

编者按 3月17号,2014年第二届冀鲁豫氮肥企业交流会在我公司召开。对目前氮肥市场残酷的竞争现状及后期尿素走势进行分析和商讨。化肥化工市场是一脉相承的关联行业,低迷的不仅仅是氮肥市场,各个化工产品的销售市场也经受了前所未有的冲击和冷冻。三月末,一季度销售已经接近尾声,销售公司一季度任务圆满完成。让我们一起来了解一下他们是在怎样在一片萧瑟的市场中长袖善舞,将公司的各产品市场做得风生水起。

冀鲁豫氮肥企业研讨会纪要

冀鲁豫氮肥企业交流会由河北东光、河南心连心、晋煤光联盟、鲁西化工、德州华鲁恒升、阳煤平原、东平瑞星、兖矿鲁南、晋煤明水化工9家企业参加,共同对2月份市场从产品销售价格、各地用肥情况和库存情况、各家销售情况等进行了交流和总结。

河北春节用肥北部地区70-80%,南部60-70%。内蒙厂家送到石家庄地区1560元,折合出厂价1300元左右。鉴于目前市场持续下滑,经销商主要以甩库存为主,接货积极性大幅下降。工业随进随用,不敢存货。石家庄金石库存1.3万吨,玉田化工库存16万吨。河北正源库存5万吨。河南市场春季用肥已基本结束,下一步发货主要为南方和港口,但目前港口价格不接轨,后市仍有进一步下降空间。山东市场春节用肥预计在清明前后结束(4月初)农业支撑力度进一步下降。省内临沂地区

受新疆、内蒙、山西、河南等省外尿素冲击,价格迅速下滑,库存逐步增加,目前临沂几大复合肥企业厂家代储尿素(不打款,不定价,随用随结算)已达2万多吨,社会库存5万多吨。

针对连续性的价格下行走势和市场低迷,各厂家分别提出了对市场情况的分析。2013年货物提前集港,后期价格大幅回落,造成出口商严重亏损。今年出口商操作逐步回归理性。现国际市场价格一路下滑,出口受阻,市场产生进一步降价预期。尿素工业市场下游主要产业为胶板、复合肥、三胺,受整体经济环境低迷,下游工厂开工不足,市场的刚性需求减少。连续两年的高存低卖,给经销商造成巨大亏损,使经销商操作谨慎。将资金和精力转向利润更高的复合肥,造成尿素农业销量的萎缩。

2014年一季度销售接近尾声,销售情况不容乐观,

尿素市场下游仍不看好。为了改善市场环境,更好的做好销售和服务,争取更多的客户,各厂家分别提出应对目前市场的策略:一是随着市场价格的逐步下滑,省内价格逐步与出口接轨(小颗粒出厂1400-1450元,大颗粒1500元)将消化一部分过剩产能,能够对市场产生支撑作用。二是四月份大部分厂家将进行检修,并延长检修时间5-7天,进一步减少市场供应量。三是加强主区域内销售力量,进一步提高销量,减少物流成本,增加企业效益。同时做优区域品牌,提升品牌效益。四是进一步拓宽销售面,增加例如多肽尿素、缓释尿素、含硫、钙、镁、锌等微量元素尿素的销量,通过产品的差异化寻求利润增长点,减小普通尿素的营销压力。

(销售公司 李峰)



多肽尿素

今年春节后,尿素市场日益低迷,价格逐步下滑。销售公司多次召开化肥业务分析会,全体化肥业务人员对各地的市场信息进行分析汇总,决定利用多肽尿素与普通尿素的互补性,发挥差异化优势,组织生产多肽大颗粒尿素。

2月17日,公司派业务人员分4路深入山东东部、西部、南部、及河北市场,按照以大客户为依托、中小客户争高价的原则联系客户,抢抓多肽尿素订单,打市场提前量、做市场预期,尽量增加多肽尿素订单,支撑市场。2、3月份共销售多肽大颗粒尿素13473.46吨,扣除多肽加工成本等费用,折合普通大颗粒尿素1774.4元/吨,比同期大颗粒尿素主流价格高80元/吨左右。

本次多肽尿素生产前后生产花粒尿素1925吨。由于花粒尿素本身的市场销售面窄,需求量少,近期尿素市场持续低迷,大颗粒尿素价格迅速下滑,给花粒尿素的销售带来了前所未有的困难,库存逐步上涨。面对严峻的市场形势,销售公司在工作细节上下功夫,在花粒尿素生产过程期间,每天派业务人员到仓库按照花粒尿素颜色深浅进行挑拣分类,共计挑拣出3大类、9种颜色。根据不同客户的需求,分类销售,并在装车时,每车注明颜色类型。经过努力,花粒尿素销售价格与同期正品大颗粒尿素持平,避免了花粒尿素销售价格

损失和堵库事情的发生。

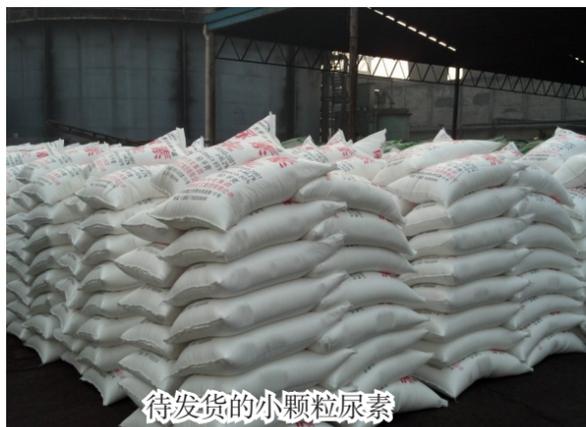
市场竞争日趋激烈,下一步,我们将加大市场调研力度,广泛搜集市场信息,综合信息情况判断市场。加强新产品推广力度,利用多肽尿素与普通尿素的互补性,发挥差异化优势,继续加大多肽尿素的销量,减少普通尿素销售压力,增加企业效益。

(销售公司 索涛)

小颗粒尿素

春节后,返青用肥将陆续开始,后期小颗粒尿素农业需求将陆续增加。为维持销售网络的稳定,不流失客户群,确保市场品牌的延续性,公司副总经理彭建军组织销售人员搜集市场信息,召开论证会,决定依托公司“明泉”品牌的优势,提前进行尿素贴牌加工,以时间换价格空间。在公司领导的支持协调下,销售部门提前收取了市场订单。贴牌加工采购部分则采取未发出货量的价格随行就市的操作办法,将采购成本压到最低,成功的扩大了利润空间。

2月11日销售公司派2名业务人员到加工厂驻点,每天了解市场行情,并与加工厂协商价格,确保拿到当天的最低价。同时汇总发货计划,核对发货数与剩余包装袋数量、核对余款,监督产品质量。销售公司根据贴牌生产情况,随时派人运送包装袋,及时衔接,尽量增加销量。



待发货的小颗粒尿素

经过多方努力,将明化库存18万多条包装袋使用完,即盘活了库存,又节省了包装袋运往明泉的运输费。该批次加工尿素6914吨,多肽尿素596.36吨,共计7510.36吨,实现效益17万多元。在保持网络、客户稳定和品牌延续的同时,确保了资金的安全,实现了企业效益最大化。

(销售公司 通讯员 郭锐)

甲醇

2013年下半年开始,国内甲醇市场受进口甲醇数量减少、西北甲醇装置检修、新兴下游烯烃开工、大批量采购等多种因素影响,价格一路攀升,达到近五年来的最高点3600元/吨。

2013年下半年市场行情的高涨,导致了大部分企业看好2014年的甲醇市场。进入2014年,国内新建甲醇装置大约345万吨,且多集中在一季度试车、开车。华中和西南地区、计划重启的产能约465万吨。预计今年上半年是国内甲醇增加产量最多、最为集中的时期。

不仅如此,国际甲醇装置也在重启和提负荷中,进口量将大幅增加。但下游的常规需求低迷,甲醛、二甲醚企业的开工率在30%左右;烯烃厂家总结前期采购经验,改变采购方式,减少了采购批次,以消化前期库存为主。上半年的市场供应充足,供大于求现象呈现,甲醇市场急剧下滑。

面对市场严峻局面,化工产品部在公司及销售部门领导的指导下,把握市场脉搏,创新销售模式,根据市场变化制定出合理的销售政策。

1、掌握市场真实信息,通过信息网站、销售群和电话沟通等方式,及时了解甲醇及下游产品的价格行情、期货走势及各地区厂家出货情况和价格。同时,每天下午召开市场分析会,汇总并确认

信息的准确性后,综合分析市场走势,结合企业内部实际情况,制定次日的销售价格。

2、创新销售模式。结合甲醇市场变化趋势,推出订单制销售,使销售工作有计划性,为合作终端用户做好基础工作。今年成功的与甲醇新兴下游产品烯烃生产厂家—宁波禾元化工有限公司建立了长期合作关系,同时抓住市场有利时机,与山东神驰化工集团有限公司合作,扩大了销售区域。

3、积极开拓新市场,通过各种渠道联系客户。今年的甲醇销售不再局限于省内,已经成功的将粗醇销售到华东市场,摆脱了粗醇对甲醛的依赖,在省内市场低迷的时候能够有畅通的渠道销售到外地市场。

准确的市场信息、合理的销售政策,再加上业务人员的努力,甲醇销售工作效果明显。2014年的前三个月(截止到23日)精醇销量比去年同比分别增加12038.54吨、21870.02吨、19802.36吨,粗醇销量比去年同比分别增加1695.58吨、5038.02吨、2301.5吨。极大的提升了产品利润空间。

当前国内正处于调结构、转方向的关键时期,煤化工将会因安全、环保和产能过剩等各种因素进入低谷,化工产品部依托合理的销售政策,克服市场因素带来的困难,在公司搬迁和转型的关键时期,较好的完成了销售任务,保证了公司的正常生产和经营,并为下一步产量提升后的市场扩容做好了准备。

(销售公司 侯涛)

液氨

2014年的第一季度马上就要结束了。今年以来,化肥、化工产品市场跌宕起伏。以效益为中心,紧跟市场,适时调整产品结构成为公司生产销售的首选目标。销售公司为适应这一新形势下的新要求,加强了与其他部门的沟通、协调,全面提升全员营销管理,积极服务于公司产品结构调整。

(下转七版)







