

论天然气切割气的市场推广

广东新奥能源服务有限公司(523009) 吴义龙
北京市燃气集团有限责任公司(100035) 张兴民

摘要 天然气切割气已经不是新鲜事物,其相对于主要传统工业切割气——乙炔,具有经济、环保安全等方面的优势。本文就天然气替代乙炔气作为工业切割气的由来、市场现状、经济效益、发展前景和市场推广等方面进行了简要论述。

关键词 天然气、切割气、推广、代理

1 天然气切割气的背景资料

1.1 乙炔介绍

相对于激光、等离子等先进切割技术的使用,氧-火焰切割工艺以其投资少、易用性好等特点依然是国内外企业工业切割气的主要选择。其中,炔-氧燃烧温度可达3 200℃以上,而一般的烃类气体达不到此燃烧温度,因此,在工业切割气中,乙炔是工业切割气的主要传统产品。

1.2 国家政策

由于生产1t乙炔需要耗电1万kWh以上,1t以上的焦碳,还要产生废渣形成环境污染,所以国家

机械工业部早在1995年就做出了《不再审批新建、扩建电石、乙炔气厂》的决定;1996年9月26日,原国家经贸委、国家计委、国家科委联合下发国经贸委(1996)628号文件,将新型焊接切割燃气列为重点节能推广项目;1999年1月12日,原国家经贸委颁布6号令,将电石气列为落后的生产工艺设备,要求坚决予以淘汰。但由于市场需求的存在,替代产品发展速度所限,乙炔生产在短期内还会存在,但发展空间会逐渐萎缩,价格也会逐年升高。

1.3 替代产品

替代产品由于具有价格优势、环保优势,近几年来发展势头迅猛,最有名的当属从美国引进的“先锋二号”添加剂,可掺混入LPG(以丙烷气为主)、天然气,其掺混后的产品名为“金火焰”,在国内占有较大市场份额,其它类似产品还有“金火神”、“绿火神”等等。

由于天然气切割气在其清洁、经济、环保、安全等方面相对丙烷气都有一定优势,另外,丙烷气密度

智能导航知识库的建立,可以帮助投诉处理人员快速准确记录判断客户投诉的问题,判别问题出现的原因,并给出相应的投诉处理指引、方案和建议。公司在建立客户投诉管理系统时,预留了知识库的接口,内容可以包含有关的法律、法规、企业规定、标准以及典型案例等。其中,在典型案例的收集、分类、更新以及如何使典型案例做到查询便捷、直观,并对投诉处理人员具有明显的指导帮助作用方面,我们还需作不断的改进和完善。

4 结束语

当前,客户消费心理的理性化和个性化需求都在不断地发生改变,在客户投诉过程中,客户更容易指出其对企业提供服务的不满意之处,投诉处理工作已经成为影响客户满意度的一个重要过程,因此,构建“以客户为中心”的投诉管理体系,并通过PD-CA的持续循环过程,不断优化投诉管理体系,是提高投诉处理质量和客户满意度的一个很好的抓手。

大于空气,不宜在船舱等密闭场所使用,在一定程度上也影响了丙烷切割气的使用推广,再加上天然气在城市能源结构中比例的提高,有了更充足的气源保障,从而成为替代乙炔的最佳选择。

2 D市工业切割气现状

2.1 乙炔生产厂家

在D市目前有3家可以生产乙炔的厂家,周边的城市也有乙炔生产厂家将产品销往D市。

根据国家节能减排的政策,以及各城市规划的需要,乙炔工厂的数量和生产规模会呈逐年压缩的趋势。

2.2 乙炔市场规模

根据2007年的行业数据估计,D市的乙炔市场容量约为每月5万瓶(一瓶的有效重量约为3kg~5kg),每天2000瓶左右,规模市场(日用量在10瓶以上)的容量约为每天1000瓶以上。一瓶乙炔的净利润约在3元~10元之间(目前一瓶乙炔的市场价格约在80元~120元左右,根据靠近产地的距离以及市场规范程度而异)。

2.3 经销商

D市比较大的经销商约有4家,由于切割气市场是开放的市场,所以D市周边区域的市场相当部分已经被周边城市的经销商占领,在D市使用量较大的造船厂,已经被“金火焰”占领一部分市场。

2.4 营销模式

终端销售分零散户和大客户,零散户由于量比较小,必须要自己购置钢瓶或以800元一只租赁钢瓶(40升规格),一般由较小的店铺进行经营。

大客户采购乙炔气,一般随着氧气、工业焊接保护气体进行,并且需要建设瓶组站,安装工业气体管道,进行中央供气。由于市场竞争激烈,大部分的设施和管道都由经销商进行投资建设,以长期锁定客户,并且有月结或双月结等优惠政策,这无疑大大提高了运营成本,并且采购部门存在较大的猫腻,若要开发这类客户,则必须要花更大的代价满足这个既得利益者群体。

2.5 替代产品的发展

“金火焰”、“绿火神”已经开始在D市落生根,D市最大的X船厂使用的就是“金火焰”,该客

户属于D市最大的客户,而“绿火神”刚刚注册成立广东公司,其重要的目标市场就是珠三角各港口的造船厂和设备检修。

D市燃气公司也刚刚研制出了自有品牌的天然气切割气添加剂,并获得相关政府部门认可。

3 经济分析和相关因素分析

3.1 经济分析

根据D市所作的天然气切割气试验以及各文献公布的情况,天然气切割气取代乙炔可以为用户节省相关成本30%~60%(与添加剂的价格及各地区的乙炔和天然气市场行情有直接关系),并由此可以看出,天然气切割气的定价范围有相当大的弹性。

3.2 D市燃气公司经营切割气的不利因素

虽然D市燃气公司积累了品牌、文化、资金、政府关系等诸多方面的优势,并且还有天然气气源,但由于如下几方面的原因,使得自身不便于独立经营自有品牌的切割气业务:

第一,到目前为止,类似天然气切割气的产品尚无国家标准和权威的许可,作为一家有公信力的公司不宜将之作为业务进行推广。

第二,无论是销售天然气切割气或是单独销售添加剂,都已经超出燃气公司的经营范围。

第三,切割气的市场营销与城市天然气截然不同,大客户的开发难度较大,还要承担较大的经营风险。

第四,安全运营方面,需要单独的人员来运作管理,并且,由于客户分散、偏远,给安全管理带来很大的不便。

第五,替代产品也开始采用低价格扩张,据悉D市某船厂刚刚签约了“金火焰”,其价格接近成本价,给天然气切割气的推广构成很大威胁。

第六,市场总量方面,由于目前D市的规模市场(大客户)总量并不大,所以对整个燃气公司的经济贡献不大。

4 项目运作方案

4.1 指导思想

前期可以低成本、低利润扩张,尽可能地占有市场,同时尽可能地规避各种经营风险,在经过1年左右,占有较大市场份额之后,再考虑适当提升价格,赚取利润。

4.2 营销模式

根据前述指导思想,采用代理制,选定1家较大的工业气体经销商为地区代理,首先置换其现有市场,并且协助其对天然气切割气在行业内进行推广,代理协议的主要条款可有如下内容:

(1)按年收取代理费(代理费在代理期结束,双方结清所有费用后,甲方退还给乙方),从乙方连续1月日销量达1 000m³时,代理费可临时抵部分货款,但代理费需在1周内补齐。

当乙方连续1月日销量达2 000m³时,或代理时间满1年后经甲方研究认可,可上升为地区总代理,重新签署(总)代理协议。

(2)代理价格(拟定):1年内,甲方向乙方统一提供产品的价格暂定为8元/m³或10元/kg,添加剂由甲方按比例进行配套供给,若遇添加剂不够用时,甲方可按200元/kg出售给乙方。

(3)销售价格:乙方应当按照不低于甲方规定的最低零售价格销售产品。如果甲方规定的最低零售价格不符合本地区市场情况,乙方需调整销售价格时,应当向甲方报告。甲方应当根据系统的统一性要求和乙方所处地区的市场情况综合考虑,做出调整价格的决定。

如遇特殊情况,如与同类产品竞争激烈,乙方可以以低于甲方规定的最低零售价格销售本产品,但乙方必须保留相关原始资料并报甲方备案。甲方可以从价格和技术上对乙方进行支持。

(4)供应方式:乙方需货时,应向甲方发出书面订单,一般应在每月20日以前向甲方下达下一月度订单,并在30日前支付货款。

乙方凭甲方发放的提货单上甲方LNG储配站进行充装,或以管道计量的方式购买管道气。

若代理商要经营以LPG为基质的切割气,则由代理商单独购买添加剂,自行解决充装问题。

4.3 采用代理制的好处

采用代理制的好处有:快速置换代理商已有的市场;利用低价格帮助代理商进行市场扩张,最大限度地占有市场;公司只面对代理商,不面对终端客户,有效地规避了各种经营风险;待占有较大市场份额之后,再考虑适当提升价格,从而赚取更大利润。

5 项目利润估算

当日销量达1 000m³时,对代理商适当提高售价,将每方利润提升为5元以上,则年(按300天计)利润约为150万元,同时并未增加多少边际成本。

参考文献

- 1 梁桂芳.国外造船切割技术发展现状[J].造船技术,1995(8):33-35。
- 2 张文,陈凡.天然气代替乙炔气进行火焰切割[J].特钢技术,1997(3):60-63。
- 3 金文华.LPG在工业切割上的应用[J].上海煤气,2001(6):30-34。
- 4 杨国辉.氧-天然气切割工艺的研究与应用[J].管道技术与设备,2004(6):31-32。
- 5 徐新.舟山中远船务切割气体改造工程初见成效[J].中国修船,2006(1):26。
- 6 弓燕舞等.天然气切割气技术与应用发展.博燃网,2008年12月22日。

+++++