



2019 通威股份科技营销年会隆重举行, 刘汉元主席出席并作重要指示

理清楚, 并执行到位!



通威集团董事局刘汉元主席作重要指示



大会现场

11月11日至13日, 2019通威股份科技营销年会在成都隆重开幕, 十一届全国政协常委、全国人大代表、通威集团董事局刘汉元主席, 通威股份董事长谢毅, 通威股份副董事长严虎, 通威股份总裁郭异忠等领导出席大会。海内外营销精英、技术体系员工、管理总部各部门主要负责人等700余人齐聚一堂, 共同见证一年营销工作硕果, 围绕“产品制胜、模式引领、服务增效、价值共赢”的主题, 在统一战略思想的基础上落实来年发展目标及路径。刘汉元主席在会上向全体通威将士发出“理清楚, 并执行到位”的号召。

记者 乔白滔 通讯员 贺茜



通威股份董事长谢毅作重要讲话

夯实营销基础 积蓄核心力量

通威股份总裁郭异忠为本次盛会开幕致辞, 感谢所有一线员工为实现公司产销突破所作出的卓越贡献, 并强调2019年是通威股份连续召开营销年会的第九年, 也是股份公司实现巨大增量突破的一年, 在创造这一里程碑式纪录的关键时刻召开本次会议, 意义重大。面对激烈的竞争和不断下降的行业利润, 打造核心竞争力、形成通威独有优势、稳住龙头企业巨轮方向, 成为脱颖而出的

“革命军”, 是我们当前形势下需要深入思索的重大课题。希望大家在接下来的会议期间认真领会、充分研讨, 齐心协力、上下同欲, 建立有效机制, 夯实营销基础工作, 走到市场一线去, 为今冬明春市场工作积蓄力量。

本次会议延续2018年会议形式, 上半场由总部主导, 统一思想、明确方向, 下半场由片区主导, 继续夯实营销基础动作, 再为客户创造价值。11日下午, 会议按照

水产、畜禽不同业务划为两个分会场, 通威股份畜禽营销总监喻明波、水产市场部长贾光文以及市场营销部相关工作负责人分别作专题报告, 对各业务领域未来重点营销工作提出具体要求。同时, 虾特料片区、河南通威、茂名通威、洪湖通威、广东通威、沙市通威、湖北特种料等优秀片区及公司负责人在会上分享销量增长逻辑, 为参会兄弟公司提供可借鉴的成功经验。



通威股份总裁郭异忠作主题报告

不忘创业初心 坚定奋斗信心

在13日的会议上, 郭总作本次年会主题报告, 回顾通威股份1到10月水产料增量水平刷新历史记录、实现增量历史最好水平的丰收战绩, 并分析当前严峻的行业形势, 强调饲料行业正向绿色、健康养殖推进, 饲料营销各要素均正在发生改变, 渠道转型、养殖规模化、打造产业链已是行业生存的必然。

郭总指出, 要想成为行业中的“革命军”, 唯有打造核心竞争力, 持续不断地巩固、提升和奋进。在通威精神的传承

下, 兄弟公司给了我们极好的榜样, 我们更应当不忘创业初心、打造竞争核心、坚定奋斗信心, 真正建立有效保障机制, 打造通威农牧综合竞争力。同时, 为实现理性成长、高质量发展, 郭总在报告中再次对强化执行营销基础工作予以强调, 指出唯有踏踏实实走好脚下的路, 扎扎实实做好手中应做的事, 才可以攻守兼备、不战而胜。

随后, 通威股份董事长谢毅作重要讲话, 并表示, 在当前经济环境和饲料行业

的新形势下, 2019年农牧板块逆势增长, 在全体通威人的共同努力下, 今年饲料总销量、年度增量、水产料增量均创公司成立以来的历史最高, 销量的大幅增长, 也让团队的士气和信心倍增, 更让大家对明年目标的完成充满信心。谢董要求大家进一步打破惯性思维, 务必想清楚, 并坚决执行到位, 同时坚守底线和原则, 真正践行通威“诚、信、正、一”的企业文化, 想清楚如何实现高质量发展、可持续发展, 真正把高效经营落到实处。

重申扬长砍短 再提执行到位

会议最后, 刘汉元主席作重要指示, 并指出今天的掌声和荣誉是大家共同努力的结果, 每一位营销将士的成就都是通威的成就, 感谢和祝贺大家在全国各地市场工作中取得的成绩。当前经济形势严峻, 行业增长原地踏步, 非洲猪瘟造成生猪存栏创历史新高, 通威在行业寒冬实现了水产料超过20%的逆势增长, 禽料以增幅近60%走在了行业前列, 这一切让我们对自己的工作、团队有了信心, 对拼搏充满底气, 这是大家来年开展工作的信心支撑。荣誉代表过去, 发现问题、解决问题、正视问题, 才有可能让大家的未来走得更好。

刘主席现场分享了餐饮、智能手机行业代表性企业主营产品结构及近年经营轨迹, 再次重申扬长砍短, 理清楚并执行到位, 对控制产品边界、统一产品定位及规范标准予以强调。刘主席表示, 通威曾在20年前提出公司质量方针, 即始终站在用户养殖目标最大化的角度去选择原材料、组织生产工艺、确定产品定位、全程强化服务。当前所有营销工作一定要以满足本质需求为重点和唯一主要目标, 想清楚才能在专业岗位指挥千军万马。销售是龙头, 业务人员守土有责, 因此市场激励机制一定要活, 并一定要落到实处, 希望大家加强内部数据跟踪, 做到天天捷报频传。

刘主席指出, 如今通威鱼已经在成都市场培养起一批忠实的品质追随者, 通威“渔光一体”模式进一步升级实现自养自销, 大有可为, 希望大家想清楚公司商业逻辑, 理明白商业思路。相信兄弟公司之间互相学习、互相借鉴, 相互支撑, 双主业带来的多方协同效应足以支撑一个世界级企业的持续发展, 理清思路, 干好今年第四季度的工作, 明年一定会更加卓有成效。

(更多报道详见2版)

让中国对虾走向世界

刘汉元主席出席第二届华夏对虾种业创新联盟大会

本报讯(记者 乔白滔 通讯员 贺茜)11月19日, “2019第二届华夏对虾种业创新联盟大会”在通威国际中心隆重举行。联盟专家委员会主席、中国水科院黄海水产所原所长王清印, 国科现代农业产业科技创新研究院院长田冰川, 中国科学院海洋研究所研究员相建海, 十一届全国政协常委、全国人大代表、通威集团董事局刘汉元主席, Benchmark Holdings Plc 总裁 Philippe Legler, 汇泰投资集团董事局主席张荣强等嘉宾以及联盟成员出席本次会议。通威股份副董事长严虎, 通威股份总裁郭异忠参与座谈, 与联盟成员共同探讨国内对虾产业发展现状与未来工作计划。

本次会议以“共建大平台、共创新未来”为主题。与会专家学者基于水产种业大发展格局, 围绕国内对虾基因组测序突破进展、高效定向选育、联盟企业统一标准、种虾供应与技术等问题进行深度探讨。与会代表表示将进一步结合各方力量推动行业发展, 基于国内扩繁和生产能力, 与上游企业密切合作, 创新优质种虾品种, 协作引导中国的对虾



合影留念

业走向世界。

严董表示, 青岛海王在“壬海一号”上的选育基础, 通威在大宗饲料以及后端市场的品牌实力, 再加上 Benchmark 在建立庞大对虾基因库方面的丰富经验, 形成了紧密的、高度互补的合作关系。国内对虾成活率低、种源缺少, 自主创新选育亲虾成为了迫切需求。通威与 Benchmark 的合作将进一步增加技术和资源引入力度, 更加严谨科学

地找到试验成功并获得广泛认可的样本与种虾。

刘汉元主席表示, 做好对虾选育的关键, 是专业人员以及选育团队的信心和恒心, 在不同阶段选择合适的方法与目标来控制好品种。对虾在中国具有庞大的消费市场, 但目前国内对虾选育还相对落后。不同批次的生长速度、抗病能力、成功率等还有较大差异, 希望通过与 Benchmark 公司的合作交流, 为行业

选育出能够高度适应国内环境的亲虾, 共同促进水产养殖行业的高质量发展!

据悉, “华夏对虾种业创新联盟”于2018年7月正式成立, 始终贯彻国家推进创新驱动发展战略、深入实施乡村振兴战略及有关政策部署, 聚集全球育种资源和行业创新要素, 致力于成为高水平的创新联合体, 进一步推动我国对虾育种及相关产业的发展。

控制边界 强化支撑

2019年通威股份财务体系年度培训会隆重召开

本报讯(通讯员 贺茜)11月20日至22日, 以“融合创新、价值再造、强控风险”为主题的2019年财务经理年度培训会隆重召开。通威集团董事局刘汉元主席, 通威股份董事长谢毅, 通威股份总裁郭异忠出席会议并作重要指示。通威股份财务总监周斌、永祥股份财务总监袁仕华、通威太阳能财务总监周丹, 以及来自各板块的财务人员齐聚一堂, 分享财务管理经验, 探讨财务工作落地举措。

郭总表示, 在刘主席提出的“理清楚, 并执行到位”的总方针下, 各版块之间要互相对标学习, 服务于经营, 参与到一线工作中去。农牧板块应学习兄弟公司业务财务为主的思路和方法, 严把政策关, 确保全年利润实现。

谢董对在座财务工作者提出“突破思维惯性”基本要求, 强调农牧板块财务人员一切围绕市场增量和增利的可持续发展开展工作, 光伏板块财务人员真正参与到经营中, 在快速变化的环境中做好风险把控。同时, 财务人员应不

断创新问题解决方式, 做到“对通威负责, 对市场负责, 对经营结果负责”。

刘汉元主席指出, 2019年各板块聚焦主营业务核心产品, 在理顺市场营销工作和经营思路方面做了大量工作。水产养殖规模化和全球能源消费清洁化是大势所趋, “渔光一体”项目前景广阔。大家务必想清楚、理清、管好边界、控制边界, 把工作严格落实到实处。财务体系应以充分理解公司发展目标为前提, 当好自己的家, 随时反馈专业意见, 使经营始终聚焦在有优势、有规模、有客户认同的产品, 做好事前预测、事中跟踪、事后核算。

根据刘主席、谢董以及郭总的指示精神, 通威股份财务总监周斌在会上就相关工作进行了落实和部署。通威股份财务体系将不断提升创新意识, 做数据财务, 用数据说话, 促进资金、税务、预算、共享、营销通、一点通等信息化平台的优化和推广, 下沉到业务一线解决问题; 倡导对标交流, 提供专业服务, 反映专业意见。

让“理清并执行到位” 为全体通威人赋能

◆郭异忠

2019年通威股份科技营销年会已经告一段落,刘汉元主席用铿锵有力的话语为一年营销工作写下注解,以“理清并执行到位”的号召鞭策营销将士再启新征程。回溯主席的殷切期盼,“聚势聚焦、执行到位、高效经营”的方针一脉相承,荣誉只代表过去,对参会营销精英来说,新一年没有终点的竞争才刚刚开始。

理清并执行到位

“理清并执行到位”,振聋发聩的号召再次响起!这不禁让我们开始回溯营销年会的起源,2011年10月,通威股份首届科技营销年会在成都举办,刘汉元主席以“想清楚并执行到位”为全体参会人员写下寄语,想清楚即是聚焦的方向,执行到位即是责任与担当。主席希望团队组织者围绕“如何开展工作”、“我们存在的价值”、“我们用什么样的产品,什么样的服务,什么样的边际贡献,什么样的盈利水平和什么样的工作效率能够真正在市场上立足”等方面,真正深入思考并找到答案。

简单跟着市场走,这是很不明智、很不睿智的战略怠惰,是在没有看清本质基础上对服务意识的单纯强化,跟随市场需求开展的营销工作,一定要首先提炼市场核心需求的本质是什么,致力于真正满足其本质需求,并将此作为值得追求的工作重点和主要目标。透过现象看本质,才能保证万变不离其宗。

历经八年实践,从“想清楚”到“理清并执行到位”的转变,不仅是思辨逻辑的升华,更是对全体通威人的鞭策。

“放得下”才能“拿得起”

由于水产养殖的品种多元化、规格多样化、养殖模式多样化,使得我们无法按照统一的规范和统一的标准去真正大规模复制,这是制约我们发展的客观原因。但同时我们也看到,在拥有巨大体量水产品消费市场的前提下,全世界范围内做大的水产料企业依旧屈指可数。纵观苹果、海底捞等不同领域的优秀企业,刚性的标准化管理和标准化产品在其发展中功不可没,奠定了企业扩张发展的坚实基础。极致成就市值,正如主席再三强调的,让企业发展能够像可口可乐、麦当劳一样变得简单、标准、可复制,这一直是我们需要思考和回答的问题。

2017年10月,在2017年通威股份水产科技营销年会上,刘汉元主席再次重申“二八原则”,旗帜鲜明地提出“扬长避短,战略聚焦”原则,“聚焦,凡事可成;散焦,一事无成。”这一蕴含通威三十余年管理精髓的声音,再次成为热议话题。什么都想拿起来,到最后什么都拿不起来,“拿得起”一定要先“放得下”。有所为有所不为一定是我们要大作为的前提和前置条件,放得下更多才能拿得起该拿的那一点。

管住该管的,放开该放的

管住该管的,越稳定越好,放开该放的,越灵活越有效越好。所有大刀式的营销模式都不管用,一切最终需要回到原点,一切营销过程中的浪费和画蛇添足都是我们和客户共同的成本,卖得再好如果养殖户赚得不多,那明天你的客户一定越来越少,留下的也是不挣钱和赔钱等死,被拍在沙滩上的客户而已。

公司曾在20年前提出质量方针,要“始终站在用户养殖目标最大化的角度去选择原材料,组织生产工艺,确定产品定位,全程强化服务”,为他们节约和多挣的铜板的一部分才是我们的利润来源。

所以在我们的一切管理实践和内部培训,就是如何提炼我们管理的成功例子,完善并且复制他,严格控制边界,严格聚焦在我们该干的事情上,砍掉我们80%可能不产生太大效益,但是天天费心的事情上面,聚焦一切精力和资源20%的核心要素上面,放大80%甚至100%的效应,使我们做到经营心中有数。

唯有第一,才可能在任何时候都活下去

刘主席已多次强调,物竞天择,适者生存,大自然“优胜劣汰”的自然规律同样适用于企业发展,企业要在市场竞争中活下来,必须处理好机会把握和风险判断二者的关系,始终具备危机意识,只有把市场压力分解到每个环节,才能始终保持活力与生机,不断走在行业的前列。事实上,从我们每个人的认知里面来讲的话,我们一定要清楚的这种认识,要生存、要发展,要满足自己的理想和实现,事实上我们每个人只有在这样一个团体、团队群体里面,真正发挥我们的作用和价值,我们才能够真正脱颖而出。什么样的方式能够让每一个参与的阿米巴组织实现经营目标最大化?内生的动力,加上清清楚楚的机制建立与激活,一定会让我们的赛马机制和激励机制更加清清楚楚,更加有效。

刘主席多年来常说:“奥运比赛,只有金牌、银牌、铜牌,第4名、第5名,就只有自己做块铁牌、木牌,拿回家自娱自乐”。在竞争异常激烈的光伏行业体现得淋漓尽致,金牌很赚钱,银牌赚得比金牌少,铜牌就只能赚一点或者基本打平。有时候银牌、铜牌,第2、第3可能都很难生存,只有金牌、只有第1才可能在任何时候都活下去。

外看市场的竞争环境、内学兄弟公司的执着与精进,环顾自然法则、市场竞争、生存发展和通威文化,重温主席的教导、领悟简单的法则、落地务实的工作,业精于勤和专,学习内外优秀、尊重竞争法则!理清并执行到位!与全体通威人共勉!



农牧板块全体营销将士斗志昂扬

这是一场成为强者的锤炼

700余位营销精英齐聚通威股份科技营销年会,探讨销量达成路径

2011年通威股份首次开启科技营销年会的大幕以来,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,探索因地制宜的发展目标及达成路径。2019年,这一通威市场人的营销盛会将重回大本营,700余位水产、畜禽营销精英齐聚蓉城通威股份管理总部,在总结得失的基础上统一战略思想,共商未来规划。

记者 乔白滔 通讯员 贺茜



大会现场



海外营销团队充满战斗激情



营销精英回到股份总部参会

分享 销量增长逻辑与成功经验

11日下午,会议按照水产、畜禽不同业务划分两大分会场。通威股份畜禽营销总监喻明波、水产市场部部长贾光文以及市场营销部相关工作负责人分别作专题报告,对各自领域未来重点营销工作提出具体要求。同时,来自虾特片片区、河南通威、茂名通威、洪湖通威、广东通威、沙市通威、湖北特种料等优秀片区及分、子公司负责人在会上分享销量增长逻辑,为参会兄弟公司提供可借鉴的成功经验。

激励 掌声与荣誉送给优胜者

2019年通威股份充分落实考核激励机制,推动各分子公司,降低内部运营成本,提升内部运营效率,打造有竞争力的团队。为响应刘汉元主席“全员贯彻奖励罚懒、能者上庸者下的观念,充分发挥赛马和淘汰机制,显著提升市场战斗力”的指示精神,会议举行了隆重的颁奖典礼,共计颁发集体奖项4大类共计32个,个人奖项2大类共计39个。颁奖现场数次掌声雷动,在全体参会人员的共同见证下,公司高管团队为取得增量突破的优胜团队和个人加冕。



郭总为优胜团队颁奖

竞速 只有强者才是王者

11月10日清晨,“王者归来,巅峰竞速”8公里环湖越野跑活动在眉山黑龙滩风景区拉开帷幕。700营销将士在湖光山色中奋勇前进,在起伏的坡道中穿行,挑战体能极限。通威股份郭异忠总裁全程参与,带领各片区总裁身体力行为大家鼓劲。

由华南一区营销精英组成的第三大队凭借超过130分的总分获得当天比赛团队冠军。通威“赛马机制”的精神内核不仅展示在营销数据上,更存在于每一个生活工作的精彩瞬间。为再次强调“速度决定生死”、“适者生存”的竞争法则,在13日的颁奖盛典上,特别为“王者归来,巅峰竞速”越野跑活动增设颁奖环节,为夺得团队冠军的华南一区队伍及大丰开发分公司员工王川予以嘉奖。未来,市场竞争规则还将时时鞭策通威营销将士:只有第一才是真正的王者,而“适者生存”的法则决定了“只有强者才能成为王者”!

气魄 瞄准高目标发起全力冲击

大会共同见证了通威农牧一年营销工作硕果,围绕“产品制胜、模式引领、服务增效、价值共赢”的主题,在统一战略思想的基础上落实来年发展目标及路径。为鼓舞团队士气,在会议正式召开前的“沙场秋点兵”互动环节,各片区营销将士依次全体起立,在片区总裁的带领下齐声高呼,现场亮剑,用响亮的口号彰显来自四海八方的通威王者气魄,以瞄准高目标全力发起冲击的气势,打造全新的通威农牧全盛时代!

支撑 产品力始终保持行业领先

会上,通威股份副总裁兼技术总监张璐作产品力竞争报告,分析近年来打造产品力、提升产品力、夯实产品力的有效举措,对公司产品定位、养殖模式提炼、产品梳理等成果进行总结回顾,并阐述技术体系未来工作方向。张总表示,技术体系未来将致力于营养师与服务人员、生产专家等组成“养殖服务小组”,摸清每一条鱼的生长曲线和生理习性,为养殖模式研发和配方调整提供足够技术支持。同时,做到深化研发创新、实现精准营养,持续提升产品力,打造通威产品力始终保持行业领先。



各片区总裁为即将出征的将士们加油鼓劲



营销将士向终点全力冲刺



华南一区勇夺“越野赛”团队第一

热议防非禁抗 共商创新转型

通威股份副董事长严虎、总裁郭异忠出席四川省饲料行业年会并作主题发言



大会现场

11月7日至8日,由四川省饲料工业协会主办、通威股份承办的2019年四川省饲料行业年会在成都双流如期召开。农业农村部畜牧兽医局副局长魏宏阳,四川省农业农村厅总畜牧师赵勇,四川农业大学副校长、四川省饲料工业协会会长陈代文教授,中国饲料工业协会副会长蔡辉益,中国水产科学研究院研究员戈贤平等领导专家莅临现场。通威股份副董事长严虎、通威股份总裁郭异忠应邀出席并作主题发言。

通讯员 贺茜 记者 乔白滔

一个产业诉求 模式升级 绿色转型

四川省饲料工业协会会长陈代文教授代表协会向与会嘉宾表示热烈欢迎,并表示,本次会议是在非洲猪瘟侵袭带来严重影响之后,畜牧饲料企业面临复产转型的关键时刻召开,与以往相比具有非常特殊的历史意义。为响应近期闭幕的十九届四中全会战略精神,四川省饲料工业应进一步提升治理体系和治理能力现代化,推动新形势下饲料工业技术、经营模式以及经营理念转型升级。希望本次会议在大家的共同努力下取得圆满成功,为来年全省饲料工业再创辉煌作出更大贡献。

农业农村部畜牧兽医局副局长魏宏阳在为大会致辞时表示,行业发展日新月异,当前防控非洲猪瘟以及药物饲料添加剂退出都是饲料行业需要共同面对的重大课题。养殖端的新变化和新要求,既是饲料行业转型的动力,又是压力,在构建行业命运共同体方面,饲料行业一直走在前列。面对防非禁抗的重大课题,让饲料产品高质量,让产业充满活力,是全行业的共同使命,衷心希望饲料行业继续群策群力,在实践中不断创新,在畜牧业高质量发展中发挥出更大的作用。

通威股份副董事长严虎作为参会企业代表在会上作主题发言,强调在畜牧业面临巨大挑战与困惑的今天,产业转型与升级已经如箭在弦,众多畜禽料企业开始进入水产、反刍领域,积极探索新形势下的可持续发展之道。多年来,通威始终聚焦绿色农业和绿色能源两大主业,形成了独特的核心竞争力,并朝着打造世界级健康安全食品供应商和世界级清洁能源供应商的目标不断迈进。通威作为我国农业龙头企业,其绿色生态发展理念与畜牧产业转型升级需求不谋而合。



严董、郭总与农业农村部畜牧兽医局副局长魏宏阳(中)、四川省农业农村厅总畜牧师赵勇(右二)、四川省饲料工业协会副会长柏凡(左二)合影留念



合影留念

一条实现路径 科技引领 变革发展

会上,中国水产科学研究院研究员蔡辉益、中国农业科学院研究员林胜华等专家学者及政府主管领导纷纷建言献策,围绕行业技术研发发展、行业未来发展

展趋势、国家扶持政策等方面作专题报告,为非洲猪瘟疫情笼罩下的饲料企业出谋划策。

通威股份总裁郭异忠作为头部企业代表,进一步分享畜禽、水产饲料企业面临的行业发展机遇及挑战,以通威多年发展经验为基础,对水产料未来发展方向进行预判,为计划进入水产饲料领域的企业提供可行建议。郭总表示,行业

的“变”已成为新常态,通威愿意与同行共勉,在四川省饲料工业协会的带领下,推动饲料行业转型升级,让四川饲料工业领先全国!

会议期间,四川省饲料工业协会副会长柏凡宣读表彰决定,并对获奖单位予以现场表彰及颁奖。通威股份荣获“四川省饲料行业十大领航企业”称号,通威股份总裁助理刘辉琴代表公司上台领奖。

一种行业高度 开放分享 合作共赢

在7日晚间举行的欢迎晚宴上,协会企业单位积极选送了丰富多样的歌舞节目,通威股份一线员工精心编排的舞蹈《花儿》,为晚会

营造出充满活力与异域风情的现场氛围,赢得了现场阵阵掌声,三轮抽奖环节更是将晚会氛围再度推上高潮。

本次会议由通威股份有限公司承办,传播策划部、行政部全力承接,与协会在会议筹备、会务统筹、晚宴策划等众多环节展开通力合

作,通威股份技术中心及水产、畜禽研究所等部门员工参与其中,经过数月精心准备,本次年会取得圆满成功!作为四川省饲料工业协会副会长单位,通威股份将继续发挥行业龙头企业作用,持续引领行业转型升级,秉承开放分享的态度进行交流,促进行业健康可持续发展。



通威股份荣膺“四川省饲料行业十大领航企业”殊荣

通威禽料高速增长如何炼成?

2019年销量累计大幅增长近60%,驶入发展快车道

从业初心 坚持为养殖户创造价值

新能源反哺农业 重塑养殖信心

营销定位 聚焦大容量市场

战略合作 专业的人做专业的事

以聚焦焕发强劲动能

自2018年8月我国爆发非洲猪瘟以来,众多饲料厂、养殖场“一夜回到解放前”。由于疫情传播途径错综复杂,导致风险难控;传统的生产、流通、消费方式在短期内难以根本改变,最终导致猪价连连攀升,搅乱了人们的日常生活。与此同时,行业遭遇前所未有的危机,从生猪蔓延到禽类、水产等各个养殖产业。这一期间,通威坚守阵地,以“光伏反哺农业”的战略决心,让根基产业焕发出如同新

理清五个重点

在谈及通威禽料2019年累计大幅增长近60%的原因时,喻总认为离不开禽畜板块对以下五个重点发展思路的重新梳理和再认识。首先就是“从业初心”。刘汉元主席的“饭碗理论”——谁和农民抢饭碗,谁就没有饭碗;谁往农民碗里添油加肉,谁就有饭碗。通威坚持为养殖户创造价值,从而为企业创造价值的逻辑,分享赢得尊重,共赢实现持续增长!其次,是对“新能源反哺农业”战略的理解与坚持。“发端于水产,成长于农牧,跨越于新能源”的通威,在急需重塑养殖信心和提振养殖产业发展的当下,实施“新能源反

哺农业”战略是必然选择。通威新能源板块有足够的决心反哺农牧板块,有足够的底气扶持养殖业重生!第三,是想清楚自己的“营销定位”。通威坚持“聚焦聚焦、扬长砍短”战略方针,依托水产强大的品牌优势和影响力,聚焦大容量禽畜市场,为市场开发奠定了坚实基础。第四,是坚持“产品力”才是“第一营销力”。通威坚持“技术研发费用上不封顶”,强大技术研发团队领先行业,顶尖技术沉淀保障禽畜饲料稳定性远高于同行。2019年初,通威喜获国家科技进步二等奖,再次强化了通威股份在禽畜饲料特别是猪饲料上的优势。

第五,与客户形成更紧密的战略合作。养殖企业为节省饲料成本投入建立饲料生产基地,加大了企业的运营投入与资金风险。为养殖企业减轻成本,这也是一种“聚焦”——让专业的人做专业的事。通威乐于与养殖企业形成战略合作,以质量稳定、性价比优的产品,为客户创造更大价值。近年来,水产与畜禽行业都面临着深刻且翻天覆地的洗牌,转型迫在眉睫!通威作为行业排头兵,始终在自我突破!回看过去一年,通威在双主业的核心驱动下蓬勃发展,通威禽畜在行业寒冬中逆流而上,愈来愈清晰、坚定。

明了“聚焦”是企业成功的不二法门。从2017年通威股份科技营销年开始,刘汉元主席多次强调“扬长砍短”的聚焦原则。通威股份禽畜营销总监喻明波表示,通威禽畜板块通过两年来的探索与变革,渐渐找到了快速发展的节奏——聚焦优势资源,做好饲料生产端,与养殖企业共享饲料产能、技术成果、采购平台、融资平台、管理效益等,为养殖企业和养殖户提供高性价比、品质稳定的饲料。

第五,与客户形成更紧密的战略合作。养殖企业为节省饲料成本投入建立饲料生产基地,加大了企业的运营投入与资金风险。为养殖企业减轻成本,这也是一种“聚焦”——让专业的人做专业的事。通威乐于与养殖企业形成战略合作,以质量稳定、性价比优的产品,为客户创造更大价值。近年来,水产与畜禽行业都面临着深刻且翻天覆地的洗牌,转型迫在眉睫!通威作为行业排头兵,始终在自我突破!回看过去一年,通威在双主业的核心驱动下蓬勃发展,通威禽畜在行业寒冬中逆流而上,愈来愈清晰、坚定。

新闻链接

通威禽动保 持续打造产品力 优化产品结构

近日,以“扬长砍短 精简高效”为主题的禽畜动保专题讨论会议在三新药业顺利召开,通威股份禽畜营销总监喻明波、三新药业总经理程罡参加会议。三新药业负责人就禽畜动保研发、生产和推广方面的工作进行了全面汇报。喻总对三新药业前期产品服务推广取得的成绩给予了肯定,对存在的问题和短板提出了整改要求。与会人员讨论了2020年通威股份禽畜动保推广激励方案。

期间,喻总围绕通威禽畜动保产品如何在成熟度极高的行业实现突破并做大做强作了深入解读,并表示,禽畜动保的发展必须加快步伐,乘势而上,争取以2020年禁抗元年作为有利契机,以绿色无抗作为亮点,实现快速突破,同时,提出了来年将着力打造产品力、优化产品结构、以养殖户效益最大化为目标等措施,为2020年通威股份禽畜动保规划宏伟蓝图。

通威股份荣膺 十七届中国食品安全 年会多项殊荣

本报讯(通讯员 晏阳)近日,第十七届中国食品安全年会在四川省眉山市隆重举行。通威股份荣膺“管理创新优秀案例”及“诚信示范单位”殊荣,通威食品新太丰农业开发有限公司总经理李文荣获“优秀管理者”荣誉称号。

会上,来自食品行业领军企业代表集体宣誓,传达捍卫食品安全的决心。此次食品板块代表通威股份出席会议并获奖项,对于弘扬企业严抓食品安全管理,传递作为大企业的社会责任感与品牌理念具有重要意义。未来,通威股份食品板块将不忘初心,始终将食品安全作为第一使命,为打造世界级健康安全食品供应商的愿景而努力!

四川威尔检测 成功中标3项2019年 国家标准项目

本报讯(通讯员 张凤祥)近日,四川威尔检测接到《国家标准化管理委员会关于下达2019年第三批推荐性国家标准制修订项目(国标委发[2019]29号)通知,四川威尔检测技术股份有限公司成功中标3项国家标准制修订项目:饲料中中性洗涤剂(NDF)的测定、饲料中粗纤维的含量测定、饲料中碘的测定。近年来,四川威尔检测高度重视标准工作,在检测标准方法、产品标准研究方面做了大量基础性工作,标准化工作一直位于行业前列,参与并完成了多项国家及行业标准的修改和制定,为企业和行业标准化工作作出了积极贡献。

致敬
奋楫者

2019年通威股份科技营销年会上,20位基层业务员从3000余位同事中脱颖而出,荣膺“营销明星”荣誉。他们趟过田间地头的汗水,用肩挑背扛的一袋一袋饲料,开疆拓土,赢得了又一个市场攻坚的胜利,站上了象征荣誉的领奖台。他们平凡,却堪称英雄。他们把简单的工作干到极致,把复杂的事做出条理,用强大的智慧与扎实的行动,在平淡的日常工作中,滋养出属于全体通威将士的闪耀光辉!

记者 乔白酒 通讯员 贺茜 马琳

打造
极致产品强化
团队支撑严格
控制边界聚焦
市场一线

他们的故事,是催人奋进的号角!



20位基层业务员在通威股份科技营销年会上荣膺“营销明星”荣誉称号

跳起来才能完成的挑战,
令人兴奋

茂名通威 陈炼

“跳起来才能完成的挑战,令人兴奋!”这句话出自茂名通威水产料业务员陈炼之口。听到这句话,你也许会问:他不觉得困难还觉得兴奋?但就凭这样的信念,他去年实现了过去想都不敢想的增量,找到了前所未有的工作乐趣!

四平八稳出不了成绩

出生于1989年的陈炼,从业5年,凭借科班出身的专业、细腻随和的性格,无论是养殖服务,还是待人接物,都得到了电白区域客户的高度认可,在当地罗非鱼料市场做得风生水起。然而,2018年末,茂名通威总经理刘彦与他的一次沟通,打破了他四平八稳的工作节奏。

“把眼光跳出往年增幅目标,有挑战,做业务才有意思、有盼头!”刘彦平淡讲出的要求,是陈炼想都没想过的“白日梦”。但正是刘彦充满信任的笃定眼神,让他把“2019年增量翻番”的目标,看作使命必达。

增量路径源于集体智慧

已经在这个市场干了两年多,怎么样才能突飞猛进?开发新客户是必然途径,难度也不言而喻。然而令他没有想到的是,所有困难在公司“全员营销”的氛围中迎刃而解!不同于以往的“单枪匹马”,陈炼摸排市场后,从总经理、市场部、品管部、生产部、配药师、财务部、人事部,几乎全公司的人都从专业方面给予他协助。

其实,陈炼面对的依旧是老市场、老客户、老竞争对手,他的背后依旧是老团队、老同事!什么变了?目标变了,思维变了,方法变了,结果就变了!“目标的高低决定进步的快慢”,“思维不变原地转,思维一变天地宽”,这两句在通威常年传颂的话,茂名通威做到了,就成功了。

这期间,陈炼得到的不仅仅是收入的提升,荣誉的鼓舞,他更找到了工作的乐趣!拜访客户,是他的日常工作,这份工作意味着日复一日重复的枯燥、不进则退的压力,甚至要面对劳而无功的挫败。但是陈炼却把它看作是趣味盎然的挑战。因为难,他动脑子、想办法,探索路径、整合资源;因为难,无限放大了成功时刻的成就感,无限放大了团队每一位同事在他日常工作中提供的重要支撑!

我在农村长大,
我乐于建设农村

河南通威 胡小宁

出生于1994年的胡小宁所学专业是化工,2017年初次接手雁鸣湖市场,他的年龄、专业、经验、市场基础,没有任何优势。实习了10个月,对职场充满期待,准备大干一场的他,反而被“掉量”的冷水泼得一蹶不振!“不

行,就转行吧?”23岁的他,初入社会,就感受到社会的残酷,同时也让他陷入自我怀疑。

河南通威市场部经理马光超劝他再坚持一下:“业绩交给团队,服务好客户就是你的目标,我陪你一起!”胡小宁万万没有想到,当初那一咬牙的决定,会在一年后把他从公司业绩倒数变成全股份业绩名列前茅!

在团队支持下放开手脚

华北二区总裁余仕华此时开启的团队变革,刚好扶持了胡小宁。团队加强培训,他每月例会总能学到公司根据养殖阶段定制的服务课程,专业技能突飞猛进;明确分工的团队协作模式,让他放开手脚,聚焦终端服务,迅速成长得能独当一面。

然而千疮百孔的市场问题依旧应接不暇,一次马经理从300多公里之外的商丘连夜驱车赶回帮他解决困难后,胡小宁拜访客户的脚步更加频繁——整个团队都在帮自己开路,一定要做出成绩!

极致产品力赢得客户尊重

2018年河南通威开始了产品改革。3月份,信息传递到市场端,业务员信心不足,客户自然没有反响。公司强制要求终端打样,一向听话的胡小宁却迟迟不敢打。他怕饵料系数不理想,从年初就把客户吓跑了。

结果,不打不知道,一打吓一跳,养殖阶段效果令养殖户连连称赞。胡小宁从此爱上去打样,爱上算数据,他说他很平凡,但是公司的产品为他赢得了客户尊重。他现在非常享受每日打样的日常工作,打样数量排公司前三。

一定要让客户赚钱

业绩越做越好,他深知其中的原因:产品优质、服务真诚,为客户创造了价值,客户才会喜爱他、信任他,订单才会源源不断。从小在农村长大的胡小宁,当初就是因为通威的服务群体是农民,才选择于此、扎根于此。能让他其他人热泪盈眶的可能是成功的喜悦,能让他热泪盈眶的可能只是养殖户专门为他做的一餐早饭。他不想改变根深蒂固的农民的朴实,他享受这份工作给予的、这个时代越来越可贵的纯粹情谊。

在硝烟弥漫的市场上,胡小宁坚持着自己的人生哲学,他踏实做工作,对得起企业的信任;他踏实服务客户,对得起客户的信任。“往农民碗里添油加肉”,企业赋予他财富、荣誉;客户赋予他自尊、自信。

重视基础营销,
把客户变成通威“代言人”

无锡通威 侯征

提到侯征,无锡通威的同事们都用“情商高”来称赞他,这位优秀营销精英将“与人为善”的待人之道落到了实处,他认为无论是猪鸡鸭还是鱼,无论经营哪个产品,归根到底都是和人打交道,而市场用看得见的销量数据回馈他的真诚。2005年进入河南通威从事蛋鸭料营销,2018年转战无锡水产料营销,跨界营销两年有余,侯征屡次刷新了自己的销售记录,以超过200%的销量完成率和翻倍的增量,成为无锡通威当之无愧的营销明星。

让用户为通威代言

“同样的话,我尽量少说,我让周围的人一起说,这样可信度高……”侯征将自己2019年销量取得重大突破的原因归结于对产品效果的积极宣传,他的宣传渠道源于优质用户、重点用户、鱼贩的口碑相传,动员相关产业链上可以用到的人脉资源来为通威产品代言。选择走群众路线的差异化宣传方式,是侯征好人缘的又一个佐证。

侯征的成功并非一己之力造就。早在2018年,无锡通威就从总经理开始由上至下重视基础营销工作,组建全新团队不断强化过程考核,加强客户拜访,在养殖户终端开发方面成效输出明显。而经过这一考验的全新无锡通威营销团队,也成了彼此日常工作的坚实后盾。侯征的市场范围跨度超过了60公里,团队人员互相配合,服务工作高峰期忙不过来的时候,让附近的同事互相帮忙打样、采样、测水都是常有的事。

把凌晨两点的塘头变成实验室

侯征清楚地记得,六七月份的时候当地鳊鱼出血病发病非常厉害,为了尽快出结果,把用户损失降到最低,负责技术服务的谢理博士经常化验到凌晨两点。“白天我们拿回药敏实验室的病鱼时间不一致,谢博士经常熬夜,及时的药敏实验结果,为我们争取到了相当数量的优质用户……”第一时间反馈用户结果,提供追踪解决方案,正是源于团队的无间配合,深入用户塘头服务的宜武市场不仅成为了无锡通威的核心区域市场,更是成为股份公司多家公司屡次学习的标杆。

在通威股份科技营销年会上,第一次参与全公司营销精英赛的侯征站上了颁奖盛典的舞台,手握“十大营销明星”的奖杯,荣誉感和压力同时涌上他的心头。他知道,新一轮的挑战即将开始。

突破“难上加难”,
在激烈竞争中突围

四川通威 颜磊

说到眉山区域的鸭料市场,竞争异常激烈是逃不开的话题,近年来,当地以产业链为主导的屠宰公司或食品工厂大肆兴起,甚至多家强强联合,以收购合同鸭的方式抢占市场,与此同时,其他大型饲料厂家在市场交叉覆盖方面也开始逐渐完善。在如此激烈的竞争下,四川通威依然稳居当地肉鸭料市场第一集团的席位,足以见得禽料营销团队多年的耕耘没有白费。

向“难上加难”发起挑战

在外人看来,当地鸭料销量再有突破可谓难上加难,而四川通威禽料部的颜磊却以全年同比增量近万吨的战绩,证明了挑战自己的无限可能。谈到自己一年来的市场工作心得,这位优秀的营销精英将成功归结为顺应行业趋势和自己的积极争取。

经历非洲猪瘟的持续侵袭,部分猪场养殖户转型意愿强烈,颜磊和同事抓住这一机遇,帮助养殖户设计转型方案,以技术服务带动销量大幅增长。同时,受环保政策影响,眉山太和等地具备资金实力的用户纷纷走出去,向仁寿、青神、丹棱等地进军,重新选址扩大养殖规模,从小型养殖户逐渐成长为公司战略大客户。在开发新客户的同时,颜磊积极发现和争取新养殖户对产品效果的认同,帮扶老经销商做大做强。

把产品优势转化为市场胜势

“我们能做到这么大的市场占有率,说明通威料的优势非常明显!”颜磊负责的是一个以养小品种吊白鸭为主导的特色区域市场,不同于肉鸭,其他饲料如果要进入这个区域,还需要很长一段时间摸索重量、料比、胸腹硬度、色素等指标作为参考。“其他厂家起码要加几十块成本,才能做到和我们的产品品质相当!”源于对产品质量的坚持,让四川通威在稳固根据地市场方面独具优势。

“我们要在有优势的前提下走出去,依托根据地市场发展经验和优质优价的产品,寻求新的增长点和网络。”面对激烈变化的市场,正在邻市调研的颜磊,已开始着手为明年的增量做好了准备。

和客户一起成长,
业绩拿得下,更拿得稳

茂名通威 张德强

“过去一年禽料增量超万吨!”这份令人惊叹的成绩单,来自低调谦虚的张德强。如果一定要总结他的成功原因,归根结底是两个字“眼界”。2014年,24岁的他决定从生产转行销售。已晋升到生产班组带头人,此时选择从头开始,旁人眼中是折腾,他自己看来是没有退路。他认为只有跳出舒适圈,去接触行业最优秀的群体,才有机会成为优秀。挑战自我的渴望,不断催生内驱力,“为了获取出色的成果,必须具备燃烧般的热情,付出不亚于任何人的努力”,张德强迅速由无从下手,变得游刃有余。

让客户成为“通威人”

张德强的过人之处,体现在他的“选择”。比起寻找大客户,他选择有潜力的客户;比起卖产品,他选择做平台。2015年起,他与电白区的客户,开启共同成长之旅。一起游学猪料大客户后,在茂名通威的帮助下“新海湾养殖专业合作社”筹建。张德强与客户一起跑市场,挖取资源、疏通渠道,开发客户,同时搭建种苗服务、养殖服务、流通服务等全产业链服务机制,保障旗下养殖户的风险最小化、利益最大化。

最终,客户逐步发展成茂名区域最大的禽料经销商,即使竞争厂家纷纷踏破门槛,客户依然不为所动,因为他早把自己视为通威人,企业、经销商、养殖户之间已形成了牢不可破、相互依存的网络。

表率是最好的领导力

张德强说,市场的成功,得益于产品力与团队气势的改变。当年,公司来了新任带头人——茂名通威总经理刘彦。在他的带动下,技术、原料、生产、品管全员投入提升产品力。当企业从产品获得根本自信后,茂名通威充满了一股正能量,影响着每一位员工、客户、养殖户、合作伙伴、竞争对手!“表率是最好的领导方法”,刘彦身上的自信、实干,深深感染着张德强,“什么都不用想,像领导那样努力”他默默给自己定下新的要求。

随着市场口碑的不断积累,茂名通威的禽料供不应求。原来的大客户从曾经年销3000吨一跃升级为年销过万吨。张德强所在区域市场三位经销商变成专销。他今年的综合业绩也排到了通威禽禽将士之首。在2019年营销年会的颁奖典礼上,茂名通威共计赢得5项团队与个人大奖!

幕后

无论是经销商,还是像张德强这样的普通员工,或是像刘彦这样的带头人,他们平时的真实状态,决定着市场的成败。刘汉元主席在《创业者逻辑》一书中指出:“是一个执行组织,当决策正确之后,决定企业优劣、成败的关键,就是一年365天企业各个环节的员工在所有细节上不断努力的过程。所有员工处于一种什么样的状态,这才是企业真正的状态,而这个状态正是企业生生不息的关键。”

2019年在“新能源反哺农业”的战略支持下,通威农牧的业绩增幅达到历史新高,这一成绩离不开每位市场“奋楫者”的放手一搏,离不开全体通威人敢为人先的精神。这20位营销明星,是通威千万优秀员工的缩影,他们来自平凡的你我,却又有着过人的业务技能与人格品质。在致敬他们的同时,更要用他们的故事,激励我们自己,谱写属于自己的伟大!