

阅读提示:

化工是高质量发展行动的主战场,也是当前经营发展压力最大的业务板块。化工销售业务作为统筹化工产品资源、开展化工产品市场营销、协调产品物流运作的重要窗口,在化工产业中地位特殊、作用重大,是化工市场的探路者和引领者。目前,中国石化化工销售公司已成为国内乃至亚洲最大的内外贸一体化石化产品专业经营公司。今年以来,我国化工行业发展进入后疫情时代,行业经济内生动力开始由弱转强,市场活力逐步显现,化工销售各公司根据各区域环境和特点,做好市场研判,努力拓市扩销。今日,本版选取化工销售华北、华东和华南3家分公司,介绍他们所处的地理环境、客户需求,以及针对各自特点研判市场的措施,敬请关注。

本版文字由丁芳 杨月 刘建 许京龙 提供



化工市场活力逐步显现 企业如何精准研判拓市创效?

专家观点

面对今年的形势,如何研判市场,做好拓市扩销工作?

形成多层次多角度 华北市场研究模式

化销华北副总经济师兼计划信息部经理 王卉春

伴随新一轮科技革命和产业变革蓬勃兴起,能源化工领域的市场竞争、科技竞争、绿色低碳竞争、治理能力建设全面展开。今年石化产品新增产能约2000万吨,其中聚丙烯860万吨,新增产能继续释放,供应总量将严重超过下游制品加工行业的消化能力,未来几年市场竞争压力将远超从前,而竞争对手在装置工艺、规模、吨产品成本等方面后发优势明显。我们必须紧盯政策动向、市场变化,更加注重大势研判和市场预测,奋力拓市扩销。

一是充分利用市场前沿优势,加强市场动态、宏观形势、行业趋势的前瞻性研究,完善实时商情收集流程,建立起可流动情报和信息采集网络,构建全方位市场研判体系;将商情研究与专项市场调研充分结合,围绕下游行业运行、产品进口、替代品情况、期货行情等,分析判断整体趋势,形成“宏观+中观+微观”多层次多角度的华北商情研究模式。

二是要增强机遇捕捉能力,充分发挥渠道优势和专业优势,紧盯政策动向、市场变化,深化“一企一制”,强化“以销定产”“以效定产”“以效定销”,深入开展全链条、全要素优化,推进烯烃、芳烃产业链转型升级,加快形成以高端材料为突破点的核心竞争力。

三是坚持“选准目标产品、选准目标市场、选准贸易方式”原则,强化“两个市场、两种资源”统筹平衡,利用长约与现货相结合的方式,着力开发高端领域客户及国内战略客户的海外工厂;紧盯国内外两个市场动向,抢抓国际市场“窗口期”,增强化工产品在国际市场中的影响力。

企业链接

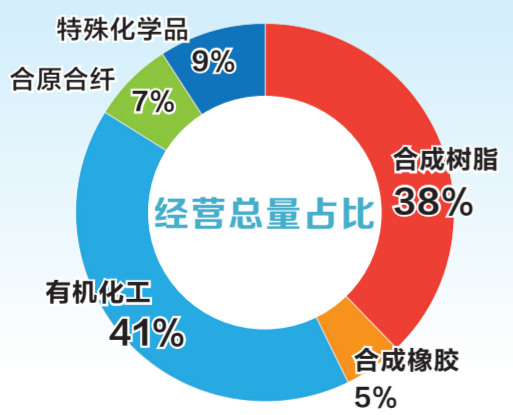
化销华北

辖区业务

化销华北辖区包括华北、东北和西北的14个省、直辖市、自治区,负责辖区内生产企业化工产品的资源统筹、市场营销、产品销售、物流运作,以及生产所需相关化工原料的采购和供应工作。

企业特点

化销华北服务燕山石化、齐鲁石化、天津石化、青岛炼化、石家庄炼化、济南炼化、青岛石化、沧州炼化、塔河炼化、胜利炼油厂10家中国石化系统内企业,以及中沙石化、中天合创和科鲁尔3家合资企业,生产企业涉及炼化一体化、煤化工、炼油及油田所属炼化等多个板块,销售化工产品包括合成树脂、合成橡胶、有机化工、合原合纤、特殊化学品五大类300余个牌号。



客户需求

华北区域化工产地相对集中,长期以来维持着供大于求的局面。化销华北区域内现有交易客户1900余家,直销率超过70%,覆盖衣、食、住、行及科技等相关领域。化销华北与多个行业的龙头客户建立了良好合作关系,在汽车改性、家电制造、医用材料、食品包装、塑料管道、轮胎加工、新能源材料等重点行业的产品开发和下游合作上都取得了突破,后续要进一步拓展在绿色低碳环保安全领域的合作。

布局华东网点 做强商情研究

化销华东副总经济师兼计划信息部经理 周鑫

2023年,对化销华东来说,依然充满挑战。从区域内化工行业形势来看,挑战与机遇并存。一方面,化工行业进入全产业链、规模化、国际化的深度竞争,挑战压力巨大。另一方面,绿色化工和高端化工已然成为发展的大势所趋,这也为化工行业带来新一轮的发展机遇。面对当前的严峻形势,化销华东聚焦服务企业、服务客户“两服务”,着力提升经营质效,引领化工行业高质量发展。

首先,要坚持“成为企业发展的顾问”为目标,做精做优产销衔接,做细做实“一企一制”,协助生产企业结合自身实际和市场需求优化排产,提高装置产能利用率,保证市场效益应得尽得。同时,以市场研究为发力点,做强商情研究,在集团公司推进“油转化”进程中,积极发挥导向作用,为生产企业提供短期市场预测和长期发展建议等资讯,助力企业实现短期效益和长期发展的有效平衡,加快推进产业链高质量发展。

要坚持“向中高端市场要空间”为方向,深度挖掘和对接用户需求,加大“新专高”产品市场开发力度,在助力企业产品结构升级的同时满足用户需求,提升“两服务”水平。

同时,还要坚持以“向市场要效益”为动力,积极发挥市场雷达作用,合理布局网点,深入市场终端腹地,挖掘潜在商机,拓宽和优化营销渠道,突破区域内市场营销瓶颈。统筹强化国内国际两个市场、两种资源的联动,加大国际市场布局开拓力度,构建稳定的国际贸易渠道,努力提升国际贸易能力和水平。

企业链接

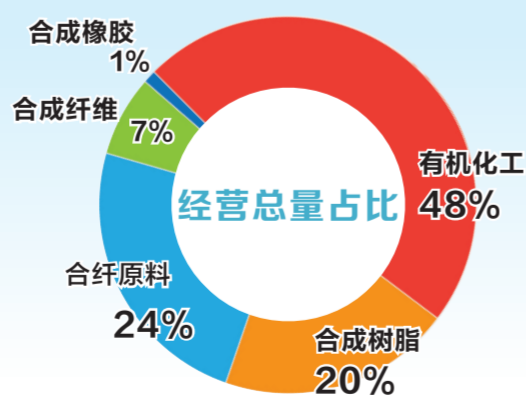
化销华东

辖区业务

化销华东辖区包括上海、江苏、浙江、安徽、江西4个省、1个直辖市,负责辖区内生产企业的化工产品销售和市场营销,以及区域内企业部分化工原料的采购与供应工作。2022年化销华东经营总量超2850万吨。

企业特点

化销华东主要负责统销上海石化、镇海炼化、扬子石化、金陵石化、九江石化、安庆石化、高桥石化、仪征化纤、中安联合等9家生产企业化工产品,同时还代理销售扬巴公司、上海赛科等企业的部分化工产品,主要经营有机化工及特殊化学品、合纤原料、合成纤维、合成树脂、合成橡胶等五大类近900个牌号产品。



客户需求

华东地区化工产能集中度较高,东部沿海区域是下游制造业集中地区,同时华东地区精细化工产业基础实力雄厚,产业发展质量居全国首位。化销华东作为华东地区化工产品销售的龙头,客户群体庞大,覆盖行业范围较广,下游客户多数为大宗化工产品生产加工型企业,主要分布在包装材料、汽车及家电改性、轮胎、建筑材料、化纤制造和纺织、医用材料等应用领域。大多数客户对化工产品需求较为稳定且持久,但普遍对资源保障、物流优化、金融服务及优化有着较高期待。

五维度研判市场 促产品提质增效

化销华南计划信息部经理兼公司高级营销专家 陈伟健

近年来,系统内外产能急剧增加,市场竞争也越来越激烈,特别是随着区内广东石化、海南炼化二期的投产,供过于求的局面逐渐显现。加强对市场形势的研判,努力做好拓市扩销工作,是推动公司迈向高质量发展的关键。

一是要做强扫市场和商情信息收集工作。深入开展“扫市场”工作,进一步摸清新形势下区内化工产品供需状况、产品流向变化情况,加强统筹协调,优化产业链布局。强化商情信息收集工作,同时加强与咨询机构、行业协会的沟通交流,增加信息渠道,实现商情变商机。二是要做好专项市场调研工作。从统筹“两个市场、两种资源”视角出发,利用华南区位优势,深入开展东南亚市场调研,加快打造海南出口基地,积极抢占海外市场,做大国际化经营服务。三是要做实激励引导和成果运用。随时关注宏观经济形势、国际原油走势、供需两端变化等情况,继续将市场预测纳入业务人员绩效考核和劳动竞赛项目,开展周预测、月度预测评比,引导业务人员充分收集、分析、运用市场信息。在市场研判评价方面,创新性引入了五维度市场研判评价方法,2022年市场研判准确率提升了17个百分点。不断强化对市场研判结果的运用,根据评估结果优化排产、稳价提价,把控节奏,对营销工作做好预安排,促进产品提质增效。

企业链接

化销华南

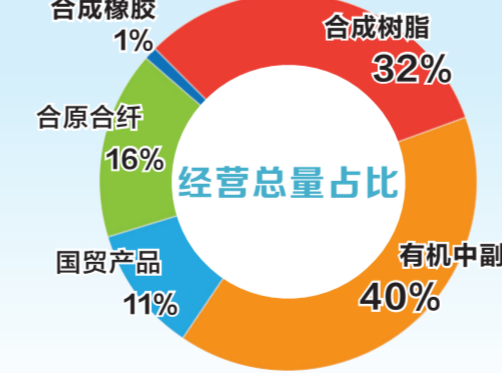
辖区业务

化销华南主要负责华南区域内中国石化生产企业的资源统筹、市场营销、产品销售、物流运作、客户服务、品牌战略,以及所需相关化工原料的采购和供应工作。业务范围覆盖广东、广西、海南、福建、云南、贵州、西藏7个省、自治区。

随着区内中国石化新增装置逐步投产,化销华南的经营总量迅速放大,在华南区域总体市场占有率为23.54%。

企业特点

化销华南负责统销茂名石化、广州石化、福建炼化、海南炼化、北海炼化、中科炼化、古雷石化共7家生产企业的化工产品。销售化工产品主要有合成树脂、合成橡胶、有机化工、合纤原料,以及特殊化学品等五大系列200多个牌号。



客户需求

区内客户主要为大宗化工产品生产加工企业,总体净销率在70%以上。客户普遍对化工产品的需求较为稳定且持久,对于产品质量稳定性、供应连续性、配送及时性、采购便捷性有着较高的要求。

华南地区作为国内改革开放市场前沿,下游化工产品客户主要分布在小家电、汽车改性、无纺布、管材、鞋材等行业领域,且沿海地区外贸出口订单比例较高。直供客户数量较多且行业分布集中度较高,但随着近年来国际形势及市场竞争态势变化,各行业龙头企业优势扩大,区域大量小型企业在成本压力及规模效应的作用下逐步被淘汰。由此,强化与战略大客户的合作,满足战略大客户个性化需求,对引领行业发展至关重要。

新闻会客厅

为了更多地了解我国各区域化工市场特点,以及中国石化在各区域如何做好市场研判、精准制定拓市创效的措施,本报记者采访了化销公司合成树脂部副经理 高永平

“市场研判是企业经营获利的重要保障”

问:我国各区域化工市场呈现什么特点?

答:经过多年发展,我国化工行业大体呈现东东北南沿海发展集群化石油化工业(环渤海、长三角、珠三角)、西北西南发展煤化工及特色矿产资源化工业(宁东、鄂尔多斯、榆林煤化工“金三角”)的地域分布特点。

与此相应,化工销售各区域公司的市场特点差异较为明显,华北公司区域内山东为主的环渤海区域是主市场,但远远不能消纳区域产能,大量资源要南下;华东公司所在区域,如果说江浙沪是前庭,那么安徽则是后花园,化工产业相对集中,“产不足需”是本区最显著特点,需要其他各区域资源调入支持;华南区域市场非常浓缩,需要“投入重兵决战珠三角”,其次是粤东潮汕和福建泉州等地;华中公司所在的川渝两湖河南,相比中高端市场集中在华东华南而言,此区域化工市场上下游产业都不太发达,不像其他3个区域那样或产或需或产需“扎堆”。

问:化工市场研判的意义是什么?与拓市创效间存在什么关系?

答:化工市场研判以服务企业经营和拓市创效为本,研判的结果可以帮助企业确定有前途的市场和有潜力的产品,从而更好地发挥公司的优势和避免不必要的风险。进行市场研判的意义在于明晰市场竞争格局的变化趋势和发展方向,结合不同区域和细分市场的供需状况,为企业制定相关长期发展战略和短期营销政策策略提供依据。通过做好化工市场研判,可以帮助企业了解市场的供需情况,竞争对手情况、客户需求和产品变化趋势,进而为企业的投资、建设、生产、销售、财务等各方面工作的统筹协调管理决策提供帮助,提高企业的经营水平。

市场研判与拓市创效二者是紧密关联的关系,周密翔实富有逻辑且到位的市场研判是企业经营获利的重要保障,但远不是全部,因为市场复杂多变,最流行的是“测不准”,且以市场研判为基础的决策属于复杂决策,企业生存发展的关键还是要有“基于难以复制的产品和服务”核心竞争力。

问:研判区域市场,主要有哪几个维度?

答:研判区域市场发展状况,有不少维度,如地理气候、人口和消费水平、物流和交通运输、营商环境和政策影响等,因为人口数量、消费水平、居民消费结构等因素会直接影响区域市场的需求量和需求结构,此外,更重要的是产业基础与竞争态势,这包括当地的产业格局、产业链状况、主导产业等,也包括当地的竞争态势、企业的数量和规模、各细分行业领先者等因素。

如要研判区域市场价格走势,最重要和关键的是不能与城外市场割裂,研判的基础是要掌握相应产品及上下游产业链生产经营动态与供需变化,还要考虑金融市场、大宗商品期货价格影响,以及国内外金融形势变化、地缘冲突、极端天气等众多因素。

综上所述,通过对上述维度的分析和评估,可以帮助企业全面而深入地了解区域市场的状况和趋势,有针对性地制定市场营销策略,促进企业长远发展。

问:对各区域公司结合自身实际做好市场商情研判、促进拓市创效有何建议?

答:一是要支持区域公司完善市场基础资料信息。一方面可以统筹提供公共基础信息资源;另一方面可以根据不同区域市场的特点和需求,将相关信息和数据及细分行业报告提供给各区域公司参考使用。

二是要推动区域间信息共享与资源整合协作。公司本部通过信息平台,促进各区域公司之间的信息共享和协作,助力区域公司快速判断国内国际市场大势、区域市场的关联和变化。

三是要鼓励区域公司开展商情研究创新:可以通过激励措施,引导各区域公司在市场研究创新中主动作为(走出去、引进来),建立区域信息网络渠道,以贴近当地市场的需求和变化,提升研判水平,助力拓市创效。

总之,公司本部应该根据各区域公司的需求和实际情况,为各区域公司提供相关的支持和便利,同时鼓励各区域公司借助高水平的市场商情研判去主动创新和拓展市场,以实现打造具有核心竞争力的专业化“世界领先化工产品贸易综合服务商”的发展战略。