

炭素行业

钢企需求旺盛 价格一路上扬

石墨电极供不应求格局仍将延续

“上半年,我们的石墨电极基本是供不应求。”方大炭素董秘宁庆才称,由于今年市场缺口约10万吨左右,预计这一供求紧张关系还会持续。

石墨电极主要以石油焦、针状焦为原料,煤沥青作结合剂,经煅烧、配料、混捏、压型、焙烧、石墨化、机加工而制成,主要用于电弧炼钢炉、矿热电炉、电阻炉等,炼钢用石墨电极约占石墨电极总用量的70%至80%。

2016年,受电炉炼钢低迷的影响,炭素企业效益整体下滑。据统计,中国石墨电极2016年总销量同比下降4.59%,前十大石墨电极企业总亏损2.22亿元。各家炭素企业为保住市场份额而大打价格战,石墨电极销售价格下滑的幅度远

大于成本下降的幅度。

这一情形在今年出现了逆转。随着供给侧改革的深入,钢铁行业持续回暖,加之各地对“地条钢”和中频炉进行彻底清理整治,钢企对电炉的需求急增,从而带动石墨电极的需求,预计全年需求量为60万吨。

目前,我国石墨电极产能超过1万吨的企业有40多家,总产能在110万吨左右,但今年以来受环保督察的影响,河北、山东和河南等省石墨电极生产企业处于限产、停产状态,预计全年石墨电极产量约在50万吨。

“约10万吨的市场缺口并不是企业加大产能就可以解决的。”宁庆才称,石墨电极产品生产

周期一般两三个月以上,加上备货周期,短期很难放量。

炭素企业减产、关停,钢企需求却在增加,导致石墨电极成为市场上的紧俏货,其价格一路上涨。有的钢企为了拿到货,不得不提前付款。

业内人士表示,相对于高炉,电炉钢更加节能环保和低碳。随着中国步入废钢折旧周期,电炉钢将获得更大发展,预计其占整个钢产量的比重有望从2016年的6%提升至2030年的30%,未来对石墨电极的需求依旧较大。

据了解,目前石墨电极生产企业中,方大炭素的产能为16.5万吨,约占整个市场的三分之一。 ■刘向红

整合全生命产业链 设立首席体验官

泰康集团客户体验节聚焦“大健康”

7月7日,在保险公众宣传日前夕,泰康集团宣布2017客户体验节正式启动。这是泰康集团化改组以后,首次整合旗下各子公司开展客户体验的重大活动,旨在协同保险、资管、医养各业务板块,力图为客户提供更安心、更便捷、更实惠的综合保险金融和大健康服务。本届客户体验节将从7月延续到9月。

据了解,在集团化改组以前,泰康人寿、泰康养老等子公司分别设有各自的客户服务节,此次集团设立统一的客户体验节,一是整合内外部资源,提升运营效率;二是将公司角度的服务升级为客户视角的体验,更好地践行泰康集团“以客户为中心”的理念,真正将客户的体验作为衡量的标尺。今年年初,泰康集团启动“诚信经营与客户体验”一号工程,董事长兼CEO陈东升亲自挂帅,总

裁兼COO刘经纶牵头具体执行,为系统化提升客户体验提供组织和资源保障。有评论认为,这充分表明了泰康集团将客户体验优化作为长期重点工作的决心和力度。

2017客户体验节启动仪式上,泰康集团宣布正式聘任9名首席体验官,他们分别是各业务板块的客户、准客户,以及法律、媒体等方面的专家,将立体化、多视角地为泰康提升客户体验献计献策。6月起,泰康集团在官方网站及官方微信号等多种渠道,广泛面向客户和社会公众招募首席体验官,共收到近万人响应。为鼓励体验官表达意见,泰康集团除提供丰富的体验产品服务、开放内测资格外,还提供直达CEO和COO的意见通道。泰康集团表示,希望首席体验官成为公司服务举措的监督官、优化客户体验的外脑,以及公司与

客户间沟通的纽带。

在客户体验节期间,泰康集团以“尊重生命 全心为您”为主题,6家子公司及集团高客部根据业务特点,分别基于对客户需求的洞察,推出七大匠心服务举措。这些举措各具特色,逐一击破客户体验的痛点,又相互协同,优化客户贯穿保险、资管、医养等综合场景的金融服务消费体验。

在客户体验节启动仪式上,泰康集团董事长兼CEO陈东升表示,泰康集团定位于为日益增长的中产人群及家庭提供全方位健康和财富的管理与服务,就是要“从摇篮到天堂”,让保险更安心、更便捷、更实惠,让人们更健康、更长寿、更富足,让泰康成为人们幸福生活的一部分。



2017 第一届
客户体验节



尊重生命
全心为您



客服电话: 95522
www.taikang.com