

深化市场攻坚 推动量效齐升

聚焦 着力点

编者按:今年以来,面对严峻复杂生产经营形势,各石化企业坚持市场导向,以客户为中心、以产业链需求为牵引,全力优化营销策略,发力推进市场攻坚,大力拓市扩销增效,努力争创高水平经营量效。本期分享7家企业的探索实践,敬请关注。

广西石油加快转型升级推进拓市扩销

本报讯 今年以来,广西石油积极应对外部复杂环境,以“更高质量发展年”为牵引,实施“一基两新三驱动”发展战略,抢抓机遇,谋划发展,实现多项业务增长。上半年,该公司全口径销售完成总部下达任务的101.3%,机出零售完成率100.3%,同比优于区内平均水平,天然气销量同比增长35.6%,自营充电量同比增长370%,易捷服务基础品类营业额实现同比增长。

想方设法巩固拓展市场,强化精准营销,精准稳客,全力稳住油气基本盘,巩固拓展“第一增长曲线”。在春节、清明、五一等节假日,常态化组织机关帮扶基层行动,提前开展设施保养维护、优化排班。运用视频监控巡查重点线路网点车

流和现场服务,直插一线督促优化人员配置、及时疏导堵点,提升车辆通过率。上半年,开展机关帮扶基层超1.2万人次,高速公路服务区汽油销量同比增长1.2%。

聚焦发展新能源、易捷服务两大新支柱业务,着重提升创效能力和核心竞争力,奋力开辟“第二增长曲线”。新能源方面,开展充电专项行动,锚定充电重卡及县域市场蓝海,组织开展优质网点摸排,带动业务快速发展,上半年县域充电量同比增长544%。打通西部陆海新通道“氢走廊”,牵头完成广西氢能联合会筹建,牵头编制广西首个氢能地方标准,为广西氢能产业发展提供重要支撑。易捷服务方面,瞄准即时零售风口,开拓新路,创新打

造多个易捷速购“首店”,不断更新迭代升级,持续完善选址选品、成本管控等工作,形成可复制性、可推广性更强的易捷速购3.0模式。上半年,该公司易捷速购门店开业13家,其中2家为特大型前置仓店,11家为主力型店仓一体店,订单总量14.89万单。

以新产业模式、新价值生态、新品牌形象为引擎,激活高质量发展新动能。探索新产业模式,深化发展自有品牌“研产销”、中石安环等多元化商业模式,衍生打造具有广西石油特色的产业链和价值链,大力开拓新的生存发展空间。今年以来,成功开发明玺酱酒、易姐姐益生菌等12个自有品牌单品。

搭建新价值生态,多维拓展战

略客户网络,与广西文旅厅、南方锰业、新星集团、人保财险、人保寿险、东风柳汽等政府机构及企业签订战略合作协议,截至6月底,区级战略合作伙伴数量达35家,进一步巩固文旅、保险、服务等多种业态与油气氢电服互利互促的合作关系。

打造新品牌形象,深度融入城市更新浪潮,打造南宁新阳油库文旅综合体、钦州石化公园、桂林九华油罐主题乐园等,匠心锻造历史与现代交融、自然与时尚碰撞的“石化里·美好生活街区”商业综合体矩阵,推动“工业锈带”向“生活秀带”精彩蝶变,在盘活闲置资产资源的同时,以沉浸式场景革新持续吸引消费人群,焕发澎湃商业活力。

(陈明震)

润滑油公司做强市场链培育增长极

本报讯 记者钱志勇报道:今年以来,润滑油公司聚焦战略性新兴产业、未来产业发展需求,以全品类布局、客户化施策、借势发展为引擎,数智赋能开发客户、狠抓项目,推动拓市扩销增效,上半年,油脂销量、高档及高端产品销量均创历史新高。

深化全品类经营,不断扩展推广领域。开展“百千万跃升”行动,优化全品类评价模型,推动有效品类和百吨品类数量规模双提升。广泛摸排终端客户,深入煤矿、渔业等多个行业,以客户需求为出发点,提供全面配套润滑方案,不断提升终端客户购买的商品种类和数量。深耕市场,抢抓超长换油期汽油机油换代升级和服务“三农”“三夏”等市场机遇,协同销售企业及经销商组织举办系列订货会。上半年,战略性新兴产业领域超进度完成高端产品技术认证39项,相关产品销量同比增长56%,多个专项产品销量实现两位数增长。

深化客户开发,不断扩大市场规模。以高端客户开发为重点,召开高质量营销推进会,明确产品结构优化、渠道协同等重点任务,坚持问题导向,统筹目标任务。围绕产品端、行业端、客户端、渠道端,提出新的工作要求和标准。加

强重点客户拜访,科学制订客户开发计划,落实责任到人。聚焦CK-4、燃气机油等对标国外竞品的高端车用油,优化营销模式,把握国外品牌替代的战略机遇期,锁定高端领域国产化替代,清单式推进系列重点项目,不断实现突破、提升销量。构建客户360度画像和智能服务中心,依托CRM2.0(中国石化电子商务及客户服务系统)平台实现全生命周期管理,为每个目标客户建立详细档案,并建立潜在客户数据系统,制订潜在客户开发计划,细化分解任务,上半年实现客户规模与质量双增长。

深化与销售企业的合作,不断强化战略协同。优化建立五项合作机制,实施专项推进,推动各项重点任务落实落地。与河北石油等企业创新推出“市集营销”等新型模式,挖掘消费潜力,激发市场活力。推出“易”系列3档5款定制油品,借助加能站广告屏等,强化品牌宣传与爆款商品打造,开展油非互促等多种营销活动,助力拓展“车服务”与“车用品”业务,加速融入车生态布局。主动靠前服务,加强重点商品铺货,联手开发新市场。上半年销售企业渠道销量同比增长16%,高端产品占比持续提升。

化销华北定制服务畅通销售渠道

本报讯 今年以来,化销华北坚持以化工板块整体效益最大化为原则,紧贴市场需求,加强资源统筹和渠道优化,不断提升市场化运作水平和精细化营销能力,持续深挖潜增效向全方位延伸,有效提升企业价值创造力。上半年,实现经营量超时间进度,助力企业创效增效。

持续提升市场牵引力。以市场研究与经营决策体系为抓手,强化对政策信息及市场信息的采集、分析和运用,推动商情研究、行业研究与经营运作有机融合,有效提升阶段性市场需求和产品效益测算精准度,为科学制定经营策略提供有力支撑。进一步发挥好市场“雷达”作用,高效反馈市场和客户需求,联合区域内12家生产企业制定实施42个针对性生产经营优化项目,引导企业科学优化装置分工和产品结构,加快生产适销对路产品,充分挖掘现有产能最大价值。

持续提升经营运作能力。科学排布产品库存,精心开展库存运作,助力企业跨月库存经营创效。聚焦芳烃、聚酯等产业链协同,深入推进上下游渠道开发与合作,与外部企业创新构建“船运+汽运”双轨运输、“合约+现货”灵活交易的复合合作模式,实现自营量同比增长21.3%,创历史新高。

持续提升精细化营销能力。统筹推进客户开发工作,及时筛选发现用量稳

定、附加值高、行业发展前景好的潜在客户,逐渐优化培育核心渠道。以价值为导向,紧跟市场变化,灵活调整营销策略,合理平衡长约、重点和非合约客户预算份额,促进优质资源向高价值、高性价比客户倾斜,实现战略客户创品牌、重点客户稳渠道、非合约客户增活力。上半年,对战略客户的销量占比27.44%,同比增长2.5%。

持续培育新的效益增长极。加大新材料领域市场调研力度,协同生产企业、科研院所,紧扣市场需求和客户痛点,加快开发高附加值新产品,有效提升产业链核心竞争力。与下游行业龙头、隐形冠军企业深化战略合作,为客户提供“差异化”增值服务和“一站式、一揽子、全过程”解决方案,推动定制化产销进程全面提速。上半年,完成定制化产品开发27个,聚丙烯医用料、高压电缆料等高附加值产品销量占比同比提高10.6%。

持续用好“两个市场”“两种资源”。牢固树立产业链、贸易链整体经营思维,携手化销国贸加强国际化经营战略和全球大宗产品贸易链研究,全面提升原料保障、资源获取、市场开拓和贸易能力。上半年,芳烃条线出口业务实现量效双增,甲苯、苯乙烯、间苯二甲酸等产品出口量效指标均创历史新高。

(熊文晋)

坚持市场引领 聚力价值创造

高国雪

当前,外部挑战显著增多,能源产业格局深度重构,新能源加速替代与市场竞争白热化并行。面对新形势新挑战,石化企业要以系统思维推动拓市攻坚,践行“市场导向、客户至上”理念,既在存量市场中精耕细作,又在增量空间中创新突破,以进攻姿态拓市场、提量效,全力推动经营质量再上新台阶。

强化市场导向,深化供需联动。充分发挥市场“雷达”作用,产销联动、量价统筹推进拓市攻坚,细化客户服务,着力增强市场竞争力。完善以销定产柔性机制,通过市场需求预测反推装置生产计划,根据市场变化建立完善弹性排产模型。构建以产促销价值传导网络,加快将炼化技术优势转化为定制化产品开发能力,以高价值、差异化产品创造新需求、引领新发展。

聚焦客户价值,重构服务体系。坚持以客户为中心,推行全生命周期客户管理,完善产品定制生产,定向开发快速响应机制,满足客户差异化、个性化需求,实现服务供给与客户需求演进同频共振。打造“技术+商务”复合型服务模式,针对战略客户组建产销研用一体化服务团队,将技术服务深度嵌入客户工艺流程优化全过程,增强战略客户黏性。构建客户价值评价体系,从价格、技术、合作等方面实施精细管理,推动营销资源精准投放目标客户。

深化竞合思维,构建协同生态。深耕一体协同优化,坚持整体利益最大化,创新产业链协同机制,探索新型竞合模式,一体应对市场变化、一体提升运转效能,一体推进创效攻坚,以合作培育新增长点,以竞争拓展市场新空间。

拓市增效既是攻坚战,又是持久战。只有以客户为中心织密服务网络,从“卖产品”转向“创价值”,用协同思维打破管理壁垒,最大限度发挥一体化优势,才能在市场攻坚战中赢得主动、赢得未来。



天然气分公司动态优化经营拓展发展新空间

今年以来,天然气分公司强化资源统筹,动态优化经营策略,拓展经营发展新空间,上半年主要效益指标好于预期,整体运行稳中有升。持续拓宽国产优质资源供应渠道,大力推动上游气田存量资源应收尽收、新增资源多收快收。创新开展国际化经营,因地制宜优化资源配置,推出“四大创新产品”“八大特色服务”,常态化开展气液产品线上交易,实现客户需求与营销产品精准匹配。协同企业加快打造LNG加注品牌,优化终端项目开发与管理机制,进一步拓展天然气价值链。合理优化项目建设节奏,大力推动新建设施运营创效。图为7月22日天然气分公司华北销售员工与客户探讨供气方案。

魏宝来 摄 王卓然 毕秀梅 文

炼油销售公司一体协同拓市助企业增收创效

本报讯 今年以来,炼油销售公司充分发挥一体化、专业化优势,持续强化市场研判能力,多措并举拓市扩销创效,大力提升市场影响力和原料保障能力。上半年,经营总量超计划完成,高端定制化产品销量同比增长96%,实现时间过半、任务过半。

深化产销协同机制,优化调整产品结构。受外部环境影响,全面摸排国内各区域民用液化气市场容量,协调生产企业增产民用液化气保供国内市场,4月以来,日均增产民用液化气超4万吨。发挥商情信息专业化优

势,帮助生产企业做好成本核算和效益分析,助力企业增效。敏锐捕捉硫黄产品市场动态,抓住市场变化趋势,携手企业推进生产优化,助力企业在差异化方面增收创效。

深化产销研用模式,提升产品附加值。紧抓负极材料、碳素等行业发展契机,不断巩固拓展负极专用焦、预焙阳极专用焦、针状焦等高端碳材料市场,持续提升产品价值。紧密协同生产企业,深入市场一线,开展客户调研,广泛了解终端用户对产品关键指标的差异化需求,并将信

息高效反馈至生产端,为优化生产提供精准导向,助力企业利用装置检修期间对焦化工艺实施针对性改造优化,实现高端碳材料量效齐升。上半年,高端碳材料销量同比增长167%,有效助力企业增收创效。发挥东海牌沥青资源核心优势,在西南、华中、华东、华南精准布局7个改性沥青委托加工点,不仅满足不同区域改性沥青规格、品质的差异化需求,而且通过优化工艺流程提高产品附加值,形成新的效益增长点。

(王子玉 杜益军)



化销华中优化产销研用提升服务质效

今年以来,化销华中深化产销研用一体化统筹,大力拓市扩销,打好资源、渠道、效益攻坚组合拳。上半年,高附加值产品占比同比提升11.3%,经营总量同比增长7.2%。

紧抓市场机遇,深化“一企一制”服务,加强资源协同,优化产品结构,助力企业增产创效。深耕渠道建设,统筹推进市场调研,建立联合走访机制,精细“一户一案”管理,加强客户现场技术服务,提升服务质效,上半年对战略客户的销量占比超40%。推进细分行业市场攻坚,加大拳头产品推广力度,深化产品定制化服务,推进“卡脖子”产品国产替代。持续探索绿色营销,拓展生物基产品市场渠道,有关产品成功打入日本、欧洲等市场,绿色化工产品销量同比增长11.6%。图为该公司技术团队在合成树脂原料客户工厂提供技术支持。

陈旭东 摄 胡慧 李德誉 文