(乙烯-醋酸乙烯共聚物)全系列牌号的企业,上半年为中国石化新疆库车绿氢示范项目供保光伏原

料近千吨,实现光伏级EVA产品销量近3万吨,助力企业创效。上半年,化销华北累计销售新专产品160余万吨。

该公司还把全产业链优化作为切入点,通过系统摸排市场宏观环境、资源配置、渠道变化、产业链上下游供需情况等前沿信息,联合企业构建月度产销对接、联合经营分析会等多层次交流机制,加强信息共享和产排协调。在中天合创装置检修当月,他们紧跟国内市场走势,协调企业紧急增产合成树脂产品两万吨。他们密切关注国际化工市场形势,抢抓出口盈利窗口期,助力天津石化做好库存聚酯原料销售工作,成功锁定1.17万吨PTA出口土耳其订单,实现该产品出口业务零的突破,助力企业增效。

**合作共赢,为客户算优“成本账”**

化销华北一头连着市场,一头连着生产。他们实时关注市场变化和用户需求,充分发挥背靠生产企业和研发机构的优势,根据客户原料库存和生产情况,灵活调整销售策略,持续深化“一户一案”,积极为客户个性化需求提供全流程解决方案,努力实现服务增值,不断提高客户满意度。

他们发挥紧密联系研发机构和生产企业的优势,联合生产企业、科研单位组建应用服务团队,加快进口替代步伐,帮助客户降低生产成本,抢抓光伏行业市场机遇,先后为战略客户定制化开发EVA光伏背板膜、



图为化销华北销售人员会同生产企业技术人员共同走访膜料重点客户。  
孙森 摄

无塑化剂纤维料、中熔共聚家电专用料等产品,成功实现进口替代。他们紧跟重包装膜(FPS)行业发展形势变化,携手科研院所破解FPS膜轻量化发展技术瓶颈,助力北方某FPS膜大客户研发出可替代进口原料的14微米级线型茂金属膜料,大大降低客户原料采购成本。

他们坚持从客户需求出发,从采购付款、物流服务等方面进行全流程优化,助力客户降本增效。疫情期间,为缓解某战略客户复工复产资金压力,他们在做好专业前置评估的基础上,以银行保函新型方式替代国内

信用证进行结算,业务流程提速30%,有效提升客户资金周转效率。他们优化物流运作方式,深挖物流降本潜力,先后开辟燕山石化EVA产品“公转铁”,天津石化聚丙烯散装罐车等多种绿色物流新模式,协助客户打通EVA铁路自提流程,积极向海外客户推广大量集装箱装货服务,大幅降低客户物流成本。

**紧盯进度,为条线算细“任务账”**

“非常形势下,要有非常之举。要紧盯销售进度,把各产品条线年度

任务细化到月、到周,甚至到日,推动以日保周、以周保月、以月保季、以季保年。”化销华北计划信息部负责人在部门月度经济分析会上提出要求。

面对严峻市场形势,化销华北坚持稳中求进,把攻坚创效姿态变为工作常态。他们锁定年度目标任务,充分发挥统销资源、销售渠道和自营资源组合的一体化经营优势,抓实月度计划分解、抓紧每周工作落实、抓细每日任务完成。

该公司坚持业务以效益优先,严控高风险、不规范、低收益率的自营贸易,每月动态剖析供应商及客户的自营业务利润水平,对低利润率的业务分品种、分供应商逐一分析,从业务模式、营销策略、定价公式等多维度查找差距。他们加强与供应商及客户的商谈力度,逐步优化自营采销渠道,上半年,自营业务利润同比提高28.3%。

他们以业财融合机制为抓手,强化财务、业务及经营网点之间的协同联动。财务人员从业务源头介入,探索建立全维度盈亏测算模型,动态跟踪反映市场变化及效益波动,对各环节影响利润的因素进行精细测算,全面评估每笔业务的盈利能力,上半年利润完成年度目标的65.8%,超时间进度15.8个百分点。

他们以业财融合机制为抓手,强化财务、业务及经营网点之间的协同联动。财务人员从业务源头介入,探索建立全维度盈亏测算模型,动态跟踪反映市场变化及效益波动,对各环节影响利润的因素进行精细测算,全面评估每笔业务的盈利能力,上半年利润完成年度目标的65.8%,超时间进度15.8个百分点。

**商道纵横**  
petrochemical Weekly

沧州炼化

多方协调促石油焦尽产尽销

本报讯 今年以来,沧州炼化紧密跟踪石油焦生产动向,快速反应,调整出厂计划,实现石油焦产品尽产尽销。上半年4A石油焦出厂量同比增长11%,延迟石油焦出厂量同比增长12%,实现产、销、需多方共赢。

针对该公司石油焦露天存放易造成石油焦粉扬尘的问题,沧州炼化与炼油销售公司联手采取措施,减少现场石油焦储量,实现低库存运行常态化,做到尽产尽销,最大限度降低粉尘量。他们及时了解焦化装置生产进度,密切跟踪化验指标,指标合格后立即通知炼油销售公司装车,做到当天生产出尽。同时,炼油销售公司优化客户结构,合理调配运距,确定关键终端客户提货,保证高效出货的持续性。

围绕产、销、需三方长期稳定合作,沧州炼化与炼油销售公司在月计划的基础上预排每周的销售计划,把客户每月提货量分摊到每周,确保月计划完成。

在此基础上,该公司坚持“以客户为中心”,上线电子提货系统,帮助客户实现从拆单、预约、排队叫号到自动称重等的一站式服务,大大节省了客户办理业务的时间,提高了装车效率。

(王立梅 姚林)

长岭炼化

产出聚丙烯新型柔性纤维料

本报讯 7月14日,长岭炼化成功产出新型柔性纤维料PPH-Y40X,大幅增强了聚丙烯产品的市场竞争力。

柔性纤维料无味、光泽性好,是高端无纺布生产企业的主要原料,市场空间较大。长岭炼化积极组织技术团队不断优化生产条件,研发该产品。新牌号纤维料PPH-Y40X采用液体添加剂降解法生产,相较于传统使用固体添加剂,每吨可节约费用100元,且生产出的产品更加柔软,市场应用范围更广,可创造更好的经济效益。

在新产品开发过程中,专业人员打破实验室研究模式,按照前期较长时间的市场和技术调研论证结果,联合基层班组采取边生产边调试的方法,在装置现场准确收集各类基础数据,为成功产出新产品做好技术储备。在新产品排产调试过程中,专业人员蹲班指导班组优化生产,确保聚丙烯装置运行平稳,产品达到设计要求,质量100%合格。

(张勇 刘细)

安庆石化

多管齐下稳定煤炭资源供应

本报讯 今年以来,受国际形势变化、国内新一轮疫情影响,煤炭供应资源一直吃紧,安庆石化结合2021年的经验,持续加大资源结构优化力度,落实煤炭资源。上半年,采购动力煤58.96万吨、原料煤33.88万吨,有力保障了装置用煤需求。

该公司强化资源对接,积极与总部沟通,充分利用总部南京、扬州基地直采煤炭资源,同时与陕煤、皖北煤电等重点煤炭企业合作,稳定各种长协煤供应。上半年,动力煤、原料煤计划完成率均达100%。

为保障生产稳定运行,该公司在稳定主力煤炭保供渠道的同时,开发建立多渠道保供方案,运用招标平台采购生产所需的多元配煤。上半年,相继组织安排云南、河南等煤炭企业发运煤炭资源,为保障公司生产提供了更多煤种选择,有效化解了保供风险。

为保证煤质稳定,该公司严格落实QHSE管理体系相关要求,多部门联动,加强采购质量监控,严把入库质量检测关,实现上半年煤炭入厂质量稳中有升。

(程香玲)



化销华中“品质+服务”唤醒老客户新需求

本报讯 近年来,面对国内SBS(热塑性丁苯橡胶)产能不断扩大,企业纷纷采取低价策略的局面,化销华中橡胶部坚持“品质+服务”,着力挖掘老客户的新需求,以新专产品为抓手,充分发挥产研一体化优势,取得良好成效。

某橡胶客户是国内防水行业的龙头企业。化销华中橡胶部深入挖掘客户对产品性能、技术服务、商务模式等方面需求,为深度合作预热,并积极反馈市场需求,协助生产企业开发、升级新专产品,增强产品竞争力。他们针对客户

工厂的偏好,先后5次寄送样品,并开展技术交流,积极推介新专产品。

经一年多的不懈攻关,近期该客户天津工厂反馈巴陵石化新专产品的SBSYH-803E已通过工业小试,并于6月开始采购。同时,巴陵石化最新开发的改型新产品也通过了该客户惠州工厂的试验,目前客户正在积极询价,拟开展全面采购。图为工人在客户成品仓库装载防水卷材产品。

肖雪 贺寿 摄影报道

## 精准营销 逆势创效

上半年,化销华南经营总量、出口量、产品发运量同比均增加,利润超任务指标27%

□刘建

今年以来,化销华南围绕主题行动目标制定分解措施,层层细化落实,重点在拓市场、优服务、调结构上下功夫,逆势突围创佳绩:上半年经营总量、出口量、产品发运量同比分别增加19万吨、5万吨、94万吨,利润超任务指标27%,经营绩效再上新台阶。

**加强战略客户管理,优化渠道拓市增效**

“非常感谢化销华南为我们紧急供应PTA资源,化解了我们的断料危机。我们要与贵公司追加年度合作量。”近日,某聚酯瓶片生产企业特意发来感谢信。

化销华南非常重视与战略客户的合作,注重凸显和发挥战略客户价值,经营运作、扩展延伸产业链,推进

潜在供应商与客户一体化战略合作。

今年,他们积极开展战略客户的走访与需求调研,全面了解战略客户在资源保障、金融服务、技术合作及物流方面的需求,掌握客户关注及商业运营情况,为进一步提升战略客户服务体验、建立战略客户档案及有针对性地做好“一户一案”服务打好基础。

上半年,已有163家战略客户实现交易,交易量达147万吨。

**强化产销衔接,服务企业提质增效**

今年以来,国际原油、大宗商品市场剧烈波动,叠加疫情影响,化工产业链盈利空间大幅收窄,生产企业面临极大的效益压力,不少企业纷纷亏损减产。

针对这一不利局面,化销华南始终将服务生产企业作为主责主

业,全面落实“一企一制”方案,不断提升企业服务水平,帮助企业平稳生产和提质增效。

一季度,化销华南全力协调落实醋酸乙烯的保供,助力中科炼化顺利产出EVA产品,并成功投放市场。二季度,他们做好产销衔接接续,协助茂名石化苯乙烯装置产出合格产品,拓宽销售渠道,确保企业后路畅通。上半年,他们积极对接海南炼化百万吨乙烯装置开车事宜,重点完成开车原料保供。

同时,化销华南准确把握出口窗口期,加大产品出口力度,出口销量大幅增加,累计为企业创造出口效益超千万元。

**优化产品结构,开发新专产品精准创效**

化销华南坚持“基础+高端”战略,发挥北化院在新产品、新技术研

发方面的创新优势,以及自身在市场推广、售后服务和市场调研方面的优势,强化产销研三方协同合作,实现整体效益最大化。

今年以来,该公司重点设立了9个新产品开发推广的“揭榜挂帅”项目,通过榜单发布、项目经理招聘、团队组建、项目跟踪、考核激励等一系列措施,不断打造“产品巨人”,初步梳理出18个顶替进口牌号,目前12个牌号已纳入顶替进口目录。同时,他们联合区内茂名石化、广州石化、中科炼化等企业相继开发新产品6个,上半年实现树脂和橡胶新专产品销量122.02万吨,增效显著。

今年以来,在化工市场竞争激烈的情况下,化销华南不断强化市场营销,牢牢记住市场趋势,并加大考核力度,积极关注关联产品市场动态,增强市场敏感度,促进营销水平不断提升,实现精准营销创效。

巴陵石化

优化产品出口模式降本增效

本报讯 近日从巴陵石化树脂部获悉,自5月初该部生产的一批92吨环氧树脂首次经中俄班列出口俄罗斯以来,该部的俄罗斯市场逐步恢复。火车运输有效缩短了环氧树脂出口运输时间,相比传统海上运输,时间缩短了50~60天,效率提升了200%。

针对火车运输时间短但运输成本费用相对较高的情况,他们联合相关部门与物流商沟通协调,寻找最优集装箱装箱方案,在“提速”的基础上降低运输成本。

他们对比不同的箱型及货物的装载方法,各种包装的净重、毛重及托盘的重量,讨价不同的装载方案,最终确认货物在集装箱体内前后均衡摆放,重量平衡分配,使用集装箱测偏仪测量,不超过载、不偏载、不偏重、不集重,可最大限度节约物流成本。

今年上半年,巴陵石化树脂部出口同比增效八成以上。

(彭展 周莎)