



以科技之光照亮奋进征程

2019年通威股份科技营销年会即将启幕

通威股份及旗下 多家分、子公司荣膺 “四川省诚信民营 企业”称号

在“新能源反哺农业”的战略背景下,水产料全年增量超历史全年增量最高纪录,同比增量创农牧板块有史以来新高!

产品制胜、模式引领、服务增效、价值共赢,提升通威农牧核心竞争力,建立简单、高效、可复制的保障机制!

自2011年首次战略性汇聚以来,通威营销精英遵循着一年一会的传统,从天府之国走向标杆区域,学习市场营销管理运作的典范,以科技力量武装一线,探索因地制宜的发展目标及达成路径。经过多年沉淀,通威股份科技营销年会已成为股份公司营销体系的重要战略方针的传达会议,是思路统一的宣贯会议,是工作规划的研讨会议,更是通威市场人的营销盛会。

通讯员 贺茜

见证增量硕果 同比再创新高

11月9日至13日,2019年通威股份科技营销年会将重回通威国际中心,近800位水产、畜禽营销精英齐聚管理总部,在总结得失的基础上共商未来规划。本次会议是继2016年后,水产、畜禽营销将士首次共襄盛举。这得益于2019年通威农牧一路高歌猛进——回顾1到10月,在“新能源反哺农业”的战略背景下,通威农牧通过对外让利、对内激励、产品全面提质等一系列行之有效的举措,通过全体营销将士的共同努力,通威股份水产料全年增量超历史

全年增量最高纪录,同比增量创股份有史以来新高!

本次会议以“产品制胜 模式引领 服务增效 价值共赢”为主题,将继续延续2018年的会议形式及内容,坚定并持续围绕“对外打造、夯实、提升通威农牧核心竞争力;对内建立简单、高效、可复制的保障机制”的中心思想,以“聚焦、简单、可复制”为核心关键,全力推进“砍产品、砍规格”,推动营销“三合一”,推行“产统筹”,完善“业务员薪酬机制”,打造综合运营成本最低的核心竞争力。

延续核心内容 议程丰富多元

2018年营销年会按照管理总部主导+片区主导相结合的方式,上半场由总部主导,围绕产品+渠道+示范户+团队提出基础营销的要求,通过海南模式方法的学习达成基础营销动作固化的要求,下半场片区主导分子公司根据基础营销要求,提出2019年各公司目标和实现工作目标的落地措施。经过一年实践,通威股份整体销量的持续增长充分证实了围绕“产品+渠道+示范+团队”做好基础工作的

重要性。因此,2019年的营销年会将继续2018年的形式及核心内容,对2020年的营销工作进行整体规划。

会议期间,700余位参会人员将全员参与户外竞速拓展,在“比学赶帮超”的氛围中再次体验争创一流的拼搏精神。同时,大家还将组团前往通威太阳能成都公司智能制造生产车间,身临其境感受通威绿色生态发展的理念以及公司多年来在农业和光伏新能源领域持续取得的成绩。

“铁三角”先行 珠海游学提前预热

10月21日至23日,通威股份2019年水产服务工作研讨会在广东江门召开,各片区市场、服务、技术等体系主要骨干全程参会,通威股份总裁郭异忠出席并作重要指示。本次会议旨在复盘三户建设标准,探讨“铁三角”运行机制,分组研讨寻找共性问题并共创解决方案,为即将召开的营销年会充分预热。

会议期间,参会人员走访珠海海壹基地市场极具代表性的服务型经销商,聆听各片区服务牵头人剖析三户建设思路、落地情况及支撑营销工作举措,进一步深入学习无锡通威、珠海海壹、湖北特种料公司、广东通威等公司的优秀案例。大家从优秀公司在产品力彰显、服务营销一体化、小龙虾361养殖模式、鲢鱼项目等方面的有益探索中举一反三,积极探寻优秀片区及公司持续增长背后的逻辑。

通威股份总裁郭异忠会上作重要指示时表示,三十多年来,通威一直引领我国水产饲料行业及水产养殖业的发展,近年

来,随着市场对养殖品种的喜好和消费需求不停变化,饲料行业的激烈竞争倒逼从业者开始反思未来服务工作的方向。服务不是简单解决养殖过程中的点状问题,一定是配合优质产品和模式让用户效益真正提升,唯有通过服务让用户增效,将应急式服务变成增效服务,践行从“做好一袋料”到“养好一条鱼”的转型,才能在激烈的竞争中生存下去。本次会议的圆满召开,将引导片区及分子公司快速理解“营销三合一”理念并找到落实途径,从而着手规划2020年水产服务工作。

2019年前三季度,通威农牧板块坚持基础工作不动摇、坚持优质客户开发工作常态化,取得了熠熠战绩。同时,我们也必须坚定信心、鼓足干劲、拼搏实干、乘势而上,以更加奋发有为的精神状态,继续迎战今冬明春及2020年经营目标,再次浓墨重笔地谱写通威农牧板块新的壮丽篇章!2019通威股份科技营销年会即将启幕,夯实营销基础,打造综合竞争力,更多精彩即将呈现!

本报讯(通讯员 贺茜)10月25日,四川省民营企业“诚信百千工程”评选颁奖典礼在西部国际博览城隆重举行。国家发展和改革委员会、四川省发改委、省经信厅、省科技厅等17个部门联合开展诚信百千工程的省级部门相关领导,以及获评诚信民营企业代表悉数出席。

会上,通威股份有限公司、通威太阳能(成都)有限公司、四川永祥多晶硅有限公司、四川威尔检测技术股份有限公司、四川通威食品有限公司、成都春源食品有限公司等均榜上有名,荣获首批1100家“四川省诚信民营企业”称号。通威股份总裁助理刘辉芬应邀参与四川省民营企业“诚信百千工程”响应仪式,并代表公司现场领奖。

通威股份发布2019年第三季度报告

本报讯(通讯员 乔白滔)近日,通威股份有限公司(简称“通威股份”)发布2019年第三季度报告。今年1月至9月,通威股份实现营业收入280.25亿元,同比增长31.03%,实现净利润22.43亿元,同比增长35.24%。其中,公司在第三季度实现营业收入119.01亿元,同比增长33.32%。

此前,通威股份在2019年半年报中称,2018年以来,受非洲猪瘟疫情、养殖环保要求及国际争端引起的原材料价格波动等影响,养殖行情低迷,饲料企业成本增高,市场竞争进一步加剧。通过提升水产饲料在饲料总量中的比例,探索营销模式,2019年上半年,通威股份的饲料销量同比增长17%,营业收入同比增长14%。



通威股份2019年水产服务工作研讨会合影



通威股份2019年水产服务工作研讨会现场

战秋冬! 以决战决胜之势破局攻坚

通威农牧各片区, 各分、子公司总结前三季度工作, 全力以赴冲刺第四季度

记者 乔白酒 通讯员 翁云福 王芮 李剑 郑武添 叶家明 左正平 刘霞霞 刘小霞 张丽丽 王一

终日见征战, 秋冰鸣马蹄。新一轮的营销战役进入了秋冬之交的收官阶段。市场如战场, 剑拔弩张、寸土必争。对于水产养殖行业, 正是蓄积蓄势、厚积薄发之时! 2019年, 在市场竞争日趋白热化的态势之下, 通威“新能源反哺农业”全新战略的持续发力, 释放出强劲动能, 为牵引通威农牧板块稳健快速发展提供了重要支撑, 取得了业绩的全面突破! 当前, 各分、子公司正全力以赴打好最后的收官战役, 同时再次以决战决胜之势, 为来年的市场攻坚战做好了准备!

夯实基础 执行到位 华西片区冲刺“西南双料王”

近日, 华西片区三季度工作总结暨2020年预算工作会在永川顺利召开, 通威股份华西战区总裁成军和、通威股份禽畜营销总监喻明波及华西片区各职能线总监出席本次会议。

会议期间, 华西片区各公司充分总结、反思在三季度及2019年经营过程中的经验、教训, 强调营销基础工作的落地是最根本的增量途径, 明确了2020年的销量目标和增量措施。喻总就营销预算工作的推进再次做了强化、解读, 提供多

项市场开发和评估工作的具体方法, 并强调对销量增长有利的动作才是有效工作。成总要求各公司重新学习水产“三合一”和“畜禽133模式”, 梳理“三合一”模式和层级分工等基础动作, 强调模式推广要简单、有效、可执行, 想清楚并执行到位。

本次工作会议的召开, 为市场线指明了2020年的工作方向, 协助各公司完成了营销预算工作的初步制定, 在此基础上, 相信华西战区必定蒸蒸日上, 拿下“西南双料王”。



华东片区开启特水料营销新征程

统一思想 明确打法 华东片区“战秋冬”全面开启

近日, 华东片区特水料人员营销会议在南通召开, 会议围绕“统一思想、全面出击、勇创佳绩”为主题开展, 通威股份副总裁兼华东一区总裁王尚文、华东二区总裁助理柯善强、战区各分、子公司总经理及战区全体特水料人员共计150余人参加会议。

本次会议主要分为培训和营销会议两个阶段。针对新加入特水料团队的成员, 以“集中授课、标杆游学”的方式, 通过对特水养殖、营销、产品三个方面的知识进行培训, 并结合优秀客户拜访、养殖基地参观的方式, 帮助特水料人员构建特水料营销知识框架, 为即将到来的“战

秋冬”工作夯实基础。

会上, 柯总明确了2020年片区特水料营销战略规划, 同时将片区2019年特水料版块的标杆个人、标杆市场、标杆部门的优秀经验分享。并通过分组讨论的方式, 统一思想, 明确打法, 形成切实可行的“战秋冬”市场开发策略。王总表示, 特水料的大好时代正在到来, 行业正处于特水料发展美好时代的前半段。特水料的发展是华东战略规划的重要一环, 各公司务必要紧抓发展的大好机遇, 严格按照战区对特水料营销的要求推进工作, 助推战区2020年特水料取得大突破、大发展!



华南一区持续强化“三合一”模式为市场攻坚添能蓄势

战略聚焦 重点突破 华南一区持续强化“三合一”模式

近日, 华南一区“战秋冬”工作启动暨2020年水产料发展规划会议在广东通威顺利召开。通威股份华南一区总裁邓金雁、华南一区各公司营销总经理市场部经理、财务总监及人力资源总监等40余位主要负责人参会。

华南一区水产营养师孙瑞健博士对2019年产品得与失、2020年产品规划及产品力提升三个方面进行汇报, 重点提出需要市场、品管、生产等各部门协同, 才能稳定有效地提升产品力! 随后, 华南一区水产服务总监唐高强对2019年动保销量情况、2020年动保销量规划及营销“三合一”模式的推广三个方面进行汇报, 重点提出营销“三合一”模式必须重视, 由各营销总经理进行培训及推行!

华南一区片区总裁邓金雁对

2019年片区工作进行总结, 从销量、渠道、服务、产品、团队等方面分析, 成绩及不足之处, 并表示, 必须重点关注不足之处, 了解当前的形势现状, 不断突破, 先量后利最终实现量利双增的成果! “战秋冬”工作要从市场的摸排锁定, 储备及开发优质客户; 团队由数量型转换为质量型; 产品上优化产品结构等方面开展!

2020年竞争将更加激烈, 华南一区将继续以“战略聚焦、双轮驱动、重点突破、预算牵引、高效经营”的经营指导方针, 谋而后动、行且坚毅! 华南一区全员已经行动起来, 提前布局早谋划, 强化储备增长, 执行到位见成效, 大发展、大增长是解决一切问题的根本! 2020年华南一区定将实现销量大突破、利润大增长的高效经营!



华中一区合肥通威吹响“战秋冬”的号角

科技支撑 逆势突围 华中二区为“小龙虾”搭建“大舞台”

为了进一步明确行业发展趋势, 帮助养殖户掌握科学养虾的制胜方法, 近日, 沙市通威“小龙虾大舞台”财富倍增高峰论坛在荆州启幕。华中二区特邀行业技术专家以及百余位优秀经销商齐聚沙市, 共谋发展良策。长江大学动物科学学院苏应兵教授、通威股份水产研究所副所长乔永刚、沙市通威水产营销总经理魏雄参加本次会议。

魏总表示, 2020年小龙虾养殖面积将继续稳中有升, 随着产业发展成熟, 饲料企业的竞争将回归营销本质, 为客户创造价值才是企业的核心竞争力。2019年沙市通威小龙虾营销取得了不俗的业绩。公司斥资8000万即将建成华中区域最先进、

最专业的特种料生产车间, 为区域特种水产养殖带来新的希望, 为沙市通威虾料营销团队在2020年的大突破、大爆发奠定坚实基础。

随后, 长江大学动物科学学院苏应兵教授对小龙虾的市场现状和养殖前景进行了分析。鉴于小龙虾行业火爆的消费需求、完善的产业链布局, 苏教授予以乐观发展的判断。他理论结合实践总结了小龙虾养殖的“三大模式、八大技巧”, 令在场经销商受益匪浅。乔永刚博士表示, 通威对科技研发上不封顶, 详细展示了通威科技支撑下, 特种料产品的原料、生产等综合优势, 在小龙虾养殖转型突破的行业需求下, 通威科技将助力沙市通威在2020年的江汉平原上异

军突起。沙市通威水产部服务部经理叶栋才近两年一直战斗在市场一线, 总结提炼了适合荆州市场养殖特点的365养殖模式在会上分享。该模式将稻虾三季养殖模式, 配套相应饲料产品和动保产品有机结合, 可以让养殖户一年出三季虾, 每季虾最快25天上市。做到了早卖虾, 卖大虾, 同样养殖条件下可将养殖利润提高50%以上, 让养殖户用最简单的方式、用最快的时间, 实现效益最大化。

乐观的行业前景、得天独厚的区域优势、扎实的品力与服务力, 令在场经销商信心倍增。接下来的订货环节火爆开展, 现场订货率达60%以上, 多位客户在会后积极订货, 为战区明年的经营奠定了良好基础!

今年前三季度, 在“新能源反哺农业”的战略支撑下, 通威农牧通过对外让利、对内激励、产品全面提质等一系列行之有效之举, 通过全体营销将士的共同努力, 水产料全年增量超历史全年增量最高纪录, 同比增量创有史以来新高! 在行情低迷、非瘟肆虐、竞争加剧的残酷背景下, 用扬眉吐气的业绩捍卫了王者尊严! “战秋冬”的号角已然吹响, 全年收官战役在此一搏, 2020年市场攻坚迫在眉睫。西风烈、战秋冬! 农牧将士再次踏上新的征程!

资源共享 携手共赢 通威动物营养助力行业高质量发展

近日, 通威动物营养公司在郑州中古酒店召开以“资源共享, 携手共赢”为主题的鲲鹏论坛交流会。通威股份副总裁宋刚杰、水产研究所副所长乔永刚、通威动物营养公司总经理刘胜东及来自全国各地40多位客户参加本次会议。

会议期间, 通威动物营养公司总经理刘胜东围绕资源整合、通享模式与客户展开深入交流, 并表示, 长期以来, 各饲料企业都存在技术体系空缺的问题, 通威动物营养公司现已组建了一支由博士、硕士和中高级各类专业技术人员为主的高素质、年轻化的技术服务团队, 将为客户提供最满意的技术服务。通威股份水产营养师肖顺应就配方设计、技术体系建设、鱼病防治、原料搭配等热点话题展开论述。通威股份水产研究所副所长乔永刚就近年

来对鱼苗选择、原料选购的成功案例作了详细讲解, 充分展现了这些年来通威在水产研究方面的雄厚实力, 同时, 鼓励大家积极提问, 并在座客户互动交流。

通威股份副总裁宋刚杰对各位客户的到来表示由衷感谢, 并指出各行各业都会面临竞争, 养殖户会选择优秀的饲料企业, 优秀的饲料企业会选择更加优秀的预混料企业, 只有自身不断进步与发展, 才能在各种竞争中脱颖而出。通威动物营养公司有实力帮助大家成为一家优秀的饲料企业, 依托通威平台资源, 公司将从配方设计、原料采购、生产加工设备、生产加工工艺、品质检查等方面为各位饲料企业提供相应的配套服务。宋总希望未来与在座饲料企业加强交流沟通, 共同推进饲料行业的发展。

极致产品 极致服务 华北二区开展质量管理“雷霆行动”

为打造极致产品力, 确保产品优势, 实现来年销量大突破, 四季度的产品质量管理工作尤为关键。近日, 廊坊通威组织全员召开质量管理“雷霆行动”启动大会, 为2020年的发展打下了坚实基础。

会上, 公司组织品管部、生产部、技术部及全体营销人员对产品质量进行了讨论和交流, 并对问题进行了分类汇总。各部门负责人分别从生产工艺、库房管理、品控等方面查找自身不足, 分析原因并提出整改措施。配方师张建立分享营养设计思路对大家进行了相关培训。会议提高了全员质量管理水平意识, 营造了人人参与质量管理的良好氛围。

最后, 廊坊通威总经理邓廷政作总结发言, 并要求全员首先要具有安全意识、品质意识、成本意识和组织纪律意识。其次要有极致产品思维, 极致的产品可以秒杀一切营销, 最终征服市场的还是品质。当前顾客对产品质量有更高的要求, 大家必须提高产品质量, 找到和做出我们产品的比较优势; 同时, 全员要追求市场零投诉, 有投诉问题要以最快的速度反馈、解决, 不能因产品质量问题丢失客户。每位员工都必须扎实做好基础工作, 战秋冬、提质量、勤总结, 打造极致产品, 举公司上下之力为圆满完成满产满销目标而不懈努力!

坚定信念 协同作战 华中一区吹响“争做区域王”战斗号角

近日, 华中一区合肥通威组织开展以“融合协同、争做区域王”为主题的战秋冬素质拓展活动, 此次活动吹响了合肥通威战秋冬的号角, 促进了合肥通威新老员工的沟通交流, 提升了市场营销人员融合度, 增强了内外员工协同作战能力, 提升团队合作意识和目标感。

在“抱团打天下”的拓展环节, 经过多次失败后, 团队领头人反复接受惩罚, 但他们在困难和挫折面前没有放弃, 反而坚持振奋团队每一个人的精神。大家齐喊“通威, 加油”的口号, 感受到了团队的力量! 通过此次拓展, 华中一区合肥通威全员更加充分理解了“一群人, 一件事, 一条心, 一起拼, 一定赢”的真谛。未来, 华中一区还将继续坚持无条件执行的坚定信念, 全员不断强化执行力, 筑牢攻坚克难的基石。

在第三季度的关键节点, 华中一区对来年的布局和规划已经取得了成绩。近日, 随着最后一车混凝土在主车间楼板的浇筑完成, 南昌通威生物科技有限公司年产50万吨饲料生产项目主车间顺利封顶! 该项目7月7日破土动工, 在股份公司管理总部、战区各级领导的关心指导下, 在通广建设的鼎力配合下, 工程建设小组克服连续三个月的高温天气及工期短等问题, 仅历时99天, 安全顺利并保质保量地提前实现了主体车间封顶。目前, 项目部全体工作人员正竭尽全力, 力争在春节前完成设备调试, 早日完成投产目标, 向股份管理总部和片区领导交出一份满意答卷!



华中一区南昌通威年产50万吨饲料生产项目主车间顺利封顶

主动牵引 整合资源 海外片区助力产业链转型升级

10月25至28日, 通威股份海外片区经营分析会在越南通威召开, 会议围绕海外片区水产、畜禽营销模式提炼, 海外制度、流程梳理为主题展开。通威股份副总裁兼越南一区总裁陈平福、海外管理中心负责人邓孝华、采购总监卫利容、信息总监周勇、畜禽营销总监喻明波、通威大学校长张红缨、品管部长董秀洪等总部领导及海外各分、子公司代表参加会议。

会上, 海外各分公司汇报了前三季度经营情况及四季度规划, 前江公司、越南公司分别分享了畜禽、水产营销模式; 生产部、人力资源部、品管部、市场部、信息部等领导分别对海外片区各公司提出的问题和困难进行了解答, 并分别对海外发展提出了更高的要求。喻总宣讲了市场预算套表使用方法。

会议期间, 现场各参会人员共同探讨通威海外市场未来发展经营思路, 片区内各公司总经理各抒己见, 信心满满。探讨最终形成海外片区“315”规划目标, 即海外片区未来3年, 海外市场年总销量将突破100万吨, 贡献利润超5亿元。

根据制定形成的“315”规划, 片区内提出了“高任务、高激励、高速发展”的工作方针。为实现“海外再造一个通威”的终极战略目标, 结合实际

发展情况, 邓总带领大家共同探讨单一“产品力+服务”模式, 在应对现今市场产业链升级竞争模式下的应对方式。与会人员一致认为海外市场发展, 自身主动牵引整合其它资源, 成为产业链的组织者并联合打造产业链, 将是海外片区未来发展的方向。最后, 海外管理中心各线路负责人、总部各部门代表及海外各线路负责人共同梳理了海外片区各线路制度、流程。

近日, 越南一区2019年三季度经营分析会暨四季度计划工作会在同塔公司顺利召开。会上, 越南一区财务总监陈洪亮对2020年预算编制工作和套表进行了宣贯和讲解, 片区各职能线总监和各公司总经理先后汇报了三季度工作总结暨四季度工作计划。

通威股份副总裁兼越南一区总裁陈平福介绍了片区三季度的经营情况, 对各公司在三季度所取得的成绩给予了肯定, 同时也指出了各公司、各职能系统存在的问题和差距。特别强调了各级干部、员工要严格执行公司制度, 严禁弄虚作假, 严禁徇私舞弊, 严禁损害公司利益的行为, 干部要带头打造一个风清气正的阳光团队。最后, 陈总对四季度重点工作进行了部署, 希望片区各公司、各部门在四季度工作中, 全力以赴, 争取在全年取得好的成绩。

产品质量就是企业的生命线

通威股份畜禽研究所所长吕刚解读通威畜禽产品与饲喂模式

为何要深入认识饲料产品?

绿色农牧是通威的一大主业,饲料是通威提供的主要产品之一。我觉得有必要先认识饲料产品,或者说探讨下饲料产品到底包含哪些层面的内容。至于为何要在此探讨饲料产品的认识问题,原因有三:第一,我国每年的饲料消费数量很多,国内大大小小的饲料企业也非常多,但单靠饲料就做成一流企业的数量并不多。个人认为,饲料产品看似非常简单,但大多数饲料企业对饲料产品的认识是不够深入、不够彻底的。第二,饲料产品是一种生产资料,不容易被营销技巧左右。因此,饲料企业对产品本身的关注就显得非常重要。同时,随着养殖户养殖水平的提高,辨别能力也大幅提升,产品经营自然而然就成为饲料企业经营的核心要素之一。基于此,对饲料产品进行不同维度的分析就非常必要了。其三,通威的畜禽料从整体销量上在全国的排名虽然尚好,但单个公司的规模还不尽人意,股份自上而下对畜禽饲料产品本身的认识亟待提高,故也需要仔细分析产品本身。

在此,我们将简单地从产品的定位、产品稳定性、产品的表达、产品质量的传递这几方面来对饲料产品进行分析。通常情况下,产品定位和产品稳定性是营养师和公司在管理层面最重要的工作。

产品定位

产品定位是营养师将期望达到的养殖效果进行量化或术语化的过程。包括产品的质量定位、产品的价格定位、产品的类型定位、产品的受众定位和产品的区域定位等,其中前两者是核心和根本。各个区域应当根据当地养殖情况、受众和市场需求情况进行梳理,力求满足市场需求的同时,又能保持差异化。产品定位必须要技术和营销共同参与。通威股份副总裁兼技术总监张璐曾在2018年9月技术体系变革汇报中提出:“坚持一个中心,即以产品质量为中心,坚持快半步原则,同时要求产品定位不允许低于竞争对手,坚持性价比优先不动摇,坚持产品梳理不动

摇,坚持产品培训不动摇。”

产品稳定性

产品稳定性是产品质量持续真实表达的前提。产品的稳定需要科学合理的配方、优质的原料和对生产过程的严格把控。

产品表达

产品表达是产品质量定位转化为可见的养殖效果的过程,也是养殖户接受饲料产品的过程。产品质量的体现必须要进行大量的实证示范。在养殖过程中影响养殖效果的因素有很多,而饲料仅仅是其中的一个因素。因此,在做实证时应尽量减小或避免因养殖户的群体数量太少、动物的群体数量太少、动物选择有问题、养殖户的条件太差、养殖户的观念太落后、没有按公司方法模式操作等因素引起的实证失败。选择优质客户是实证示范成功的关键。

产品质量传递

有了好的产品表达,就需要将效果传递出去,来促进销量的提升是营销要做的重要工作。产品表达仅仅是让部分养殖户知道了我们的产品定位和稳定性,但更多销量的提升来自于没有做实证的客户,而产品质量的传递就是让没有做实证的大部分客户信服的过程,比如:小交会、推广会、招商会、横幅、海报、微信、网页、公众号等都是产品质量传递的过程,此过程在一定程度上决定着销量的突破发展。同时我们质量传递的过程也是我们内外上下信心传递和扩展的过程,所谓“人心齐泰山移”,主要还是信心和上下同欲的问题,但上下同欲的首要基础是信心,而信心又来自于良好产品质量的不断传递。

产品的定位、产品稳定性、产品的表达、产品质量的传递这几方面,它们之间是相辅相成,相互影响。一个产品连定位都很模糊,无所谓稳定性,一个稳定性不好的产品,定位做得再好也不可能持续上量,销量的上下波动和徘徊是稳定性不好产品的大致格局。



通威股份畜禽研究所所长吕刚

近两年通威农牧板块的发展战略是“先量后利”,“一切为了销量”。目前的市场竞争中,决定产品销量的因素很多,但产品质量无疑是最基本也是最重要的一个。而且,市场竞争越是激烈,越需要质量稳定的产品带给销售员底气,带给客户信心。

如何利用模式饲喂助力市场竞争?

面对激烈的市场竞争,通威畜禽研究所不仅投入了大量的人力物力开发了优质的产品,在让优质产品发挥“1+1>2”的作用方面更是倾注了大量的心血,开发了一系列的养殖模式。从股份总部的6615模式、8080技术、261模式、“七天大胜”、333模式、133模式到分子公司的3188模式、1500模式、2124模式无不彰显通威农牧人的智慧。

近期受非瘟影响,禽料市场竞争非常激烈,可能在未来1到2年内,禽料的竞争仍然会比较激烈,不管是通威还是其他饲料公司都感受到了前所未有的压力。在这样的市场环境中,我们要采用什么样的打法才能在竞争中存活并取得一定的成绩显得尤为重要。模式打造是通威一直以来坚持的方式。

通威禽料“133模式”设计直击家禽养殖业和饲料企业痛点,剖析竞争对手现状,结合饲料企业实际,同时兼顾行业未来发展趋势,将采食调控、精准营养、肠道保健和抗氧化系统的理论融会贯通,采用禽畜技术的商业化思维:市场化+差异化+成本优+稳定化,实现为养殖户提升效益。

通过一套饲喂模式将通威优质禽料产品进行有机结合,在家禽养殖的关键环节结合通威三新养殖的育雏、急救、促长/增重功能包,帮助养殖户达成养殖增效30%的目标。虽然“133模式”推出已经有1年多了,但各公司推广的效果参差不齐。7月底8月初,通威专门组织了禽畜市场部、禽舍所、三新药业等到各公司对禽料“133模式”进行专题培训。从培训的效果来看,我们还有很多工作需要做,需要去落实。模式的推广需要时间,效果的表达和彰显需要时间,但更需要我们踏踏实实,一步一个脚印地做工作。

一个人的成功与其专注的态度、坚持不懈的努力分不开。一个饲料企业的成功必定与其对饲料产品的深刻认识有关。于饲料企业而言,产品质量就是企业的生命线,是其在市场竞争中取胜的前提,也是最有效的武器。于通威而言,目前“133模式”是优质产品和优质动保的强强组合,是通威禽料参与市场竞争最有力的武器!

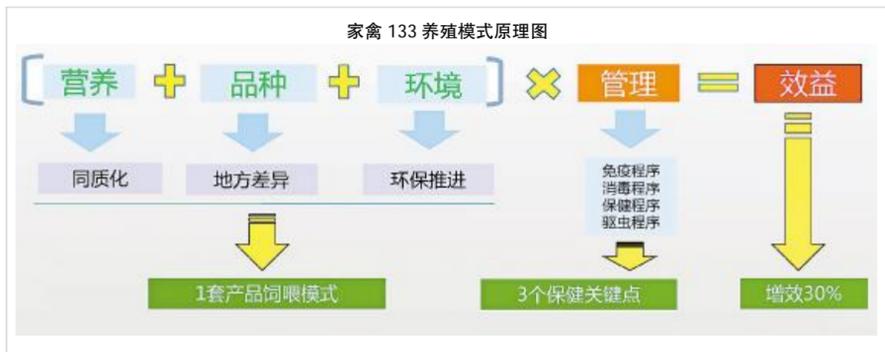
为什么必须用商业化思维武装畜禽技术?

做饲料配方对从业人员的专业性要求非常高,一名优秀的配方师不仅要熟练掌握不同动物在不同阶段的营养需求,清楚地知道原料品质对饲料品质的贡献,清楚地知道降低一个料比需要改善某个或某些营养指标,游刃有余地使用有性价比的优势原料,提高饲料产品的性价比。

饲料是一种商品,饲料经营是以销售饲料为基础,追求利润的商业行为。因此,在进行产品定位时必须要把产品需要达到的养殖效

果,对市场期望纳入其中。

从营养师的角度,产品定位就是将商业化思维和禽畜技术进行融合。在饲料市场竞争趋于白热化的今天,营养师不仅仅要有良好的技术,还需要有市场意识、差异化意识和群体均匀度。在明确了产品重点开发阶段、竞争对手情况和衡量标准之后,产品的定位就非常清晰了,营养师的配方设计有了明确的参数,产品的特点和卖点也就自然而然地总结出来了,市场宣传和推广也就有了方向。



标杆

弯道超车 逆势上扬

通威农牧多个分、子公司畜禽料 2019年前三季度销量再创新高

近两年,在畜禽养殖行业竞争日趋白热化,加上非洲猪瘟等疫情爆发,行业优胜劣汰加速,畜禽养殖大幅去产能,整个行业畜禽料销量严重下滑。疫情不可怕,竞争也不可怕,最可怕的是养殖户失去信心。在此背景下,通威积极寻求突破,与行业标杆企业对标,通过塑造自身的品牌力、产品力以及服务力,帮助广大养殖户重塑信心,成为了行业的领跑者和变革发起者。其中,部分分、子公司实现了畜禽料销量的跨越式增长,不断完成一个又一个的挑战目标。未来,全体通威将士还将继续坚持扎实做好基础工作,战寒冬、强开发、勤总结,为圆满实现产销全面突破的目标而不懈努力!

记者 乔白酒 通讯员 常亮 马桥 吴思妮



华西片区四川通威完成畜禽料月销量万吨挑战

首次突破万吨 华西片区四川通威禽料书写历史新篇

近日,四川通威自建厂以来禽料首次月销量突破10000吨大关,再次刷新四川通威历史新高,完成禽料顺势而为挑战万吨月销量的战略目标。在非洲猪瘟肆虐的大背景下,四川通威积极寻求突破,助力禽料每月销量跳跃性增长,不断完成一个又一个的挑战目标。

四川通威一直坚持扎实做好基础工作,团队系统性地提出了小鸭料饲喂模式,结合“通威133保健套餐”,形成了“通威小鸭料吃一斤长一斤”良好的前端用户体验。此外,公司营销团队密切关注质量跟踪点的肉鸭整个饲养流程养殖数据,充分发挥市场联动“铁三角”高效运作,做到了“通威肉鸭料早出栏2天,千只多赚1500元”良

好的市场口碑,同时形成了大量的“粉丝社群”。得益于这群“粉丝”,四川通威鸭料已经连续三年赢得乐居地区“鸭料王”的美誉。

得益于多年持续发展,四川通威已在眉山、乐山肉鸭区域市场获得了市场占有率第一的良好业绩。在此基础上,2019年四川通威总经理彭金钢亲自挂帅调研蛋鸡料市场。禽料部组建专业蛋鸡料开发团队,通过实证开始,从一颗蛋的外观、重量、口感等方面入手,召开用户座谈会、养殖技术培训会,邀请客户参观公司,为禽料销量增长,打下坚实的基础。在充分调研的基础上,四川通威进一步明确优质大客户开发战略,目前已初见成效,为公司销量的稳固提升提供良好的保障。

勇夺粤东销量桂冠 华南二区揭阳通威称“畜禽料区域王”

近年来,粤东大地养殖户饱受非瘟摧残。区域内存栏量锐减70%以上,畜禽料企业举步维艰,或转型、或关停。残酷的行业背景下,揭阳通威禽畜料团队重塑信心,全员励精图治,从2019年第三季度起,环比持续增长,实现弯道超车,连续三个月称“畜禽

料区域王”,一跃成为粤东畜禽料第一品牌!

揭阳通威禽畜营销中心总经理郭桂林多次为干部团队开展思想工作,让团队明白面对困难应不忘初心,并最终全员统一方向,彻底消除团队杂念。今年1到9月,公司开发了23名

百吨级以上优质经销商,10个规模化养殖场。为通威禽畜料在粤东大地实现全面突破,埋下了希望的种子。在团队的共同努力下,兴宁、龙川大区等部分区域出现“逆非瘟现象”,实现销量同比大幅增长,为团队打了一针强心剂,更加坚定了团队信心。

紧跟粤东市场变化,揭阳通威重新优化禽畜团队组织架构,建立起“比、学、赶、帮、超”一系列机制,为禽畜料发展提供了强有力的保障,同时以环比增量为考核导向,严格执行末位淘汰机制,业务团队从60多人逐渐精简到不足20人。

在行业由于非瘟而疲软的时候,揭阳通威重新梳理产品系列,对产品追加100-200元/吨的抗病营养成本投入,提升畜禽免疫力,与养殖户

一起共渡难关。在众人放弃畜禽料谋求转型之时,揭阳通威另辟蹊径,大胆启用散装料车——降低猪场用料成本、人工费用,大大降低猪场感染疫情的风险,全方位满足规模猪场的实际需求。此外,市场团队全力协助猪场非瘟防控及灾后复养,开展《携手通威共御非瘟》《生猪复养势不可挡》等系列大型技术推广会50余场;公司增添消毒设备,确保厂区生物安全,从饲料源头防控疫情;生产团队高效协同,确保产品供应;在行业危机时刻坚守阵地,与广大养殖户共渡难关。未来,揭阳通威还将继续凭借不忘初心的坚持、上一心的团结、敢打敢拼的无畏,在残酷的行业背景下强势捍卫“粤东区域王”地位!



华南二区揭阳通威禽畜料团队强势捍卫“粤东区域王”

三大对策解决“两大痛点”

通威助力水产养殖户实现秋冬养殖稳定盈利

记者 乔白滔 通讯员 张玉宝

痛点一 平均气温偏低

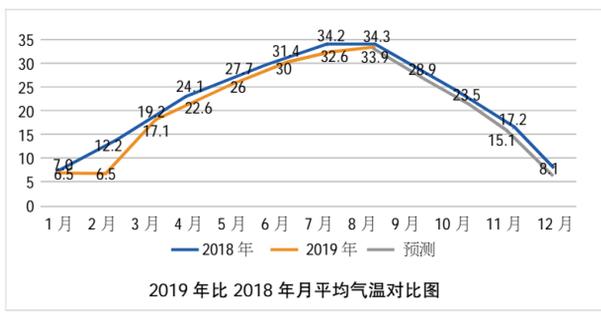
2019年对于水产养殖行业来讲,无疑是个灾难年,天公不作美。据气象统计分析,今年月平均气温比往年普遍偏低2到5摄氏度,尤其是今年入春较晚,鱼虾蟹开口时间比往年要延迟半个月以上,导致其投喂管理时间顺延缩短。上半年鱼价持续低迷,热水鱼出塘情况大大降低,致使养殖密度增加。加上全年气温水温波动较大,昼夜温差的波动情况比较频繁,致使今年鱼病频发,饲料投喂不下去。

痛点二 冬季出鱼受影响

去年至今年上半年鱼价的低迷和小龙虾的火爆导致2019年养鱼数量急剧下降,同时非洲猪瘟肆虐造成猪肉价格飞涨,猪肉和猪肉基本可以实现替代,这就造成从8月份开始鱼价开始回暖,预计2019年下半年至2020年出鱼价将会会有一个较大的涨幅,要想取得经济效益,必须抓住这一波行情!但由于天气、鱼价、鱼病等种种原因导致现阶段全国的存塘鱼规格都比往年小,这就衍生出了一个大问题:冬季出鱼势必受到影响,继而影响来年养殖和增加泛塘风险!更为不幸的是今年冬季将会来得更早,意味着本身池塘规格的鱼普遍偏小,养殖周期再缩短,如果今年养殖不做调整,将无法抓住好行情,造成巨大损失。



在通威的帮助下,养殖户抓住行情、稳定出鱼



对策一 保住鱼是根本

进入养殖后期,正是我们渔民收获的季节,千万不要因为一时疏忽而功亏一篑。通威建议养殖户晚上12点按时打开增氧机,千万不要等鱼浮头再开。

每天坚持巡塘,发现异常要及时处理;检查养殖设施线路的稳定和安全,最好自备发电机,一旦停电有应急装备。

对策二 预防鱼病是基点

无论是现在还是整个养殖过程中,预防的成本比治疗的成本要低得多。

跑塘口的时候发现很多养殖户是没有预防意识的,尤其在今年鱼价低迷的时候,老觉得用动保下去就是“乱花钱”,其实不然,想一想发一次鱼病得死多少价值的鱼,而且还要用大量的鱼药拯救,花费远远比预防多。况且提前预防将水质调节好后能够降低饵料系数,减少鱼病,增加白鲢产量,一举多得,何乐而不为!通威建议进入养殖后期,定期做好底质改良,最好7天使用一次改底解毒产品。

对策三 提升料档是关键

根据2019年的行业现状,要想有突破就一定要将池塘的“货”卖出塘。拿到手里的钱才是真金白银,在塘里的都是老天爷的。水产养殖在我国高速发展几十年,我们从最初的自然放养到后面人工喂草再到喂饲料,无不在印证水产养殖的发展趋势一定是“提升料档,缩短养殖周

期”。今年鱼种普遍偏小,养殖周期也被无情缩短,如果我们再不提升料档,那意味着池塘里的“货”真的只能任由天收了。说得再多还是要我们养殖户自己学会判断行情,学会决策自己的经营管理模式。通威建议及时调整料档,替换常规颗粒料,使用高质高价膨化料产品。

通威助力鲫鱼塘口防控氨氮及亚硝酸盐过高

记者 乔白滔 通讯员 陈德举

近期大丰地区多个鲫鱼塘口爆发鲫鱼大红鳃、鳃出血等疾病。笔者通过走访调研了数十家塘口,发现鲫鱼塘口因氨氮和亚盐过高而引发的腐蚀、破坏鳃组织,造成鱼体组织缺氧,最终转化成大红鳃及鳃出血。笔者通过多个案例总结,以期对鲫鱼养殖户预防大红鳃、鳃出血提供参考依据。

氮循环是池塘生态系统物质循环的重要组成部分。在养殖过程中,水体中氮的主要来源分为两个部分:一是养殖动物本身的排泄,二是沉积在池塘底部的残饵等含氮有机物的分解。水体中氮分为有机氮和无机氮,有机氮通过氧化细菌最终转化为氨态氮,各种无机氮通过硝化细菌和反硝化细菌来转化。

水体“双高”有哪些危害?

一般来说,我们可以使用氨氮试剂盒测得水体总氨氮。离子氨一般认为是无毒的,但分子氨毒性极强,分子氨和离子氨的比例受温度和pH影响。一般情况下,水体温度和pH越高,分子氨比例越高,氨氮表现出来的毒性越强。养殖动物越容易氨氮中毒。这也可以解释为什么有些养殖户塘口氨氮较高,但鱼吃食生长情况均好,即其离子氨比例大于分子氨。但也是这个原因恰恰让养殖户忽略了氨氮过高的影响,造成养殖动物慢性氨氮中毒。具体表现为以下几点:

1、妨碍水生动物体内氨的排泄。大部分淡水鱼类通过鳃直接将氨排出体外,水体氨氮浓度过高,鱼类排氨不易,最终影响鱼的摄食,生长速度下降。

2、腐蚀鳃组织,破坏鳃组织的黏膜层,增大了鳃被各种病原菌感染的机会。

3、影响鳃的呼吸,由于对鳃组织的破坏,影响了鳃组织和水体之间的气体交换,使得鳃对水体溶氧的吸收和转运能力下降。

4、氨对渗透压的影响,水体中高浓度的氨增加了鱼类对水的渗透性,从而降低了体内离子的浓度。而亚硝酸盐对鱼体的影响表现为:亚硝酸盐能够与血液中的血红蛋白结合,影响血液对氧的运输,导致鱼体相关组织和器官缺氧,长期生活在亚硝酸盐高的水体环境中的水生动物容易出现生长速度缓慢、对病原的抵抗力不强、易患病等情况。

通威成功处理案例

王老板塘口连续两日鱼上台情况较差,每次两小时后投喂下风口膨化料较多,其直接使用复合芽孢活化后全塘泼洒。期间,吃料恢复加大投喂量。三天后氨氮含量 $\leq 0.2\text{mg/mL}$ 。由于其加大投喂更高蛋白的颗粒料,水体亚盐含量逐渐增加。第一时间处理,也使得该塘口未出问题。

Tips:

入秋以后,秋高气爽时,正是鲫鱼育肥的关键时刻,许多养殖户只注重用高蛋白育肥而忽略了水体可承载的氨氮亚盐含量,经过一整个夏天的投喂,池塘底部堆积大量的排泄物和残饵,秋季降温后,日夜温差较大,水体交换,再加上育肥的高投喂量后很容易造成水体氨氮亚盐过高的情况,针对此类情况的调控措施如下:

1、合理科学的安排投喂量;2、紧急情况下,有条件的可进行换水;3、晴天多开增氧机;4、针对水体较瘦的池塘可适当增施磷肥,通过丰富藻相,吸收氨氮和亚盐;5、针对水体较肥,藻相丰富的塘口,可使用通威复合芽孢,添加5%红糖,配合微生态制剂联合使用,作用快,效果显著。

携手二十年 成就鱼鸭混养传奇

广西养殖户讲述20年与通威结缘的致富故事

近几年,广西市场正面临着网箱拆除这一严峻挑战,导致广西水产行业养殖区大转移,养殖结构大调整,如何引导养殖户转变观念,利用可持续发展的养殖模式,为养殖户创造更大的收益是亟待解决的问题。

记者 乔白滔 通讯员 王利香



黄老板在塘头为通威的产品和服务点赞

■ 鱼鸭混养有妙招 轮捕轮放增效益

鱼鸭混养可充分利用水面,做到资源共享,良性循环,从而实现双丰收的目的。鱼鸭混养模式沿用已久,自古以来很多人通过此种模式进行养殖,而广西宾阳养殖户黄应生却养出了新花样,采取鱼鸭混养、轮批放养模式,获得了持续稳定的收益。罗非鱼价格为6元/斤以上,今年总盈利预计达至40-60万。他是如何在市场行情低迷的情况下创造出这样的养殖成绩呢?为此我们特意拜访了黄老板。

黄老板在宾阳马兰有4口塘,共80亩,均是鱼鸭混养塘。他

从1999年就一直使用通威饲料,对通威高度认可,是通威的忠实客户。当记者问到:当年广西市场还没有通威生产基地,只能从四川、云南、广东等地调料,20年来,您为何坚持使用通威饲料?黄老板说:“自从搞养殖以来,每一年都赚钱,只是随着行情变化有赚多赚少的区别,近几年平均盈利达30-40万/年,是通威的质量和养殖效果的稳定让我一直坚信使用通威饲料。”最后,在鱼鸭混养模式的基础上,他还慷慨地分享了养殖经验,希望帮助更多的养殖户发家致富。

■ 科学养殖理念 造就致富传奇

黄老板有非常好的养殖理念、规划和养殖习惯,平时以预防为主,定期调水改底健鱼,很注重池塘的管理及动保的使用,现在每年平均要使用5到6万元的动保产品,养鱼收益每年能达到30到40万元,每年都是鱼鸭双丰收。

黄老板深谙“好记性不如烂笔头”的道理,所以不管是养鱼还是养鸭,黄老板都详细地记录了自己的买苗记录、用药记录、出鱼情况、出鸭情况等。黄老板的记录本就像是一本百科全书,用黄老板的话说就是:“做好养殖记录,这样方可温故而知新,遇见下一次养殖可能会出现的问题并能快速解决”。在养

殖技术与鱼病防控经验方面,他已经是专家级别的水准了。不过,黄老板又谦虚地表示,这些都是跟通威学来的!并谈到:“反正一直以来我就是这样做的,从来没有亏过钱,不管行情好坏,我只是赚多赚少的区别。我都不知道那些养鱼亏钱的人是怎么亏的。”

黄老板二十年“屹立不倒”的养殖传奇,告诉我们水产养殖要有科学的养殖理念,重视合理的养殖规划,养成良好的养殖习惯,平时做好预防工作,定期调水改底健鱼,注重日常管理,这样才能少发病,保证产量,保障利润,年年实现丰收!

■ 经验分享

养鱼管理:黄老板在3至4月放罗非苗,6月底7月初开始卖罗非鱼;8月放草鱼苗,来年3至4月开始卖草鱼。养鱼全过程形成了固定的流程,认真而细致,且不断地总结优化。总结其养殖流程及关键点如下:(1)清塘消毒。鱼种下塘前,每亩1米水深用茶麸50公斤打碎池水一日一夜后全塘泼洒,再用生石灰100公斤化水溶解全塘泼洒,7至10天毒性消失后可放鱼种养殖。(2)鱼种消毒。鱼种落塘前,用3%食盐水浸浴鱼体表5分钟,杀灭细菌和寄生虫;草鱼种则注射疫苗进行免疫预防再落塘养殖。(3)科学投喂。投喂要做到“四定”,要投喂量足,质好,适口的饲料。(4)水质管理。定期用乳酸菌进行扩塘,池水保持肥、活、嫩、爽,透明度控制在30公分左右,池水pH值保持在7至8。(5)鱼病防治。夏秋季每7至10天换水一次,排放30厘米老水,灌入30至40厘米新水,每7至10天用1ppm漂白粉化水全塘泼洒,或每亩1米水深用生石灰20公斤化水溶化全塘泼洒。适时开动增氧机,防止鱼类泛塘浮头。适时投喂诱饵,增强鱼体抗病能力,促进生长。(6)勤巡塘,做好防逃、防病、防汛、防盗等工作。

养鸭管理:黄老板养鸭没有固定的时间期限,一般70多天出一批鸭,并且分批进雏鸭和卖成鸭,平均每天卖100到200只鸭。养鸭主要养殖关键点为:(1)科学饲养。做到饲料合理搭配,定时定量饲喂,不喂霉烂变质饲料,饮水清洁充足,温度、湿度、密度适宜,空气新鲜。(2)防治疫病。一是搞好鸭棚清洁卫生,坚持消毒,清洗鸭棚,人不能随便进入鸭棚,消灭传染源。二是饲养鸭30日龄时注射一次疫苗预防鸭瘟。70至80日龄时进行禽霍乱防疫。在此基础上,黄老板采取了一个和别人不一样的措施:采用轮批放养的方法,将雏鸭和成鸭分开饲养,避免了不同批次的鸭互相感染。

防非禁抗 创新转型

2019年四川省饲料行业年会

FEED INDUSTRY IN SICHUAN IN 2019 ANNUAL MEETING

2019-11-7-8 中国·成都

主办单位: 四川省饲料行业协会 协办单位: 四川省饲料工业协会 承办单位: 通威饲料有限公司 支持单位: 北京新日达饲料有限公司 成都美迪生物技术有限公司 北京科为生物技术股份有限公司 四川德邦饲料有限公司 德康(成都)企业管理有限公司
 赞助单位: 新希望六和饲料有限公司 四川特农投资有限公司 四川德力士实业有限公司 成都正大有限公司 四川德康饲料有限公司 成都和康饲料有限公司 成都和康饲料有限公司 四川德康饲料有限公司 四川德康饲料有限公司 四川德康饲料有限公司
 成都大成农牧生物技术有限公司 成都德康饲料有限公司 四川德康饲料有限公司 四川德康饲料有限公司 四川德康饲料有限公司 四川德康饲料有限公司 四川德康饲料有限公司 四川德康饲料有限公司