

电力不足 运输受限 商家观望

春耕备肥:三难题考验山东肥企

□ 特约记者 谢忠设 通讯员 韩虎

虽然当前正值春耕备肥旺季,是化肥企业全力组织生产、销售的大好时机,但是山东化肥企业不得不去一一破解摆在他们面前的三道难题——电力不足、运输受限、商家观望。

记者在调查采访中了解到,由于电力不足、运输受限,目前山东的化肥企业生产波动频繁。山东潍坊巴夫特肥料有限公司经理王军对记者讲,他们目前遇到的最大难题就是用电受限特别严重,电力紧张时电力部门原则上不允许开车生产,一经发现就予以断电,电力不紧张时只允许白天开小车生产,夜里才能开大车生产。该公司市场部一位负责人告诉记者,由于没有车皮,化肥铁路运输受到极大的限制,他们现在每天只能走700多吨的货。同时他还表示,由于经销商春耕备肥不积极,他们采取的是公司存一些、经销商存一些的办法。

山东兖矿峰山化工有限公司复合肥厂步经理告诉记者,由于受到运输影响,企业原料采购受到很大限制,最紧张时企业原料仅剩4天的生产用量。为了缓解原料煤供应紧张、电价上涨等不利因素对生产的影响,他们一方面掺烧一部分型煤,一方面加大自备电厂负荷。现在,为了保证春耕化肥市场供应,他们在组织好生产和工序衔接的同时,已

经把冬储的3.5万吨化肥全部投放市场。他说,今年随着20万吨型煤、尿素氨汽提工艺项目等技改项目陆续并入系统,企业化肥生产工艺将得到进一步优化,化肥生产保障能力也将进一步得到提高,最高日产量可突破1600吨。

兖矿鲁南化肥厂的赵部长告诉记者,山东是农业大省,目前全省总耕地面积约1亿亩,化肥年需求量在1500万吨左右,约占全国化肥需求量的10%,其中氮肥和复合肥的需求量分别占全省总量的40%以上。山东化肥生产总量大约在1600万~1700万标准吨。现在,他们已经开了所有生产线,日生产化肥达2000吨。一年之计在于春,备春耕是化肥企业每年必须全力以付的大事,他们对此很看重,因怕用肥旺季无肥可卖,一直在加大马力生产。但是,今年的化肥市场不温不火,经销商大都一改往年大量存货的模式,持币等待、观望。去年年末至今年年初,化肥价格涨幅虽说不是很大,但一直持续走高,可经销商仍不为所动,真不知道他们心里是怎么想的?现在的情形是,经销商不敢多存或者少存,有的甚至干脆不存,以免到时化肥价格大幅波动造成不必要的损失。

山东史丹利化肥股份公司市场部的严部长表示,春耕备肥对于一个化肥生产企业来说就等于是一场战争的开

始,至关重要,大家都使出浑身解数以增加销售份额。化肥企业不单单是卖化肥,同时也是在卖服务,就是在农民购买化肥时可以享受增值服务。好化肥就要用在春耕上,农民相信品牌企业生产的好化肥,但是如果好的服务,就很难得到农民的长期认可。因此,在搞好生产销售的同时,企业目前正在全力配合各地经销商开展农化服务工作,以期在春耕备肥这场战役中打一个大胜仗。

针对经销商储肥积极性不高问题,山东邹城市丰收肥料有限公司刘经理提醒说,今年山东春耕化肥储备量远远少于往年,从化肥流通市场的统计来看,目前山东整个化肥存储约为往年的1/3。由于今年的经营形势特殊,生产企业的化肥出厂价格基本是围绕成本价浮动,微利或者无利。现在的价格应该是合适的,更适合经销商和农民择机购肥;等到春耕用肥时,化肥价格反而可能会高些。

热点报道

简明新闻

瓮福两商标再获贵州著名商标

本报讯 日前,经贵州省工商行政管理局认定,瓮福(集团)公司GHF和GWF商标再次成为“贵州省著名商标”,有效期为三年。

据了解,在著名商标有效期内,贵州省工商行政管理局将依法对其予以特殊保护,同时也将得到泛珠三角其他省区的重点保护。根据《商标法》、《商标法实施细则》及国家有关规定,瓮福(集团)公司今后在其著名商标核定使用的商品及包装、装潢、说明书上以及广告中,均可使用“贵州省著名商标”字样或标识;该集团下属子公司如需使用,必须要经过瓮福(集团)公司的许可,并向国家商标局备案。(何全基)

六国化工安全标准化取得突破

本报讯 日前,经安徽省安全生产监督管理局评审、考核,安徽六国化工股份有限公司已达到危险化学品安全标准化二级企业标准,被核准为国家二级危险化学品安全标准化企业。

六国化工自2005年推行安全标准化工作以来,狠抓安全基础管理、安全责任制落实和隐患排查治理等工作,修订并完善了安全生产管理制度和操作规程,持续开展“安康杯”、“反三违、保安全”竞赛活动,每年提取、使用近千万元安全生产费用,用于提高安全装备水平,保障人员、设备安全。目前,该公司各项安全设施齐全,安全管理规范,质量、环境、职业健康安全、测量四大管理体系全部通过国家级认证。(陈沐 葛良兵)

开门子进入中国化肥企业百强

本报讯 (记者王军 通讯员刘建华)日前,在“2009中国化肥企业100强”核定和新闻发布活动中,江西开门子肥业集团有限公司作为当地化肥企业的唯一代表获得此项殊荣。与此同时,该公司的主打复合肥品牌“白俄罗”、“鑫森森”获得“中国化肥企业最具价值品牌100大”的殊荣。

开门子肥业的前身是景德镇市开门子农用化工有限公司,隶属于江西省工业10强企业之一的景德镇市焦化工业集团。该公司下设贵州双兴矿业有限公司、湖南景湘肥业有限公司、河南景兰肥业有限公司、景德镇市开门子农资有限公司等多家全资子公司,复合肥总产能达100万吨,是化肥行业正在迅速崛起的一颗新星。

“三宁”被评为中国驰名商标

本报讯 近日从国家商标局获悉:湖北三宁化工股份有限公司肥料产品使用的三宁牌商标被评为“中国驰名商标”。

据了解,湖北三宁化工股份有限公司具有年产75万吨合成氨、150万吨氮磷肥的生产能力,主要产品有复合肥、尿素、碳铵、磷肥、磷酸一铵、磷酸二铵等。2009年,该公司累计销售各种化肥150.71万吨,化工产品32.54万吨,产品覆盖20多个省和地区。目前,该公司年产68万吨磷复肥项目正在紧锣密鼓地建设,预计8月份正式投产;45万吨尿素扩建项目已正式上马。预计到2011年,该公司将形成年产复合肥100万吨、尿素100万吨、磷酸100万吨的能力。(辛华)

让赣南脐橙南丰蜜橘更香甜

——记住商肥料江西经销商赖安生、陈建明

□ 本报记者 于志强

全国知名以外,他们还有了另一个重要的共同之处:几年的时间,他们经营的住商肥料都成了所属区域农资市场高端肥料的“第一品牌”。

沃原农资最大的优势是构筑于强大网络基础之上的技术指导优势和综合服务能力。通过多年来投入和努力,公司已逐步引入推广技术引导销售的新模式,通过为农户提供全面的农化服务解决方案,将优质产品纳入方案之中,找到了产品销售和农技服务的结合点。四年多之前,沃原农资将住商肥料引入赣南市场。住商肥料脲甲醛技术形成的速效、中效、长效结合的产品特性,严谨品质控制形成的高质量水准,与沃原农资强大的技术推广能力相结合,取得了很好的成效,赢得了农民的认可。赖安生说:“通过科学测土和科学配比优质肥料,最大增产幅度达到了98%。在短短四年多的时间里,赣南脐橙主产区的安远、寻乌等县90%以上的农民都选用过住商肥料。住商成为农民公认的好

肥料,是当地市场的第一品牌!”

陈建明的农资经营之路起步较晚,用他的话说:“我农资事业的发展是和住商肥料连在一起的。住商在南丰市场的成长轨迹,也就是我的成长轨迹。”抚州100万亩南丰蜜橘,南丰占了50万亩。因为较大的农资消费量,南丰农资市场历来竞争激烈。住商肥料能在这片“红海市场”杀出一条血路,短短几年销量进入前三,成为高端肥料第一品牌,陈建明认为根本原因还是因为其品质和质量。他说:“用了住商肥料,柑橘叶片厚、树势强,增产自不必说,单是能够更加抗冻害一条,就特别赢得了农民的认可。”

面对新的一年,赖安生、陈建明两位同行也有着同样的判断:相比去年,今年赣南脐橙和南丰蜜橘的售价都有了较大幅度的恢复性上涨,农民购肥积极性大大提高,住商肥料也必将在好环境下取得更好的市场表现。

住商肥料 世界500强日本住友尖端产品
Sumitomo Fert 住商肥料(青岛)有限公司 电话:0532-88339955
“我与住商的故事”征文
招商热线 河南张先生:13685285096 山东、天津、魏峰先生:13868810288 河北烟台一級代理 陕西、山西、四川、甘肃、宁夏李先生:13862196237 北京三晉源先生:13826395118

高利润导致终端农资经营“扎堆”

□ 厉金芹

近两年,搞农资经营越来越困难,很多经销商感到压力越来越大。尤其是对于县、镇级经销商来说,由于自身互相打压、恶性竞争,导致利润减少、销量萎缩。特别是还要面对下游经销商的拖欠和退货,像2009年越是用肥旺季越是降价的反常现象,更是使很多上游经销商几乎难以支撑下去。而纵观最基层的零售终端,在这样一种不景气的大环境下,搞农资经营的反而越来越多,大有一种全民都在搞农资的现象。

那么,为什么会出现这种局面呢?有利可图,零售终端的高利润才是导致这种局面的最大诱因。据笔者了解,在很多地方零售终端的利润都相当可观,如卖一吨普通复合肥,利润少的也在150元以上,一般

的也在200~300元,有些偏僻地方甚至都高达400元以上。尤其是那些经营假冒伪劣或小厂生产的达标化肥的,利润更是可观。有着如此大的利润空间,经营者又怎能不趋之若鹜?

越是竞争对手增多,大家的市场份额就会占得越少,市场份额越少,就越想依靠这有限的份额来得到一定的利润,那只有保持零售环节的高利润或者说暴利。这样,大家虽然在其他环节上保持一种竞争态势,互相打压,如搭销、送赠品。但在零售价格上,大家却会达成一种默契:谁也不会降低零售价格。这样自然就形成了一种恶性循环,进入了一个不健康、不正常的怪圈。尤其值得一提的是,近几年市场上出现的搭销现象,以牺牲某些农资产品来搭销复合肥,这样就掩盖了复合肥本身真正的市场价格,也就为复合肥的高价零售做了帮衬,其实说

穿了,此时的复合肥的零售价格,就是各终端经销商们在一种高度默契的情况下,操纵出的一种不真实的、过分虚高的零售价格,而真正吃亏的自然就是农民了。

试想,如果复合肥零售环节的利润真正降低,降低到一个合理界限,不再具有目前的这种暴利支撑,靠的是农资经销商的专业知识和农化服务,相信那些只抱着赚取利润而混迹农资市场的人,自然就会退出市场。看来,如何构建一个和谐有序、良性健康的农资市场,既能保证经销商的正常利润,又能让农民得到实惠,还是一个需要大家共同探讨和面对的问题。

行业时评