增内涵，实施三品工程　铸优势，聚焦重点突破　拓未来，升级四轮驱动

董事长黄延昌在2010年11月29日高管会上的讲话摘要

我们今天会议的主题是总结2010年度总体生产经营情况，确立明年的生产经营基调以及今后三到五年公司的战略发展规划。

回顾2010年度，虽然整个行业继续延续2009年的普遍困境，但我公司原药制剂已全面完成全年12.5亿的销售任务，业绩增长25%。目前看来，全国只有10%的农药企业过得比较舒服，这些企业的出口表现及品种都比较好，对于市场的掌控和操控能力也比较强。但90%的企业仍处于水深火热之中，我们就属于这90%以内，因为我们尽管完成了12.5亿的销售业绩，但这12.5亿的业绩为我们带来的问题也不少，一个是库存非常大，另一个就是几个品种受到同行业低价倾销的影响，造成开工率严重不足，成为建厂之最。比如草甘膦长期受到打压，酰胺类产品以乙草胺为代表，虽然中三车间把平均含量稳定到了96%以上，从颜色到含量，都属国内一流，但受低价倾销影响，生产量也下降很多。回过头来进行总结分析，是因为我们这些年来的发展冲动没有完全估计市场容量，以及同自我操控管理营销的能力没有实现有效对接，造成今年同题之多，也是开工不足的重要原因。因此我们应当清醒的看到，销售收入虽然增长了，但增长带来的问题，以及遇到的困境也非常的大。

现在想来，其实我们早晚会遇到这些问题。为什么在省内包括全国排名都比较靠前的几家企业，这几年没有发展了？就是因为产品老化、品种老化，产品更新跟不上，带来企业发展的内部活力不足。销售没有增长，公司就没有繁荣，尽管是上市公司，也会是落后企业。我现在面临的就是产品老化，今年我们是遇到了气候问题，遇到了国内市场问题，遇到了同行业的低价竞争，但实际上都是我们早晚会遇到的问题，因为我们调整的步伐太慢了。我们当前的好几个新产品在行业内已不是新产品，但却是有市场的产品，技术已相当成熟，但对我们来说却是新产品，没有高度重视，或者上了之后没有及时调整到位。

我们这几年调整结构太慢了，问题出在哪里？是我们投入不足，还是管理没有聚焦？答案是：管理没有聚焦。我们知道，即便是冬天的阳光，用放大镜聚集一个点也能燃烧，我们公司最大问题在于管理层，特别是生产管理层队伍庞大，但精力严重分散，没有聚焦好，这是我们应该反思的问题。我们的生产系统现在是五级管理，生产总监、副总助理、分厂厂长、车间主任、工段长，乱套了。先把生产系统管理理顺，先把我们公司的产品结构调整跟上，把我们已经作出调整的产品做上去，这是我们非常非常的当务之急，是公司的头等大事。

明年我们要利润，要调整销售产品利润，明年制剂市场大约定位在6个亿，原药6.5个亿就非常不错了。如果我们后续的苯达松、氟磺胺草醚、烟嘧磺隆、甲基磺隆，这些产品不能迅速做上去，按照我们现在的原药开工率是完不成明年的任务的。因为我们只有几个月的市场，三、四月份是农药的高峰，五、六月份就只能是补货了。所以我们不能等了，我们已经等了两年了，还要再等两个月、三个月甚至更长的时间来错失良机吗？公司不能等，从车间主任到分厂，有问题层层分解，层层解决，不要再按部就班不紧不慢的坐等，解决不了就撤职。

再一个就是市场问题。首先，市场一定是成长的，如果一个公司表现出市场萎缩或退缩，这个公司的繁荣就结束了。销售公司所有高层必须做好市场成长的充足准备，我们宁可顿一顿，但不能停下来。明年我们销售业绩要增长，销售质量要增长，销售队伍的管理能力要增长，销售水平、销售利润要增长，我们要实现我们真正的内涵性增长。什么是真正的内涵性增长？我们销售的数额可以不增长，但我们销售的质量一定要增长，对公司的回报一定要增长，我们的客户是不是更牢固了。不增长并不是意味着要停下来，停下来是非常可怕的。第二，市场如何去成长，成长的定位是什么？今后我们面临着国家十二五的规划，以及国家农药产业政策调整，但尽管国家出台了到2015年农药企业数量要减少30%，但并没有出台相关细则，我们不知道工信部能不能够按照政策把刀举起来再砍下去。比如草甘膦，就是依靠国家强硬的行政手段来完成精简的，今年全国只有60家大的水泥公司，加上全国区域性的水泥企业总量也不过200家，但在七年前全国是大大小小共有3000家水泥企业，因此水泥企业不是靠市场做的。所以真正农药产业的调整不是靠市场，因为很多大的农药企业在亏损，这个行业这么大，是人才密集型、技术密集型、资金密集型，环保安全高度危险的这么一个行业，真正规范的正规的企业挣不了多少钱，反而是一些皮包公司小企业盈利了，这是非常不健康的，所以国家工信部能否真正把产业调整到位，不是靠市场。尽管国家出台了产业政策，只要没有严厉的行政手段，我们这个行业依然非常艰难。但我们不管别人怎么样，我们自己的发展目标要非常清晰。既然国家提出来要重点培育20家大型企业，这就是我们的五年目标。我们在十二五期间的定位，就是一定要路身行业前二十，路身到国家一流的农药企业中去，我们只有在实现这个大目标的前提下，才能在三到四年的时间内对接资本市场，从行业发展的趋势看，也只能这样。所以我们需要到2015年销售收入最低力保20亿，力争25亿。我们今年完成12.5亿，还有12.5亿的增量，需要用五年的时间来完成，这就是我们的硬指标，从现在开始就要层层分解。

对应于五年大目标的实现，从现在开始，我们就要做好相应的调整。今后销售什么，如何销售；生产什么，如何生产；现在有什么，未来做什么，如何做好每一步的实施？

一、增内涵，实施“三品工程”

第一，首先在品质上下功夫。无论今后再扩做的品种也好，增加的品种也好，还是现有的品种也好，一定要实施质量优先，品质优先。高管人员眼界一定要高一点，要走出去，看看跨国公司和国内一流的农药企业是什么样的，我们今后要力争在品质上争创一流，我们做了十几年了，现在还存在结块、包装失误这些低层次低水平的错误，这是我们再也不能犯的。如果再犯这种错误，你就不应当再干了。天天都在重复错误，管理的有效性在哪里？我们的品质还有不出问题的时候吗？我们还有不出问题的品种吗？包括我们的优势产品也是问题频出，所以品质是我们第一个要做的。

第二个是品种。销售要调品种，调整有利润产品，哪些是保费用的，哪些是树品牌的，哪些是要利润的。销售品种、登记品种这些公司资源一定要共享，管理者首先要学会沟通，学会和别人协商，听取别人意见，不要闭门造车。闭门造出来的车一定是不能上路的，上路也是要翻的。在品种的调整上首先是销售品种，销售登记、研发、生产，加大品种结构调整，今后三到五年之内，品种结构调整是我们公司的重中之重。销售要来的出去，登记要随后跟上，研发要超前，生产也要跟上。

第三个是品牌。品牌是什么？品牌是市场占有率，是质量在市场上的真正体现。一定要加大制剂产品的内在基础含量。什么创造价值？是技术。技术表现在两个方面，一个是产品生产技术，确保生产的高效性，这是根本；第二个是推广技术，服务创造价值。综合起来就是技术创造价值，我们今后三到五年要重点实施“三品工程”，就是“品质、品种、品牌”。公司所有的部门所有的工作，从生产到研发到销售，哪个部门要做品质，哪个部门要做品种，哪个部门要做品牌，都要围绕这三品做工作。

二、铸优势，聚焦重点突破

第二，就是重点突破，突破什么？优势。我们一定要在优势上下功夫，一个公司一个产品有优势，你会取得足够的利润。如果所有的产品都有优势，你会在整个行业内异军突起。我们可以看一看，和今年做到十几个亿的江浙农药企业比，我们这十几个亿的含金量是非常差的。我们从生产管理，到销售质量，根本没法比，所以我们的优势还不行。从生产到市场到研发到管理，我们现在已有的优势要保持；潜在的优势要发挥，一定要挖掘出来，我们既有潜在的产品，又有市场，还有强大的生产系统的中高层管理团队，以及庞大的内外销队伍，要把这个优势打造出来，再把产品卖出去，把潜在的产品迅速形成优势，形成市场；再一个就是打造未来优势，做好产品规划，营销、生产、研发团队高管，要形成一个小组，加紧拟定公司三到五年之间，从技术，到市场，到生产，需要做好哪些准备工作，要专人负责，重点突破，对未来的优势做好规划与准备。

未来三到五年之内，前面那两个优势保证我们12.5亿不下滑，如果现有的优势保持不了，潜在的优势得不到挖掘，这12.5亿就不是再增长的问题，有可能就是滑的问题，因此这两个优势要保住。但是挖掘未来的优势，把未来的优势打造出来，这是我们从12.5亿，冲25亿的根本保障和源泉。所以优势要重点突破，优势要得到真正体现。

三、拓未来，升级“四轮驱动”

第三，围绕“市场、科研、生产、管理”，实现四轮驱动。

首先，市场怎么做？一定要把握行业趋势，密切关注各个区域的种植结构，包括各地农村组织方式的改变，以及产品的趋势、病虫草害的变化。我们现在不是有什么卖什么，而是积极捕捉市场需要什么，做到超前研发。市场营销一定要灵敏，不是光占有现有的市场，而是去发现潜在的市场，去寻找新的市场增长点，市场一定是寻找出来开发出来的，是要去发现的。包括产品的结构调整，也是根据市场来，因此市场是第一动力。所以在市场策略上、在产品上、在营销模式上、在客群关系上、在渠道打造上，都要做足文章。

海外市场怎么打造？要不仅仅满足于一个简单的登记速度，我们现有外贸人员的素质都要加强提升，档次和层次差距都很大。我们做到现在的原药销售有多少产品是直接卖给客户的？有多少市场是始终绕靠握在滨农手中的？这些单子是些什么单子？是滨农未来的销售渠道，还是飘单、游单，低价倾销订单？今后业务员提成要和利润挂钩，不仅仅和业务销量挂钩，一定要有销售利润。还有，市场上要千方百计降低费用，包括市场推广、促销，要把费用用在刀刃上，反对无效费用，但对有助于公司市场增长的费用我们鼓励用。做好评估，把销售费用有效科学合理使用。

第二，研发怎么发展？加大人才引进，加大研发投入。研发方向一定要正确，研发一定要超前，一定要快，一定要有实效性。研发是公司发展的引擎，是事业的发动机。公司会不遗余力的加大研发团队建设，这块一定了相将来在行业内能否站住脚。一个公司没有自己的研发，没有超前研发，就不可能在行业内树立优势，因此对研发团队建设、研发平台打造、研发方向掌控都一定要加大力度。

第三，生产怎么提升？我们既然是精细化工，就一定要在“精”和“细”上下功夫。明年我们做13个亿的市场，原材料、水电汽这两大块就接近占到公司90%的费用，花去这些费用我们要创造什么？一高一低，高质量、低成本，这是我们生产系统必须要争取做到的。我不反对年间主任争取自己的利益，我们也从来不反对生产系统的考核激励，但是我们年间主任的着力点着眼点发生了错误，我们的车间主任不是在精细化生产上下功夫，不是在品质与生产控制上下功夫，不是在降低消耗上下功夫，而是在和公司的算计上下功夫。如果公司整体的利润不能增加，你多算计这一点有什么用呢，能长远吗，这不是掩耳盗铃吗？你应该反观自照的是，你的生产技术进步了吗，你的车间管理进步了吗？并且身为公司的一名中层干部，你在员工面前树的是什么心态？你弄虚作假糊弄公司这几个高管，多拿三千五千有多少用处？作为一个中层，连最起码做人诚实，实事求是的品格都没有，做人的基本原则都丢掉了。公司定出考核，你严格按照考核去真正执行，千方百计去降低消耗，提升质量，提高效率，这样你去拿奖励拿提成公司从来没有反对，从来都是鼓励的。这几年来公司的考核细则没有真正执行到位的原因，就是因为生产系统的中层弄虚作假，你反思一下，你哪一项工作是在为企业着想？还有，随意提报加班，分厂厂长就签字吗？公司授权给高管的是责任，不是权力，你签字是你个人信誉和管理水平的体现。生产系统中层心态没有调整好，而我们不负责任的高管又助长了这种心态，这样下去永远带不出一个好的团队来，你带的团队会充满了自私自利、山头主义、部门主义，高管高管，眼界要宽，胸怀要广，如果连一个团队都管不好，长期下来，我会对你的管理能力打问号。因此，在生产系统，我们要把工作的重点放在对公司考核指标的完美执行上。

再一个，就是提升生产队伍建设。在生产系统怎么打造一支蓝领队伍，我们能不能在两到三年之内打造出50个一流的班长，100个操作一流的高级技工，500个操作能手？我们大需要稳定这些人了，我们太需要这些经过几年锻炼，技能熟练，在公司又连续干了几年的，对安全、对环保、对自身的防护、对产品的工艺都非常熟悉的员工了。人力资源部不能光招人，还要在留人、育人上下功夫。我们能不能实施人才工程，我们准备成立自己的房产开发公司，专门盖经济适用房，出台一些人才优惠相关政策，对重点员工重点倾斜。我们如果能打造并留住这么650个人，我们的生产系统就不是现在这个样子。我认为现在是基层员工队伍不稳定，流动性大，年龄结构偏大，操作技能偏低带来的这些不稳定，但是我们要想办法，不能天天不稳定。不稳定是现状，我们这些高管要下力气去解决这些现状。

再一个最关键的就是提升我们的装备自动化水平。只要你发现有与我们的生产相匹配的先进设备，只要能改进质量，降低成本，提高工效，减少用工，我们就上。一定要提高我们的装备自动化水平，减少用工，改善工作环境，我们要对员工的未来负责，这是生产系统必须下大决心要做的，很多职工跟着我们干了十年二十年，不能到老了却发现身体不行了，你不想想，我们怎么面对这些职工？我们要做一个有良心的企业。

第四，管理怎么进步？这个话题我们都谈了多少遍了，但我们在细化管理和管理到位上差距仍然太大了，我每出去一趟，都越来越感到我们的差距。在公司层面，方方面面，我往往看到一些现象，我都感到内疚。我们每个高管都要对各自分管工作靠下心来想一想，考虑职责所系，认认真真梳理，管理能不能再细一点，能不能管到实处，干到实处，管理一定要高效，现在我们的部门越来越多，但我们设立每一个部门都慎之又慎所有部门一定要保持高效率和流程顺畅，部门和部门之间衔接要有机结合，一定要社绝相互不相接推诿扯皮现象。

还有，只要是公司高管，公司所有事情都是你的，发现问题相互之间要迅速沟通，高管不能山头主义，本位主义、部门主义，为自己圈地为牢。高管要具备综合管理水平，在细化管理上、效率上、流程上，在发挥团队作用上，都要有所体现。同时在管理运行上，要严格降低管理费用，我们现在管理费用非常庞大，知不知道，我们每降一个百分点，就能给职工每月涨三十到五十块钱，因此要稳定扩充，千方百计节约控制。刚才讲过一个激励机制的问题，生产、销售系统在12月份作为重点去研究制订，既要真正调动起职工积极性，公司又要得到好处，激励不要民粉字游戏，今后凡是中层糊弄高管欺骗公司，弄虚作假的，就地免职。我们不反对高激励，但激励一定要高效，必须做到双赢。

● 报道话题

周六中层培训 岁末收官

本报讯 12月4日，生产管理专题由副总经理孟立涛主持，孟总就中国农业发展现状进行了深入剖析，并根据这种现况就农化行业如何发展进行了解读。12月11日，质量培训专题由二分厂厂长郑军主持，就公司近期质量方面的焦点问题和不足之处展开了深入探讨。12月18日，人力资源专题培训由人资部主任戚哲芬主持，董事长黄延昌首先就今年整体工作情况进行了总结，并根据五年战略发展规划对2011年度的工作进行了重点部署，并着重强调要在人力资源、研发、生产能力等七个方面进行改进。戚主任根据本年度中高层会议上黄总讲话内容进行了解读分析，中层管理者应该如何解剖公司战略，分解部门工作重点。12月25日，管理服务专题培训由副总经理陈延刚主持，企业管理部主任于喜福就考核与业务流程方面的课题与大家进行了交流，以便促使管理进步，达到公司管理服务规范、细化、高效的要求。至此，2010年度中层培训圆满收官。

本年度培训结束后，企业文化部针对2011年度培训需求进行了问卷调查，以期2011年度培训更科学合理、更富有实效。

（本报记者 姜新辰）

写在毕业两周年

时光匆匆流过，看着2010届毕业生背上行李离开校园，蓦然觉到，原来我已经毕业两年了。2008年我也满怀信心，揣着希望，欢快地离开了我奋斗过玩乐过开心过痛苦过四年的大学。彼时的我是多么的年少气盛啊！

毕业一年，走过大江南北，为了生活我四处闯荡，面对岁月的侵蚀，烦恼越来越多，考虑问题也趋于现实。在滨农，我的生活终于稳定下来。猛然间，有一天我发现自己的缺点越来越多，比起之前的年少气盛，现在是死气沉沉。目复（下转2-3版报缝）

BNS 滨农科技 BINNONG TECHNOLOGY
Believe Need Success 信任－需要－成功

滨农报

总第041期
山东滨农科技有限公司　http://www.binnong.com
2011年1月1日　第01期　（内部资料 仅供交流）

■新年致词

新希冀　新耕耘　新跨越

虎声传捷报，兔影抖春晖。伴随着中国农化行业蓬勃发展的脚步，我们满怀创业豪情铸就了2010年的硕果累累，迎来了2011年的希望之春。值此徐旧迎新的美好时刻，我谨向一年来不辞劳苦、辛勤奋战在各个岗位的全体员工以及默默奉献的员工家属表示衷心的感谢和诚挚的问候！向关注并支持滨农事业发展的各级领导、合作伙伴和社会各界朋友致以深深的敬意和感激！衷心祝愿您在新的一年里身体健康、家庭幸福、事业进步！

2010年，金融危机骤雨未停，农药行业调整和变革的步伐加快，暴露了长期以来被快速增长所掩盖的矛盾和痼疾，经历强震的农药企业正在纷纷探索可持续、抗风险的前进道路和发展模式。农药行业经过了持续两年需求低迷的低谷期跌涨，伴随着2011年新春的脚步，即将迎来行业全面复苏的大好时机。在此背景下，我公司全体员工勤勉务实，团结奋战，苦练内功，聚焦内涵式发展，艰难走过了行业需求不振、效益下滑、异常天气频发的2010年，取得了令人欣喜的经营业绩，原药制剂已全面完成全年13亿的销售目标，业绩增长25%，整体业绩已跨入国内第一梯队，制剂市场占有率已成为隐形冠军，在行业冬天成功创造了温室效应，成为行业发展的一大亮点。

2010年，是我国农药行业结构调整和转型升级的元年，是滨农事业调结构、转方式、精耕细作，苦练内功，努力践行内涵式发展的第一年。这一年里，企业战略定位更加清晰，我们积极响应国家产业政策号召，从持续投资扩张的外延式发展转向内涵式发展，聚焦粗放式的管理所带来的一切“跑冒滴漏”，在产品研发、生产优化、市场攻略、管理提升、环保投入五个方面准确定位，全力投入，使滨农产品产业链得到了优化延长，品种结构更为丰富，销售品种得以清晰定位，使制剂原药两大品类、国内国外两个市场的战略格局调整得到初步实现，新品研发的稳步进展为未来的战略扩张也做到了有效的潜力储备，生产系统的工艺改良、产品优化也已经在一线全面行动起来……这一切，均为公司的内涵式发展之内涵填写了强有力的注解。

2011年，我们将抓住我国农药工业“十二五”这个关键的战略攻坚期和机遇期，秉承农药产业新五年理念“控制总量、优化结构、环境友好、安全高效、创新驱动、持续发展”的总原则，高举滨农科技内涵式发展之大旗，开好头起好步，围绕“三品工程”“四轮驱动”“优势聚焦”这几个方面倾全力、聚全智，奋发图强，让滨农科技以务实的姿态走在行业发展的前沿，让滨农品牌成为中国农药产业第一阵营里一块熠熠闪光的金字招牌！

2011年1月1日

2011关键词：人力／市场／研发／生产／投入／安环／员工待遇

本报讯 12月18日，我公司全体中层人员会议在四楼会议室召开，董事长黄延昌主持会议，对本年度整体生产经营情况作了简要总结，并对2011年公司年度战略目标和工作重点做了明确部署。

黄总指出，2010年面对重重困难和挑战，但我们依然超额完成了年初12个亿的销售目标。未来五年发展是至关重要的五年，国家对整个行业的调整格局非常明显，所以到2015年我们必须突破20亿的销售，力争实现25亿，为实现公司挺进国家农化行业第一集团军和完成与资本市场对接两大战略目标保驾护航。着眼于今后五年发展，2011年主要在国内新剂市场稳扎稳打，调整销售的产品结构，压缩没有利润的产品，进一步梳理客户网络。会上，黄总确立了明年13亿的销售任务以及力争14亿的销售目标。为确保明年计划及未来五年战略目标的实现，黄总从以下七个方面做出重点部署：

一要加强人力资源建设。公司要做到20-25个亿，相当于再造一个滨农，无论生产、营销、研发还是整个运营管理都需要大量的关键人才和精英团队。生产、管理、研发、营销各层面人员的专业素质及各管理团队的管理驾驭能力都亟待提升，特别要提高中高层管理团队的决策水平和驾驭非正常年份的的能力。人力资源部要拿出一份详细的人力资源建设详细规划。

二要加强市场开拓。没有市场就没有工厂，公司强大的生产能力需要市场来引领，靠市场来消化。首先要加大新产品的登记力度，确保三到五年之内每年都要有新产品上市，加大客户开发力度，同时坚持国内外市场同步开拓的思路，加强海外登记及海外分公司的设立。

三要继续加大研发投入。没有创新就没有发展，公司前些年的快速发展就是靠持续不断的创新来支撑的。在硬件设施上我们会继续加大投入，在国内当前的我们分析设备是一流的，只要研发有需要，我们就投入，用以支持产品研发的突破。研发要体现“储备一批，开发一批”，当前小麦田、水稻田的几个产品正在中试，这几个产品一旦进入市场形成规模以后，都将是我们公司的增长点。

四要加强生产的精细化。在生产上，各个生产单元、车间、分厂都要对生产的产品继续深挖潜、改造，在消耗、节能、环保上继续下大力气，把优势产品的差异化继续扩大，对于自己垄断或竞争产品，我们要有独好于的精神，聚焦精力和资源，专项攻关。只有这样，我们才能在同行业中脱颖而出。

五要持续投入。今后要实现20个亿的销售，需要持续不断地投入来做有效支撑。首先要建设满足现在发展需要的物流，改善仓储和品管的条件，以备发展之需。同时，每年持续投资不断完善产品结构的含金量，满足市场及不同国军区域不同客户的产品需求。继续扩大传统除草剂的优势，加速开发杀虫剂和杀菌剂，使之成为我们对接资本市场的一大亮点。

六要加大安环投入，改善生产条件及环境。农化行业安全第一，阳谷药厂爆炸案以血的教训告诫我们生产系统一定要高度重视安全，做到一切生产以安全为主。十二五期间，国家要彻底转变成节能减排的生产发展方式，明年我们要投资3000多万以化学的预处理、焚烧处理、脱盐处理到真正的生化排放，做好污水处理。安全环保管理一定要引起中高层的高度重视，特别是年间一线的中层管理者。我们下决心改善生产环境，树立对社会负责任的企业形象。

七要不断提高员工待遇和收入。随着公司不断的发展，效益的提高和资本积累的完成，要学会回报员工。中高层团队有责任有义务把企业经营好，获取更多的效益用以持续提升员工待遇。比如本降下来，把产品质量、价格做上去，用年的费用补给员工待遇，那么多员工有老下有小，跟着我们干了那么多年，有心有力，企业企业发展成果。明年公司成立置业公司，把原有老厂区开发成高级商住楼，盈利给企公司多年的优秀员工，给干员工和固有员工。

黄总强调说，会后中层人员要根据公司今后五年的战略规划和明年生产经营重点，制定工作方向和目标，以方有部门的所有工作和公司发展战略保持高度一致。

（本报记者 王勤勤）

■发展年鉴

2010年度大事记

★8月份,我公司完成股权调整,对生产系统组织架构进行了重新梳理与整合,对一体两翼的产战略品牌定位作了明确规划,确立了今后三到五年进入资本市场的战略目标。

★滨农品牌整体业绩跨入国内第一梯队

☆滨农制剂销售业绩进势增长。在公司一体两翼战略的指导下,制剂市场逆势增长,销售收入由去年的4.5亿元一举达到6亿元,业绩增长30%。

2010年是近十年来农药市场最低谷的一年。在这种形势下,我公司制剂销售稳增30%,整体业绩已跨入国内第一梯队,制剂市场占有率已成为隐形冠军。这标志着公司一体两翼的发展战略初步成型。滨农品牌的产业链得到了有效延伸,产品附加值有所增长,市场占有率稳步提升,滨农品牌的市场影响力和社会影响力均有提升,为公司今后的改制和转型提供了良好的条件和基础。

☆滨农推广新军战绩卓著。从1月到11月,我公司推广部百人团队,转战大江南北,深入千家万户田间地头,所推广40个区域销量增长1600万。所到之处,使滨农品牌与终端使用实现了零距离接触,有效提升了品牌美誉度;并为销售团队培训输送人才24人。

★金融危机形势下逆势而上的企业成就引起行业侧目

☆3-11月,国家农业部农药检定所、中国农药工业协会、山东省农药检定所、河南省药检所相关领导及业内同行先后六次到我公司视察调研。

☆3月23日上午,滨农作为山东农药企业唯一的代表,参加了山东省农业厅、济南市政府和济阳市政府联合举办的2010年“山东省暨济南市放心农资下乡咨询活动”,就科学施药诸多问题与农民朋友进行了详细交流,有力助推了滨农品牌的知名度、美誉度提升。

☆1-12月份,随着滨农品牌美誉度的不断攀升,全国各地先后有30批经销商客户近千人到公司参观,有的是慕名来访,有的是来整合作,通过参观,各地客户对我公司综合实力、产品特色、新品上市等情况有了深入细致的了解,大大推进了双方的深入合作,有效培育了滨农品牌的市场影响力。

★企业与社会之间的良性互动赢得社会的广泛认同与赞誉

☆1月21日,我公司董事长黄延昌荣获2009年度市政协“十佳政协委员”称号,并获得“富民兴滨”劳动荣誉。6月22日,当选第四届“滨州市杰出青年企业家”。

☆2-10月,我公司分别获得2009年度“硬道理杯”贡献奖,“2010年度山东省专利创造能力培育单位”、“滨州市2009年度缴纳国税100强企业”、市级“安全文化建设示范企业”、“优秀高新技术企业”、“全市人才工作先进单位”、“中国农药行业组保科技服务下乡十佳企业”等称号。

公司秉承“以优质产品服务客户,以开放平台成就员工,以绿色环境回报社会”的企业使命,在外部经营市场持诚信、责任,在内部建设中坚持产品创新、市场拓展、生产优化、管理进步,重视企业文化建设、关爱员工,带头承担社会责任,让已成为“构建和谐企业,创建百年滨农”的核心内涵,也赢得了社会的广泛认同与赞誉。

★我公司成为全市非公有制经济组织党建工作示范点

☆5月17日下午,省工商联副主席姜文通、省委统战处处长吕建军一行来我公司调研非公有制企业党建和转方式、调结构工作。我公司作为全市党建工作的示范点,党建工作卓有成效,为全区乃至全市非公有制企业树立了榜样。

☆9月20日,省地税局副巡视员李亚、调研员王建、处长王钢市非公有制经济组织党工委副主任等一行来我公司调研党建工作。我公司作为全市非公有制经济组织党建工作的示范点,党建工作卓有成效,为全区乃至全市非公有制企业树立了榜样。

☆9月28日,省地税局副巡视员李亚、调研员王建、处长王钢市非公有制经济组织党工委副主任等一行来我公司调研党建工作。我公司作为全市非公有制经济组织党建工作的示范点,党建工作卓有成效,为全区乃至全市非公有制企业树立了榜样。

☆12月,我公司被山东省科技厅、省国资委、省总工会等三部门联合确定为省第二批创新型试点企业。

☆12月,我公司被山东知识产权局评定为中国专利山东明星企业。

项目立项捷报频传——

☆2月,我公司《超高效玉米田除草剂烟嘧磺隆的绿色合成新工艺研究》项目列入山东省第一批技术创新项目计划。

☆5月,我公司“水国制蚧吡醚菌酯的合成工艺研究”、“超高效除草剂氟酮磺隆的合成工艺研究”获得2010年山东省第二批技术创新项目立项。

☆7月,我公司专利产品50%乙·仲丁灵乳油的产业化项目列入滨州市2010年专利实施项目。

☆8月,我公司《新型玉米田除草剂28%烟嘧·氯氟吡氧乙酸·莠去津油悬浮剂》和《新型油菜田除草剂二氯吡啶酸·烯草酮WP》两项目列入山东省第三批技术创新项目计划。

☆9月,我公司小麦田苗后高效除草剂氟酮磺隆,获得中试圆满成功,填补了我公司在小麦田除草剂方面的空白。

☆10月,我公司《绿色农药24%苯·氟·醚唑乳油的开发及应用》列入山东省科技厅经济强县计划项目。

☆11月,我公司《高活性除草剂精吡氟禾草灵的合成》项目获滨州市科技进步一等奖。

☆12月,我公司《超高效除草剂五氟磺草胺的合成工艺研究》列入滨州市二O一O年科学技术发展计划项目。

☆6月,我公司R-甲氧基异丙醇被科技部列入2010年度重点新产品计划项目。

☆8月,我公司新型超高效除草剂S-异丙甲草胺中试试车取得成功,成为全球第二家能够生产该产品的企业,打破了瑞士先正达的全球垄断地位。

☆10月,我公司智能温室投入使用。

☆11月,我公司获得“中国专利山东明星企业”称号。

☆12月,我公司在科技部“科技型中小企业技术创新基金”项目立项,成为全国第十一家LOGO企业。

全国平台建设试点单位第与多个研发项目均成功申报与投产,有效提升了公司整体产品研发力,为公司产品结构的优化调整以及进一步有效市场占领提供了有力的技术支撑。

我公司自2007年成立后,从无到有,成为国内民营企业中唯一成

PDF 文件使用 "pdfFactory Pro" 试用版本创建 www.fineprint.cn

【质量专题】

质量工作一切从零开始

“质量在我心中,行动在我手中”活动目前已进入总结阶段,虽然开展时间不长,但是得到了公司领导的肯定,同时也得到公司有关部门及相关人员的大力支持。活动的结束仅仅是形式上的结束,而今后的工作如何做品质,提升品牌还需大家共同来努力,任重而道远。在工作中,大家都知道质量的重要性,但对质量的认识却截然不同,掌控的重点也不尽相同,这样质量管理工作就有了很大的差异。现在公司在农化行业有了一定的实力及知名度,但要保证这一成绩及优势,产品品质是基石,需要大家兢兢业业一丝不苟的工作作风来完成。

此次质量活动组织质量专题会议4次,中层干部集中培训学习3次,下发程序文件2份,公司文件一份,质量通报2份,市场质量反馈文件10份,并在《滨农报》上专题跟踪报道活动的进展情况。通过各种方式的宣贯执行,公司上下对质量管理的认知及管理水平有了不同程度提高,在对产品质量的控制上,由卖方思想转变为买方思想考虑如何站在买方角度做好产品品质工作。质量管理体系的完善及确认,成立TQM小组,对公司的质量管理进入一个完整、理顺的全方位的管理体系,对以后质量工作持续开展有了固定的部门及人员。

此次活动主要从以下几个方面开展,加强对公司产品质量的控制与提升:

第一,加大对原材料(包材)质量检测标准,严把原材料进厂关。品管部组织初级及不定级化验员进行业务培训及考试,提升化验员基础知识及基础操作技能,使其检测数据更准确。与包装部共同修改包材验收标准,规范了包材的验收、使用程序,对公司包材质量工作做了更扎实的工作。

第二,生产内部,各分厂制定了生产车间质量考核细则,通过考核数据及市场质量反馈信息来综合评价一个生产车间的质量管理水平,并在中层干部质量考核中体现,调动车间管理人员对质量工作的积极性。

第三,实施月质量例会与质量学习探讨机制相结合的企业文化学习模式,规定每个月第二周为质量专题学习会。市场部门反馈月产品质量情况,对出现的质量问题现场分析原因,找出责任单位,拿出整改意见。大家对质量话题及公司质量管理工作提出建议进行讨论,优化质量管理办法及模式,通过固定的会议、学习模式,来把质量工作做到制度化,来完善质量体系统中的不足,提高产品品质。

第四,理顺产品质量追溯程序,当市场有产品质量反馈时,公司内部有一个可执行的处理程序,同时对责任单位进行追责。使市场产品质量问题在第一时间内反馈到公司内部并得到快速处理及质量纠偏。

质量专题活动开展3个月以来,虽然做了一些具体工作,但我们要看到公司内部还没有真正实现从研发、采购、生产、销售全方位的一个质量管理体系。公司的质量管理方针及目标大部分停留在口头上,还没有具体分解落实到责任部门及责任人身上。公司的产品在市场上还有这样、那样的问题,客户对我们的期望值还很高,我们的差距还很大。活动虽然接近尾声,但是质量工作仅仅是刚刚开始,需要做的工作还很多,走的路还很长!首先需要公司中、高层在管理思路上调整,树立百年滨农的质量目标及方针,内部各部门眼光一定要看的远些,质量标准定的高一些,把各自的工作分解细一些,生产对产品的控制一定要严一些,各格品只是我们最基本的要求,我们要做优品、精品,需要每个配方,每个工序,每一个指标、每一位职工的完美结合,才能够做出完美的产品,这是我们公司最总的质量目标,也是公司全体员工不懈的追求。

(二分厂 邹军)

【文化践行】

献爱心我们携手同行

12月7日下午,干燥车间员工李小明不幸遭遇车祸,造成腿部应力性骨折,随即被送往医院救治,仅一天治疗时间就花费了一万余元。干燥车间全体员工在获悉此情况后,在车间主任李洪亮的倡议下,在车间内部自动自发掀起了献爱心传递温情活动,纷纷向李小明伸出援助之手,奉献自己的一份爱心,仅一天多时间捐款累计达四千余元。李主任及时把捐款送到李小明手上,为其解决燃眉之急。

爱心无限,情谊无价。寒冬时节,在滨农这个温暖的大家庭里,我们用爱温暖彼此,伸出温暖的手扶持着一路同行。

(干燥车间 高玉国)

栽下梧桐树 引得凤凰来

合成一车间牢固树立“以人为本”的宗旨,紧紧围绕育好人、用好人、留住人开展工作,不断加大车间环境治理力度的同时,努力为员工创造和谐的工作氛围,以切实可行的人性化管理扭转了用工短缺的局面。

受社会上普遍流传化工行业对身体健康有害的流言及车间气味大的影响,招工难一度造成车间出现了“用工荒”,这严重制约着车间的生产。今年检修期间,车间仍然从改善工作环境入手,以治理跑冒滴漏、气味挥发为重点,采取引、排风装置,密封设备漏气点,疏通引导关键泄漏点,整改加强吸收等措施,制约车间环境和现场的难点也得到了极大改善。

合成一车间注重稳定老员工,培养新员工。有勇有谋的安排到岗位重点培养;有勇无谋的负责辅助性的工作;无勇无谋混日子不干活的坚决予以辞退,真正把“适合的人干合适的事”落到实处;在日常工作中,营造宽松和谐的工作氛围,为员工能够舒畅的工作创造条件。生活上对员工问寒问暖,积极主动与员工促膝谈心消除干群之间的代沟,深入了解员工来自家庭、工作上的压力,不遗余力帮其解决。每到月底,车间提倡员工复查考勤记录,杜绝考勤环节漏记错记,确认无误后按工资系数结算工资。能者多劳多得,庸者少劳少得,拉开工资发放的档次确保公开、公平、公正,促使员工自发的掀起比学赶帮超的良好风貌,把工作做得更完美。

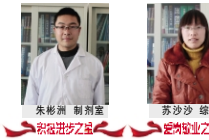
栽下梧桐树,引得凤凰来。合成一车间以工作环境优异,管理方式独特,工资发放透明而成为兄弟部门眼中公认的“标兵车间、模范车间”,更赢得了全体员工的认同,纷纷介绍亲朋好友前来报名,目检修完毕开车至今,前来车间面试的络绎不绝。用工短缺有效地得以根治,为打造员工队伍与稳产创高产打下了坚实的基础。(本报记者 张春军)

【研究专题】

孙桂营 制剂室

研发能手

专业知识扎实,专业技能过硬。勤于思考,善于钻研,致力于创新,在制剂研发工作中表现突出。



朱彬洲 制剂室

积极进步之星

工作积极主动,进取心强,学习电力十足,在工作中不断提升自己,工作业绩突飞猛进,是值得大家学习的榜样。

苏沙沙 综合办

爱岗敬业之星

积极主动热爱本职工作,责任心强,工作中任劳任怨,不计个人得失,对工作勤勤恳恳,精益求精。

【新闻报道】

我公司高中层管理人员参加“企业战略执行管控体系”专题培训

本报讯 12月13日,我公司部分高中层管理人员共同听取了来自上海交通大学继续教育学院的郭吉、苏黎忠老师为大家讲授的“企业战略执行管控体系”的专题课程。本次培训是我公司作为市委组织部所聚焦的高成长型企业所获得的一项支持行动,组织部干部教育科科长卢鸿为培训做开班致词。

郭老师针对我公司新的五年战略目标实现做了基本的战略主题分解与执行分析,并从财务、客户、内部流程、团队学习与成长四个维度初步描绘了我公司的战略蓝图,引导大家针对公司新年度战略目标实现,如何致力于各自业务板块综合业绩提升做出思考与规划。

(本报记者 戚哲芬)

我公司智能生测温室大棚已全面投入使用

本报讯 公司投资300多万筹建的面积约1200平方米的智能生测温室大棚4月份破土动工,9月份竣工,现在已全面投入使用。作为现代化大型温室,其实现了智能化控制,并具备计算机控制系统实现了自然通风、外部遮阳、内部保温、强制降温、夜间补光、加热等可以改变植物生长环境,提高了控制与作业精度,为植物生长创造了最佳条件、避免外界四季变化和恶劣气候对其影响。

研究所生测室利用其可在冬季或其他不适宜露地植物生长的季节栽培植物的优点,结合公司新产品结构培育各类杂草,按其生长期特点,对其进行施药,并通过电脑对其进行全程监控。确保制剂新产品及新化合物研发生测药效数据的准确性。公司智能温室大棚的建成,标志着我司在制剂产品的提升及新化合物的筛选药理药效试验上又提升了一个新台阶。

(本报记者 苏沙沙)

【一句话新闻】

◇11月10日,后勤部将泵房生活区用水管线进行整改,不经过蓄水池即可将地下水抽到用水区,这样避免生产用水与生活用水相窜的风险,保证了员工用水安全和卫生。 (后勤部 梅雪)

◇11月30日,悬浮剂车间主任李晓勇应邀为加工车间新员工进行首次技术培训,详细讲解了悬浮剂的种类、工艺流程、操作细节和优缺点,使新员工对这种产品有了全面而细致的认识。 (本报记者 杨怀强)

◇11月30日,研究所全体研发人员参加了《为自己工作》主题培训,大家通过专家的讲解和现实生活中的客观实例,对个人成长及公司发展的关系有了一个全新的认识。 (本报记者 苏沙沙)

◇11月,后勤部对厂区广场音箱进行重新维修铺线,每天下班时间定时播放音乐,给员工的业余生活增添更多娱乐节目。 (后勤部 梅雪)

◇9月到11月,我公司人力资源部完成了龙山小区和厂区住宿人员的普查,截至12月底,相关数据汇总结束。 (本报记者 苏平)

◇12月1日,我司邀请滨州市国税局王永胜局长做了题为“新版发票知识”的专题讲座,为员工“充电”。 (特邀记者 王莉)

◇12月11-12日,我司参加了青岛农业大学2011届毕业生供需见面会,现场有21名毕业生达成来我公司就业意向。 (本报记者 苏平)

◇12月13日开始,安全环保部与人力资源部对公司内部全体驾驶摩托车、电动车执工1500多人分16批次展开道路交通安全知识培训,旨在强化员工日我保护意识,切实做到珍爱生命、文明出行。 (本报记者 凤信子)

◇12月15日,我司参加滨城区安全生产工作会议,会议主要针对刚信“12·11爆炸事件”分析全区的安全生产形势及下一步安全生产工作部署。 (特邀记者 王美华)

◇12月15日、17日,动力车间组织全体员工分两批次进行了安全知识考试,进一步巩固安全基础教育知识培训,提高员工的安全防范意识。 (本报记者 孙伟科)

◇12月16日,后勤宿管处和护卫队对员工宿舍进行了拦网式的检查,重点严查使用电锅、电壶、电热褥、电热器等电器,确保员工用电安全。 (后勤部 梅雪)

◇12月19日,公司副总经理任立岩带领物流部、装卸办、仓储部主要负责人到淄博良乡物流园和济南盖家沟物流市场考察学习,以便在两地发展新的物流供应商并学习先进的仓储和装卸技术。 (物流部 李敏)

◇12月20日,我司召开新产品开发和产品登记会议,主要围绕公司田间试验示范结果、新产品应用、新产品登记进展及费用开支等情况展开研讨。(技术部 段敏)

◇自12月20日开始,推广部员工分为两部分进行工作:一部分去厂区参加生产劳动的实习,提升对产品的认知能力;一部分去大润发学习其推广模式,不断完善自我。 (推广部 李冰心)

◇12月21日,我司化工党支部召开党员纳新大会,会上全票通过了张玉瑞等六位预备党员的转正并吸收七位入党积极分子为预备党员,同时与会人员签署了《争先创优承诺书》。 (本报记者 苏丽华)

◇12月22日,我司参加全省安全生产电视会议,主要内容是总结今年以来全省安全生产工作,安排部署当前和明年第一季度的安全生产工作,决定开展“安全生产基层基础工作深化年”活动。 (特邀记者 千里)

◇12月26日,滨州市环保局副局长韩广智带领海河迎查技术督导组来我司检查指导,督导组一行重点查看了我公司海河迎查技术档案资料,对我公司的工作亮点给予肯定,对存在的不足给出了指导性的意见。 (水处理车间 穆海滨)

◇12月26日,我司召开生产车间、品管部、出口包装物质量研讨会,主要目的是不断提出口包装物质量,提升公司在国际市场的知名度,更好地加速对接资本市场。 (包装车间 路艳)

◇12月27日下午,市环保局组织滨城区和开发区相关企业来我公司召开海河迎查现场总结会。 (本报记者 凤信子)

◇12月,我公司对全体员工学历、职称证书进行了重新审核,并建立了员工证书电子档案,进一步完善了人力资源管理档案体系。 (人力资源 孙如娟)

●报缝话题
(上接1-4版报缝)

一日重复着繁琐的工作,软心的懒惰压住年轻人的血气方刚,在懒惰与勤奋的矛盾挣扎中,几乎没做任何努力就缴械投降了。

几乎在一夜之间,我厌烦了现在的自己,这是我么?安于现状,碌碌无为?看到别人取得成绩时,不是激励自己进取奋斗,却唉声叹气的抱怨。

这是我么?渐渐的我觉得自己实在太阿Q。

“你有能力请奉献自己的能力,没有能力请奉献自己的劳力,没有劳力请奉献自己的职位。”一位长者这样说。现在想来,这句话是有它的道理的。

我感谢自己再一次认识了自己。没有什么好说的,抛开昨天的迷茫,在做好自己工作的基础上,要继续给自己充电,跨上学习的背囊,再一次走入了内心的“校园”。

(财务部 王向阳)

属于我们的青春

二十几岁的我们,对未来充满着激情,怀揣着对理想的追求,我们踏入社会的大门。

二十几岁的我们,有着太多的执着,却被无情的流水冲刷着,慢慢失去了棱角的棱角。许多看不惯的,开始习以为常,那些读不懂的,渐渐学着体会。

二十几岁的我们,总以为爱情会天长地久海枯石烂,友情也会万古长青。殊不知,这些想法自从走出校门的那刻起就慢慢被遗忘在现实的某个角落。

二十几岁的我们敢爱敢恨,也许我们感情用事,也许我们不够含蓄,但我们不会伪装,我们用一个真实的自己告诉这个世界,我们的自由,我们的青春。

年轻的我们,带着满腔热血,用不完的拼劲儿,一起闯荡世界。年轻的我们,不怕犯错,勇于承担责任,这是以让我们学会成长。走过艰辛,不是每个人都能成功,但我们对成功更充满信心。想着这一切,我们都不会迷茫,我们共同经历风雨……

二十几岁的我们,用生命体验生活的丰富多彩。

(推广部 薛爱军)

安徽、山东、江苏、广西客户来我公司参观考察

讯一 12月16日,安徽萧县客户30余人到公司参观考察,在生产部黄建的引导下,客户一行参观了公司的生产基地。参观结束后,客户对公司的生产规模和实力赞不绝口,纷纷表示在明年销售除草剂中增加滨农产品的销售比例。 (销售五处 陈学付)

讯一

讯二 12月21日,山东威海乳山经销商姜庆高经理组织当地24名优秀终端商零售商到我公司参观考察,市场总监杨希坤向客户详细介绍了公司的规模、规划和发展方向,产品经理刘杰向客户详细讲解了新上市产品的优越性和部分老产品的特点及应用技术。在生产部黄建的陪同解说下,客户一行参观了公司的新老厂区,了解了公司的生产规模、经营实力和杀虫剂产品,客户纷纷予以高度赞扬。 (特邀记者 卢兴涛)

讯二

讯三 12月25日江苏盐城、扬州客户一行16人到我公司参观考察,其主要目的是了解公司的生产规模和实力,大豆玉米田产品。在解说员朱晓君的引导下,客户一行参观了公司生产车间、流水线和科研所。随后,技术部史大浪为客户讲解了玉米田、大豆田产品知识,并专门介绍了客户比较感兴趣的几个产品的优势和特点。 (销售四处 刘伟)

讯三

讯四 12月26日,广西贵港客户20余人来我公司参观,市场总监孙永安为客户详细介绍了滨农发展现状并分析了目前农化行业发展形势;技术部曲耀训、段敏介绍了公司甘蔗田、玉米田、花生田及灭生性产品特点及应用技术。随后,客户一行在中八车间李新文的解说下参观了生产工区,更详细地了解公司的生产实力和科研力量,进一步增强了今后合作的信心和决心。(技术部 段敏)

讯四

推广专题

挑战自我 熔炼团队

——滨农科技推广部冬季拓展训练

本报讯 为提升推广部全体员工的专业知识、推广流程和团队凝聚力,自11月24日起,推广部全体员工在市场总监孙永安,推广部部长丁培峰,技术指导王忠印的带领下,开始了长达20天的冬季拓展训练活动。

此次拓展训练师推广部成立以来,第一次从体能、演讲技能、人生职业生涯培训、产品知识培训、团队精神等方面较为系统的训练活动。训练一开始,各分队就设计了队名、口号、队徽。各队本着“没有完美的个人,只有完美的团体”的理念,在训练中相互帮助扶持,追求极限,体现了训练过程中团队的智慧与力量。训练的各项内容都是领导精心设计,注重对员工个人意志的磨练和团队精神的培养,本着寓教于乐的形式,让大家在活动中感受精神上的一种启发与洗礼。

值得注意的是,此次拓展训练不仅是简单的团队训练,体现着一种文化、一种精神、一种理念、一种思维、一种考验的体验式的训练。拓展训练项目丰富多彩,意义深刻,在过程中锻炼,在锻炼中成长;在互动中交流,在交流中显差距;在项目中启迪,在启迪中碰撞思想;在游戏中感恩,在感恩中激发前进。时刻体现着此次拓展训练的宗旨:挑战自我,熔炼团队。这次训练让大家感触颇多,点点滴滴逐渐渗透到公司的企业文化核心价值观“责任、团队、创新、超越”中。

活动图片报道

“没有完美的个人,只有完美的团体”

“熔炼精神”取决于大家心灵的碰撞

“没有完美的个人,只有完美的团体”

“完美的团体”是团队成员共同的目标

在路上

任重道远 其行茫茫

做业务,犹如佛门的苦修,没有坚定的信念、永不放弃的决心与吃苦耐劳的精神,就会在前进的道路上出现偏差,被市场的浪潮所淘汰,被人生的沙漏所埋盖。

我刚开始加入销售团队时,一位做了十年业务经理给我的忠告是:做业务,最重要的是耐得住寂寞,经得起诱惑,如果做不到这两点,那么就趁早放弃,不要耽误了自己,也耽误了企业。现在我对这句话深信不疑,业务员每次出差都是相当长的一段时间,独自一人身在异乡,身边没有亲人、朋友甚至没有一个在自己高兴或失落的时候可以陪自己痛快一番的人,那种身在异乡为异客的感觉是何其无奈和痛苦。如果忍受不了这种寂寞的苦感,前进的决心就会动摇,就会在事业的道路上止步不前,在人生的旅途中碌碌无为。

业务人员在出差期间要与形形色色的人打交道,面对方方面面的诱惑时,要时刻保持头脑清醒,决不能感情用事因一时冲动做出让自己不能心安的事情,象众人与公司对自己的信任和期望。我坚信:耐得住寂寞,经得起诱惑是作为业务员最基本的素质,也是我们值得骄傲的资本。在这里我送给所有同行与我自己一句话:任重道远,其行茫茫;心坚志定,其路朗朗;瞻左思右,其途彷徨;一心为业,其事成择。希望我们在销售事业的道路上越走越远。 (华南大区 白银川)

产品推广 有你有我

市场变化风云莫测,激烈的竞争日趋进入白热化阶段,各农药生产厂家为完成销售计划利用各种营销手段,如电视广告、奖品竞猜、文艺演出、买赠活动、宣传造势、让利促销等,但投入大效果差。厂家把精力都放在了经销商身上,但经销商想的却不一样:什么产品赚钱卖什么,厂家投入再多,不挣钱也不卖。这就需要我们自己到市场最基层进行产品推广、终端拦截、售后服务、市场反馈等工作,产品推广将成为市场销售的一张王牌。

我们必须要认识到产品推广的重要意义:能够迅速反馈市场信息,及时作出市场规划调整,提高新产品知名度和销售量,与其他厂家产品拉开差距形成鲜明对比,为新产品迅速打开市场打下坚实的基础。作为推广员,我们以组为单位深入基层分工合作,宣传造势营造气氛,赢得消费者信赖;积极帮助业务员了解市场动态,反馈市场信息;拜访客户,掌握客户库存情况;店铺站柜,进行终端拦截。推广除草剂的时候,单纯销售除草剂已不能迎合市场的需求,需要跟肥料、地膜一块出售。为了更多地销售产品,我们早出晚归,常常做经销商的免费搬运工。我们知道只有把产品应用到老百姓的田地里,才算迈出了成功的第一步。

做玉米田除草剂推广的时候,在39℃的高温下,我们被病魔打倒过,但从没有被激烈的市场竞争吓倒过。在公司,我们为自己的工作职责感到骄傲;走出去,我们为自己的努力付出感到欣慰。

因为有你,不怕我们的产品没有出路;因为有我,坚信我们的产品有口皆碑。 (推广部 商文国)

思与悟

做市场如同写文章

市场和做文章看起来好像是两不相干的事情,我经过这么几年的市场磨砺,越来越觉得做市场和做文章有很多共性和相通之处。

写文章要列提纲,做市场要学会写计划。从小父亲告诉我盖房子要先垒框架,老师告诉我写文章要先列提纲,这几年的市场经验告诉我做市场一定要先做调查、写计划。做计划之前最重要的是要做好市场调查,只有经过调查的市场规划才具有可执行性和可操作性。具体到我们这个行业,我总结主要包括一下几个方面:种植结构调查、用药习惯调查、竞争对手调查、畅销产品调查、市场产品反馈、用药季节调查、农民接受能力调查、客户调查(包括客户信誉,推广能力,协调执法部门的能力,发展潜力调查等)等。知己知彼,百战不殆。在做好业务员之前,还是先学会做好一个侦察员,尽可能多了解些情况,做好充分的计划。

写文章要注重细节描写,做市场也需要关注细节。他妙惟肖的细节描写可以让文章增辉不少,同样在做市场的时候,关注一些小的细节,也会取到意想不到的效果。往往一件小事,可能会给客户留下很深刻的印象,这个印象可能是好印象也可能是坏印象,常常决定着成功的与否。

写文章要详略得当,做市场要有主有次。小学时候常常看到作文上老师给的批语:没有主次,像是记流水帐。下市场前,首先要把公司的产品根据当地的种植结构和用药习惯分一个主次,确定好今年的主导上量产品,然后再划分出重点的片区市场,最后再确定每个片区的重点客户。产品、片区、客户分了主次我觉得有以下几个好处:降低费用,提高收益。这样客户少了,片区小了,差旅费、电话费自然就少了,而销量我们却不少;目标明确,动力十足。这样划分主次,就是要告诉客户他是我们的重点客户,我的这个产品就是给他这个市场量身定做的;重点市场,重点产品容易上量,利于形成品牌。

写文章讲究有很多写作方法,做市场同样要会说会辩。写文章时往往会同时用几种方法,或叙述或议论过说明等,这样文章才,富有感染力。对我们的客户也是要多管齐下,给客户讲产品时,就要把的产品卖点、定位、价位、规格、促销方法做个详细说明;到了要钱的时候,客户不给,就要讲道理或者采用哭穷的编情手段。与客户打交道时一定要对自己对产品有信心,决不能让客户牵着鼻子走。

写文章最后的结束语也至关重要,做市场也要学会总结。文章的精华思想往往也是在结束语部分体现的。作为一个业务员如果想把自己的市场经验变成一笔财富那就写写总结吧!一个有抱负的业务员,他会更加注重这一年或者这段时间学到了什么东西,哪些有利于自己今后的发展,哪些不利于自己的成长,都要做到心中有数。

做市场有太多的不确定性,计划不如变化快,可是做与不做是个态度的问题,努力的话不一定成功,但是不努力就一定不会成功,人生亦如此。 (西北大区 李峰)

用田试验报道

我公司2010年度田间示范试验取得可喜成绩

本报讯 2010年度田间示范试验由科研所提供所有配方和试验药剂,技术部总体协调执行。不含今年秋季的大蒜田、麦田部分,包括18种配方单用、复配剂的不同用量,涉及9种作物,分布全国34个基点,试验面积计250余亩。先后有24名业务人员、技术部与科研所的相关人员具体承担,并得到相关区域处长、经销商的大力协助。在试验的重要时期,技术部、科研所主要技术力量先后到27个基点实地查看。共筛选出7个优秀配方,其中2个配方已出产品,1个配方即将出产品,其余4个配方将进入较大面积的试推阶段;另有5个配方继续深入试验。田间示范试验属引进、应用创新范畴,滨农科技已较大范围的连续进行5年,并不断总结与提高。该项工作为加快研发速度、新产品应用推广和提升公司综合竞争力奠定了技术基础。 (技术部 史大浪)

我公司在棉田难治杂草上取得重大技术突破

本报讯 打顶花、香附子都属于多年生深根杂草,严重影棉花产量和品质,入丁拔除和常规药剂防除都难以根除,是生产中的热点、难点,棉农久盼解决。在深入调研和广泛听取经销商意见的基础上,科研所、技术部已连续三年进行相关的室内和田间实验,已取得良好成果。尤其是2010年先后到新疆博乐、阿克苏、东营进行了正规系统的全面试验,明确了除草效果、用药量、用药时期、对棉花的安全性及应用注意事项,为解决生产难题,推广新型药剂,增加经济效益,提供了比较全面的技术支撑,同时也能提升公司的品牌信誉。

在东营棉田防除香附子试验科研所可工等领导实地视察

这项推广工作,涉及到不同地区的土壤、气候、棉花品种、种植方式、用药习惯的差异性,具体实施措施正在进一步商讨中,以确保棉田用药安全。 (技术部 史大浪)

PDF 文件使用 "pdfFactory Pro" 试用版本创建 www.fineprint.cn