

盐酸等吃氯新产品。目前工厂已有片碱、干洗剂、清洁剂、离子膜烧碱等九个新品种投入市场，降低了老产品的成本费用，相对抵消了减利因素。工厂还跳出氯碱行业的圈子，利用本厂的先进设备，搞其它化工产品。如得到大庆30万吨乙烯吃配项目的信息后，积极与大庆、北京等有关部门联系，签订了可乳化聚乙烯在电化厂实现工业化的协议，填补了国家空白。

与此同时，工厂还注重调整现有产品的生产结构，直接消化减利因素。电化厂产品的特点是碱产品盈利，吃氯产品亏损。所以努力增产盈利产品，压缩亏损产品是电化厂调整产品结构的总方针。通过改革生产工艺，工厂将盈利产品烧碱和高纯碱的产量由6491吨提高到7482吨，增加效益29万元；又根据市场需要，砍掉了亏损额较大的敌敌畏和敌百虫产品，适当增加了亏损额较小的氯仿和液氯产品产量，减少了亏损，增加了企业盈利。

### 三、抓销售，加速资金周转。

在销售工作上，电化厂始终坚持“用户至上”的方针，紧紧把握市场信息，根据工厂不同种类、不同状况的产品，采取了灵活多样的销售方式。

对短线产品，无论市场短到什么程度，工厂都做到保证95%执行供货合同。不利用短线产品做不正当交易，不利用短线产品卡用户脖子。对不能保证合同的产品，提前和用户说明情况，求得用户谅解。

对长线产品和积压产品，工厂则采用建立信息反馈登记册的方式，由专人负责登记整理并长期在外了解市场动态，及时反馈，为指导工厂生产和销售工作及时提供市场信息。去年二季度初，工厂根据齐齐哈尔造纸厂反映，由于四平联化厂生产不正常，致使造纸厂所需液氯原料告急。经调查，原来是四平联化厂为满足抚顺一铝厂的盐酸用量，缩小了液氯产量。根据这一情况，工厂马上与有关用户取得联系。结果不仅液氯扩大了销路，同时又为盐酸产品开辟了新市场，由原来只销往黑龙江西部地区，进而挤入强手如林的山东张店、山西太原、吉

林通化和梅河口等地区，落实盐酸产品销售计划近3000吨，占盐酸销售计划的30%，比1985年增加28%。

及时准确的信息，不仅使电化厂的一些长线产品变成了短线，也给积压长达一年半的敌敌畏找到了“婆家”。去年上半年，工厂销售部门的同志，从中央电视台听到安徽淮南等地闹虫灾的报道后，马上进行分析研究，立刻派人到安徽等地了解灾情，根据当地反映急需敌敌畏等药品，我们积极组织货源，很快使积压产品打开销路，这既支援了灾区人民，又松动了80多万元资金。

对于新产品的销售，工厂一方面把样品送给用户无尝试用，并请用户帮助宣传推广；另一方面还采取与用户“联营联销、利润分成”的方法。如新投产的干洗剂，就与北京燕港洗衣有限公司、哈尔滨加美洗衣店等单位达成联营联销协议，调动了用户的积极性，为新产品打开市场奠定了基础。



## 财政部召开所属事业单位财务工作会议

最近，财政部召开了所属事业单位财务工作会议。会议传达了财政工作会议精神，并结合财政部的具体情况提出了以下增收节支的措施：（1）本着少花钱多办事的原则，统筹安排用款。实行预算包干，结余留用，超支不补的办法；（2）对有经济收入的单位，实行业务发展基金抵拨一部分预算拨款；（3）严格控制社会集团购买力，压缩设备购置费；（4）严格按照国家规定的开支标准开支各项经费，不得以各种名义滥发奖金、津贴和实物；（5）严格控制办公费、差旅费、邮电费、水电费、交通费、会议费等公用经费的支出，节约事业费；（6）进一步完善财务规章制度，开展清仓挖潜，修旧利废，节约行政经费。

会议还互审了1986年事业费决算和1987年事业费的预算安排，并交流了各个单位增收节支的情况和拟采取的措施。

（韩雅芬）