

县域燃气市场用户发展存在问题探讨

□ 西安华通新能源股份有限公司(431821) 王德 李朝辉

城镇燃气项目自与当地政府签订特许经营协议,经过一两年的建设期,在通气点火后,燃气公司就可以在特许区域内进行特许经营,但特许经营不代表市场拓展就一定顺利,特别是县级及其以下区域,燃气市场在发展初期都必须经历一段时间的市场培育期,如何在市场培育期内做好市场发展工作是本人在工作中一直在摸索和研究的问题,不同地域存在的问题有共性,也有差异,本文结合笔者所在地的实际情况,以点带面,就市场发展方面存在的问题进行探讨。

1 居民用户

在当今城市燃气应用市场中,居民用户在数量上占绝大部分,是最大的使用者,而且,居民使用天然气关系到千家万户的日常生活,所以,针对居民的市场拓展策略尤其重要。

根据县级城市的发展特点,一般我们又把居民用户分为以下3类,每个类型的市场发展工作要区别对待。

1.1 将建小区

将建小区主要是指已有了规划,小区的建设工作已准备就绪,在近期内将会破土动工。

(1) 实际情况:在笔者所在县域内,因房地产开发过剩,已建成未售出或已售出未入住的商品房近万套,近期暂无新规划开发房地产项目,但后期一定还会有。

(2) 发展目标:争取在该房地产项目总体规划设计中引进管道燃气,贯彻“三同时”政策,实现水电气的同时设计、同时施工和同时验收。

(3) 开发思路:首要的市场拓展策略是抓政策,

力争在项目规划审批时加入燃气管道安装配套要求。政府对于提高整体基础设施配套水平原则上是支持的,关键是做工作,从根本上得到政府相关部门的扶持。有了政策就有了发展的机会,同时还需要通过宣传工作协助市场发展。

(4) 发展策略:主动出击,向当地政府提交《关于推进天然气利用工作的意见》文件,将“燃气管道三同时”作为主要内容,供政府参考,并能协调政府出台政策性文件,对新开发房地产项目在规划审批时,将天然气管道入户作为规划审批的必要条件。如此一来,对于将建小区的市场发展将迎刃而解。

1.2 在建及新建成小区

在建小区是指已破土动工处于建设期,将在预期内完成封顶的房地产开发项目。新建成小区是指已达到交付条件,但因房屋未售出或无居民入住的小区。

(1) 发展难点:房地产开发商对于天然气入户安装普遍认可和欢迎,但在项目启动时已取得商品房售价批复,在批复中未包含燃气入户安装工料费,不愿为用户垫资安装管道燃气。即使燃气公司垫资进行安装,因无居民入住,无有效用气用户,工程成本在短期内无法收回,也无售气量产生。

(2) 开发思路:

①对于在建小区,在与开发商达成一致意见的情况下,在小区内道路未硬化前将庭院中压进行敷设,避免以后开挖修复的不美观,同时减少重新开挖、回填等工程成本。

②与开发商合作进行宣传,开发商以天然气入户为侧重点增加楼盘的卖点,燃气公司以使用天然气的好处为侧重点让居民能够接受。

③委托开发商或物业管理公司在销售或交房时代收入户安装费用,达到一定比例时,燃气公司可以统一进行入户安装。

④对小区通气前20名用户开展让利促销活动,激发用户开户的积极性。

1.3 成熟小区

成熟小区是指该小区已经完全交付使用,已有大部分居民入住,这些小区开发有一定难度,也是刚投运燃气公司重点开发的对象。有两个方面的原因:一是安装完成即可通气,并能回收工程成本,另一方面是用户即可投入使用,提升售气量。

(1) 发展难点:

①需要燃气公司一户一户的联系,用户情况各异,又相互影响,重口难调,费时费力。

②多数居民对于天然气的入户安装工料费、更换灶具费用及每月的燃气使用费持犹豫、观望态度。

(2) 发展思路:

①初期发展策略是先进行统一安装,通气后逐渐收费,这个策略对于需要打开燃气市场是可行的,后期还是应该打破这种被动局面。

②宣传提前介入,委托开发商或物业管理公司进行报装登记,并预收部分安装费用,统一与燃气公司进行结算,达到一定比例后进行入户安装,通气前收清尾款,尽量避免由燃气公司一户一户的与住户接触。

(3) 具体做法:

①在入户挂表时,派专人上门服务,耐心的讲解和沟通,一次不行,二次、三次……,反复的沟通就会带来机会。

②对每月的燃气使用费,对居民进行不同燃料的价格对比,通过计算和演示来进行说明,每月明确的燃料节省费用对居民来讲是最主要吸引力和推动力。

③在点火通气时,在现场形成声势,燃气公司所有人员耐心地进行宣传、讲解,以最大限度地影响用户。

④开展宣传促销活动,可采用安装费用让利、赠气或购买米、面、油等礼品,适当给居民让利,以此拉动居民开户的积极性。有针对性的开展促销活动,对市场开发工作确实能起到积极的促进作用。

⑤做好售后服务工作,塑造良好的公司形象,以口碑赢得市场。新用户在使用过程中出现任何问题,做到及时解决,及时反馈,并跟踪服务,赢得用户的

口碑,形成用户互相宣传的良好局面。

⑥居民使用的液化石油气瓶均由用户自己购买,未通气用户考虑换灶成本及液化气瓶的淘汰成本,下不定决心开通天然气;部分通气用户不舍得丢弃,偷偷两气共用,一方面造成安全隐患,另一方面用气量也提升不了。燃气公司可以对液化石油气瓶进行回收,让用户得到实惠和一些经济补偿。对于回收的气瓶,燃气公司可作为废品进行处理。

⑦在天然气安装工料费付款方式上,实行分期付款,用户先缴纳一部分,待下次充值前缴清尾款,采用灵活的收款方式,促进已挂表用户的开户率和售气量。

2 公服用户

公服用户主要指医院、学校、国家机关单位、事业单位,此类用户主要在食堂炒菜烹饪、热水锅炉,这类用户目标集中明确,且具有国有资产性质。

实际情况:笔者项目处于南方,冬季没有实施采暖,公服用户大多数只是食堂,且为私人承包,经过沟通,私人作为承包不愿支付安装工料费用,单位因承包出去也没有经费支付安装费用。

发展思路:此类用户性质特殊,应由政府部门牵头,统一安排,逐步对医院、学校及机关单位食堂、事业单位食堂进行改造,使用管道燃气为燃料。燃气公司需以环保政策的角度,协调政府做到以下几点:

(1)城区范围内的新建、改造、扩建项目,应当选用管道燃气,不得新建燃煤燃油设施。凡已立项的,但尚未动工或基础尚未完成的项目,应及时补办管道燃气设计并完成管道燃气设施建设。

(2)凡在城区范围内须以燃气为燃料的公共、商业建筑,应采用管道燃气形式,未配套管道燃气设施的应于某时间段内完成改造。

(3)鼓励有条件的医院、学校等行政、事业单位对职工灶或锅炉安装燃气管道给予补贴。

(4)政府利用专项资金,对清洁能源利用进行资金扶持。

3 商业用户

商业用户主要是指宾馆、酒店、餐馆等经营性质

的用户,对于此类用户,一般情况下只要城市燃气管网能覆盖的区域,在使用方便和经济性优于其它燃气(液化石油气或柴油)的条件下,餐饮企业一般都会积极主动安装。

实际情况:以小型餐馆为主,目前大小餐馆燃料主要是乙醇(工业酒精),且乙醇供货商无偿提供灶具,燃料价格相对比较便宜。

发展难点:餐馆经营者多数为租房者,且大部分为短期经营;非居民天然气价格与餐馆使用工业酒精相比,价格优势不明显;餐饮用户一时难以接受安装费用及更换灶具的费用。

发展思路:①从使用天然气方便、安全、干净等方面入手,多与经营者沟通,让他们充分认识到天然气的各种好处,先做到思想上接受。②在相邻两三个商业用户之间,逐一沟通,可共用分支管线及调压设施,从而降低安装费用,以此促使经营者之间相互交流,便于经营者认可和接受。③对用气量较大用户可以以赠气方式进行优惠。

4 工业用户

由于工业用户用气量较大,主要分为天然气锅炉和天然气工业生产,此类用户属大型特殊用户,必

须单独区别对待。此类用户用气量较大,在洽谈过程中要求比较多,主要涉及三个方面,一是对保供能力持怀疑态度;二是天然气销售价格;三是安装费用。

笔者认为发展此类用户,燃气公司必须成立专门的项目小组,由主管领导牵头,协调市场、工程、设计、施工、运行等部门进行前期运作,针对客户的实际情况,为客户量身定做“工业用户天然气利用策划书”,设身处地为客户提供关于能源成本、运行成本、环保投入等各种因素的分析报告,通过测算和分析,通过数据对比帮助客户全面了解使用天然气的优越性,为客户选择出谋划策。此外,在项目策划中,应把项目的工程概况、客户所提出的要求、是否具备发展条件,以及如何开展工作等进行综合分析和经济指标测算,可给客户决策提供可靠依据,此举对开发工业用气大户最具说服力。

做好燃气市场发展,大力发展各类用户,尤其是工商业用户,是所有的燃气企业的核心工作,也是燃气企业发展壮大的必由之路。但对正处于市场发展的起步阶段的县域燃气经营企业,面临很多问题,只有找对症结所在,利用好政府政策、强化企业自身素质,通过得力的措施,定能打开局面,迎来市场和效益的双丰收。

工程信息

江苏省首个焦炉煤气 液化天然气生产项目在柳泉竣工

2016年7月1日,由香港中华煤气集团易高环保投资有限公司、徐州柳泉中泰新能源有限公司投资建设的徐州柳泉易高中泰焦炉煤气综合利用液化天然气生产项目全部建成,现进行单车试转,将于近期全面投产运行。据介绍,该项目坐落在铜山区柳泉镇工业园集聚区内,是江苏省首家利用焦炉煤气制取液化天然气的项目,总投资

5.5亿元,年产液化天然气6万t。该项目核心工艺采用英国davy(庄信万丰)公司提供先进的甲烷化技术工艺,通过对中泰能源公司焦炉煤气净化、甲烷化、液化处理后生产合格的液化天然气。项目建成投产后,可实现年销售收入5.6亿元,利税6 000多万元,带动相关就业人员500余人。

(本刊通讯员供稿)