

2025年1月经营分析

江苏分公司安徽销售中心

2025年2月



CONTENTS

目 录



01 经营情况

02 预算执行情况

03 存在问题

04 下月重点工作及思路



一、经营情况

1月整体 经营情况



一、1月经营情况-管道气销售

1月管道气销量5202.13万方，同比下降19.23%，日均销量167.81万方，最高日输气量达197.13万方

- **贯彻稳价控量：**遵循江苏分公司1月管道气销售政策，积极与客户沟通实施计划控制，确保提气平稳有序，其中22家客户执行率达95%，4家客户执行率超100%，2家客户执行率未达95%，执行偏差结算
- **解决客户难题：**1月气温较往年同期偏高，经济复苏不及预期，需求增速不及供应；上旬气温逐渐下降提振采暖需求，伴随春节假期临近，部分工业用户提前进行生产备货，一定程度上拉升需求量；下旬气温降幅趋缓，叠加春节假期，市场需求量呈现阶段性萎缩。鉴于当前现货价格高位震荡，下游需求不振且倾向于择低采买，部分客户本月合同量出现富裕，为缓解客户经营压力，稳固长期合作关系，积极引导客户灵活合理调整合同量，本月申请变更合同量客户3家，合计调减本月合同量506.15万方，具体调整如下：滁州新奥调减112.65万方、合燃华润调减380万方，安瑞升调减13.5万方



一、1月经营情况-管道气销售

中石油	管制气价格	非管制气价格		浮动部分价格 (挂靠JKM)	合同内气价	合同外气价
	2.3108	3.3150		4.7810	2.8066	2.8-3.75
中石化	政府指导价部分	基础量	定价量	顺价量	合同内气价	合同外气价
	2.3010	3.4125	3.7455	4.6029	3.3313	2.65-3.30
省外非常规	3.23 - 3.30					

中石油：1月合同内综合气价为2.8066元/方。合同外12月预售竞拍起拍价3.50元/方，最终成交价3.70-3.75元/方；1月额外气竞拍起拍价3.08元/方，投放量115万方，最终成交价3.19-3.30元/方；采暖季合同转让交易1月场次成交价约2.80-2.90元/方

中石化：12月合同内综合气价3.3313元/方。中石化天分公司1月合同外资源首次竞拍交易成交价3.30元/方，成交45万方，流拍1955万方；1月15日-27日安徽专场合同外用气资源竞拍，起拍价3.3元/方，经了解因下游气量充足，起拍价较高，市场参与热情不足；1月26日-2月5日合同外用气资源竞拍投放量5000万方，起拍价2.6元/方，最终成交价2.65-2.68元/方

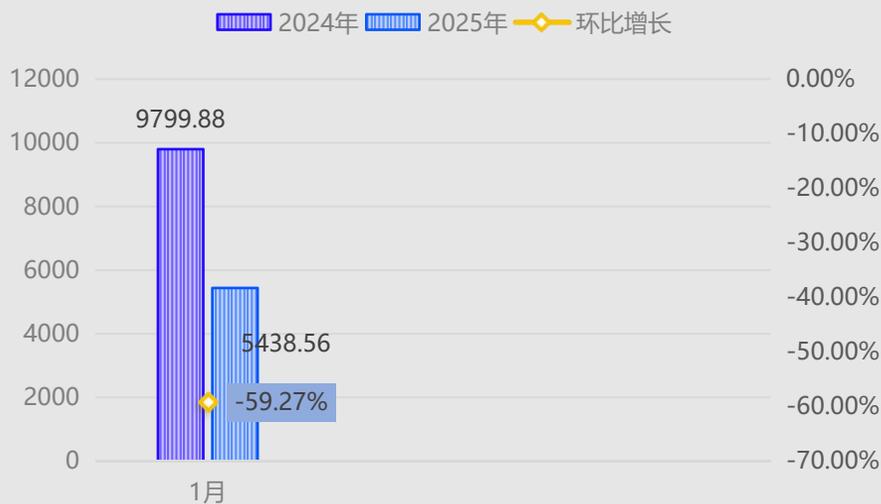
非常规气源：市场整体供应充足，四川、陕西、山西等地非常规气源资源上载价格本月较上月持平，送到安徽区域价格在3.23-3.30元/方之间

一、1月经营情况-液态销售

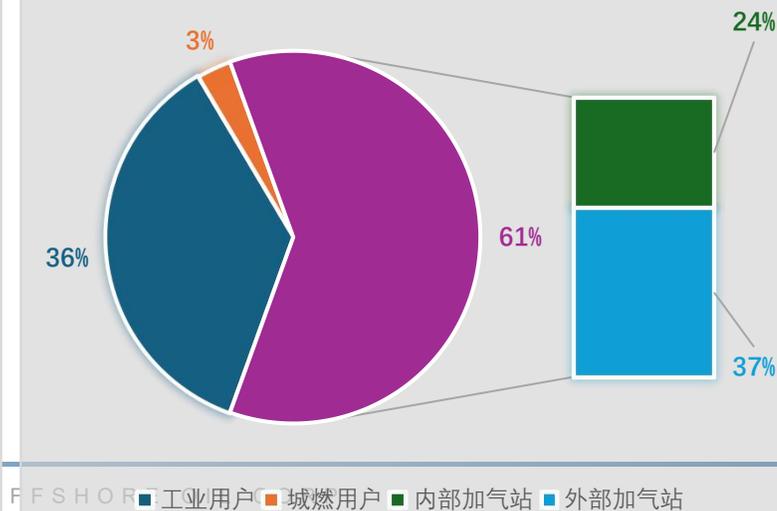
1月安徽销售中心液态销量**0.54万吨**，同比减少44.5%，环比减少59.27%

- **从月度销量上看**：1月受春节长假影响，市场需求缩量明显，同时海气挺价意愿较强。月销量较上月减少59.27%，同比减少44.5%
- **从销售类别上看**：城燃企业销量相对稳定，受寒潮和春节因素影响较小，整体表现平稳，本月销量占比3%，环比减少19.98%；工业用户受春节假期影响，销量下降显著，本月销量占比36%，环比减少64.43%；加气站受春节假期和雨雪天气影响显著，销量有所下降，本月销量占比61%（其中内部加气站占比24%），环比减少56.56%
- **从销售区域上看**：皖中区域液态销量主要以霍邱马店加气站等自有站点为主，辅以外部加气站及零星工业用户补库，销量占比51%，居于首位；皖北区域需求以工业用户补库，叠加外部加气站销量，本月销量占比29%，居于第二；皖南区域销售以工业点供需求叠加加气站销量，本月销量占比20%，排于末位

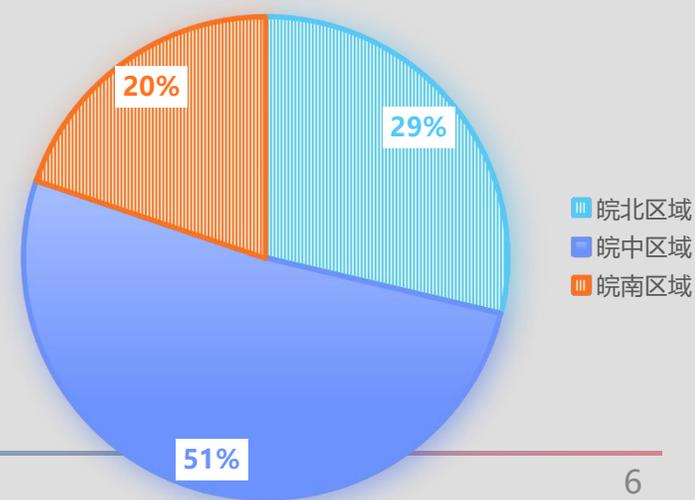
1月液态分月销量



1月液态销售分类分布



1月液态销售区域分布

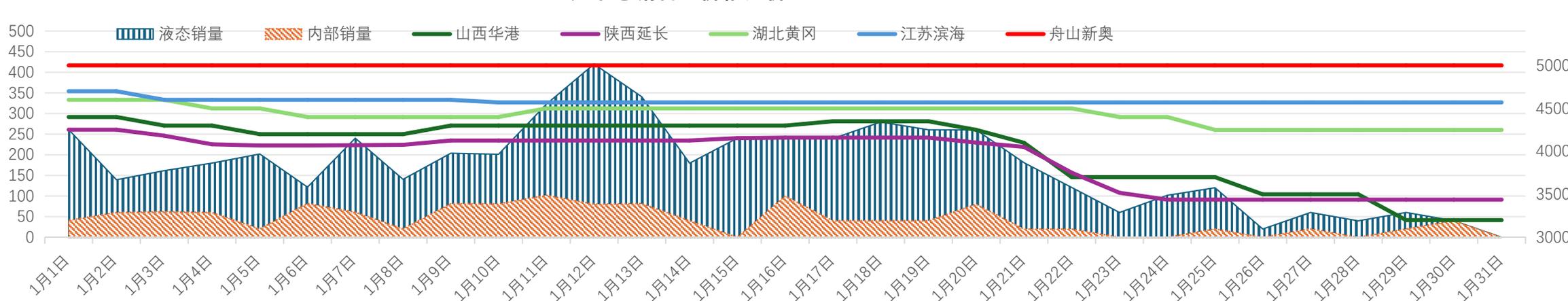


一、1月经营情况-液态销售

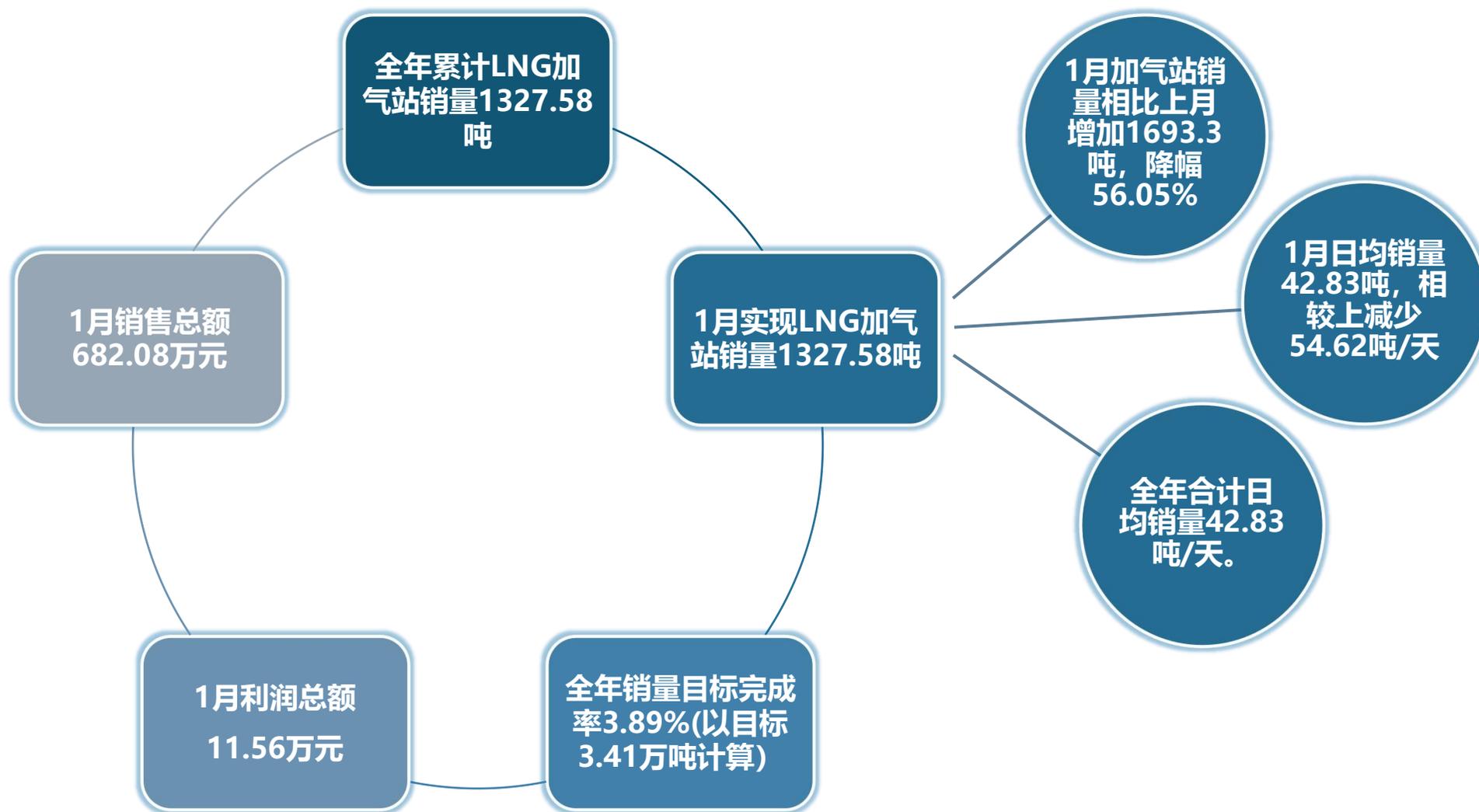
价格成为影响销量主要因素：安徽省地处中东部地区，位于海气与内陆气源辐射范围叠加区，各路气源间相对价格成为影响液态销售主要因素

- 1月内陆液厂中山西煤层气月均价4029元/吨、陕西液化管道气月均价3920元/吨、中石油黄冈液月均价4431元/吨；进口气源本月多以维稳为主
- 1月国内LNG市场价格整体呈现震荡下行趋势，需求疲软是主要影响因素。月初受元旦假期危化品车辆高速禁行、部分企业进入年度停产期等因素影响，市场需求偏弱，下游接货谨慎，价格承压下行；月中局部地区出现小幅反弹，但整体市场需求依旧供大于求，价格上涨动力不足；月末受春节假期的影响，下游市场多已放假，需求缩量更为明显，上游降价促销意愿渐浓，LNG价格大幅跳水

1月液态销售量价格分析



一、1月经营情况-加气站销售



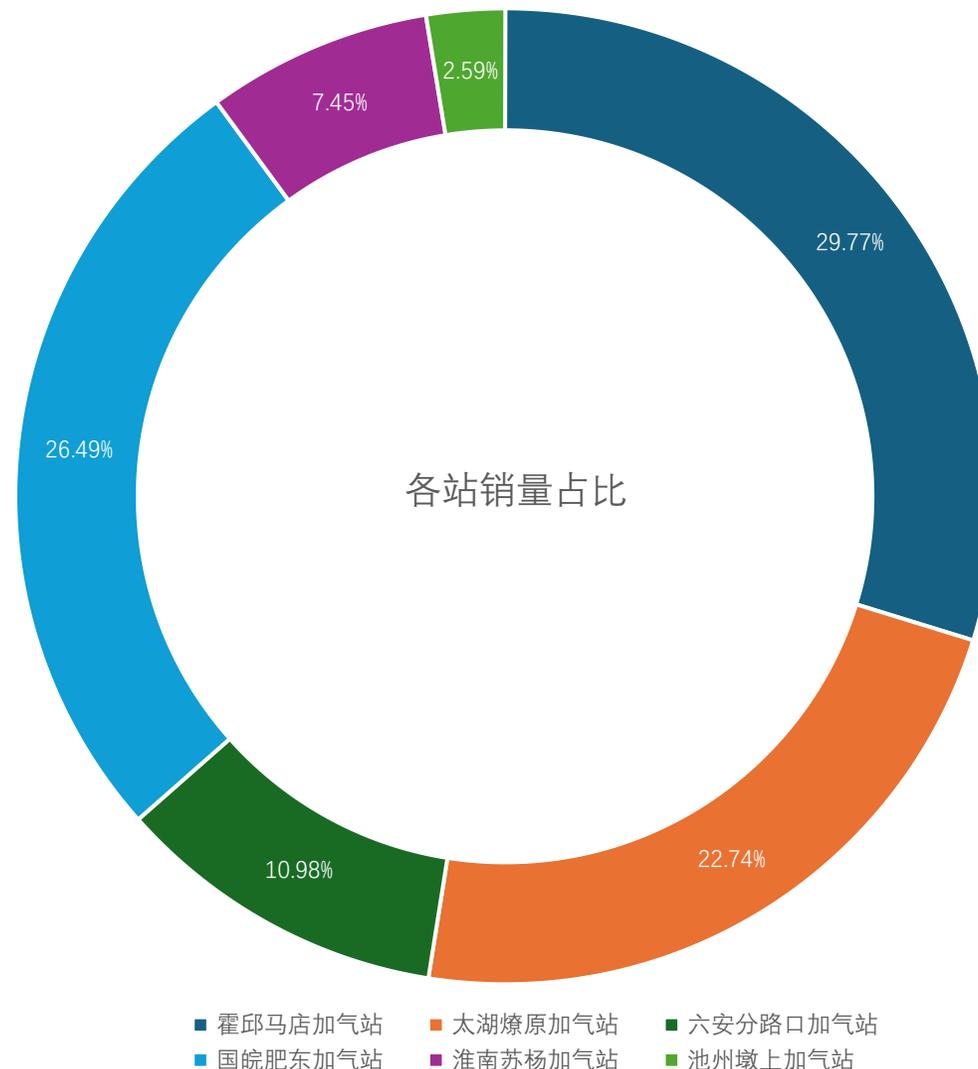
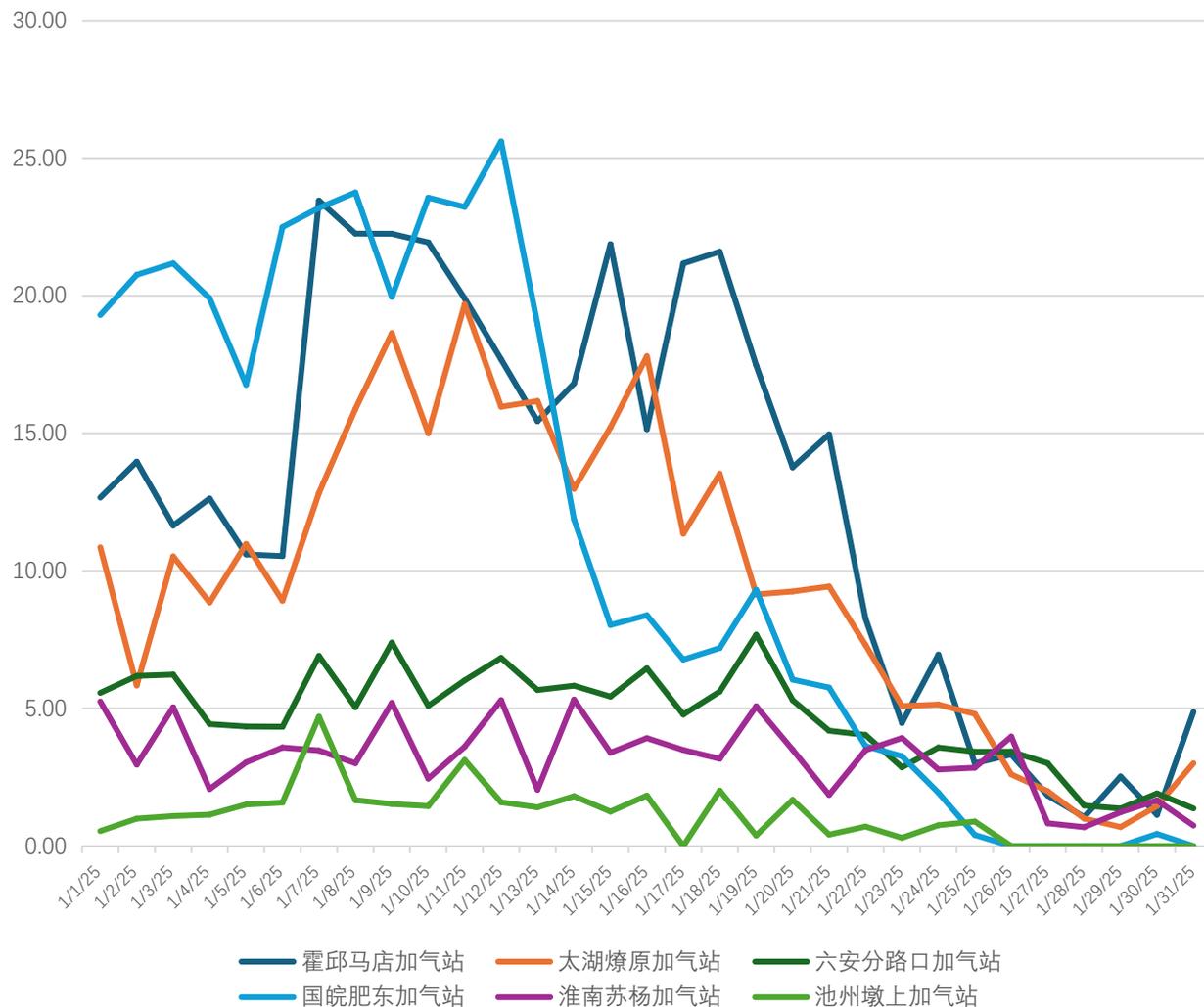
一、1月经营情况-加气站销售

名称	霍邱马店加气站	太湖燎原加气站	六安分路口加气站	肥东国院加气站	淮南苏杨加气站	池州墩上加气站
1月销量 (吨)	395.17	301.86	145.72	351.66	98.84 (加注销量)	34.32
1月日均 (吨/天)	12.75	9.74	4.70	11.34	3.19 (加注销量)	1.11
较上月日均销量变化	-29.99	-7.12	-3.45	-11.67	-0.65 (加注销量)	-1.74
1月销售额 (万元)	196.44	159.71	83.22	176.39	49.24 (加注销售额)	17.08
年销售额 (万元)	196.44	159.71	83.22	176.39	49.24 (加注销售额)	17.08
1月利润 (万元)	9.29	2.67	2.24	-2.79	0.89	-0.74
相较上月利润变化	23.39	21.43	17.95	-2.90	1.91	-1.10
1月利润率	4.73%	1.67%	2.69%	-1.58%	1.81%	-4.33%
全年累计利润率	4.73%	1.67%	2.69%	-1.58%	1.81%	-4.33%

- 利润数据来自于财务资金部提供，购气成本由江分与江天结算；由于单站结算周期为每月20日至下月20日，故单站利润率=（上月20日至本月20日利润/期间销售额）；
- 淮南苏杨加气站销量数据仅为加注销量，该站1月BOG利用销量为11.32吨，利润数据已包含BOG利用结算数据。

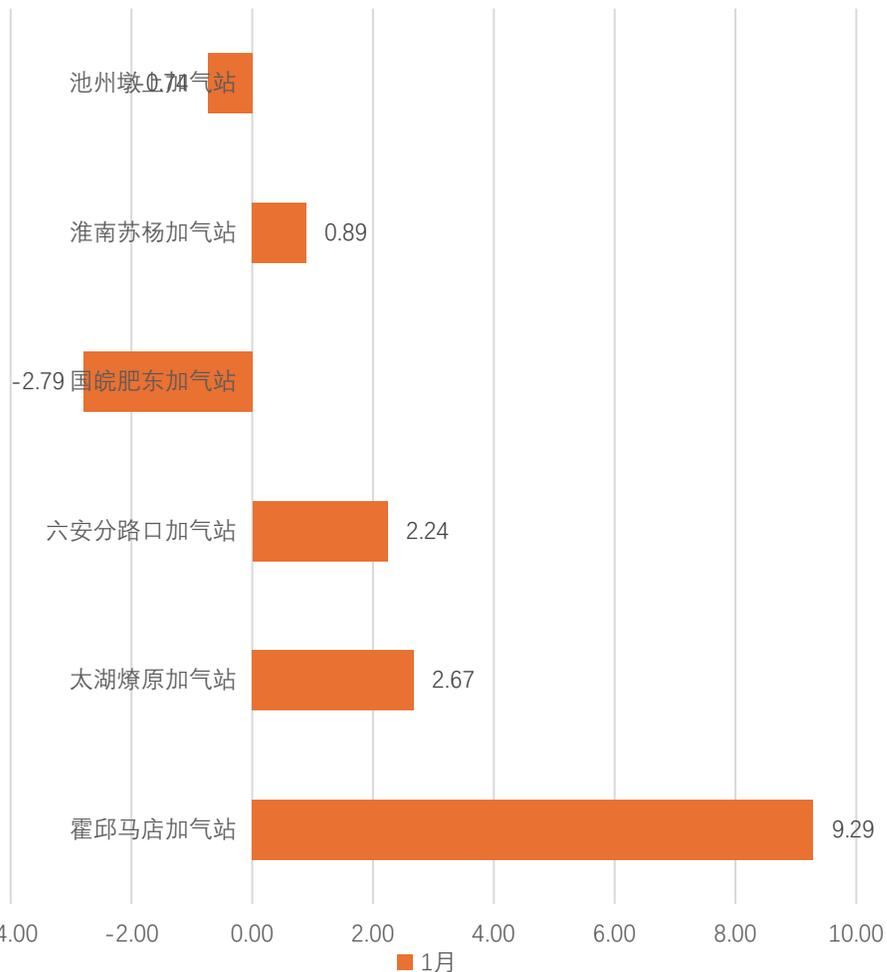
一、1月经营情况-加气站销售

各站当月日销量变化情况



一、1月经营情况-加气站利润

各站点每月利润变化情况



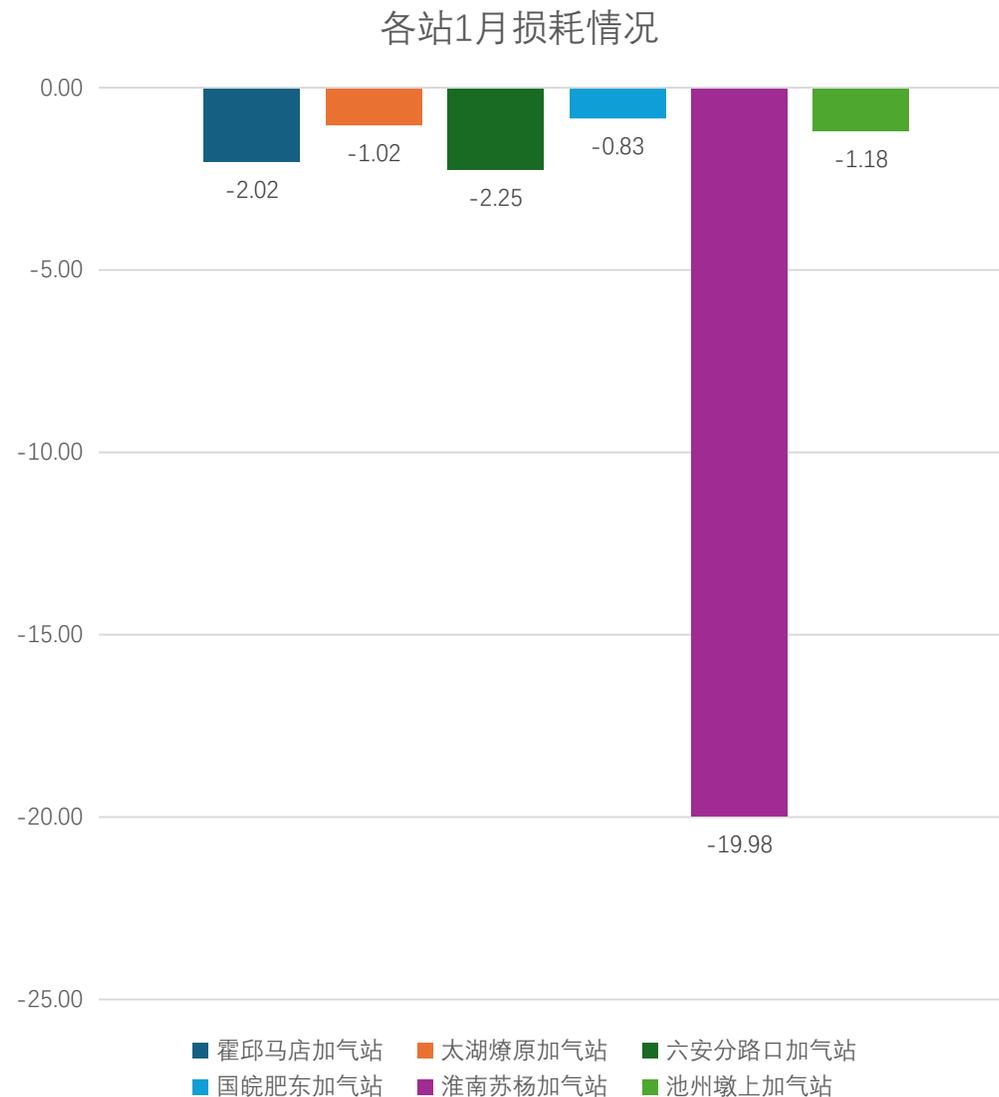
2025年1月安徽区域加气站实现利润11.56万元，相比12月利润增加60.68万元，利润有所上升。主要因为资源成本降低，站点销售价差上升，虽销量因春节原因普遍下滑，但带来了利润的上升。

- 霍邱马店加气站：1月销量相较上月有所下降，较上月下降929.66吨。由于元旦、春节假日影响，销量减少，1月实现利润9.29万元，为安徽区域主要利润贡献站点。
- 太湖燎原加气站：1月销量相较上月有所下降，较上月下降220.74吨。由于元旦、春节假日影响，销量减少，1月实现利润2.67万元。
- 六安分路口加气站：1月销量相较上月有所下降，较上月下降106.87吨。由于元旦、春节假日影响，销量减少，1月实现利润2.24万元。
- 国皖肥东加气站：1月销量相较上月有所下降，较上月下降361.89吨。由于元旦、春节假日影响，销量减少，1月实现利润-2.79万元。
- 淮南苏杨加气站：1月销量相较上月有所下降，较上月下降20.24吨。由于元旦、春节假日影响，销量减少，1月实现利润0.89万元。
- 池州墩上加气站：1月销量相较上月有所下降，较上月下降53.9吨。由于元旦、春节假日影响，销量减少，1月实现利润-0.74万元。

一、2024年经营情况-加气站损耗

安徽区域6座LNG加气站12月合计加注损耗**27.27吨**，全年累计损耗**27.27吨**。

名称	霍邱马店加气站	太湖燎原加气站	六安分路口加气站	肥东国皖加气站	淮南苏杨加气站	池州墩上加气站
12月损耗 (吨)	-2.02	-1.02	-2.25	-0.83	-19.98 (含BOG利用11.32吨)	-1.18
相比上月变化 (吨)	减少0.16	减少2.67	增加0.01	增加0.03	减少2.40	增加3.14
1月损耗率	-0.51%	-0.34%	-1.54%	-0.24%	-20.21%	-3.45%
相比上月变化	增加0.35%	减少0.37%	增加0.66%	增加0.12%	增加1.42%	增加5.66%
全年累计损耗 (吨)	-2.02	-1.02	-2.25	-0.83	-19.98	-1.18
全年累计损耗率	-0.51%	-0.34%	-1.54%	-0.24%	-20.21%	-3.45%



- ✓ 其中淮南苏扬加气站已签订BOG放散补充协议，BOG排放进合作方城燃管网并按液态贸易价格结算，1月BOG利用11.32吨；
- ✓ 按照合作协议，轻资产站点淮南苏杨站和池州墩上站的损耗由均合作方承担。
- ✓ 安徽区域各站均无异常损耗，损耗率均保持正常

CONTENTS

目 录



01 经营情况

02 预算执行情况

03 存在问题

04 下月重点工作及思路



二、预算执行情况

2025年1月三项刚性费用预算执行情况

单位：万元

项目	2025年预算批复	1月实际执行	执行率
会议费	-	-	-
差旅费	5.50	0.22	4.00%
业务招待费	1.33	0	0.00%
合计	6.83	0.22	3.22%

- 2025年1月三项刚性费用执行进度正常

CONTENTS

目 录



01 经营情况

02 预算执行情况

03 存在问题

04 下月重点工作及思路



三、存在问题

管道气量执行压力

今冬安徽区域天气普遍干旱少雨，气温较高，加之下游工商业受累于整体经济恢复速度缓慢，春节假期后复工复产较往年有一定延迟，市场整体用气需求不足，使得部分城燃企业气量消纳存在一定困难，竞争气源减量及免除偏差结算政策的推出，对我司气量执行及客户关系维护带来一定压力。

加强与客户沟通，摸排气量消纳困难客户减量需求，积极与经管部、市场部沟通，依据分月销售政策，稳定市场情绪与客户黏性。

应对市场变化灵活调整

在供大于求的市场整体环境下，中石油持续进行采暖季合同转让交易，用以平衡各终端合同执行偏差，避免执行照付不议条款；中石化推出季度价格优惠政策，对完成率达标的客户，给予结算价优惠。竞争对手的灵活应对，对我司后续销售进一步形成压力。

跟踪竞争对手策略及价格变化，加强与市场销售部、经营管理部沟通协调，结合区域市场实际情况，制定有针对性的销售政策，为即将开始的2025年-2026年管道气合同签署奠定良好基础。

加气站点提量稳量

安徽区域各站点销量普遍受价格因素影响较大，客户对价格较为敏感，叠加周边站点价格竞争，对我方站点的销售提量造成了一定的压力，春节期间各站点销量均有所下滑，使各站点销量波动较大。

加强与合作方及终端开发生产部的沟通，通过符合站点实际情况的各类促销举措及对周边客户的进一步开发，提高站点盈利能力。

CONTENTS

目 录



01 经营情况

02 预算执行情况

03 存在问题

04 下月重点工作及思路



四、下月重点工作及思路

二月 重点 工作

依据公司2月销售政策积极开展气、液态销售工作，并与下游客户保持有效的信息交流，确保采暖季的供应工作得到坚实保障；

紧密结合客户实际，积极配合市场销售部开展气液态客户评级工作，精准评估客户价值，为后续政策制定提供有力依据；

编制2025-2026合同年气液态客户维护和开发工作计划表，依据2025年工作会议中“多增户、少增量”的总体开发策略，下沉区县市场，摸排存量客户合作意向量，梳理潜在待开发客户，计划2月开始目标客户拜访工作；

健全客户档案管理，协同市场销售部完善、更新客户档案，完成档案填报系统信息录入；

赴马鞍山市对接及马鞍山市公交集团，就其下属公交驾校闲置土地改建综合能源站合作进行洽谈；拜访马鞍山市交通局，对接利用当地岸线资源开展船舶加注，目前该市危化品岸线规划正在审批阶段；

协同好终端开发生产部与QHSE部，协助完成各项站点管理工作与安全检查工作，确保不出现各类安全事故。



汇报完毕

