都市心情 子音（成都）

房事

此房事非彼房事。此房事即关于房子的事。

终于在这个周末拿到了按揭房的钥匙。

在售楼部及小区物管处办妥各种手续，完成各种签字画押，掉落千秒珍珠与单轨房后，一串属于我的钥匙摆在了我的手里。沉甸甸的。

家伙事儿，成为了房主，也成为了房奴。

多年来，因不断变换工作，住过单位宿舍，住过同事家里，住过机关办公室，住过外面自租房。来往反复，搬迁不断，虽没有千年先秦，却也远胜于孟母三迁，以致累得早已厌倦迁移中的繁琐，厌倦无家可归的悲凉。

一直没有真正属于自己的巢穴，一直没有属于自己的家，所以，早就渴望停歇下来，落定归宿，守住温暖。

对于男人而言，没有自己的房子，亦如没有家的游子，不管以哪种形式暂时住下，总觉得那是寄居，那是借于别人的驼护，或者因于别人的施舍。

没有房子，仿佛感情都得遭遇空巢。一如我这样孤单的男人，据说因“五毛”最终成就了我的“三无”。观念似乎以嘲弄的口闻早已湮酸我，无房、无车，何以谈情索爱，必致的结果是，无房无车导致无妻。

尽管这不过是自己对失爱搜索的一点有力的借口，但是，变了的世界，似乎确实无法经受一次次佐证着。仰天俯地，我听寻找自己另一半的次数已不能用韶华可数来计算，不管以何种方式寻觅，结局至此无果。原委中，似乎很陌然的一点就是，家里穷，我没有房子。

世界，有时就这么实在。女人，多数就这么现实。我已对此无语。

想想，也无可厚非，谁都想让自己过得幸福点，而不是辛苦点。谁又愿意跟着另一个人栖栖图式”。或者帝入篱下，或者餐风露宿？

不管如何，如今有了房子，就多出一点安慰自己的理由，多出几轮加重自己的砝码。就像别人所说，开始得以“筑巢引凤”。哎，没想到，多出的高兴，原来竟如此不可耐！

我必须清醒和冷静，有了房子，并不意味着就有了家。

而不得不落入俗套的，还有加速房奴的各种挨追。

完全依靠自己挣钱供房贷，既能不得不主动成为房奴，并被迫接受奴役。这是文明时代的交易，这是法制世界的公平，这是消费社会的权宜，我只能欣然应对。

现在，我的每月房贷近一千五百元，二十年奴隶！想来竟实在点后悔。

为了每月还房，我得打紧算盘过日子了。很多之于自己的日常花销，我都得尽量控制，很多之于亲戚朋友的应酬，我依然会无以所谓，而之于父母的孝道，我更将一如既往，毫不在乎。

不管如何，今后的生活、工作，拮据归我，吝啬和寒暄远离！

想想，房奴，房主，都是自己，何不快乐地过活呢？况且，我至少可以做一个社较学论的比较听命的房奴，并可能慢慢操持自己的房子，以房主的名义随心所欲地打理属于自己的窝，给自己真正的自由，真正的安全，真正的宁静，真正的温和惬意。

第六届通威杯征文比赛获奖作品选登

与通威在一起

□ 四川省水产学校 龙小兰

晨雾弥漫，有些寒意，这样清冷的季节，仍然有着莫名的欢喜。风起时，那颗儿样飞舞的落叶；花落时，那残留的暗暗幽香；三颗时，那从容随意的淡然心态时，都亲切的滋味……

这应该是通威独特的文化基因在发挥作用。

通想前年的流火七月，我怀着对你的无限憧憬在志愿书写下了四川水利职业技术学校水产专业，孩子般的笔体，憧憧憧憧，我们从此结下了缘。

不想做落寞的女子，所以，精致地生活；所以，快乐地学习。时常也会找这找地想未来，拙或浅浅地流泪。心与心的碰撞带来的水流是最闪烁的火花，即使忧伤，也是因为衷怕与通威失之交臂，撞击心扉带来的微微疼痛，从未有过的感觉，所以盈满从未有过的欣喜。

你说，“诚、信、正、一”，风吹来时，我会心动，因为你把激励和奉献放在了风里；你说，“追求卓越，奉献社会”，我会为你的梦境，悠然在山上撒心裂肺地嘹哭，山谷中的哭声反复回荡，那种高而静寂的恐惧，多年前之不去，就发誓；只要有一线可能，绝不畏险，绝不挂败北！

誓言，无疑给了年龄的印迹，世间哪有绝对的事！

长大了，有意识没意识地爬了一些山

九十年代初，我在情感上处于极度的困惑期，经不住恐惑，跟着一帮人爬华山，颇有“壮士一去兮不复还”的壮怀。当时是晚上爬山，爬山的人几乎都将有手电筒，从山下向山上看，灯光跳跃着绘着山轮，我们从发人端的奇观。我们一步步往下行，在云雾翻滚中，太阳跳出了云海，震撼也许是瞬间的事，当我移步到西峰时，看到那壁立千仞的险峻，由于极度的恐惧，竟然蹲下去站不起来，继而瘫痪地坐了下来，从此我的哭声送得很远很远，送到什么地方，没有人知道，也没有人听见。

我的眼睛了一周。都说，五岳归来不看山，我也觉得够了！

生活总是有很多不期而遇的事情，之后的这些年，由于不同的机缘，登上了不同的山庄，不时有“落脚生层云”的飘逸，时时有“肌肤战战”的战栗。向往和恐惧同时在我的网下挣扎时，每每下意识的迈出了勇敢的脚步，一次次爬上不同的山庄，领略到不同的风光。爬山就像人生，我们希望顺风顺水，我们无法预知明天会发生什么，我们每天战胜着不同的困难，使得生活的脚步一天比一天坚实。

通过当金刚的当过，坐上庵车，抵驶恐惧，下意识的低头看自己的脚。这双脚，爬过了多少山，有形的没有形的；之前也脚踏进过几次庵车，都没有这样的安验头色。我想，我依然没有打开心胸，围于自我设限，事实上，坐上庵车的那一刻，我已把自己一寸寸的交给了庵车里一位不认识的驾驶员，自己我还有什么爬？“本来无一物”，又扯心什么爬？

爬山的感觉就是人生的感觉，人生就是一座山！

健康新知

蓝莓可降低胆固醇

专家近日称，蓝莓中含有的一种能抵御真菌感染的化合物可以降低人体内胆固醇水平。这种化合物名为“蛾霉”，除降胆固醇外，它还能调节血糖，因此对防治2型糖尿病可能也有一定作用。

研究人员选取了从蓝莓中提取的包括蛾霉类和白藜芦醇在内的4种化合物制成溶液，然后将实验鼠肝脏细胞浸泡其中。结果发现，蛾霉对激活 PPAR－α 受体最有效，而这种受体蛋白质能够降低胆固醇和甘油三酯的水平。与常见的降胆固醇药物相比，蛾霉没有副作用。

此前研究人员在葡萄中也曾发现蛾霉，与白藜芦醇相似，蛾霉也是植物抗毒素，当植物受到真菌感染或者紫外线辐射等威胁时会自动产生这类化学物质。专家认为，蓝莓很可能成为人们对抗肥胖和心脏病的有力武器。

健康提示：蛾霉能够调节血糖，对2型糖尿病患者有益。

忆薛涛

谁都知道成都有大名鼎鼎的杜甫草堂，杜甫是中国历史上可与李白齐名的大诗人，被称为诗圣。其实，这蜀中可与杜甫相提并论的还有女诗人薛涛。薛涛一生在成都留下大量的诗作，据说了她非凡的才华。但她却是一名地位卑微的歌妓，诗妓，而这在封建社会是一个大忌。即使到现在，成都有杜工部的草堂，亦有薛涛的望江楼和薛涛井，这是闻名遐迩的风景区。

薛涛寄客套美艳，性情敏慧，八岁能诗，剧吟音律，多才多艺，声名颇动一时。薛涛是凭借一首叫“谒巫山庙”的诗展示其才华的。“乱猿啼处访高唐，路入烟霞草木香。山色未能忘宋玉，水声犹是哭襄王。朝朝夜夜阳台下，为雨为云楚国亡。惆怅庙前多少柳，春来空关画眉长。”这首诗深得当时节度使韦皋的赞美。一个风尘女子写的不是风花雪月和清丽凄婉，而是怀古伤今的精神之作，使得韦皋大为惊叹，以至于后来要推荐薛涛担任校书郎的官职。薛涛虽因身份低贱，未真正成为校书郎，但“万里桥边女校书”的美名早已远播，连金地外的名人雅士都争相与她酬唱和诗词。

如今到成都来的外地人，一个主要目的就是洗眼睛，看美女，薛涛那个年代早已如此，许多外埠到成都为的就是看看这位蜀中绝美女诗人。如今的成都亦有一大批美女文人在川内外声名显赫，以至于许多人到成都来就是为了一睹她们的风采。成都自古出诗人，特别出女诗人，恐怕是因为咱们女成都这种地方从水好，有诗歌创作的温场，女文人们在这样的氛围中容易发挥自己的才华，成都是从不缺少美酒香茶的，而这两种液体在人的血液中流动，都有助于诗文的创作。

薛涛是当时的大交际花，与她交往过的风流才子举不胜举，有白居易、杜牧、刘禹锡等等。当年与元稹的一段情缘更是让她刻骨铭心，有其诗为证。

“双栖绿池上，朝暮共飞还。更忙将趋日，同心花叶间。”与中意情意之人有和元稹双栖的想头，不过好景不长，一年以后元稹离开四川。那时薛涛已经四十六岁，芳华已至秋暮，元稹又是一个放纵多情的人，薛涛就静静地把门断了这场情缘。聪明如她，是明白她和元稹之间的关系的，露水情缘，朝生暮死，何必思想您现又娶的谁？

不过在这些缠绵悱恻之间，为了便于表达爱意、寄托相思，薛涛在成都设定花减来用木芙蓉皮作原料，加入芙蓉花汁，制成深红色精美的小彩笺，做工特殊，清雅别致。她用这种笔写上自己的诗作，一时成为人们的收藏珍品。唐朝成行的彩笺随诗都学的是薛涛的做法，以至于这种风气流传至今。成都的文人爱把诗写在明信片上，写在书笺上与文友互赠。薛涛的许多风雅行为，千百年来为成都人效仿。

成都就是这么一个人杰地灵、财雄风雅，更不缺美女和诗人的文化名城。

岁月流金 通宇（达州）

小城记忆

那是上世纪80年代的小城，简单，淳朴、安静。如今的小城早已被日益发展的现代化所取代，高楼大厦，车水马龙，经济繁荣，但我心目的小城依然存在，那里的人，那里的事，那里的风土人情……

小城是一个共娘，按当时的行政区划，小城分东关、西关、南关、北关。小城不大，但也具备城的特征，机关、学校、码头、商店……就拥有了众人们也会流发，穿花裙子，穿皮鞋。我们女孩子别是谁的裤的两条肝子长得最长谁最美，特别是辫梢再上扎上两条彩绸，走起路来摆来摆去，很阿娜！倘能赢得那美，那就更美了。

我们虽然住在东关的同学自发地组织了一个东关队，高年级的照顾低年级的，大家互相帮助。每当学校放假组织活动，老师就让我们东关队为单位选出队长。队长很负责任，带领我们穿溜铁好事，到各单位扫院子，还常领我们勤工俭学，到处捡玻璃瓶子和路坡拔马兰卖到废品站，所得钱交给班级统一管理使用。当然我们也期发福利，记得有一次队长带领我们到废品回收站，我们换起精明，脸起精干，脱下鞋子到泥里用两只手挖起来。泥鳅还没挖到，被鳅鳅了上了。这种由于不但没人而且现血，它一旦开上人就会使劲地往皮肤里钻。一次我发现自己的腿上打着一只虾蟆，吓得哇哇大叫，还是男生有办法，拿起鞋底冲虾蟆吓唬的周围使劲地拍，拍了几下，虾蟆自动脱落了。后来大人们告诉我们找蚯蚓和蜘蛛治疗虾蟆咬伤。以后再挖泥鳅，我就在腿上抹上清凉油，虾蟆闻到清凉油的味就不敢靠近了。那年的暑假我们去挖了很多次泥鳅，也挖了很多条泥鳅。

每天上学，我都要路过小城一条街。记得这条街上有一家“国营豆腐饭店”，一家“国营百货公司”，一家“国营餐馆书店”。当时也有个体经营，有骡牙诊所、自行车修理摊、理发店、照相馆、卖药的一个中药铺交父母就是开照相馆，当时他们家的经济条件比在机关和工厂上班的家庭好得多。那时候学校有活动，老师要求我们装一套装表，白色上衣和蓝色裤子，有的同学没有，而她总是有多余的借给同学。我打好不离善。

城里的居民一般家里都有门脸房，门前摆摊做小生意，有卖瓜子的、卖麻花的、卖西瓜的。那时候卖西瓜的可不像现在一车一车的，都不好，从前是一个人驾着骡马车，载在箩子上，5分钱一块，卖主拿着一把芭蕉叶扇子不停地扇着，买主一般一次买一块。

整个小城就一强路灯，晚上街上几乎看不到人，只有卖烧饼的摊子前的那个昏暗得如豆般的小城夜晚能采得照生动又神秘。时光就这样静静地流淌着，小城的人们就这样默默地生活着。

光阴荏苒，近半个世纪过去了，小城的形天已很陌生，当今少天中已变了模样，那一段时光缕缕美丽的记忆，流进了月色中微微荡漾着。

为了“吃饱饭”到外省“讨生活”，我作为一名打工仔，带着家乡的一抹热土，含着对亲人的一丝牵挂，来到了这个陌生的城市。

光阴荏苒，近半个世纪过去了，小城的形天已很陌生，当今少天中已变了模样，那一段时光缕缕美丽的记忆，流进了月色中微微荡漾着。

美甲用具的不卫生是最大的健康隐患。美甲摊给顾客提供的美甲用具不洁：使用的毛巾、锉子、剪子等用具，根本不能做到“一客一换一消毒”。美甲师其实并非具备专业知识的技术人员，而是经过简单的培训后就上岗的“速成”美甲师

连云港通威泥鳅料通过出入境检验检疫局专家团现场评审

本报讯（通讯员　邓国予）连云港通威紧抓市场商机，在当地泥鳅料长期由具有备案资质企业垄断、竞争异常激烈的泥鳅料市场中分得一杯羹，6月19日，由江苏省出入境检验检疫局组织的专家评审团到连云港通威进行逐项评审，并顺利通过。此次评审也是对连云港通威质量体系、现场管理和经营管理工作的一次有效验证。连云港出入境检验检疫局党组成员、副局长魏智德担任本次评审团组长。

评审会上，连云港通威总经理李金首先向专家评审团介绍了通威集团和连云港通威的概况，让专家们充分了解，认识通威。随后专家评审团一行5人来到生产现场，对泥鳅料专用生产设备、原料及来源、检化验指标、库房、产品及标签标识、化验室等内容进行了仔细、严格审查，专家评审团对审查结果表示满意。

昆明通威顺利通过畜牧兽医站检查验收

本报讯（通讯员　何建苹）6月24日，四川省委省政府决策咨询委员会委员、省人大农委副主任文心田，省委省政府决策咨询委员会委员、四川农业大学校长郑有良，省委省政府决策咨询委员会委员、四川农业大学动科院院长李学伟等一行在省决策咨询委员会调研组组长、省畜牧食品局副局长兰明建的带领下，顺着四川，对春源生态养殖公司进行现场调研。巧峡市副市长舒昭奇、市政府办公室副主任毛风军、农发局副局长李云龙等陪同。通威股份总助陶坪、巧峡片区总经理万学刚，春源生态养殖公司副总经理巫文勇等热情接待。

万总对通威“蓉味模式”全产业链封闭管理、“公司＋基地”、“公司＋农户”模式下生猪养殖及食品加工全程可追溯、食品安全、良好动化饲设备及无抗绿实验等情况做了介绍。坐总对春源生态养殖公司生猪养殖生产流程、全程可控等情况做了汇报。

在听取汇报后，省人大农委文主任对通威持续稳定发展所取得的成绩和在产业化道路上的积极探索给予了赞许，并对生猪养殖的全过程监控及自动化饲喂系统的研发实施情况予以了肯定。川农大学院长对通威自动化饲喂系统研发所取得的成绩感到惊叹，并积极鼓励通威以产业化攻关等为导向，尽快完成科研的验有工作。最后，兰局长指出，通威重视科技发展，取得了一定成绩，要求公司加大对生猪养殖过程控制的投入力度，希望通威能继续深入推进生猪养殖的专业化、集约化模式。

会上，万总感谢省、市各级领导及川农大专家对通威的关心、帮助和支持，并诚挚邀请领导、专家临场通威的发展提供更多顺可支持。

文心田副主任前排右二）一行调研春源生态养殖公司

郑有良（前排右一）一行调研春源生态养殖公司

四川省招商引资局副局长郑莉一行调研永祥多晶硅公司时希望

抓住机遇　加快发展

本报讯（通讯员　蒋山国）6月17日下午，四川省招商引资局副局长郑莉一行在乐山市政府副秘书长、市投资促进局局长李知明，五通桥区委书记梁杰鸿等领导的陪同下，调研四川永祥多晶硅公司。永祥股份董事长兼永祥多晶硅公司总经理冯德志热情接待并座谈。

在冯董事长的陪同下，郑局长一行参观了永祥多晶硅公司一期多晶硅生产线和正在建设的二期工地。冯董事长向郑局长一行介绍了永祥多晶硅公司发展历程、未来规划等内容，并特别就二期3000吨/年多晶硅项目的进展情况做了详细介绍。

随后，郑局长一行在永祥多晶硅公司一会议室进行座谈。梁书记向郑局长一行介绍了五通桥区招商引资的情况，引资前景，并重点介绍了永祥多晶硅公司在这方面的优势，希望省、市相关部门给予帮助、支持。

郑局长在听取相关介绍后，对永祥多晶硅公司的快速发展和花园式的化工厂区感叹不已，她说，四川省招商引资局一定会在招商引资方面给予永祥多晶硅公司更多扶持，希望永祥多晶硅公司继续朝着这个良好态势发展下去，祝愿永祥多晶硅公司的明天更加美好。

中国《农民日报》通联采访中心副主任张蕾调研通威蓉味模式及邓崃现代养殖业发展状况时指出

推进邓崃现代生猪养殖　促进城乡统筹发展

本报讯（通讯员　邓仲钧）6月19日下午，中国《农民日报》通联采访中心副主任张蕾在成都市农委宣传处处长黄胜、邓崃市农发局局长陈在君的陪同下，莅巧调研现代养殖业发展状况。春源生态养殖公司总经理巫文勇热情接待。

巫总向张主任一行介绍了通威“蓉味模式”在邓崃的全产业链建设中生猪繁育养殖、防疫防控检、投入品生产、肉食品加工及营销模式等方面的情况。张主任一行还观看了养殖视频监控全过程。

调研中，张主任对通威生态化生猪养殖、现代化饲料生产及可控性食品加工的全程追溯生猪产业链模式给予了肯定。她指出，通威是一个负责任的企业，通威自动化饲喂系统的展示，是现代生猪产业的一个亮点，这必将推动整个养殖业的发展。在通威的“蓉味模式”中，食品安全得以真正可控。她认为未来10年将是以“专合组织＋养殖户”的模式为主，通威的养殖事业在以后的发展过程中还要多宣传、多总结、多提炼。张主任希望春源生态公司在推进邓崃现代生猪养殖、促进城乡统筹发展的同时，进一步提升企业效益和社会效益。

确保产品质量　树立安全意识

本报讯（通讯员　郭丽清）近日，茂名市茂港区畜牧兽医局副局长黄文伟、畜牧兽医管理股股长陈海及动物卫生监督所所长王帅到茂名通威指导工作，对公司的原料、生产及检化验设备情况进行了认真详细地检查，同时对公司生产的各项记录及员工待证上岗情况也做了详细记录。检查结束后，黄副局长对茂名通威各项管理工作给予了高度认可，对产品质量安全表示放心。

茂港区畜牧兽医局副局长黄文伟（右）检查饲料原料

饲料企业生产与养殖行业具有独特分工

强化精细化管理　深入推进创值式营销

通威动物营养科技公司中干培训暨年中总结分析会成功举行

本报讯（通讯员　董垂旅　刘光惠）6月2日—3日，通威动物营养科技公司在洪雅和江古镇举行了“效率决定效益　细节决定成败　速度决定生死”为主题的中干培训暨年中总结分析会。通威动物营养科技公司副总经理文加林与会，公司全体中干以上管理人员及各区域经理参加会议。通威集团学习中心副主任、通威股份人力资源部总助理徐一博，通威股份人力资源部干部管理专员黄劲松到会并做培训指导。

培训会上，徐主任以《非HR经理的HR管理》为题，从人员招聘、人员激励、如何留人等三方面进行详细讲解，让大家深刻地领悟到传统与现代管理方式的差异性。黄劲松总助针对改革之年，介绍了干部晋升和配置方面的工作，剖析当前干部的现状问题，提出了今后干部管理的要求。最后，文总从主管定位、主管类型以及优秀主管应具备的要素等方面阐述了成功树立主管形象的关键点；同时，文总鼓励全体干部自查自纠，找到管理工作的切入点，成长为一名成功的主管。

最后，文总再次阐述了管理总部年初提出的经营方针，并通报了公司的落实情况。文总指出，必须紧紧围绕“增量稳中求质”的总体目标，不断创新突破，强化精细化管理，深入推进创值式营销，随着行业竞争的加剧和合作客户的逐渐壮大，公司势必将用通威技术优势，为猫虾、鳜、加州鲈等各优特预混料产品的推广，增强合作客户综合实力。同时，公司将紧紧围绕总部决策和创新的步伐，将对以元主席强调的“效率决定效益　细节决定成败　速度决定生死”的指示精神贯彻到日常实际工作中去，以饱满的精神状态迎接狂羊的到来，为全年任务的完成实现响叶锋的号角。

深入市场一线　创新服务模式

通威股份副总裁、食品事业部总经理刘志全调研鲁豫片区产业链

四川通威市场营销人员现场

本报讯（通讯员　雷碧蓉　曾庆雄）6月17日，通威股份副总裁、食品事业部总经理刘志全到山东通威调研产业链工作，并到淄博食品指导工作。通威股份鲁豫片区总经理兼山东通威总经理沈大权，食品事业部畜禽部总经理兼淄博食品总经理陈印群等陪同。

17日上午，刘总在淄博食品召开了鲁豫片区和食品板块关于打造产业链的相关会议，并对在会同鸭放养过程中存在的问题提出了解决意见，为产业链的可持续发展增进了动力。下午召开了淄博食品中干会议，刘总听取了各部门的工作汇报，对淄博食品1-5月份经营状况做了分析，对公司今后的发展做出了重要指示。

会上，刘总对产业链的打造和淄博食品公司的未来发展表示满意。淄博食品全体中干在会上表示，将在总部的支持下，公司力争7月份盈利。

本报讯（通讯员　李胜芳　韦红霞）6月16日下午，通威股份江淮片区6月市场工作会议在盐城通威召开，通威股份总助、江淮片区总经理周洪超主持会议。

整个会议分为“各公司及竞争对手经营情况”、“交叉市场得失”、“总部文件传达及连纪事件通报”、“销售旺季安全”四部分。

会上，片区总经理周洪超就当前形势、未来前景以及在销售过程中出现的问题等进行了细致的分析，特别是对区域内交叉市场出现的问题做出指示，同时针对片区内各公司经营现状，对下一步工作方向做了部署。此次会议还宣布公司信心，明确了下一阶段经营的发展方向。

又讯　6月2日下午，江淮片区2011年礼仪与服务培训会在扬州通威大会议室召开，来自南京通威、盐城通威、南通巴犬、江苏巴犬和扬州通威等近100名员工到场参训。通威股份总助陶坪、江淮片区总经理周洪超及通威股份市场服务部经理丁伯文到会。

通威股份北方采购中心召开原料系统培训会

本报讯（通讯员　胡伟）为推进原料系统相关工作，6月22日—23日，通威股份北方采购中心原料系统培训会在天津通威顺利举行，通威股份原料系统总经理周林琴，通威股份北方采购中心全员及所在片区分、子公司相关负责人参会。

此次培训集思广益，互动互助，对未来原料系统的改革、打下了良好的基础。

■ 企业文化建设专栏

推进文化建设　须从自我做起

通威股份各分、子公司纷纷开展丰富多彩的企业文化建设主题活动

淮安通威深刻践行企业文化建设

本报讯（通讯员　余倩）6月11日，淮安通威经过认真梳理、讨论后报批通威管理总部，正式成立了企业文化建设领导小组，并颁布了《淮安通威2011年企业文化建设实施方案》。该方案对如何结合淮安通威生产经营现状，主攻精神文化、规范制度文化、推进行为文化，提升物质文化等四个方面出台了具体措施。同时，该小组的成立，将为通威的企业文化建设起到良好的推动作用。

又讯　6月20日，为将企业文化建设进一步贯彻落实，淮安通威举行了企业文化建设专场培训会，公司全体员工参加了此次培训，淮安通威人行部部长骆祖志主讲。骆部长从通威的使命、企业宗旨、经营理念延伸到文化建设行动的实际，将“企业文化建设，我们应该做什么”作为培训主题，贯穿始末，并结合“企业文化发展之我见”的座谈会形式，将统推进、完善企业文化建设。

淮安通威组织员工出游留影

淮安通威举行包粽达人比赛

本报讯（通讯员　骆丽达）为丰富员工生活，6月3日下午，“淮安通威杯”包粽达人比赛在淮安通威如期举行。比赛现场，粽叶翻飞，粽香四溢，选手们展现各地的包粽风俗，用一双双巧手，快速展现出一个个口味不一、形状各异的粽子，很快，“粽子们”便被堆成了小山。

经过激烈的角逐，淮安通威人事部的石郑会以最快的速度和最优的造型脱颖而出，获得比赛第一名和“包粽达人”称号。

合肥通威成立企业文化建设小组

本报讯（通讯员　王伟明）6月13日，合肥通威通过成立企业文化建设小组的实际行动，开采取官传栏、板报等形式大力推进企业文化建设活动。

合肥通威人行部以广庆为契机，组织各种各样的活动，公司全员随影参加，并在活动过程中大力宣扬企业文化，让员工更加了解通威的企业文化，增强公司员工的集体荣誉感，为公司的发展打下了良好的基础。

西安通威组织企业文化建设工作

本报讯（通讯员　郭明）为深持传承通威优秀文化，服从和服务于总体发展战略，促进西安通威稳健快速发展，6月23日，西安通威企业文化建设小组正式成立，西安通威总经理毛明军任领导小组组长，西安通威人行部部长张晓丽任副组长，并对小组成员进行了工作分工。通威股份鲁豫片区总经理兼山东通威总经理沈大权，食品事业部畜禽部总经理陈平福参加座谈。

下午召开了淄博食品中干会议，刘总听取了各部门的工作汇报，对淄博食品1-5月份经营状况做了分析，对公司今后的发展做出了重要指示。

会上，刘总对产业链的打造和淄博食品公司的未来发展表示满意。淄博食品全体中干在会上表示，将在总部的支持下，公司力争7月份盈利。

通威股份总裁助理、市场营销总监王尚戈到四川通威指导工作

服务是市场工作的重要推手

本报讯（通讯员　田莉）6月3日，通威股份总裁助理王尚戈到四川通威检查、指导工作，主要对四川通威市场一部的工作情况进行深入了解，通威股份副总裁、四川通威总经理陈平福参加座谈。

王总在认真听取相关人员关于四川通威水产料1-5月销售情况、各区域主推的养殖模式、鲁鲈对手销售策略等相关汇报后，对市场一部所取得的成绩给予了肯定，同时要求大家一定要充分认识到服务作为市场工作重要推手的深刻内涵。王总还要求所有业务员必须要与领导调水服务工作中，亲自动手，把先仓强、饲料伴侣成功抽回市场，为养殖户带来真正的效益。

重庆通威定期盘点　月度经营结果

本报讯（通讯员　虞茂辉）为及时、有效地对重庆通威月度经营管理工作进行盘点，重庆通威从2011年3月份开始即执行了“月度经营分析会制度”，规定每月定期召开上月经营分析会议。

5月份经营分析会于6月16日召开，会上，通威股份重庆片区总经理兼重庆通威总经理马松做全面部署并明确分工。

本期经营会上，重庆通威常务副总经理赵明远重点就如何建立客户信息、实现扁平化两级管理、市场内务管理，促销方案处理、团队建设等管销工作进行了讲解。该会议气氛热烈，与会人员纷纷提出了许多中肯的意见，对指边公司未来管理工作普遍了良好的强指。

广纳贤言　改善员工生活

本报讯（通讯员　程以龙）为进一步完善食堂管理，提升食堂服务质量，沙市通威自6月6日起，特向公司员工开展食堂工作质量满意度无记名问卷调查。问卷调查结果显示，员工对食堂工作人员服务态度、菜品可口程度、花样更新、就餐价位等满意度达80%以上。

据了解，沙市通威人行部根据食堂众口难调的特殊性，结合员工的合理化建议，进一步进创新、力争为员工打造供更加经济、美味的餐饮服务。

春源食品举行商务礼仪培训会

本报讯（通讯员　张泽爽）为增加员工商务礼仪知识，提升个人素养，维护企业形象，6月16日晚，春源食品在公司三楼大会议室举行了商务礼仪培训会，公司全体后勤管理人员共40余人参加了此次培训。

此次培训由邓崃市技师学院的专业老师结合公司实际情况，就仪容仪表、办公礼仪、语言礼仪等商务礼仪内容进行讲解，培训过程中，培训老师还与大家进行了现场问答，在互动交流中对大家的疑问进行解答，使大家受益匪浅。

西安通威员工浴室竣工

本报讯（通讯员　周亚春）为切实让大家感受到通威大家庭的温暖，西安通威福利管理总部同意立案四月通威浴室。

王总在认真听取相关人员关于四川通威水产料1-5月销售情况、各区域主推的养殖模式、鲁鲈对手销售策略等相关汇报后，对市场一部所取得的成绩给予了肯定，同时要求大家一定要充分认识到服务作为市场工作重要推手的深刻内涵。王总还要求所有业务员必须要与领导调水服务工作中，亲自动手，把先仓强、饲料伴侣成功抽回市场，为养殖户带来真正的效益。

珠海海一开展交通安全知识培训

本报讯（通讯员　林秋华）为配合珠海市“净畅宁美”环境大整治行动，6月10日上午，珠海海一公司邀请珠海市斗门区交警大队宣传办干警到公司进行交通安全知识培训。宣传办干警到公司进行了交通常识讲解，同时讨时专题事故案例，并发放了相关宣传资料。此次培训，不仅使广大员工了进一步了解了相关的交通安全知识，还提高了每位员工遵守交通安全法规的自觉性。

绍兴通威勇当义务消防兵

本报讯（通讯员　范翠玲）为各战阳光行动，6月1日，在绍兴通威总经理陈忠模的带领下，公司各部门经理了现场灭火大比拼活动，各部门员工通跃参与。

在比赛现场，随着绍兴通威总经理陈忠模的一声令下，被点到名的员工立即冲出起跑线，一边拉开保险销，一边冲向燃烧物，大动作倒燃烧池进将火扑灭。6秒、5秒、4秒40，大伙儿中一个个不甘示弱，争当第一。活动虽然结束了，但安全的警钟将会长鸣在每位员工的心中。

江苏巴犬强化淮军事化管理

本报讯（通讯员　陈子昂）7月1、2为期一个月的淮军事化军训活动在江苏巴犬办公楼前举行。本次军训参照士官学校的军训体外，还穿插组织聚、团队拓展训练等丰富内容，旨在锻炼员工队伍意志，提升抗压能力，凝聚团队力量，以饱满的精神面貌迎接挑战。

当日下午6点，军训活动正式开始，江苏巴犬人行部部长张磊在动员讲话中简要介绍了此次军训的目的，并通报了近年来管理总部关于淮军事化管理工作的相关文件指示。军训开始后，各位队员精神抖擞，激情扬扬，石破严谨，展现了良好的精神风貌。军训结束后，江苏巴犬总经理蔡福振指出，此次军事化管理工作是公司长期开展的一项工作，希望各部门能够高度重视，借助此次机会，提升团队的协作能力，为公司全年目标的实现奠定坚实的基础。

发挥优势　抢占市场先机

本报讯（通讯员　邴军兰）为切实加强一线人员的业务学习，提高业务水平，6月4日—5日，7日—8日，17日—18日，四川通威公司先后组织了营销人员参加了EXCEL操作培训。通威集团财务部经理肖华出席培训会。

据悉，集团总部及在营分、子公司全体财务人员参加了培训会，从裸松财务人员在公司本部参加了视频培训。

本次培训，许多参会人员都期随培训老师的演示进行操作，以加深印象，本次培训获得了良好的效果。会后，大家都表示受益匪浅，学到了一些实用性较强的函数公式，但由于本次培训内容的信息量较大，许多函数公式尚未完全理解，还需在平时的工作实践中去进一步熟悉和消化。

调研中，张主任对通威生态化生猪养殖、现代化饲料生产及可控性食品加工的全程追溯生猪产业链模式给予了肯定。她指出，通威是一个负责任的企业，通威自动化饲喂系统的展示，是现代生猪产业的一个亮点，这必将推动整个养殖业的发展。在通威的“蓉味模式”中，食品安全得以真正可控。她认为未来10年将是以“专合组织＋养殖户”的模式为主，通威的养殖事业在以后的发展过程中还要多宣传、多总结、多提炼。张主任希望春源生态公司在推进邓崃现代生猪养殖、促进城乡统筹发展的同时，进一步提升企业效益和社会效益。

确保产品质量　树立安全意识

本报讯（通讯员　郭丽清）近日，茂名市茂港区畜牧兽医局副局长黄文伟、畜牧兽医管理股股长陈海及动物卫生监督所所长王帅到茂名通威指导工作，对公司的原料、生产及检化验设备情况进行了认真详细地检查，同时对公司生产的各项记录及员工待证上岗情况也做了详细记录。检查结束后，黄副局长对茂名通威各项管理工作给予了高度认可，对产品质量安全表示放心。

茂港区畜牧兽医局副局长黄文伟（右）检查饲料原料

集团财务部举办电子表格操作培训

本报讯（通讯员　余梳）6月11日，集团财务部与股份财务部在管理总部多功能厅共同举办了EXCEL操作培训。通威集团财务部经理肖华出席培训会。

早餐：蜂蜜水一杯(300毫升)；蜂蜜可以补充体内所需的糖、白煮鸡蛋一个；鸡蛋能补充足够的蛋白质，营养一个；补充维生素和少量水分。面包两片；最好食用粗粮面包，能增加体内的B族维生素、火腿两片；主要补充体内的能量。

午餐：麒麟拼骨一份；不仅仅缺补流失的钙，酪酪能使排骨中的钙容易吸收，西芹花生米一盘：增加食物纤维。冬瓜汤一碗：不仅抵消了排骨的油腻，还有美容的作用。米饭150克：补充糖和其它营养。餐后稍小时喝咖啡一杯：改善午后困乏的精神状态。

晚餐：西红柿炒鸡蛋一份：能增加适量维生素和蛋白。动物肝脏一碟：补充B族维生素和维生素A。馒头100克：补充糖类和其它营养。餐后一小时吃香蕉一根：补充维生素、解除疲劳，睡前半小时喝热牛奶半杯：有助于睡眠。

眼睛累了提眉弓

据(生命时报)，小时候，我们在学校人人都做眼保健操，长大以后，电脑代替眼保健操成为近了，可眼睛所处的环境却越来越糟。当今社会，电脑在带给我们高效率的同时，也或多或少带给我们一些“副产品”——明眼干涩、头晕眼花、物模糊等视疲劳现象主因扰着电脑一族。

过去的眼保健操依然奏效，但如果非常忙，下面一些简单的眼部自我推拿手法也有很好的效果。

点揉攒竹穴：用灵手拇指指肚分别按在双侧攒竹穴(眉毛的内侧端，内眼角上方)，由轻而重反复按揉约20次。

捏眉弓：用双手指食指捏住眉弓处皮肤，由内向外轻轻捏起，反复操作20次。

刮眼眶：双手食指屈曲，用第二指节紧贴上眼眶内侧，自内向外推至外侧端；然后再推刮下眼眶。如此先上后下反复操作约10次。

熨眼：双目紧闭，先将双掌搓热，用双手掌根处轻压双目，热熨30秒，再轻揉10次。

抹前额：用拇指贴近前额，由中间向两边抹，大约要有20次。

疼痛试试“自然疗法”

腰酸背疼、痛经，大部分人都会想到去看医生或到药店买止疼药，其实，这些疼痛不吃药自己就能缓解。日前美国CNN发表文章，为疼痛开出了“自然疗法”的处方。

膳食敲疼：吃点香乐

研究显示，香乐有助于缓解阵痛和肌肉痉挛疼痛。这项研究共有40位做支做肌疼痛门诊的病人参加，其中一组用耳机每天听一小时他们最喜欢的流行音乐或者其自然界的各种美妙声音；另一组则听调节乐或安静乐。结果：三组人在听完不听任何音乐。研究人员用特殊的仪器测定了他们的疼痛指标后发现，前两个听音乐小组病人的疼痛感分别下降了12%和21%。还有一项相关研究也指出，香乐中含有的维生素A、维生素B族维生素和维生素A。慢头100克：补充糖类和其它营养。餐后一小时吃香蕉一根：补充维生素、解除疲劳，睡前半小时喝热牛奶半杯：有助于睡眠。

眼睛累了提眉弓

据(生命时报)，小时候，我们在学校人人都做眼保健操，长大以后，电脑代替眼保健操成为近了，可眼睛所处的环境却越来越糟。当今社会，电脑在带给我们高效率的同时，也或多或少带给我们一些“副产品”——明眼干涩、头晕眼花、物模糊等视疲劳现象主因扰着电脑一族。

过去的眼保健操依然奏效，但如果非常忙，下面一些简单的眼部自我推拿手法也有很好的效果。

点揉攒竹穴：用灵手拇指指肚分别按在双侧攒竹穴(眉毛的内侧端，内眼角上方)，由轻而重反复按揉约20次。

捏眉弓：用双手指食指捏住眉弓处皮肤，由内向外轻轻捏起，反复操作20次。

刮眼眶：双手食指屈曲，用第二指节紧贴上眼眶内侧，自内向外推至外侧端；然后再推刮下眼眶。如此先上后下反复操作约10次。

熨眼：双目紧闭，先将双掌搓热，用双手掌根处轻压双目，热熨30秒，再轻揉10次。

海一虾苗场珠海分场　珠三角市场正式出苗

本报讯（通讯员　林秋华）6月12日，珠海海一珠三角市场的养殖户和业务员期盼已久的时刻终于到来，海南海一种苗珠海分场正式出苗了。为做好珠三角市场销售的配套服务工作，在珠海海一与海南海一的共同努力下，历时半年，终于大获成功。借第一次出苗的机会，珠海海一在分场组织了一次南美白对虾养殖技术座谈会，此举让养殖户对海一种苗有了充分的了解，同时也增强了客户使用海一饲料的信心，相信广大珠三角海一公司在销售旺季到来之前打下了良好基础。

猪粪通威组织员工出游留影

诚实做人　精明做事

开拓创新　超越自我

争先进位

和谐发展

南通巴犬淮军事化队列训练

吹响号角　团结奋进

本报讯（通讯员　张晓静）为进一步促进巴犬队伍规范化、正规化建设，目前，由广东通威人行部、生产部牵头，在全公司扎实开展“岗位大练兵、技能大比武、知识大竞赛、作风大整训”系列活动。

5月30日至6月7日，广东通威还组织全体员工在开拔仪式前进行了2011年第一次月度队伍会操比赛。本次比赛的内容包括：整齐报数，立正，稍息，跨立，下蹲，起立，停止间转法，行进与立定五大项目，通过紧张、激烈的角逐，行政二队（总部、财务组）以0.5分的优势获胜，夺得流动红旗奖。6月27日，公司还进行了季度比赛，并获得实际队列标兵奖。

目标为一切行动导航

本报讯（通讯员　何志泽）日前，饲料销售旺季来临，为保障旺季安全生产和供货，南通巴犬根据通威股份的总体安排，充分结合《关于加强2011夏季安全工作的通知》精神，全面推进各板块的年度目标管理工作。南通巴犬总经理王洪华亲自带队进行每周安全卫生大检查，及时发现和整改检查中存在的问题，加大对责任人员的处理力度，充分利用每周生产例会和布脸仪式对淮军事化管理工作进行总结和点评，对生产、市场、行政后勤以及品牌管理几个板块的淮军事化管理工作进行考核和管理细则。同时，生产、市场、行政后勤以及品牌管理几个板块的淮军事化管理工作进行总结和点评，对生产、市场、行政后勤以及品牌管理几个板块的淮军事化管理细则。同时，

打造一支令行禁止、作风优良、保障有力、敢打硬仗的团队，是南通巴犬今后几年乃至更长时间创持续成长的关键，更将文无提纲把淮军事化管理进行到底。

西安通威成立畜禽特攻队

本报讯（通讯员　周亚春）西安通威为应对市场的激烈竞争，进一步加大畜禽料销量，特将饲料料和禽料分开，分别成立了猪料特工队和禽料特工队，重新调整市场划分，在考核期内实施不同的考核方案，以期达到最佳的市场效益，争取通威股份下发的目标任务。

加强消防培训　确保旺季安全生产

本报讯（通讯员　黄春燕）产品旺季到来，安全生产事故更加不容忽视。为进一步提高全员的消防安全意识，增强自防、自救、逃生等防范能力，6月20日，武汉通威组织后勤及生产部员工进行了消防安全知识培训及消防实战演练。

培训中，武汉通威人行部部长唐忠顺点评了安全生产的重要性，武汉通威还特邀专业培训定员专排了一场精彩的消防实战演练，大家把刚学的理论知识与实践结合起来，高效有序地完成了此次培训演练。

南通巴犬淮军事化队列训练

勇于挑战　抢抓机遇

通威股份各分、子公司以多重举措迎战阳光行动

加强培训学习　提升管理沟通能力

本报讯（通讯员　余挑）为加强公司管理人队伍建设，切实提高干部管理沟通水平，日前，南通通威组织公司全体干部参加了由聚成企业管理咨询有限公司提供的管理沟通管理课程培训。

本次培训企业由企业人才复制系统创始人、香港人力资源认证中心首席讲师刘辉主讲，主要介绍了管理沟通的认识和相关技巧，系统地讲解了沟通的障碍认识及障碍消除，并结合案例详细地阐释了如何与上司、下属、平级全方位有效沟通。

海一虾苗场珠海分场　珠三角市场正式出苗

本报讯（通讯员　林秋华）6月12日，珠海海一珠三角市场的养殖户和业务员期盼已久的时刻终于到来，海南海一种苗珠海分场正式出苗了。为做好珠三角市场销售的配套服务工作，在珠海海一与海南海一的共同努力下，历时半年，终于大获成功。借第一次出苗的机会，珠海海一在分场组织了一次南美白对虾养殖技术座谈会，此举让养殖户对海一种苗有了充分的了解，同时也增强了客户使用海一饲料的信心，相信广大珠三角海一公司在销售旺季到来之前打下了良好基础。

猪粪通威组织员工出游留影

诚实做人　精明做事

开拓创新　超越自我

争先进位

和谐发展

南通巴犬淮军事化队列训练

吹响号角　团结奋进

本报讯（通讯员　张晓静）为进一步促进巴犬队伍规范化、正规化建设，目前，由广东通威人行部、生产部牵头，在全公司扎实开展“岗位大练兵、技能大比武、知识大竞赛、作风大整训”系列活动。

5月30日至6月7日，广东通威还组织全体员工在开拔仪式前进行了2011年第一次月度队伍会操比赛。本次比赛的内容包括：整齐报数，立正，稍息，跨立，下蹲，起立，停止间转法，行进与立定五大项目，通过紧张、激烈的角逐，行政二队（总部、财务组）以0.5分的优势获胜，夺得流动红旗奖。6月27日，公司还进行了季度比赛，并获得实际队列标兵奖。

目标为一切行动导航

本报讯（通讯员　何志泽）日前，饲料销售旺季来临，为保障旺季安全生产和供货，南通巴犬根据通威股份的总体安排，充分结合《关于加强2011夏季安全工作的通知》精神，全面推进各板块的年度目标管理工作。南通巴犬总经理王洪华亲自带队进行每周安全卫生大检查，及时发现和整改检查中存在的问题，加大对责任人员的处理力度，充分利用每周生产例会和布脸仪式对淮军事化管理工作进行总结和点评，对生产、市场、行政后勤以及品牌管理几个板块的淮军事化管理细则。同时，

打造一支令行禁止、作风优良、保障有力、敢打硬仗的团队，是南通巴犬今后几年乃至更长时间创持续成长的关键，更将文无提纲把淮军事化管理进行到底。

切实抓好安全生产　全面保障财产安全

本报讯（通讯员　焦文涛）为进一步落实通威股份办公室、生产部《关于加强2011年夏季安全工作的通知》和淄博市高新区安委关于开展安全月活动的通知，山东通威组织全体员工行动起来，共同做好夏季安全生产工作和安全生产月活动。近日，山东通威专门召开安全生产会议，通威股份鲁豫片区总经理、山东通威总经理沈大权全程参加了此次会议，并在会议过程中，一定要严查漏洞，及时发现、解决问题，车间人员的安全生产、市场人员的驾车安全都要注意，一定要避免出事故，各部门要积极行动，共同做好安全生产工作。

又讯　为使安全生产深入人心，6月8日上午，山东通威组织了全体人员，行政后勤管理各部门人员参加“安全生产知识竞赛”活动。来自生产一线的5名员工和行政后勤管理各部门的5名员工，分别做了演讲。由各部门负责人组成的评委对演讲进行了评分，并对各获奖人员进行了颁奖。

加强消防培训　确保旺季安全生产

本报讯（通讯员　黄春燕）产品旺季到来，安全生产事故更加不容忽视。为进一步提高全员的消防安全意识，增强自防、自救、逃生等防范能力，6月20日，武汉通威组织后勤及生产部员工进行了消防安全知识培训及消防实战演练。

培训中，武汉通威人行部部长唐忠顺点评了安全生产的重要性，武汉通威还特邀专业培训定员专排了一场精彩的消防实战演练，大家把刚学的理论知识与实践结合起来，高效有序地完成了此次培训演练。

珠海海一开展交通安全知识培训

本报讯（通讯员　林秋华）为配合珠海市“净畅宁美”环境大整治行动，6月10日上午，珠海海一公司邀请珠海市斗门区交警大队宣传办干警到公司进行交通常识讲解，同时讨时专题事故案例，并发放了相关宣传资料。此次培训，不仅使广大员工了进一步了解了相关的交通安全知识，还提高了每位员工遵守交通安全法规的自觉性。

绍兴通威勇当义务消防兵

本报讯（通讯员　范翠玲）为各战阳光行动，6月1日，在绍兴通威总经理陈忠模的带领下，公司各部门经理了现场灭火大比拼活动，各部门员工通跃参与。

在比赛现场，随着绍兴通威总经理陈忠模的一声令下，被点到名的员工立即冲出起跑线，一边拉开保险销，一边冲向燃烧物，大动作倒燃烧池进将火扑灭。6秒、5秒、4秒40，大伙儿中一个个不甘示弱，争当第一。活动虽然结束了，但安全的警钟将会长鸣在每位员工的心中。

珠海海一开展交通安全知识培训

本报讯（通讯员　林秋华）为配合珠海市“净畅宁美”环境大整治行动，6月10日上午，珠海海一公司邀请珠海市斗门区交警大队宣传办干警到公司进行交通常识讲解，同时讨时专题事故案例，并发放了相关宣传资料。此次培训，不仅使广大员工了进一步了解了相关的交通安全知识，还提高了每位员工遵守交通安全法规的自觉性。

绍兴通威勇当义务消防兵

本报讯（通讯员　范翠玲）为各战阳光行动，6月1日，在绍兴通威总经理陈忠模的带领下，公司各部门经理了现场灭火大比拼活动，各部门员工通跃参与。

在比赛现场，随着绍兴通威总经理陈忠模的一声令下，被点到名的员工立即冲出起跑线，一边拉开保险销，一边冲向燃烧物，大动作倒燃烧池进将火扑灭。6秒、5秒、4秒40，大伙儿中一个个不甘示弱，争当第一。活动虽然结束了，但安全的警钟将会长鸣在每位员工的心中。

珠海海一开展交通安全知识培训

本报讯（通讯员　林秋华）为配合珠海市“净畅宁美”环境大整治行动，6月10日上午，珠海海一公司邀请珠海市斗门区交警大队宣传办干警到公司进行交通常识讲解，同时讨时专题事故案例，并发放了相关宣传资料。此次培训，不仅使广大员工了进一步了解了相关的交通安全知识，还提高了每位员工遵守交通安全法规的自觉性。

绍兴通威勇当义务消防兵

本报讯（通讯员　范翠玲）为各战阳光行动，6月1日，在绍兴通威总经理陈忠模的带领下，公司各部门经理了现场灭火大比拼活动，各部门员工通跃参与。

在比赛现场，随着绍兴通威总经理陈忠模的一声令下，被点到名的员工立即冲出起跑线，一边拉开保险销，一边冲向燃烧物，大动作倒燃烧池进将火扑灭。6秒、5秒、4秒40，大伙儿中一个个不甘示弱，争当第一。活动虽然结束了，但安全的警钟将会长鸣在每位员工的心中。

抢占成渝商机 企业踊跃参加考察团

华西都市报和重庆报报共同主办的“发现成渝新价值”大型主题活动引起社会各界热烈关注

□ 华西都市报记者 石莉芳

●全国政协常委、通威集团董事局主席刘汉元表示，活动给企业搭建了一个很好的平台

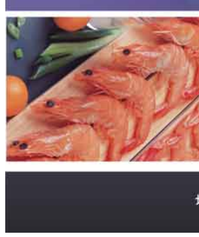
●通威集团、宏达集团、富临集团、上海大众等“华西财富圆桌会”成员企业踊跃报名

目前，华西都市报和重庆晨报共同主办的“发现成渝新价值”大型主题活动正式启动，在社会各界引起热烈关注。其中，川渝两地企业积极响应，高度评价本次活动的举办非常及时。成渝经济区获批的新机遇下，成渝新价值将何发现，这样的投资考察活动给企业搭建了一个前往成渝经济区各节点城市实地考察的良好平台，也搭建了一个企业与地方政府部门对接的平台。

目前，通威集团、宏达集团、富临集团、上海大众、新尚集团、亚惠集团、歌让食品、得益绿色等“华西财富圆桌会”成员企业踊跃报名，则望能成为“发现成渝新价值”投资考察团的第一批考察成员，抢占成渝经济区建设和发展中的新机遇，“给力”中国经济第四极。

加快成渝经济区建设，不仅是川渝地区政府的事情。多位授受采访的“华西财富圆桌会”成员表示，成渝经济区的建设发展还需要两地企业包括资金、技术、人才、产业等实同参与进来，真正推动成渝经济区乃至整个中国西部经济的发展。在成渝经济区规划获批后，华西都市报在第一时间推出“发现成渝新价值”投资考察活动，以媒体之力汇聚各方智慧，号召企业界来共同推动成渝经济区的建设和发展，足见华西都市报先人一步的责任担当。

“走进成渝经济区的重要节点城市进行实地考察，可以说给企业搭建了一个很好的平台。”目前，全国政协常委、通威集团董事局主席刘汉元对本次“发现成渝新价值”大型主题活动的启动给予好评。



《华西都市报》报道截图

文章来源：《华西都市报》
报道地址：http://www.wccdaily.com.cn/epaper/hxdsb/html/2011-06/15/content_338312.htm

变革养殖理念 把握养猪发展趋势

猪e网采访通威自动化设备公司销售总监陈利光

荆：各位网友大家好，在中国畜牧业协会召开第九届中国畜牧业展览会期间，我们猪e网人物访谈社目有幸邀请到通威股份的陈利光先生做客猪e网的人物访谈社目。首先介绍下通威股份，其最近两年在技术方面和实践产品方面，取得了巨大成就。大家知道随着机械化养殖发展，养猪产业转向着机械化、规模化发展，在这个过程中，数字化改着计算机管理成为普通过设备管理，就是行业发展的主流，在这个情况下通威股份提出了饲料养殖一体概念，它都包括什么呢，也给仔猪饲养家、母猪饲养家还有育肥猪饲养家。饲养家这三个字在我们行业内真是耳目一新，下面请陈总向我们网友介绍下。

猪e网报道截图

陈：大家好，通威开发的饲养家主要是根据现在的市场需求，现在农户不愿劳动，养殖户需要的自动化，自主化，电脑化，数据化需求量越来越大。在河主席带领下，升级了我们的生产系统，群策群力尽量去了解猪。

荆：也就是为猪服务。

陈：比如说母猪，饲养家让母猪该得到的福利就能得到，它想吃饲料就吃饲料，想环绕就环绕，想去洗澡就去洗澡，想去休息就去休息。

荆：这是不是福利概念？

陈：对，这是福利概念。再有一点就是卫生概念，如果做到全程饲养的话，你怎么分？饲料也好，粪便也好，休息的猪圈也好，分得很开。休息是休息的地方，吃饲料是吃饲料的地方，拉粪便是粪便的地方，这样的区分一线，这是真正的全程饲养管理，而且饲料及长势全部数字化，吃多少长多少一目了然。再一个方面，通过这个全自动化，饲料大大减少了。

荆：通过数字的管理，每头猪的采食量，特别是母猪的采食量通过设备的程序来提供，可是精确地管理。

陈：比如说母猪，母猪自动饲喂，母猪在整个生产生理周期中，它首先要计算饲料的剩余部分，比如不怀猪自动下料，怀孕猪怀孕前期、中期、后期所吃的饲料不同，每天需要的数量是不一样的。吃得过多会过肥，受孕率和产仔率很低，过瘦会造成营养不足，泌乳不足和母猪后期营养跟不上，如果给到环境，适应猪的生理周期，猪才能真正地健康。我们根据母猪的生理特点制定了一套完整的程序，每天对其称重、体检。感觉它是吃多了还是吃少了，对其进行调控达到需要的标准，既节省人工和饲料，猪也健康了。

荆：刚刚对母猪采做了很好的解读，现在能对饲养家的做广做下介绍吗？

陈：这个自动化技能在欧洲是很普遍的，在三四年前就有动物福利的要求，国际上很认可这个观念和饲养模式，只有健康的饲养才能够吃得上健康的猪肉产品。再一个需求就是说我们的养殖户的经济效益，因此很多人都想采用自动化来饲养母猪，想通过自动化饲养来改善母猪的体质，因而提高母猪的产仔率。再一个是仔猪育肥猪，现在我们的饲喂管理有几个过程，首先让猪吃得多、长得快、长得白白胖胖。但是真正的养猪是给到好处，我们现在的饲养一般都是糟喂，这个是人工一次下料而且是干料，饲料不新鲜而且肠虫过猪的消化道、呼吸道都有伤害。我们的自动化饲喂是及时下料，猪到饲喂点，系统先下水再下料饲喂，混合成2:3的比例的湿料，一般的干喂是猪吃一口饲料喝一口水，而我们的湿料可以节约至少20%的饲料。猪饿了就进去吃，系统就自动上锁，实现群养单喂的理念。

荆：其实这个饲养家就是一个未来猪，随总做了一个很好的解读，我想我们国家养殖政策就是提模化和集约化，由此来讲这个饲养家，通过这个设备和理念，是未来市场发展的必然趋势，我们也祝愿通威的饲养家能够在市场取得更好的地广，谢谢你接受我们的采访。

陈：谢谢！

后记：此次采访只有短短的十几分钟时间，但是陈总专上通威出的对中国自动化设备事业的热忱是很强烈的，相信中国的养猪业会很快走上自动化规模化的养殖道路。

（整理 叶绒）

文章来源：猪e网
报道地址：http://www1.zhue.com.cn/plus/view.php?aid=98281

搜团网
通威集团旗下专业团购网站
tuan.zgnyqss.com
汇集通威健康、安全、绿色食品
更优惠的价格 更优质的服务
现在就去团吧！
地址：成都市二环路南四段11号 电话：028-86168746 网址：http://tuan.zgnyqss.com

1亿亩西部国土用于光伏发电 可解决全国能源问题

□ 证券时报记者 魏曙光

全国政协常委、通威集团董事局主席刘汉元日前提出，我国比世界上任何国家都更需要追切解决能源问题，如果利用我国光热资源最丰富的西北部国土的1%发展光伏产业，就能够基本解决我国未来发展的全部能源问题。

刘汉元主席介绍到，近30年来我国的能源消耗总量相当于444.5亿吨标准煤，年均增幅5.5%，新世纪以来的10年年均增速更达9.1%，2010年我国能源消耗总量达32.5亿吨标准煤，每年全球消耗能源新增部分我国占近3/4，巨大的能源需求与我国有限的能源开采已形成尖锐矛盾。而我国西部地区幅员辽阔，人烟稀少，光照时间长，太阳辐射强烈，太阳能资源十分丰富，可大力发展太阳能光伏电站。

刘汉元主席指出，四川生多晶硅、光伏产业发展方面在全国具有比较优势，是全国多晶硅三大产区之一。四川省、成都市、乐山市政府要在制度和政策上支持和培育光伏产业，形成全国比较优势。如果利用我国光热资源最丰富的西北部国土的1%，即约1亿亩包括西藏、青海、内蒙，和四川的甘孜、阿坝、凉山等我国西北部土地来发展太阳能光伏发电，就可以实现50亿吨到62.5亿吨标准煤的能源开发，相当于目前我国能源使用量的2倍左右，就基本能够解决未来的全部能源问题，可以形成中国和平崛起的水续能源供应基地。

文章来源：《证券时报》
报道地址：http://epaper.stcn.com/paper/zqsb/html/2011-03/04/content_248881.htm

《证券时报》报道截图

奇闻趣事

17座金字塔及上千古墓现世

据海外媒体报道，近日美国阿拉巴马大学伯明翰分校的一个实验室运用卫星空外成像技术，探测到了埃及地下17座从未被人发现的金字塔以及3000多座未被挖掘的墓穴、3000多处古代房屋遗迹、堪称大空考古学的一次重大发现。

据悉，该实验室研究人员由美国埃及考古学家萨拉·帕卡克（Sarah Parcak）带领，利用可以聊明地下不同物质的大功率红外热像设备，在埃及地区进行勘察，结果发现了大量理藏在沙土中、从未被考古界发现的遗迹，包括金字塔、墓穴等。

帕卡克说，通过红外设备，可以看见建筑的轮廓，甚至能看出建筑的结构，但当如此庞大的“建筑群”出现时，同事们都感到惊讶，她自己更是退后一步，不能大工一次下料而且是干料，饲料不新鲜而且肠虫过猪的消化道、呼吸道都有伤害。我们的自动化饲喂是及时下料，猪到饲喂点，系统先下水再下料饲喂，混合成2:3的比例的湿料，一般的干喂是猪吃一口饲料喝一口水，而我们的湿料可以节约至少20%的饲料。猪饿了就进去吃，系统就自动上锁，实现群养单喂的理念。

荆：其实这个饲养家就是一个未来猪，随总做了一个很好的解读，我想我们国家养殖政策就是提模化和集约化，由此来讲这个饲养家，通过这个设备和理念，是未来市场发展的必然趋势，我们也祝愿通威的饲养家能够在市场取得更好的地广，谢谢你接受我们的采访。

陈：谢谢！

后记：此次采访只有短短的十几分钟时间，但是陈总专上通威出的对中国自动化设备事业的热忱是很强烈的，相信中国的养猪业会很快走上自动化规模化的养殖道路。

（整理 叶绒）

文章来源：猪e网
报道地址：http://www1.zhue.com.cn/plus/view.php?aid=98281

胜者之道

差异化战略：品牌竞争新势力

□ 一凡

在生物界中，无论是一粒小小的种子，还是一只小小的动物，想健康成长必然遵循生物生长的定律——与生态系统相应地保持平衡。

在商业界中，无论是已经取得强势的品牌，还是想在备蓄势占领市场的品牌，想保持品牌特张性的竞争力，品牌也必然遵循生态系统的定律。

这便是品牌竞争的终极秘密。在我们还没有来得及思考怎么品牌竞争时，拥成是我们一直沉湎于品牌竞争环境之中，是否意识到秘密一直伴随在我们的左右呢？

品牌竞争的终极状态是两极分化，这便是生态系统的定律，因为世界需要“阴阳”来平衡。在同一个品类当中，品牌间相互竞争形成两股势力，这两股势力竖起了两面大旗：一个品品类上的领导者，另一个是领导者的反对者。

然而，在品牌竞争同两极分化时，那些处于中间位置的，也必定很快地边分化，或者向左跑入领导者的室座，或者向右跑入反对者的对抗，没有中间位置的“独立”余地。所以，处于中间位置的品牌注定是没有前途的。

我们在美式快餐的品类上，会观察到室争到现在只有两个强势品牌，一个是麦当劳，另一个是肯德基。不相信请到市场上逛逛，看看是不是只有这两面大旗。这就是中国市场的事实，更是品牌竞争的终极秘密所在。

我们在国产牛奶市场上，会发现只有伊利与蒙牛两家在不断地领大。虽然还有其它品牌存在，但是这些品牌只能成为区域性的品牌。值得庆幸的是这些品牌还有一定的市场机会，除非是期待这两大强势品牌出现战略性的错误，要不机会很渺茫了。

此时，差异化的因素浮出海面。

一、质量差异化原则

假如企业盲目认为品牌差异化就是已质量为导向，那么凭企业再怎么努力，结果也会白搭，品牌终身注定成不了大器。真正决定企业运作品牌胜负的是在消费者的心智中，而不是企业自身认为的角度，品牌差异化建立也如此。

品牌差异化需要聚焦到品类上，并率先进入消费者的心智之中。

杜绝与警惕品牌差异化以质量为导向后，许多企业纯粹地为了差异化而差异化，并没有真正了解品牌差异化需要聚焦到一个有价值的品类上，并率先进入消费者的心智，错失了大好的商机。

品牌差异化不是创造了一个差异化的概念就万事大吉了，就理所当然地认为这个差异化概念就是你的了。有了好的差异化概念，企业还要做的就是聚焦在品类上。率先进入消费者的心智之中，让消费者意识到这个差异化是与众不同的，这个差异化的概念才真正被企业占有，品牌在市场上才真正与众不同起来。

比如空调差异化，可能你认为不是一个差异化。市场上本来春兰，或者海尔、美的更有机会成为空调这个品类的代名词，但是，他们那没有这样做，结果被格力聚焦到空调这个品类，率先进入消费者心智之中，格力空调领跑世界，现在真正的是世界第一了。还有，果冻这个品类本来是属于金龙的。但是，喜之郎发现金龙并没有率先进入消费者的心智之中，因为进入市场前在货架上，并没有代表进入消费者心智。喜之郎马上聚焦到果冻品类上，在全国开展占据消费者心智的宣传。结果，金龙只能睁眼看着果冻这个品类的宝座被喜之郎抢走。

实施差异化是在消费者心智中发生的，而不是在市场上，或者事实上获得差异化了，但没有消费者认可，差异化也无法获得消费者在市场上的购买力。消费者心智模式生活特征，他们对同类的程度会越来越高，产品的同质化竞争加剧。同时，随着现代科技的高速发展以及网络品牌的兴起，产品从技术、功能、工艺、价格、促销、服务方面来讲，同质化是必然的结果，制造企业如何制造差异化是以知识为基础建立的，这就决定了它可以比有赖于科技的产品差异化更具有个性化。所以，品牌形象差异化是企业在价格竞争和产品同质化阶段之后的主要策略。

再者，由于现实的消费市场存在着信息不对称现象，品牌形象差异化可以最大限度地降低“信息不对称”程度，赢得消费者的信赖，最终缔造品牌的竞争力。很多的国际品牌正是充分地利用了品牌形象差异化而获得了消费者方面的信息缺失，比如一提到“耐克”，大家就会想到它的不同于其它运动鞋的各种信息，如它的优良品质，它的独特款式等，总之它就是“品牌”的代言词。

当品牌差异化聚焦在品类，率先进入消费者的心智后，企业要做的就是不断进化自己，我们都知道恐龙在当时的生物界是非常强大与区域的，但是恐龙为什么会走向灭亡？关键性因素就是恐龙不懂得利用自身差异化，通过进化自己来适应生物界生存环境的变化；有一点商业模式的构想，更多的还是处在模糊清晰当中；更不要说企业文化了，有这样境界的企业更是少之又少。就是海尔、联想这样的本土大企业也只是朝朝建立起企业文化的基础，更多的企业只处在目标定位的初级阶段。

专业化、系列化、标准化、成长性、实效性、业绩性，企业平衡战略的核心思想。

要做到有效的品牌管理，就需掌握这五大因素基础上的平衡关系，只有撑握了这些平衡关系，才能得到好的品牌结果，打造强势的品牌。

品牌作为一种道，要“以全争于天下”的胸怀，具有“水”般的内生战略，具有“势”的外生战略，品牌的生成，不仅一个“何成”，如何合一，还可以形成“如循环之无端”般的境界。

危机视界

透明时代的企业声誉管理

□ 柏友

我们知道，一个企业能持续发展绝非某一个因素在发生作用，而是一个价值链共震产生的联合效益，只不过企业在做品牌传播与诉求之时，放大了某一个环节的力量与影响力，以便于消费者来认知，结果，很多人就认为，这个企业的成功就是广告做的，这个企业的成功就是会搞活动，这个企业成功就是会搞终端营销等等。其实，这样的认知都是非常片面的，只能说大家看到的是冰山一角，大部分重要的整合力量，大家并没有看到。

一个企业的发展社大，是一项系统工作，是多种力量搏弈的结果。如果那个企业或产品成就一个卓越的品牌，那是这种系统工程造就的。

试想，可口可乐这样的品牌仅仅是因为广告做的好吗？星巴克这样的品牌仅仅是因为其咖啡好喝吗？

回答当然不是，里面的因素还有很多。所以，在这里要与读者朋友们交流的是，如何进行有效的品牌管理，就要想告诉大家，在品牌管理的过程中应该重点上，要考虑综合因素，要有系统化的思考，要在一个价值链上进行思考。

为什么要强调这一点？这是因为现在市场上这个问题太严重了，已经到了必须正视和重视的阶段。

我们对品牌的认知正如和对战略的认知一样，大多是盲人摸象，见到什么说什么，这个市场上充满了太多的胡言乱语，太多的胡说八道。因为他们从来没有完整地审视大象的眼光，也即没有全面审视品牌的眼光。表面、局部、零碎，是他们认知品牌或管理品牌的主要特征。每一个人都仅仅看到品牌的一个部分，同时对认识不到的部分一无所知。这像管理大师明茨伯格讲战略认知的现状一样，品牌管理的认知就是如此。

品牌与企业战略有很多想象的地方，都是看不见摸不着的东西，看得见摸得着的就是产品，产品易见，价值不高，品牌与战略难见，价值当然不高。打个比方管理一个看不见，摸不着的“东西”，出现混乱不说是必然的，却也是常见的现象。因为他确乎难以有较为明确的“标准”。正如艺术品牌的优劣一样，是由潜在的一系列的要素构成的，而不是简单的直观判断。

品牌建设

品牌平衡的价值管理

□ 郑新安

比如，我们可以从战略的角度来看品牌的价值与打造。一般的战略是指企业发展的战略，大多为企业将要怎么做，如何做。呈现出的状态是内向型的，消费者并不容易感受得到。而品牌则是外向型的，是企业的战略做到什么程度，给消费者的主要印象，或者说是结果。

要做到有效的品牌管理，必须考虑企业内外关系的平衡，没有这种平衡，品牌这个结果是出不来的。这就是为什么中国这么多企业做品牌都流于表面，很多所谓的“品牌”都如流星的主要原因。

平衡是一个哲学层面上的指南，哲学是众学之王。只有掌握了这个方法论，才能透彻理解与运用品牌管理之道。

平衡在生活中随处可见，生命需要平衡，健美需要平衡，管理需要平衡，发展需要平衡，社会发展更是离不开平衡。均衡的低级经济，环保型社会，讲求的就是人与社会的平衡。

市场没有绝对的竞争，也没有绝对的合作，因为这两者在一定条件下都是互相转化的，是相势发展的。这就是现行的竞合关系。竞争是合作的开始，就是寻找着一种平衡。

常有人说，风险越大，利益越大。这就是一个平衡相势的关系，关键你能不能操控这种关系。这个风险是否能冒得起，要有一种未思进，先思退的高度平衡战略才行。

平衡在生活与生意中无处不在，又与利、家族与股东、“亲”与“近”，进取与稳健等等。

所以，中国企业要发展，必需要有一种系统战略思维和战略平衡艺术。孤立的强调任何环节都是错误的，也是不负责任的，企业在经营过程中绝不能“顾此失彼”。只有当我们拥有系统化的战略思维构想时，企业才能不断发展壮大，才有可能做成国际化的大企业。

中国的企业还都以中小企业为主，他们的战略意识还处在起步级阶段；有一点品牌意识，还只是停留在商标和广告的表现上；有一点战略选择意识，也只是处在寻找消费市场的状态；有一点商业模式的构想，更多的还是处在模糊清晰状态中；更不要说企业文化了，有这样境界的企业更是少之又少。就是海尔、联想这样的本土大企业也只是朝朝建立起企业文化的基础，更多的企业只处在目标定位的初级阶段。

专业化、系列化、标准化、成长性、实效性、业绩性，企业平衡战略的核心思想。

要做到有效的品牌管理，就需掌握这五大因素基础上的平衡关系，只有撑握了这些平衡关系，才能得到好的品牌结果，打造强势的品牌。

品牌作为一种道，要“以全争于天下”的胸怀，具有“水”般的内生战略，具有“势”的外生战略，品牌的生成，不仅一个“何成”，如何合一，还可以形成“如循环之无端”般的境界。

平台战略

赶潮“团购”营销

□ 李光斗

日前，美国的团购网站 Groupon 在成功进入35个国家后貌热进军中国市场，它将与中国1700多家团购网站展开激烈竞争，从“百团大战”到“千团大战”，网络团购在中国的市场盘调愈加热烈。

团购江湖之千团大战主要分为四大派别：纯粹的团购服务、生活服务类、门户网站 SNS 和传统企业。

专家调研发现，今年1月，中国团购网站月度覆盖人数达到1.38亿人，其中淘宝聚划算、QQ 团购此类传统电商企业团购业务用户规模已接一定优势；同时拉手、美团等新兴团购网站亦快速积累了相当的用户规模。4家网站用户规模超2000万人；5家介于1500万~2000万人。

其实团购并非新名词，最早是以单位集体购买的形式出现，后来发展到以相识和不相识的且具有同样消费需求的人之间形成的一种联合消费的行为，其基本原理就是量大价优。随着互联网时代的变革，在2010年引爆的新型的团购方式——网络团购正在改变着人们的消费方式。对于企业来说，互联网这种新兴的营销模式将为其带来更多机遇和挑战，也为其品牌形象的提升创造出更大的空间和价值。

传播才是硬道理

热潮的团购为消费者带来一场又一场日不暇接的消费盛宴，让大家在一片“打折”的诱惑声中“慷慨解囊”。这种热闹的、关注力持续上涨的场面惹得众多企业面对网络团购的营销模式摩拳擦掌，跃跃欲试。

团购，为消费者带来的是实惠，为企业带来的是什么？首先不是利润。当然，商家不赚钱是不可能的，只是相比较零售赚的更少一些。团购带给企业最大的价值不在于盈利，而在于传播。

浩浩荡荡的团购大军其实就是一个天然的广阔市场，团购网本身所具有的传播价值是企业最宝贵的宣传平台，企业可以通过团购网，以较低的成本让消费者关注甚至购买自己的产品，不仅来出商品得到相应的价值，还以最快的速度提升了自己的品牌知名度、美誉度，这与投放巨额广告费相比无疑是最划算、最讨巧的广告宣传。

因此，网络团购对于企业来说，其传播价值才是最重要的。

把握“团军”心理

对于网络团购的主力消费群体 80 后、90后而言，网络团购不仅是一种时尚，更是实惠的代名词。

人们喜欢团购的真正原因其实就是一种“凑热闹，占便宜”的消费心理。当然，消费者也确实从网络团购中获得了实际的利益。近百元的电影票经过团购也就几十元甚至十几元就能获得，同时还附送零食、饮料等，何乐而不为。于是越来越多的消费者被团购这种“实惠”的魅力所吸引，从而乐此不疲。

虽然不可否认的是网络团购也在一定程度上干扰了我们的消费行为。有的人甚至并不是因为需要这个商品去购买，而是因为其便宜的价格。但当经到这个便宜之后才发现商品并不是我们所需要的，有些不正规的团购网甚至也会出现欺骗消费者的不良行为。但总的来说，大家还是比较认可网络团购带来的各种好处的。

在消费者看来，通过正规的团购网“团”到物美价廉的商品是一件快乐的事情，这是一种在获得实惠之后的心理满足感和消费体验。企业应该洞察消费者的这种心态，不断挖掘和放大消费者的快乐体验，让自己的品牌和产品在愉快的消费体验中名利双收。

团购大潮下的品牌打造

企业在时尚的团购大潮里如何做好产品营销，从而树立良好的品牌口碑？

1.生产高质量的产品。

“团购”不仅是把消费者打包，形成一个整体，企业更应该将自己的商品打包，形成不同的产品矩阵。类似于中国移动的各种套餐，针对不同人群进行产品组分和服务。中国移动的“全球通”“神州行”、“动感地带”这三大服务品牌就是针对不同人群推出的套餐模式。企业根据“团军”中不同的消费需求，不同的消费特点进行分析，有的放矢地制定多款团购套餐，从而让网络团购的成果更为显著。

2.吸收直销外

无论是网络还是实体店，消费者除了商品的价格、质量之外，还重视其服务，尤其是网络。实体店还好说，消费者不满意可以直接找上门讨说法，跑了和的还有庙在，网络店就麻烦多了，再加上团购用户的忠诚度本来就相对差一些，一旦服务出现问题，对于企业的信誉和品牌形象就是致命的打击。所以，企业要想做网络团购的大势获得成功，就必须把工作做到前面，售前做好售前、售后的服务工作。

3.创新意识

2011年，营销将进入新的发展阶段。对于网络这个瞬息万变的世界，随时都会有新鲜的讯息出炉。企业在推出网络团购时，一定要时刻具备鲜活的创新能力。

针对网络这一特点，企业要随时聚焦热点，借势话题，通过各种方法最大限度地获得大众的关注度；因为，对于网络来说，拥有了关注就拥有了市场。

企业在推出网络团购时，要时刻有创新意识和能力，不断提升产品的附加值，这样，你的产品才会不断被关注。一些大型的公司经常会一不留神就“栽”了，名牌打折岂不是一件很掉价的事情？其实这个问题关键在于如何看待团购。开篇我们已经强调，团购在目前看来其真正的价值在于传播，它是一个非常好的宣传平台，对于高档品牌来说，这正是一次下沉到三三线城市的绝好机会。

4.团购不是放低姿态

团购对于一些高档品牌来说，似乎有种不上不下的尴尬。高档品牌商们认为团购是被“打折”，各牌打折岂不是一件很掉价的事情？其实这个问题关键在于如何看待团购。开篇我们已经强调，团购在目前看来其真正的价值在于传播，它是一个非常好的宣传平台，对于高档品牌来说，这正是一次下沉到三三线城市的绝好机会。

2011年，团购将进入新的发展阶段。对于网络这个瞬息万变的世界，随时都会有新鲜的讯息出炉。企业在推出网络团购时，一定要时刻具备鲜活的创新能力。

针对网络这一特点，企业要随时聚焦热点，借势话题，通过各种方法最大限度地获得大众的关注度；因为，对于网络来说，拥有了关注就拥有了市场。

企业在推出网络团购时，要时刻有创新意识和能力，不断提升产品的附加值，这样，你的产品才会不断被关注。一些大型的公司经常会一不留神就“栽”了，名牌打折岂不是一件很掉价的事情？其实这个问题关键在于如何看待团购。开篇我们已经强调，团购在目前看来其真正的价值在于传播，它是一个非常好的宣传平台，对于高档品牌来说，这正是一次下沉到三三线城市的绝好机会。

2011年，营销将进入新的发展阶段。对于网络这个瞬息万变的世界，随时都会有新鲜的讯息出炉。企业在推出网络团购时，一定要时刻具备鲜活的创新能力。

从企业文化体系看企业生命力

□ 中国企业联合会企业管理宣传工作委员会常务副秘书长 祝慧烽

品牌是文化的载体，文化既是最结在品牌的企业精华，又渗透到品牌经营的全过程。企业未来的竞争是品牌的竞争，更是所代表的文化竞争。文化竞争是企业间高层次的竞争。企业必须塑造独特的文化来适应这种竞争局面。

企业文化体系主要包括以宗旨使命、愿景为源头的公理系统；以人性善、恶、爱心、责任为基本认知的假设系统；以文化价值要素的组合而形成的理念系统，包括企业核心价值观、企业精神等；在此基础上，演绎出企业价值判断和价值分配的指论系统，包括市场观、用人观、学习观、考核观、激励观等，这些正是品牌的脉络、性格、素养、动力、机制的根本，也是品牌强度、品牌溢价、品牌魂的源泉。

一、品牌构造的文化基因

精神文化是企业文化的核心层，又是企业塑造品牌的导向和指南。一般包括以下内容：

（1）企业精神。它是企业发展壮大的灵魂，如它体现着开拓创新的精神；以诉讼品质、诚信、人本为核心的品牌战略精神；追求卓越的精神，如“两弹一星”、载人航天精神、大庆精神等。

（2）企业宗旨、使命、信念。分阶段性和最高目标。阶段性目标是企业量化指标、细化环节、强化措施的过程；最高目标是企业追求卓越的体现，是终极价值的追求和信念。如福特汽车——提出要为平民造车；因为要让大家都能享受到上帝赋予人们的快乐时光，在美国这样的蓝群教社会，这种文化感染是巨大、持久的。

（3）企业道德与伦理。企业道德可包括：重合同、守信用；诚信经营；公平竞争；这不就是品牌美誉度的文化基因吗？

企业的核心价值观，它规定了人们的基本思维模式和行为模式。文化是不需要思考就能够表现出来的东西，它具有延续性，能形成传统。它规定了企业的目标、方向和战略的准备以及对相关利益群体的态度。它要回答这样几个核心问题：第一，如何看待顾客？第二，如何看待员工；第三，如何看待股东；第四，如何思考和定义合作与竞争；第五，如何考虑对社会和环境的责任等。所以说企业精神文化就像企业世界和宗教，也有点像人的哲学思考，生命的终极意义；我从哪里来，要到哪里去，我为什么来，为什么去，热衷于是怎样去。

——海尔的目标与目的：目标是创造中国的世界名牌，加速进入世界500强；目的是产业报国，关爱消费者，服务社会。

——远大的理想：改变“中国制造”的不良形象，精益生产，精细管理。

二、由内而外的力量

企业的制度文化很多，关键要根据企业自身特点去设计。中国企业的制度建设已有长足的发展，企业文化就是要“内化于心、固化于制、外化于形”，企业文化要于预流程，影响制度，海尔的管理模式就是文化选择和判断的结果；联想的屋顶型，同样是文化使然，甚至企业为什么要这么做，发展战略都是文化引导的结果，然后形成战略执行力。华为有个很好的做法——不让团队空气。就是企业强调什么理念，就要用制度安排配套，才是可靠的，可以延续的。不少企业在贯彻运行ISO9001质量管理、ISO14001环境管理、18001职业健康安全管理认证的同时，用现代管理理念形成自己的“经营哲学”、“管理原则”等等，使企业的精神力量、观念力量、作风力量、形象力量、信誉力量得到了充分发挥。

三、文化外化于形，一个是行为，一个是形态

1.物质文化是企业文化的表层，是企业员工、社会公众可以直接感受到的，能够折射出组成透视出的文化产物。比如企业名称、标志、企业外貌、企徽、企歌、企旗，而企业形象和品牌塑造就是简单来说物质的能看、到听、摸到的东西，构成了外部现引力。

2、通常是行为规范——许多企业编制了《员工共同守则》、《干部公务等。即员保证的刚性约束和行为规范花了很大气力，从不同角地上痕开始，到后来的扩区行走，两人成对，三人成队；升级到更高要求的“手指口述”。当然，物质文化还要由企业产品和服务来体现，就是品品质来说话。

有人说万科的员工眼神很像，为什么？比较职业，企是万科文化熏陶出来的样子，说明万科文化就熬度比较高。通过他的言行举止了解到他的做事风格，这是企业行为文化的具体表现。但究竟是什么决定了这个人的言行举止？这就取决于他内心深处的价值观和信念了，同样，对于企业来说，是文化决定了这个企业的制度和行为传统，这个文化的核心，就是我们常说的企业理念和企业核心价值观。

为什么会有不同的结果呢？企业文化是看不见摸不着，但又无处不在的，其核心内涵，外界能感感到，可以从一个企业的人文环境、氛围、机制、服务、精神态度等方面感悟出来。企业给消费者的心理感受和心理认同，就是品牌内涵，联系消费者心理需求与企业的平台，是品牌建设的高级阶段，使消费者在消费公司的产品和服务时，能够产生一种心理和情感上的归属感，并形成品牌忠诚度。

四、文化资源与品牌创新

企业文化与社会、历史、种族、地域文化息息相同，中国企业的品牌管理要有创新的文化之道，如何整合特有的文化资源，进行文化建设，推行企业文化品牌战略，我们有优势，也有劣势，优势是五千年文明史、东方智慧，劣势是缺宗教传统，缺商业文明和现代理念。企业文化是一种开放型文化模式，必须与社会、民族、传统、生活习惯心理保持一致，世界上没有任何一种文化因素的形成和传播可以脱离社会公众的传统习惯文化。后江法品牌就不是仅仅是眼睛向内的企业文化，要看社会地域文化，人们的普遍思潮。

可口可乐在我国大学食堂的品牌宣传更是与我国的传统文化相结合，“身挑一担，当思鼓母之恩；目食三餐，每念家父之功。”与中国的孝文化相结合的，有利于可口可乐融入中国社会文化，进一步提高了品牌含金量。“来到肯德基，生活好滋味”，“立足中国，融入生活”的定位，可贺肯德基更强调对产品和生活的关注。

中国企业的独特优势，在商业——基本上是中华为体，西学为用，内修中华传统美德文化，外塑企业形象品牌，得道为外用西方现代科学之利学，得人为——提到“海尔”，人们便会想到海尔的服务和产品的创新，而这些正是海尔文化带给我们的影响。海尔的营销理念：先卖信誉、后卖产品；市场理念：只有洗多思想，没有洗李市场，只有疲软的思想，没有疲软的市场；海尔售后服务理念：用户永远是对的等等。这些价值理念正是海尔文化的体现，而海尔的“真诚到永远”！笔记不休现了海尔文化精髓，促我们感到了海尔深厚的文化底蕴，而海尔的秘诀就是海尔文化赋予了海尔独特的优势。

张瑞敏经营哲学，很会处理“无一有”相生，“无中生有”。

五、内外两种“企业生态”决胜品牌生命

内部生态的考察指标是员工的认同感、使命感、归属感、自豪感；在内部生态的构造中形成良好行为、凝聚力、创造力，形成良好满意度、忠诚度；同外传播和渗透，改善外部生态，主动承担社会责任，形成知名度、美誉度和影响力，这是品牌发育、成长的动力源泉，更是品牌传播和发展的途径，也是品牌胜格的脉络，是品牌溢价的核心。

有人说，品牌文化的塑造就像是恋爱，而企业文化的塑造像是婚姻。谈恋爱的时候，你希望能感到对方的注意力和好处，也可以一见钟情。首先你要选好对象，当你看到琳琅满目的生活用品，你根据以前所接受到的不同品牌给你的不同感受来挑选，关键在于这个品牌给你的一种感觉，有没有“来电”这个品牌已经对你进行了潜移默化的影响，这个品牌所体现的个性，品味非常符合你的“认知、情感、意志和感觉”，于是，你有产生了好感，你选择了这个品牌，开始了交往。当你使用了这个牌子一段时间，如果满足你的预期，那你对“缺陷入”热恋了，这就逐渐形成了品牌的忠诚度。

企业文化的塑造，更像是一场婚姻，用佛家的一句话来形容非常的恰当，叫做“如人饮水，冷暖自知”。每个员工对企业文化都有自己的理解，如果他认同，可能就会激发他的工作热情和创造力。

品牌文化的载体，文化既是凝结在品牌的企业精华，又是渗透到品牌经营全过程。企业未来的竞争是品牌的竞争，更是所代表的文化竞争。企业必须塑造独特的文化来适应这种竞争局面。

“道生一，一生二，二生三，三生万物”，无论品牌还是文化，说白它们并不可分，所以，我们都在开始注重无形资产、无形价值，让我们用更多的钙产生更多的有！

企业文化是通往理想的桥梁

□ 品牌雷锋管理专家、媒体述作专家 郑新安

企业文化是企业进行团队管理的重要精神载体与依据，是一个团队集体精神指向的核心标准与价值体现。企业文化不是外来文化也不是生造文化，是企业领导人与团队做人做事所遵循的相关准则，这个准则是企业在发展过程中，从内部不断生长出来的，只不过这种生长出来的东西，可能与其它企业的文化有所类同，或相似，但这是适合这个企业的、是企业真实文化的反映。有些企业，在想做企业文化的时候，就把别人的文化拿过来放在企业里面，肯定有诸多的不适，甚至就是一张皮，没有起到企业文化的作用。凡是一个企业的企业文化在企业的发展当中，没有产生相应的作用，或者作用不大，这样的企业文化是不适应的，不适应就不是好的企业文化。所以，企业文化是一种适应性文化，哪怕是别人也用的这种文化，适合于你的企业就是最好的。

我们常常碰到这样的情况：一个企业发展得很好，产品市场正在上规模上台阶，且工也有好几万，但他们的企业文化并不是很系统，按完整的企业文化规范要求，他们只有一些个别管理表现了解，缺乏系统的、规范的理解，如何才能使企业文化上升为企业理念，也是没有的。

不过，企业文化的核心价值，来源于中国传统文化与人的精神相应，在中国传统文化中，已经研究得很透了，几乎你能想到的方面，前人们都进行了精深的研究，且也有了完美的答案。所以，无论你的企业是一群什么样的人构成的，只要是中国人，他们的文化一定是在中国传统文化中早已存在的，只不过要概括这个企业的领导人的倾向性，加以调整而已。其中，一些做人最基本的公共道德，是每个企业都必须遵守的。真正的好的企业文化，应该在此基础上，提出特别有针对性的诉求，即在一般公共道德的基础上，提出于适合企业的相对独有的诉求，这样的企业文化才是鲜明的。

格力电器靠是珠海名气最大的企业了，它的发展战略是：走专业化的发展之路，专注于空调相关产品的研发与生产，精水一流，服淑把选，它的企业文化是忠诚文化，凡在格力的人，都要忠诚于企业，要为企业创造价值，要有工作的成就感，而不是一来企业就谈价钱，格力的人相对单纯，讲究献，讲成绩。

忠诚于企业，是一个很好的品格，但是如果换了一家企业，要说让一个人忠诚于一个企业，那是很难做到的。因为，很多企业还没有做到让员工去忠诚的地步，所以，跳槽的事时有发生，就是忠诚也是相对的，但这是这个团队形成凝聚力的重要追求，不因它有背叛，就是放弃自己的主张。

另外，企业文化应实出一种品质，突出一点，不其共余。并不是说，强调一点，其它的就不重要了，完全不是，强调一种品质是为了集中，为了聊时。有了焦点，相关优秀品质都会向这里集中，由此，形成强大的文化要素体系。

企业文化的适合性，就是将人类共同遵守的优秀品质，集纳过来，再与团队的价值观相配置，从而形成企业的特定文化要素体系。

通成豪掷8亿建170米新总部

刘汉元主席曾表示，年销售收入上不了500亿决不搬进新总部大楼

□ 华西都市报记者 石莉芳

● 自1992年通成将总部从眉山搬迁至成都高新区后，一直没有修建自己专用办公楼。

● 新总部主楼将成为通成新的办公大楼，部分楼层将作为对外部开放的高端商务办公

● 2010年，该集团年度销售收入跨上300亿元台阶，今、明年通成集团将冲刺400亿

建成后的通成集团新总部将成为成都天府新区地标建筑[项目效果图]

五年前 精打细算买下迪康大楼

目前，通成集团的总部位于成都市二环路南四段 11 号，这里曾经是迪康原总部大楼。2006 年 3 月 15 日，备受关注的迪康集团原总部公开拍卖，通成集团以 6200 万元的价格拍下该大楼，象征华为通成集团的总部。

据通成集团相关负责人透露，自 1992 年该集团将总部从眉山搬迁至成都高新区后，鉴于规模和实际需求，一直没有修建自己专用办公大楼。2006 年，通成集团曾盘算过在 1 个多亿在南延线买地建总部大楼，设计方案都拿出来了，但最后觉得不划算而放弃。

2007 年的十多年间，通成从最初拥有十几家公司发展到 2005 年超过 70 余家分、子公司；从单一水产饲料生产企业，壮大为多元化发展的大型集团公司，规模不断扩大。可是，总部仍“藏身”于那个不起眼的十层高的老楼里，而且只是使用了其中的一层。

五年后 斥巨资开建新总部大楼

仅仅时隔五年，通成集团在成都南延线开建新的总部大楼。该项目坐落于成都市南延线主干道黄金路段，紧邻城区交通客流枢纽——地铁一号线终点站。

据通成广场项目建设现场总指挥陈林介绍，该大楼以一幢高度为 170 米的超双 5A 商务写字楼为主要载体，系集国际星级办公、大型会议平台、文化交流聚落、休闲娱乐沙龙于一体的多功能大型建筑。

依据规划，该广场总建筑面积超过 12 万平方米。主楼地上层高 40 层，地下 3 层，建成并精装修后总投资将超过 8 亿元。预计，通成集团总部即将年底或上，2013 年投入使用，将成为成都市南延线上的地标建筑。

陈林表示，新总部建成后，主楼将被规划为通成集团新的办公大楼，在充分满足自身需求后，部分楼层将作为对外部开放的高端商务办公。

总部变迁 折射企业发展历程

从眉山水寿的作坊式加工厂，到修建眉山饲料公司，再搬迁至成都买下“迪康大楼”……通成集团总部的不断变迁，折射出了我省乃至我国民营企业的巨变历程，也印证着我国民营经济发展的巨大成就。

从最初的 500 元起家，通成集团已发展成为以农业、新能源双主业发展，并在化工、宠物食品、IT 、建筑与房地产等行业快速发展的大型民营科技型企业。2010 年，该集团年度销售收入跨上 300 亿元台阶，今、明年通成集团将冲刺 400 亿。

不过，最终是否搬进 170 米高的总部大楼，也要看未来三年的发展和业绩。全国政协常委、通成集团董事局主席刘汉元曾经对记者表示，“即便明年修好了，年销售收入上不了 500 亿，也决不搬进新总部大楼。”

通成新总部项目一览

建筑地点：
成都市南延线天府大道与德赛一街交汇处，地铁一号线终点站旁

建筑高度：
170 米

建筑面积：
12 万平方米，主楼地上层高 40 层，地下 3 层

建筑标准：
超双 5A 商务写字楼

建筑功能：
集集团标准办公、大型会议平台、文化交流聚落、休闲娱乐沙龙于一体

文章来源：《华西都市报》
报道地址：http://wccdaily.scol.com.cn/epaper/hxdsb/html/2011-06/23/content_3422 13.htm

《华西都市报》报道截图

李斌指挥长

“2010年7月7日，乐山市永祥多晶硅有限公司年产6000吨多晶硅项目工程在乐山市旋为县开工奠基。项目开动近一年来，永祥多晶硅人以参与并推动中国多晶硅行业和中国新能源行业发展为己任，秉承创优争先、不畏险阻的光荣传统，成功克服了施工、生活等困难条件限制，稳步推进建设工期，不断优化工艺，强化技术改造，全力降低运行成本。同时抢抓先机，创造了多项多晶硅生产专利技术，以自主知识产权促进技术变革与飞跃，为振兴产业发行业发展提供了生动范本。

项项目建设的推进，必对加快山东市以及四川省乐山市产业的形成、日前，在各级领导的关心与支持下，该项目备受各界人士的重点关注，相关项目建设正如火如荼地进行。”

帏风沐雨 再铸永祥辉煌

乐山市永祥多晶硅有限公司6000吨多晶硅项目建设纪实

□ 本报记者 孙远 乐山犍为报道

王逢夏至，位于犍为县下渡乡的永祥多晶硅有限公司6000吨多晶硅项目施工现场，环山临水，秀色宜人，处处是一派火热景象。从远处仰望施工地貌壁，窑涵的场坝上，压路机和重型卡车来回穿梭，推车如飞，搅臂似鹏，呼号不息；工人攀上爬下，线缆左穿右连，压头的吹沙管道凌空飞架，与对岸的建筑从遥相呼应。

决策：化阻为利 因势利导

在施工现场，永祥股份董事长、永祥多晶硅有限公司总经理、项目指挥部总指挥冯德志向记者介绍到，截至 2011 年 6 月中旬，工程“三通一平”工作已基本完成，其中办公、生活区已开始施工、放线，与此同时，大部分长期附设备合同已签订并处于执行中，临时指挥部与临时生活设施建成并已投入使用。

“按原项目进度计划倒排时间表安排，我们已将生活区管理人员宿舍楼、倒班楼、食堂土建施工图等图纸调给完毕，综合维修厂房、成品库详勘布点图及装置总图工作敢第一版等图纸也将陆续到位。为保障施工用电，我们已向电力部门申请临时供电计划外增设了 2200KV 变电站用电申请，设计委托，计划待 35KV 变电站交付给设计院进行土建和安装设计。另外，已完成的 2000t/h 净水站及 40000t/h 循环水站的循环水冷却塔的技术交流，使施工汲水和生活用水得到了极大保障。”永祥多晶硅有限公司副总经理、6000 吨项目指挥部指挥长李斌说到。

凝视着项目指挥部门和大型施工单位的入住，自该项目奠开以来，每周的监理例会和周例会都如期召开，虽然签到符号寄密麻麻，但到会人员、会议通报等情况均记录在案，一览无遗。

项目工程施工部工程师巫小松谈到，项目指挥部特别设立了安全部，每周不定期组织施工单位、监理机构进行现场抽查，检阅，并当场责成整改，同时对进场人员的从业资质和技术职称也进行了严格审审，把好作业单元环节关口，从源头杜绝安全隐患，全面提升项目实施的专业性和严谨度。

在工程质量方面，项目指挥部及下辖工作组，积极配合当地质检部门，出具、比对、核实产品质量说明书。同时，自行购置材质分析仪，分批次记录所有进场器具、机械的参数和性能，从而合理配备，提高运行效率。

对于施工安全，项目安全部不仅向工友们进行经常性的防火宣传教育，还缺车道、临前者的建设经验，在建设中同步完善的思路随即成型。项目指挥部采取协商一致的决策模式，反复计算、集体讨论，充分尊重技术专家和资深从业人士的意见，本着节约投资、缩短工期、简化流程的原则，优化设备选型和装备配置，强化施工道路场层结构，美化厂区建设环境，在全员中树立起环境友好与文明施工的意识。

尤为值得一提的是，项目指挥部提前考虑到了天气及其它不可控因素，结合项目特点，分段调整工期，将取水建设、循环水系统作为工程，房屋搭建、机电维修等工作内容前置，以便于后期重点突破和加速赶超。在这种灵活调配机制下，不仅保障了人员配置压力，还错开了雨季洪汛期，有力保障了施工进度。

管理：化柔为刚 严格执行

记者在施工备忘录上看到，自该项目奠基开工以来，每周的监理例会和周例会都如期召开，虽然签到符号寄密麻麻，但到会人员、会议通报等情况均记录在案，一览无遗。

项目工程施工部工程师巫小松谈到，项目指挥部特别设立了安全部，每周不定期组织施工单位、监理机构进行现场抽查，检阅，一种无畏险阻的奋斗决心，是争取胜利的先决条件。

据悉，五通桥二期 3000 吨项目与犍为三期 6000 吨多晶硅项目实属一套人马，两个班子。一边要保证二期项目在今年 8 月正式投产，一边要力推三期项目全面建设。施工地点分散，人员配置有限，给两边的项目开展带来了不少困难。

据悉，总投资 8 亿元的永祥多晶硅项目指挥部在建设初期即提出了巧妙构想，虽然人员匹配压力较大，但两头施工，可以更好地借鉴前者的建设经验，在建设中同步完善的思路随即成型。项目指挥部采取协商一致的决策模式，反复计算、集体讨论，充分尊重技术专家和资深从业人士的意见，本着节约投资、缩短工期、简化流程的原则，优化设备选型和装备配置，强化施工道路场层结构，美化厂区建设环境，在全员中树立起环境友好与文明施工的意识。

在入才引进方面，项目核心建设由国际、国内顶尖技术专家率头，指导 40—50 名重点大学对口专业方向，如化工工艺、仪表控制、热力机械等专业毕业的技术人员组成工程师团队，进行工艺法和技改的关键研发与创新；另一方面，联合相关高校定向培养 150 人次左右的专业从业人员，抽调重点院校毕业的工程师进行帮教，充实梯度建设；此外，还把聘具有工作经验、从业能力强的社会人士进驻项目，强化技术力量。

一项项激荡制定的措施，让项目建设在外部星现出一派从容有序的景象，内部管理也保持良性循环的步调平稳运行。

近日，成都商报记者获悉，通威集团控股的永祥多晶硅二期 3000 吨项目将在今年 8 月份全面投产，正在快速推进中的 6000 吨多晶硅产能预计明年 6 月底前将投产。届时，通威集团多晶硅总产能将有望达到 1 万吨。而未来 3—5 年，通威集团将投资近百亿元，将多晶硅产能提高至 3—5 万吨，把通威集团打造成世界级清洁能源企业。

目前，通威集团多晶硅年产能仅为 1000 吨。若市场条件允许，根据规划，明年和后年，通威集团每年将分别新投产 1.2 万吨多晶硅的产能，力争在 3—5 年，形成 3—5 万吨多晶硅的实际产能。通威集团目前已全面进入硅料下游产业链产业，包括铸锭、切片，电池片及组件，以及太阳能光伏发电等完整的新能源产业链，在推进多晶硅产能建设的同时，公司将逐步布局下游的产能规模，整体投资规模同样在 100 亿元左右。

目前，通威集团多晶硅生产成本在 20—30 美元 / 公斤，二期将实现 20 美元 / 公斤以内的成本控制水平，与国际最好水平接近。而目前多晶硅价格在较高位起伏波动，将来其价格一定会逐步下降，生产厂家的利润空间将有所压缩，不过随着生产规模的扩大，企业仍会有不错的利润空间。

文章来源：《成都商报》
报道地址：http://www.chengdu.cn/html/2011-06/01/content_238961.htm

星巴克的国产时代

□ 杨国安 朴抱一 沈磊

30 岁的徐丽娟正和她的团队迎接进进出出的客人，徐是星巴克上海金桥婚宾店的门店经理。

某种意义上，顾客进入星巴克消费就是基于其“可期性”——星巴克的服务是可以期待的，你能知道你将品尝到什么样的产品，享受到什么服务。“可期性”的实现也是顾客“自我确认”的过程。

店长的“关系网”

伙伴。星巴克所有员工都互称为伙伴，门店的伙伴包括咖啡师（Barista）、值班经理（shiftsupervisor）、店副理（assistantmanager），其中店长、值班经理和店副理又组成门店的管理组。

区经理。区经理管理 6~8 家门店，每天的工作就是不断巡店和稽核，了解门店经营状况，对物料使用、财务进行稽核。

区域经理。星巴克一位区域经理管理 10 位左右区经理，管理门店多达 80~100 家，区域经理的上接主管就是中国区营运总监，区域经理人概一年时间能把所有门店巡视一遍。

公司营运部门。财务、稽核、人力资源等部门都会巡店，主要对其体业务进行沟通和了解，答运部门往会召集店长会议。

开放论坛。星巴克店的高管来中国，或者星巴克中国的高管到外地旅市，巡店之外的工作之一就是组织开放论坛（openforum），类似于中国企业的“座谈会”。开放论坛可以是脑清制，也可以由员工申请，店长往往是被邀请的重点。

帮助热线。热线是店长和公司支持系统沟通的重要途径。店长反映管理问题，不一定面对区经理还是向上报。比如，最近有顾客向王店员抱怨说星巴克出售的水果块过硬，口感很差，星巴克上海当天就对该产品做出了下架处理。

在管理越多之外，店长们还必须和外部产生联系；

顾客。徐丽娟每个月要完成至少 3 个白班、3 个晚班的吧台工作，因此有足够的时间去倾听顾客的声音。店长也会经常和熟客聊聊天，倾听他们的意见。

外包供应商。包括物流、设备维修等业务，星巴克选择了服务外包，蛋糕品品的供应也使用本地供应商，门店和供应商之间互动密切，但结算则由支持部门负责。

什么式沟通和互动沟通文化是星巴克门店的润滑剂

在门店文化的管理方面，店长处于整个零售系统管理链条的中间。并且，由于区经理和区域经理并没有独立的管理团队，也没有经理助理，中间环节被大大压缩了，避免了官僚主义。同时，除了新开辟市场的店长外，绝大部分店长都从店副理提升，区经理从资深店长提升，区域经理又从优秀的区经理提升，管理阶层之间有共同经历，能够积极地沟通。

另一方面，星巴克的组织架构和决策等，要求管理者对伙伴态度和蔼可亲，能够支持和体恤他们的工作，和伙伴保持畅通的沟通。如果管理者不是决策“小人式领导”而是“命令式领导”，其他的伙伴可以向区经理或者区域经理反馈。

星巴克上海曾经有一位非常强势的店长，因为店面位置好，业绩突出，忽视了和员工的沟通，更强调通过命令方式管理门店，其结果是伙伴的抱怨和投诉较上经经理。幸运的是，这位店长仍然获得了改正机会，正在努力学习沟通和管理技巧。

除了管理者，星巴克亦不断提升员工的沟通能力。星巴克对新进员工的培训，除了公司文化之外，提倡的是人际关系训练，这被称为星巴克的“主最投资”（starskill），主要训练三种思维方式：1、维持并增进伙伴的自尊心；2、要会聆听，要给予赞赏并表示了解；3、要会寻求别人的协助。

星巴克为员工提供一种感谢卡，在收到帮助和支持时，员工可以通过发送小纸片来表达。在星巴克中国的办公室，我们看到很多员工把这些卡片贴在办公桌上，既是一种鼓励，也是一种骄傲。看似小巧的沟通工具，为鉴于表达的中国员工提供了沟通的媒介。

让价值观刻进门店

1988 年，舒尔茨的父亲去世。舒尔茨在他的第一本著作《将心注入》中说，父亲一生勤奋却一无所成，并且得不到雇主的尊重。因此，舒尔茨一直希望当自己创业时能表定局势时，创建一家让员工感到尊重和信任的企业。

当然，更重要的是舒尔茨认为，只有当企业有良好价值观，秉持“员工第一，顾客第二，股东第三”理念时，才能真正把员工的服务态度客创造进一流的消费体验，最终为股东赚钱。事运的是，他的想法得到了董事会的支持。

在此动机之下，星巴克确定了自己的价值观，被归纳为“使命宣言”。

星巴克咖啡的口味掌握在员工的手里，“绿色美人鱼”LOGO 笼放的微笑要写在员工的脸上，就像一位前星巴克伙伴说的，也必须经过员工的“过滤”才能传达给顾客。这个“过滤”的工作主要由服务业来说，当门店迅速扩张时，服务标准和质量稳步缓有新的驱动力来完成，这样非简单的奖惩措施所能做到。

尽管星巴克产品品质可以标准化，但世界上最温情的那些东西恰恰是不能量化的。比如，星巴克的管理像是婚姻，谈恋爱的时候，你希望能感到对方的注意力和好处，也可以一见钟情。首先你要选好对象，当你看到琳琅满目的生活用品，你根据以前所接受到的不同品牌给你的不同感受来挑选，关键在于这个品牌给你的一种感觉，有没有“来电”这个品牌已经对你进行了潜移默化的影响，这个品牌所体现的个性，品味非常符合你的“认知、情感、意志和感觉”，于是，你有产生了好感，你选择了这个品牌，开始了交往。当你使用了这个牌子一段时间，如果满足你的预期，那你对“缺陷入”热恋了，这就逐渐形成了品牌的忠诚度。

品牌本来就是一种文化空间，消费的本质内涵是文化，人们在消费的同时，也在消费着文化，企业经营品牌的过程，也是一个文化渗透的过程，也是企业最好的市场区隔和竞争力！

“道生一，一生二，二生三，三生万物”，无论品牌还是文化，说白它们并不可分，所以，我们都在开始注重无形资产、无形价值，让我们用更多的钙产生更多的有！

让员工影响员工

□ 高岩

系统文化影响人

一个优秀的团队，必定有优秀的文化在影响人；一个成功的执行者，必定有成功的团队文化在影响他。

1987 年，华为只有六名员工，全部资产不过区区两万元。然而 22 年后的今天，华为却发展成为了年销售额近千亿，全球员工总数超六万的大企业，并且成为了全球名列前茅的电信设备巨头。华为为什么能够在 20 年间取得如此辉煌的成就？其实，很大程度上要归功于那一支让竞争对手胆怯的高绩效销售团队，以及成就这支高绩效团队的团队文化。

有这么一段关于华为团队的文字：“他们的苦销能力很难超越。人们聊开始会觉得华为人的素质比较高，但对手挑了一批素质同样很高的人，发现还是很难战胜。最后大家明白过来，与他们比拼的，远不止是前沿阵地上的几个时髦队员，这些人的背后是一个强大的后援团队，他们有的负责技术方案设计，有的负责外围关系拓展，有的甚至已经打入了竞争对手内部。一旦前方需要，马上就会有人来增援。”

华为人就像一只只勇猛冲刺的“土狼”，华为的团队就是由这一只只“土狼”所组成的。正因为如此，华为成为了“狼文化”的代称。于是，在“狼文化”所营造的精神氛围和文化环境中，每个华为人都不着痕迹的度的电机意识和竞争意识在工作时应上奋战，以创造自身价值与企业价值，获得个人与企业生存和发展的空间与机会。

要打造卓越的执行者没有优秀的团队文化不行，正是在“狼文化”影响下，华为的高效团队能造了一个个高效执行者，这是华为的核心竞争力。

华为人就像一只只勇猛冲刺的“土狼”，华为的团队就是由这一只只“土狼”所组成的。正因为如此，华为成为了“狼文化”的代称。于是，在“狼文化”所营造的精神氛围和文化环境中，每个华为人都不着痕迹的度的电机意识和竞争意识在工作时应上奋战，以创造自身价值与企业价值，获得个人与企业生存和发展的空间与机会。

要打造卓越的执行者没有优秀的团队文化不行，正是在“狼文化”影响下，华为的高效团队能造了一个个高效执行者，这是华为的核心竞争力。

把价值观塑得到企业行动中，尤其是向高级及全球的 1.7 万家门店传输价值观，这大概是人类商业史上最艰难的挑战之一。没有比改变人更难的事情了。

员工第一

价值观很容易被企业忘在施上，却很难体现在领导者的行动上，更难进入每个员工的心里。

“员工第一”是星巴克的首要价值观。星巴克大中华区人力资源副总裁余华基于一个例子：2010 年年底，星巴克中国的支持部门高管以下的员工一直没有下发绩效奖金。当时公司已经做出预算准备发放，但同时发现，这一年物价飞涨，服务业的薪资水平随之飙升，星巴克的门店薪水已经缺乏竞争力，于是公司决定把这笔预算优先用于给一线员工加薪。

星巴克最看重的员工福利还包括：1992 年，星巴克为包括兼职员工在内的所有员工购买了健康保险，这在美国是首次。美国联总统克林顿也因此邀请舒尔茨到白宫讨论此事；1991 年，星巴克为所有员工提供“豆股票”，每位员工可获得相当于其年薪 14% 的星巴克股票，分享公司成功的果实；2006 年，星巴克中国获得中国国家外汇管理部门的许可，开始为本土直营店的员工发放“足股票”。

热情服务是星巴克的价值观之一，有些门店营业到深夜 12 点，而星巴克年轻的店员们却热情如饭。实际上，星巴克规定，高峰时段 2 小时后前台必须到办公室休息，或者做一些整理工作。这能保证顾客看到的总是热情而精力充沛的星巴克员工。

传承和培训星巴克对于门店员工的要求是：有非常向上的精神面貌，充满激情，积极、阳光、微笑、善于沟通。2011 年进行的店长基础培训包括：星巴克的发展战略、品牌知识、业务分析与发展、为成功而辅导。其中，星巴克文化包括分享与讨论店长如何在门店强化星巴克文化等。作为店长，如何把价值观传递给新员工？徐丽娟的回答简单得让人吃惊，“我做咖啡师的时候就比较好看，我就怎么对待别人。”

“为成功而辅导”则偏重于辅导馈发和沟通技巧，店长代表册时间辅导和培养员工如何与客人沟通，如何在客人进店 20 秒内有限种的交流，如何通过小卡片向同事表达谢意等等。另外，每一位新员工会有资深员工作为师傅，培养他在 3 个月成为一名合格咖啡师。

对于我们提出的大多数问题，店长依作有总是能用星巴克的价值观帮助门工具来分析并解答。服务标准只能用于已知事项，价值观却能使员工对未知问题做出正确判断。

星巴克的员工收入一般只设定在区域同行业收入的中位值，也就是中等水平。但是，企业文化为员工评价工作收益的一部分，得到的尊重和信任，和谐的工作环境，透明的提升空间成为星巴克吸引和保留员工的重要筹码。

当我们问及店长，如果竞争对手给高出一倍的薪水，会否考虑跳槽时，徐伟有相当当然会考虑，但他担心无法适应竞争对手的企业文化，而在星巴克，敢开的晋升通道或许更有价值。对于星巴克的竞争对手来说，即便挖走了店长，如果企业无法确保相应的价值观体系和管理工具，再优秀的店长同样会陷入困惑和碰的沉屈。

（摘自《中欧商业评论》）

警惕厨房三类隐形污染源

1、厨房“味污染”

一是煤气、液化气等做饭时会产生一氧化碳等有害气体。二是油烟。它一般是食用油和食物在高温下挥发出的，长期吸入会增加患癌几率。

专家建议，首先，尽量选用侧吸型抽油烟机，它离灶台近，吸油烟的效率最高，噪音也不大，注意到通道两口摆放，其实等到他上三年级的时候，他出照样对待新人，这就是一种训练，是一堂生动的课。一旦他受得住委屈，当他受到不公平待遇的时候，就能够忍住。

当一个系统改造一个人的时候，远比领导说话要方便。例如，小孩子不听父母的话，老师说他就会听，同学说他，他会更容易接受。所以，管理者要懂得，进行执行训练时让员工去影响员工。很多时候，管理者对他说，他会觉得模糊，但是，老员工去带他，做他的榜样，他就能很快上手。这个时候，新员工已经度过了与团队的磨合期，开始融入团队，表演自己的角色了。

系统环境造就人

说到环境对人的影响，“孟母三迁”是个典型案例。这是一个家喻户晓的历史故事，说的是，在孟子小的时候，因为父亲住处离墓地很近，孟子经常在墓地边嬉戏玩乐，模仿上坟的人堆个小土堆儿，学着筑坟墓。孟母看到后担心影响孟子的成长，于是，举家搬迁到了一个街市附近。没想到孟子到了这里后，就经常在市场里玩耍，学着小商小贩沿街叫卖和讨价还价。孟母再次感叹，于是又再一次把家搬迁到一个学宫的旁边。孟子经常在学宫旁边玩乐，学着设立祭祀、拜让进退。孟母看到后感叹地说：“真可以居君子矣。”意思就是说，这才是我应该住的地方，如此下去，孩子才会学有所成。就这样，孟母就在此长期地居住下来了。孟子也因为环境的影响及母亲的开导，终于学业日进，成为了中国历史上的一代哲人。

一个经久流传的故事，让我们看到了环境对个人成长发展的重大影响。在现代企业中，系统环境对一个人的发展影响也是巨大的，尤其是对一个人价值观的影响。

华为总裁任正非，他年轻时参军，在部队经历了 15 年的军事化管理，军队的环境为任正非提供了大量有意义的价值观，军队也成为了影响任正非走向成功的一个重要环境。

任何一个环境都会对人的价值观起到不可估量的影响。所以，在企业团队中，我们要摆平力营造一种和谐的人文氛围，让新员工在这种氛围的熏陶下形成人与人之间的信任，彼此间形成一种默契的共赢的价值观。这样才能使员工融入到队当中，为团队发展做出贡献，提高整个团队的竞争力。

让员工影响员工

□ 高岩

系统文化影响人

一个优秀的团队，必定有优秀的文化在影响人；一个成功的执行者，必定有成功的团队文化在影响他。

1987 年，华为只有六名员工，全部资产不过区区两万元。然而 22 年后的今天，华为却发展成为了年销售额近千亿，全球员工总数超六万的大企业，并且成为了全球名列前茅的电信设备巨头。华为为什么能够在 20 年间取得如此辉煌的成就？其实，很大程度上要归功于那一支让竞争对手胆怯的高绩效销售团队，以及成就这支高绩效团队的团队文化。

有这么一段关于华为团队的文字：“他们的苦销能力很难超越。人们聊开始会觉得华为人的素质比较高，但对手挑了一批素质同样很高的人，发现还是很难战胜。最后大家明白过来，与他们比拼的，远不止是前沿阵地上的几个时髦队员，这些人的背后是一个强大的后援团队，他们有的负责技术方案设计，有的负责外围关系拓展，有的

市场

本版技术顾问：肖丹

职务：通威股份技术中心副主任兼药物研究所所长

肖丹，华西医科大学博士，药剂学教授，世界卫医药联合会中药专委会理事，主持或主研的科研项目：国家自然科学基金项目四项，863计划项目两项、国家支撑计划重点项目一项，国家973项目一项、科技部国际科技合作与交流项目三项、新药开发研究十二项、申请发明专利十项，四次获得四川省科技进步奖。

联系方式：028-86168862
E-mail:twb@tongwei.com

通威饲养家“傻瓜式防疫体系”

□ 通威自动化设备 叶媛

通威饲养室自动化养猪系统致力于自动养猪新模式的建设，通过对养猪过程中各环节的细致研究，建立了一套可靠的疾病防疫体系，通威饲养家“傻瓜式的防疫体系”由多个系统构成：

1.在线监测系统，采用中国移动GPRS无线通讯设备，将猪场的与每个猪舍安装数据传输采集器，再通过远程传输将各猪舍的多种数据传输至通威股份疾控中心(药物研究所)，实现生猪各项生物学特性观察，通过对比正常猪与疾病生物学特性表现的比较，动态监测猪只疾病的发生。

2.远程视频系统，投放系统由全自动投放头，输送系统，多参数传感控制系统组成，预留与虚拟医院和地方政府部门通信端口。国际首创全自动药物投放系统能把劳动力从低效繁重的注射预防或治疗工作中解放出来，实现“省时、省力、省心”。由于目前生猪养殖中接种疫苗种类繁多，疾病爆发后药物使用量巨大，通过该设备不但可以预防疾病的发生，还能在疾病发生后及时地进行药物的给予，同时还能有效的降低给药时对生猪造成的应激影响，提高生猪的生长性能。

3.效水生化处理系统：采用德国专利技术，多站式最化处理，使饮水理化指标更有利于生猪健康。

4.消毒系统：采用自动喷雾消毒，以强制无损伤内消毒为设计出发点，做到消毒无死角，杜绝外源病原的侵入。

5.高效疫苗：通威公司与政府相关部门紧密合作。确保每头猪都采用经过严格检验、权威部门把关的合格疫苗，通过投放系统施用后，可较好地实现对猪的防疫和治理，减少因猪病带来的过量损失，同时为记药猪提供科学的治疗和处理方案。

健康对虾肠液可预防白斑病

□ 王婷

白斑病曾印退对虾养殖业

据海水养殖病害控制与分子病理学实验室负责人黄倢介绍，1991年前后，我国南方地区一些对虾养殖区相继出现了对虾出现了异样，对虾表皮出现白斑，而且呈现毒斑的症状。1993年，山东莱州对虾也发现了白斑病。白斑病就像发达人类中的SARS病，虽然人食用了感染白斑病的对虾后没有影响，但对对虾来说，这种疾病传染迅速，而且死亡率很高。“如果一只对虾感染白斑病，会在2~7天内死亡，由于对虾是摄食同类的甲壳类海产生物，因此生病死亡的对虾会成为同类的食物，这样就会特别容易不断传播下去。”

特殊冰箱给予菌病保护

采集回来的对虾样本要经过哪些诊断程序？在黄倢的带领下，我们来到了分子诊断实验室，研究人员首先从虾鳃或血淋巴中取下少量样品，然后将样品捣碎加入试剂提取DNA，做好初步处理之后再由研究人员将提取的DNA加入反应液中，然后将反应液放到一个“特箱”中，这个“特箱”叫做温度循环仪，反应液放入仪器后会在55~94℃进行高低温交错处理，进行30个“回合”冷热处理后再放到电泳中进电，最后可以通过观察分析帮助对虾确诊，整个确诊过程大约需要3~5个小时。

在另一间封闭的实验室，从外窗玻璃窗看到实验室内的工作人员穿着隔离服，戴着口罩与手套，在装配一些试剂盒，试剂盒装配好后再放入-80℃的冰箱。黄倢向我们介绍，操作人员从对虾上取少量样品放到试剂盒中，在试管内经过简单的处理，便可通过实光染色体来判断病毒存在的情况。试管中的突光检验，代表对虾已经病毒严重。

给对虾发明保护盾

在一间小实验室中，有一台类似“咖啡机”的机器在运转。这台“咖啡机”是发酵仪器，可以用它来实现预防白斑病。黄倢说：“我们会从健康的对虾场通过滴微生物，分离出的微生物少则3~5种，多则能有十多种，之后再对每种微生物进行研究，看能否找到对抗病毒的有益微生物。一般来说，病毒要想感染对虾首先要进入细胞里，但是进入细胞之前需要有和细胞匹配的东西，就像钥匙和锁一样，而研究有益微生物就相当于细胞上加盖一层保护，将病毒进入细胞的“钥匙”堵住，这样对虾就不会感染白斑病了。”

全球推广，快速诊断

据悉，黄海水产研究所对虾白斑实验室是全球第三家研究对虾的实验室，并且是最早发现和开展对虾病毒学研究的实验室。黄倢说：“比如我们研究的使用试剂盒进行快速诊断的方法，下一步我们将把这种方法提交世界动物卫生组织，通过协商，这种技术有望在全球得到推广。

不同疾病引起的仔猪腹泻往往有一定的目龄特异性和临床表现。

1.仔猪红痢

仔猪红痢是由C型魏氏梭菌引起，多发生于1~3日龄仔猪，潜伏期短，发病急，有时不表现临床症状即死亡，主要症状是排红褐色血性液体黄便，有腥臭味，死亡率极高；慢性型初期排黄色软粪，病程长的可出现间歇性或持续性黄灰色腹泻。剖检可见胃肠粘膜及粘膜下层有广泛性出血，肠内容物呈暗红色，淋巴结出血。病程长的以环死性肠炎病变为主要特征，粘膜表面附着黄灰色坏死性假膜，易剥离。心肌苍白、心外膜点状出血。胃脏灰白色、皮质部、肠腕粘膜可见点状出血。

防治：对第一、二胎母猪产前30天和15天各注射红痢菌苗5~10ml，第二胎所给可以只在分娩前15天注射1次，3~5ml即可。由于本病的病程太急，药物治疗往往收效不佳，必要时可用抗生素和磺胺药物治疗。仔猪初出生时口服青霉素10万单位、链霉素500mg，每日2~3次，连续3天，可作为药物防治。

2.仔猪黄痢

由致病性疾病希氏大肠杆菌引起，多发生于出生后几小时~7日龄仔猪，发病急，高度致死性肠道传染病。该病以剧烈腹泻、排出黄色或灰白色水样粪状粪便以及迅速脱水死亡为特征。剖检可见急性卡他性出血性胃肠炎的病变。

防治：母猪产前40天和15天各注射1次大肠杆菌腹泻氢氧化铝(K88&K99)。改善母猪的饲料质量和搭配，临产母猪进产房时冰浴消毒，擦产时用0.1%的高锰酸钾擦拭乳头和阴户，并挤掉每个乳头中的少量乳汁。肌注痢速菌2ml;肌注乳酸诺氟沙星10~20mg/kg体重或者拜耳公司“拜有利”，为防止脱水，可服腔注射5%葡萄糖100~150ml+生理盐水100~150ml。最好能通过实验室选择敏感药物进行治疗。

3.仔猪白痢

也是由埃希氏大肠杆菌引起，但是主要发生于10~30日龄仔猪。病猪突然发生腹泻，排出浆状、糊状的灰色或灰白色，具腥臭的粪便，若没有脱水，一般3~7天多能自行恢复。

4.猪副伤寒

也叫猪沙门氏菌病，是由沙门氏菌引起的保育猪的一种传染病。急性型表现为败血症，亚急性型和慢性型表现为顽固性腹泻和回肠等及大肠固膜性肠炎为特征。临床多见慢性型，体温升高或正常，周期性下痢，初期便秘后下痢，粪便呈淡黄色、黄褐色或绿色，有恶臭，混有黏液和血液。

防治：加强饲养管理，消除发病诱因。15日龄的仔猪用仔猪副伤寒弱毒冻干苗肌肉注射1mL。添加抗生素饲养，如土霉素，有防病和促进生长的作用。恩诺沙星按5mg/kg体重肌肉注射，每日2次；庆大霉素1~1.5万单位/kg，每日2次肌注或内服。但是要注意耐药菌株的产生。

5.猪增生性肠炎

由劳森梭内菌引起的以保育猪腹泻、肠粘膜增生性炎症为特征的一种肠道疾病。白种猪易感性较高，温差变化过大、湿度过高和卫生条件太差均可引起本病的发生。临床症状主要

技术交流 □ 通威股份药物研究所 陈小飞

仔猪腹泻病辨识与防治

表现为发生后突然大量排出灰白色水样稀便，呈喷射状，1~2天内因脱水死亡，发病率高，死亡率低。

6.猪传染性胃肠炎

由传染性胃肠炎病毒引起的一种高度接触传染性疾病。各年龄段均易感，但以哺乳仔猪发病率和死亡率最高，7日龄内仔猪死亡率可达100%。

7.猪流行性腹泻

由猪流行性腹泻病毒引起的一种急性热性传染病，各年龄段均易感，以哺乳仔猪发病最为严重，一年四季流行，传染性极强，具有极高的发病率和死亡率，严重威胁养猪业的发展。国际兽医组织(OIE)将其列为A类传染病。感染母猪流产、产死木乃伊胎、死胎和弱仔，有的出生后表现为精神沉郁、间歇性腹泻，运动失调等症状，常在2~3天内死亡仔猪窝内整窝仔猪几乎同时发病，一旦断奶后，仔猪便出现体温升高至41℃左右，厌食和顽固性腹泻，粪便由褐色变成黄色。后期由于肛门失禁，粪便沿着后腿淌下，恶臭异常，病猪迅速消瘦，极下部及耳根皮肤呈紫红色淤血，治疗无效，1周左右死亡。

防治：加强饲养管理，卫生消毒，严格引种和隔离检疫，防止病原传入。必须每年两次，给猪每年两次，给猪每年两次，给猪

本版技术顾问：邓艳

职务：通威股份禽科研究所副所长
四川农业大学畜牧动物营养及饲料加工专业毕业，中国畜牧兽医学会动物营养分会会员，一直从事畜禽配方设计工作，在家禽配方设计、家禽基础、疾病控制等方面建树颇丰，临床经验丰富。
联系方式：028—86168862
E-mail:twb@tongwei.com

技术讲堂

缓解家禽热应激的措施

□ 通威股份畜禽科研究所　祝丹

近来随着气温的升高，我国大部分地区，尤其是长江以南已逐渐进入夏季最炎热的时期，热应激是目前家禽生产所面临的最严峻挑战之一。在高温条件下，家禽降低体温的唯一方式是通过增加呼吸频率来加强蒸发散热，然而提高呼吸频率本身就是一步增加了产热，导以只能起到部分散热的作用。往往蛋禽处在高于25℃，肉禽处在高于28℃时就会出现热应激，降低家禽采食量、日增重、产蛋率及饲料利用率，使蛋形变小、蛋壳变薄变脆，更严重者导致热衰竭，在短时间内造成家禽大批死亡，给养禽业带来巨大的损失。总结养禽生产的实践经验，有效手段主要有以下几方面：

环境温度的控制

缓解家禽热应激最直接的手段是降低禽舍的环境温度。在做好禽舍隔热处理的基础上，通风方案的选择是禽舍环境温度控制的关键。同自然通风和横向机械通风模式相比之下，纵向通风——水帘降温系统是更好的禽舍降温手段。其基本原理是通过水的蒸发吸热，外界的高温空气循帘进未饱和的，未饱和的热空气在引风机的负压作用下，穿过湿水湿帘。由于水的蒸气压高于空气的蒸气压，造成水分蒸发，带走空气中的热量，使气体降温。降温后的空气进入鸡舍，自一端以层流状态流至另一端，最后排出舍外，从而达到通风、降温和换气的目的，在使用纵向通风——水帘降温系统时，应注意以下问题：

1、纵向通风：水帘降温系统在高温低湿的情况下，降温效果明显，但在高温高湿天气下，降温效果就比较差。这就需要在禽舍内采取吊顶或降阔两项措施，以减少因湿帘降温后温度过高，或致家禽接方风机等措施，来提高通过家禽背部的风速(适宜风速为2~2.5 米/秒)。

2、纵向通风：水帘降温系统为负压通风，应注意鸡舍的密闭性，除水帘和风机出口外，其余必须密闭，以防热空气泄露，影响降温效果。

饲养管理程序的调整

进入夏季，除了加强各项基本的管理措施之外，某些饲养管理程序应及时调整，以缓解家禽的热应激。

1、喂料程序的调整：在高温到来之前，进行短期的限饲是提高家禽耐热力的有效措施。限饲可降低产热量，减缓体温上升的速率，从而降低热应激时的死亡率；此外，将饲喂时间由每天两次改为一次也能够获得一定的效果，最佳的饲喂时间为傍晚 6 点；对于产蛋高而言，部分程度的限饲或对饲喂模式的控制可以减轻热应激对产蛋性能的影响。

2、光照：对产蛋前，可将光照时间前移2~3 小时左右，即由正常的早上 7 点开灯，前移至早上 5 点(或早上 4 点)开灯。同时，晚上关灯时间也相应提前。这样有利于将喂料时间提前到早上最凉快的时候投入，以减少吃料后热增耗带来的负面效应。

3、充足时间的饲喂：在确保安全的情况下，各项免疫活动应尽可能避开炎热的天气。对于产蛋期的家禽，除饮水免疫外，其它各项免疫活动最好安排在晚上灭灯后进行。

4、湿饲：湿饲可提高家禽的干物质摄入量，缓解高温造成的采食量下降。湿饲(50%含水量的日粮)可以部分减轻热应激对家禽采食量和产蛋性能的不利影响。将蛋鸡日粮按 1：0.5~1.3 的比例加自来水混合，能够有效地改善产蛋鸡的干物质采食量、产蛋量和蛋重。湿饲方法提高生产性能的机理主要在于剩搬干物质采食量和提高了水分的摄入量。对于肉鸡，湿饲方法也有明显的效果，按 1.5：1(料：水) 比例混合的湿拌料可以显著改善日增重，干物质摄入量和喂料次数量，其负效应是增加了鸡舶的沉积量、降低了饲料转化率。

5、喂料：高温蛋禽日粮一般为粉料，夏季期间可饲喂颗粒饲料等不影响其采食量，但可使蛋禽的产蛋量、饲料转化率和饮水量均显著提高。肉鸡在高温环境下偏好于采食稍大些的饲料颗粒，自由选日粮试验中，当饲喂未经粉碎的玉米粒时，肉鸡的采食量提高，并且提高了饲料转化率。

6、早期日粮限饲：早期日粮限饲已被证明是降低生长后期热应激程度的有效方法。限饲或在 4~6 日龄期间按自由采食量的 60% 进行 3 天限饲，可使肉鸡在后期遭遇热应激时有良好的生产性能和较高的存活率，并能够部分缓解热应激对免疫系统的抑制。早期限饲提高了组织细胞对体温升高的敏感性与稳定性可能是其内在的机制之一。

7、早期热习联：早期热习服是指在 3~5 日龄期间将家禽置于高温(36℃) 下 24 小时的处理，可有效提高家禽在生长后期(上市前 10)的耐热性。无论是在正常环境还是高温环境下，经早期热习服处理的肉禽体温相对偏低，提示其代谢状态的改变。尽管早期热习服可以导致生长前期短暂的生长抑制，但这一影响可以被随后的补偿生长所弥补；与正常肉禽相比，早期热习服肉禽在正常上市日龄时反而有较大的体重。早期热习服的促生长效应与其较高的体重量以及未受影响的饲料转化率有关。其内在机制包括对 IGF-1 表达的诱导以及对肠上皮细胞分化、刷状缘黏膜酶的表达与活性的加强有关。最佳的处理方法为：3 日龄前 36~37.5℃暴露处理 24 小时。此外，早期限饲与早期热习服处理具有协同效应，两者的联合处理 (在第 4~6 日龄 60%组由采食量限饲，期间每天 36℃处理 1 小时)能够显著提高家禽的耐热力和采购力。

针对性的营养调控手段

1、水：在热应激条件下，水的代谢容易被忽视。当温度升高时，家禽饮水量增加，热应激家禽有 80%的热量是通过蒸发散热散失。因此，每次呼吸散热的程度和数量与饮水数量和平衡密切相关。研究表明，饮水量增加 20%，每次呼吸散热能就增加 30%。所以，保持充足的饮水是热应激下维持体温平衡的关键。

2、电解质平衡：处于热应激条件下的家禽血液的酸碱平衡为热性喘息所破坏，造成呼吸性碱中毒，其后果是抑制家禽生长，从而降低产蛋禽的蛋壳质量。添加 1% NH4Cl 或 0.5% NaHCO3、或以 KCl 形式添加 1.5~2%钾能够部分缓解热应激对家禽生长的抑制。电解质的添加效应与日粮的电解质平衡值(DEB)有关，适当的 DEB 值(120~240 mEq)对热应激肉鸡的生理调节具有有利的作用。除维持机体的酸碱平衡外，饮水或饲料中添加电解质(NaHCO3、NH4Cl 等)的另一作用在于提高热应激家禽的饮水量，从而提高对热应激的耐受力，有利于生产性能的维持。

3、维生素：热应激下家禽维生素的摄入量随采食量降低而减少，特别是与生产性能及免疫机能密切相关的维生素 A、维生素 E、维生素 C 等。因此，高温下添加上述维生素对热应激家禽的生产与健康具有一定的益处。有研究表明，在饮水中补充多维素(维生素 A.D.E 和复合维生素 B) 有益于改善热应激肉鸡的生产性能与免疫功能。

4、有机酸：对夏季高温条件下饲养的家禽，饲料中添加 0.1%延胡索酸和饮水中添加 0.63% 的 NH4Cl 能明显减缓热应激症状；此外，琥珀酸盐也是一种很好的应激缓解剂，可用细菜敏的成品 0.55~0.65%的添加剂。在家禽热应激期间于饲料中添加 1~3%柠檬锌的效果较为理想。

坚持一句话

在美国颇负盛名，人称传奇教练的伍登，在 12 年的全美篮球年赛当中，替加州大学洛杉矶分校赢得 10 次全国总冠军。如此辉煌的成绩，使伍登成为有史以来公认最伟大的篮球教练之一。

曾经有记者问他："伍登教练，请问你是如何保持这种积极心态的？"

伍登愉快地回答："每天我在睡觉以前，都会提起精神告诉自己，我今天的表现非常好，而且明天的表现会更好。"

"就只有这么简短的一句话吗？"记者有些不敢相信。

伍登坚定地回答："简短的一句话？这句话我可是坚持了 20 年重要的座右铭和指导原则之关系，关键是在于你有没有坚持去做，如果无法持之以恒，就算是长篇大论也没有帮助。"

伍登的积极心态超乎常人，不单是对篮球的热衷，对于其它的生活细节也保持这种态度。有一次他与朋友开车到市中心，附近刚好是下班时间，车流量大，对外界环境适应性和抵抗力增强，是骨骼、肌肉和词毛迅速生长的阶段。因此，应加强放牧饲养和补给生长发育所需要的营养物质，实

职务：通威股份技术中心副主任兼畜科研究所所长
罗所长系南京农业大学动物营养与饲料加工专业毕业，致力畜料配方和市场营销多年，具备广泛的实践基础，丰富的市场经验和深厚的学术背景，在相关领域的专业声望良好。
联系方式：028—86168862
E-mail:twb@tongwei.com

养殖思索

夏季如何提高哺乳母猪采食量

□ 通威股份畜科研究所　张茂华

母猪在哺乳期能提供足量的奶水来满足哺乳仔猪需要，乳仔猪的成活率最高，发育就好，断乳时体重大；同时哺乳母猪在整个泌乳期失重控制在一定的范围内，以保证母猪断乳后 3~7 天能正常发情和配种。夏季高温热应激，哺乳母猪采食量受到很大影响，要达到以上目标，采取以下措施提高采食量是关键。

转变观念　重视哺乳母猪的营养和饲养

养猪用户必须树立善待母猪的观念，这是所有措施中最关键的一项措施。在实际服务用户的过程中发现，许多中小养殖户出心哺乳期母猪饲喂过多大肥或怕让母猪吃多了成本高，大多采用限制饲喂而不是自由采食，或者不清楚哺乳期母猪每天应吃多少饲料，或者自配粉料，原料质量不能保证，营养不全面，能量、蛋白质、氨基酸等根本不能满足母猪需要。只有转变观念，才能重视母猪哺乳期采食量。

限制怀孕期的饲喂量

1、饲喂新鲜饲料，增加饲喂次数

夏季改 3 餐为 4 餐。在夏天通过一天喂 4 次可以增加采食量 1 公斤左右，第一次喂料在清晨，最后一次喂料在晚上比较凉快的时候。具体饲喂时间建议为早晨 5:00~6:00，上午 9:00~10:00，下午 17:00~18:00，晚上 21:00~22:00。

2、使用便于采食的料槽

设计不好的料槽会导致近 5%的饲料由于猪吃不到而残留在料槽中。残留的饲料会变质，污染新添的饲料，诱发霉菌毒素；使饲养员误认为母猪吃不饱上次喂的料，在下一次喂料时减少喂料量，从而进一步限制了母猪的饲料摄入量。

3、保证充足干净的饮水

哺乳期饮水的增加对其采食量的增加有明显影响，研究发现饮水量和采食时间存在线性关系。若使用乳头式饮水器，则可保证有足够的水压和流速，每次喂完料后应在料槽中加水，让母猪饮用方便地饮到水。在实际走访用户过程中发现，有 80%以上用户搭场里饮水存在问题，如水压很低、断水、水龙头堵塞、饮水器安装位置不合理从而导致无法获得足够水，在夏季断水或不足全更严重，一定要引起高度重视。应定期检查流速(不低于 2 升 / 分钟)和流量。

4、夏天尽量减少热应激

降低产房温度：尽量控制在 25℃之内，做好分娩舍的通风换气，增加母猪的舒适度，可明显增加母猪采食量。母猪自由采食的最低临界温度 15~20℃。当环境温度从 16℃升高到 27℃或从 21℃上升到 27℃时，母猪每天饲料采食量就会分别从 5.5kg 下降到 4.1kg(下降 25%)和从 5.2kg 下降到 2.6kg(下降 12%)。环境温度在 18℃和 25℃时，采食量相差不大，但超过 27℃时，下降明显。当环境温度低于 27℃时，动用的体储是足够用来维持产奶和仔猪生长的需要，但环境温度一旦超过 27℃，就会无法满足需要。

4、使用优质喂乳母猪颗粒饲料

颗粒料通常可增加采食量，减少饲料浪费。对哺乳母猪建议使用颗粒料，特别是在夏天比其重要。加喂破碎颗粒料能够粒料普全面平衡，适口性好，采用高消化和用率的原料，添加有油脂、优质蛋白源，如去疫豆粕、鱼粉、抗热应激原料等，能有效提高夏季哺乳母猪采食量。

5、夏季饲喂注拌颗粒料

可明显增加哺乳母猪的采食量，饲喂湿拌料可以提高采食量 5~10%。

综上，夏季气温高，热应激严重，只要我们正确选择优质饲料，给母猪创造一个舒适的环境，有效提高哺乳母猪采食量，就一定能让哺乳母猪提供充足的奶水来满足仔猪的哺乳需要，实现仔猪断奶重大，母猪体重失重小，正常发情，健康度过夏季高温时节。

南宁通威总经理曾德林

（上接第一版）

曾总一边介绍一边带记者参观了办公区域、生产车间、厂房、食堂等，在夜行路过的走廊、车间的墙壁上，总能看到大大小小、形式多样、内容十分丰富的宣传标语，有的写着：爱惜物料，重视品质，合理规划，标识清晰；有的写着：提高安全生产意识，严格遵守操作规程；还有的贴着：相信自己，相信伙伴；忠于公司，忠于职业，忠于人格……

"我们这些年听"别的"别的生产工人，文化水平都不高，但是有这些宣传标语时不时提醒制约，每个人心里多少少都会受到一些感染，久而久之他们也觉得自己素质提高了不少。其实企业文化建设要记形式，有很多种，但我们只是想从这些小的细节抓起，小事情能养成习惯就好。"曾总微笑着说。

用微笑面对屈辱

"文革"中，侯定林被造反派拉去批斗。批斗现场设在大礼堂，台下密密麻麻的人都想见识一下台上这位一夜的暴富大师如何应付这样的场面。

"说，你向人民隐瞒了什么历史问题？"造反派煞如这样。

"我，我向人民隐瞒了一个重大的个人问题，我还有一个名字叫侯太宝。

"交代重大问题！"

侯宝林装出一副老实认罪，痛不欲生的模样："我万恶不赦，我罪大恶极，我犯过一件全世界人民都不能饶恕的罪行。"

众人几乎都屏住呼吸，要听他交代什么罪行。只见他极为认真地说："希特勒是我的内动员，我们俩一起发动了第二次世界大战。"

台下哄堂大笑。

造反派头头脚手唱出："肃静，肃静，不要听他胡说！"

侯宝林仍是一本正经，学着造反派挥手："肃静，肃静，真的，法西斯的总头头盖住大记堂又被我毒死。"

笑声更为激烈，连造反派也忍不住笑起来。大师却在笑声中直起腰，理理头发，回家了。

毕加索的厨娘

一天，毕加索先生家里来了一名乡下小姑娘，说要跟毕加索先生学画画。

毕加索看了看乡下小姑娘，说："你既然从乡下来到城里，你就到厨房去给我做饭好吗？我正要找个厨娘。"意思是，他不想教她学画画。

乡下小姑娘就到厨房做起了厨娘。每次送饭，她都要多看一会儿毕加索先生画的画。看完就记在心里，闲下来，就在厨房里偷偷地画画。

好多年过去了，乡下小姑娘成了老厨娘。一天，老厨娘正在做饭，抬头往客厅里一看，看见一个小伙正在伸手偷院子里的东西，老厨娘刚要喊，一想，不能喊，毕加索先生正在画室作画。她悄悄地走进画室，敢情是黑猫惹起，把那个小偷的形象画在自己的白围裙上，准备交到警察局，让警察去抓住这个小偷。

与此同时，毕加索先生在画室里也发现了院子里的那个小偷。他手里正在画一张很得意的画纸，想打断思绪，就用画笔在一边的纸上画下那个小偷的形象。准备交到警察局去，由警察去抓住小偷。

警察局收到画像，小偷很快被抓住了。

警察局的人偷带到毕加索先生家里，说："毕加索先生，感谢你及时把小偷的形象画了下来。不过，我不得不跟你说一声，以后在协助我们工作的同时，请不要开玩笑。"警长说着，拿出画面印毕加索先生。"这两张画都是你画的吧？我们根据警察送来的这张画，一共抓来5个相似的年轻人，他们都说冤枉。后来，我们根据你家厨娘送来的这张派出所正规上六小偷形象，才抓到了这个真正的小偷。"

毕加索先生连忙接过那张画，对着画看了看，不由大吃一惊，他不敢相信，这是他的厨娘画的。

毕加索先生把厨娘画拿到面前，望着正在做饭的老厨娘："这是你画的，介绍？"

厨娘不慌不忙地说："毕加索先生，我看你画画，看了 30 多年了……"

这个厨娘就是西班牙女画家曼斯·介绍。

市场纵深

让通威文化和动力成为企业发展核心竞争力

南宁通威企业文化践行典范篇

还有市场一部新晋职的经理助理胡发勇，他可是被公认的"五子登科"，到南宁通威十年，从刚进来时两袖清风的穷小子，发展到今天有票子、房子、车子、妻子、孩子的"富裕人"，有南宁通威才有他今天的幸福生活，他对通威的感恩之情溢于言表。

团队建设　原则与人性化并重

谈到这些年来，南宁通威在团队建设方面的独到之处，曾总笑着说到："我这人比较实在，团队要有凝聚力，除了加强文化建设，更重要的就是让大家都挣钱，提高大家的收入，只有我们这个团队的全头，我就觉得自己身上的担子重了，不是为我一个人，还要为下面那么多兄弟姐妹的衣食住行考虑，大家的生活好了，才是真的好，安居才能乐业。"

当然，曾总也表示，要让一个团队的员工都服你，还是要有一定的原则。他讲究的是，做事力求公平公正，政策对事不对人；无论奖惩，都公开透明化，这些年来几乎没有人有这方面的不满。第二就是要让员工对自己公司、自己的产品有信心，这信心来自于质量，质量意识必须深入人心，质量不只在口头上说说，要落实到行动。比如从今年起，公司实行了"人人都来抓质量"活动，让每位员工参与进来，让每位员工都有责任感，从原料到生产到成品的整个过程中去发现问题，严把质量关，产品质量好，销售才有信心。说着，曾总翻开了《通威管理政策》，这是我们第一期《通威财富故事会》专刊，内容涉及方户共同成长计划、公司经营策略、集团相关资讯、养殖户关注的问题、产品模式、养殖成果展示等。这让用户在经销、使用通威饲料的过程中不仅得到了产品，而且收获了公司文化，从而更了解通威，让客户感觉到通威就是规范，什么东西都是标准的，一流的。同时这本杂志不仅对外起到很好的宣传作用，对公司员工开展营销工作也增添了不少信心，这本杂志每年都会出一本，也是我们进行团队建设的一个方面。"

说到抓团队建设，人行部的徐部长还补充到："在工作上，曾总一方面要求非常严格，另一方面注重部门与部门之间，员工与员工之间的交流、沟通，促使相互理解。今年 5 月份，公司组织全体员工进行了一次户外拓展，以空中单杠、空中断桥、七巧团队等分组比赛项目来增强大家的凝聚力，效果非常好。接下来公司还计算在今年销售旺季结束，再组织去动物园游玩，以增加领导和员工零距离的互动机会，让大家更团结。

突出重围　齐心合力再创辉煌

虽然有这样一支顽强的队伍，但南宁通威的发展之路却一直走得比较艰辛。2005 年曾总接管南宁通威，至 2010 年这五个年头，曾总将其定位为成长阶段，主要解决了生产经营规模、员工收入以及员工七气等问题，业务队从当时的 20 人扩增到 40 人，公司效益也在不断提升。

2011 年南宁通威进入一个新的发展起点，基于对通威未来在广西的布局，总部将南宁通威饲料片区管理，对南宁通威的发展提出了更高要求。就在这关键时刻，一方面由于年初冻灾带来的鱼料需求大幅下降，另一方面由于养殖料质量波动带来的客户流失，南宁通威今年一季度的销量陷入前所未有的低点。就在这时，曾总没有放弃，他不断组织召开座谈会及动员会，鼓舞员工不要气馁，重振旗鼓。动员会上，曾总拍着膨胀好大家说："遇到这样的困难只是暂时的，请大家相信我，南宁通威一定会好起来。希望大家在这个时候一定要精诚团结，相信公司，相信自己，越是艰难越要团结，这个坎我们已经能迈过去！"这番话，得到了全体员工的阵阵掌声。结果，公司没有一人提出辞职，相反，大家更有干劲，齐心协力，共度难关。通过一系列的措施扭转了局面，走出了困境，在 3 月销量才 3000 多吨的情况下，4 月份销售量达到了 5600 多吨，实现了同比增长 35 月份更是一举攀升到 8600 多吨，创下南宁通威历年来 5 月份销量新高；6 月形势更是喜人，市场上捕捉不到的，销量同比大幅增长，其中鱼料几近翻番增长，预计 6 月份销量将突破一万吨并力争创历史新高。"这几个月我们销量差不多是每月三强跳，今年销量突破 10 万吨大关，利润保持良好增长，现在看来基本没有什么问题"，说到这些，曾总踌躇满志，信心十足。

2011 年南宁通威进入一个新的发展起点，基于对通威未来在广西的布局，总部将南宁通威饲料片区管理，对南宁通威的发展提出了更高要求。就在这关键时刻，一方面由于年初冻灾带来的鱼料需求大幅下降，另一方面由于养殖料质量波动带来的客户流失，南宁通威今年一季度的销量陷入前所未有的低点。就在这时，曾总没有放弃，他不断组织召开座谈会及动员会，鼓舞员工不要气馁，重振旗鼓。动员会上，曾总拍着膨胀好大家说："遇到这样的困难只是暂时的，请大家相信我，南宁通威一定会好起来。希望大家在这个时候一定要精诚团结，相信公司，相信自己，越是艰难越要团结，这个坎我们已经能迈过去！"这番话，得到了全体员工的阵阵掌声。结果，公司没有一人提出辞职，相反，大家更有干劲，齐心协力，共度难关。通过一系列的措施扭转了局面，走出了困境，在 3 月销量才 3000 多吨的情况下，4 月份销售量达到了 5600 多吨，实现了同比增长35 月份更是一举攀升到 8600 多吨，创下南宁通威历年来 5 月份销量新高；6 月形势更是喜人，市场上捕捉不到的，销量同比大幅增长，其中鱼料几近翻番增长，预计 6 月份销量将突破一万吨并力争创历史新高。"这几个月我们销量差不多是每月三强跳，今年销量突破 10 万吨大关，利润保持良好增长，现在看来基本没有什么问题"，说到这些，曾总踌躇满志，信心十足。

说到取得的几场胜利之战，上至曾总，下至车间的每一位员工，都感到自豪。对经理还表示，这些成绩都是与整个南宁通威强大的团队凝聚力分不开的，在他心里一直有这样一种观点：团队的企业文化是关键，企业文化好氛围就好，南宁通威氛围相当好，大家是好同事又是好兄弟姐妹。他相信，南宁通威能够突破这么多困难，明天一定会更加美好！

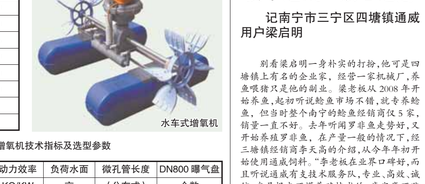
寄予期望　行动绘就美好蓝图

最后，当记者问及对主席此行给南宁通威寄予怎样的期望时，曾总说："对主席此行主要在三个方面做了指示：一是广西养殖水平有待提高，由于水产养殖高不集中，以及食品安全的需要，都让通威在广西大有可为；二是内部要鼓足士气，在区域市场产生协同效应，从点效应，销售业绩上寻求更大突破；三是南宁通威要加快发展，日成一片，3~5 年时间在广西要有 3 到 5 家公司。"

面对主席的期望，曾总也表示，今年已经制定了三项具体措施来谋求市场和主业的突破，争取能够在 3~5 年内完成对主席提出的目标。第一，针对水产部，公司组建了一支 13 人的专业技术服务队，每天都会前往通威食料用户家中，对水池进行调水调氧，还与用户深入交流，遇到问题立即帮助解决；第二，针对经销商，适当提高年折扣，根据经销商全年销量大小来确定具体水平，从而调动经销商的积极性；第三，针对养殖户，南宁通威目前实施对饲料质量的保障外，还开始在单纯指销售服务的基础上，以增加信息传输与服务营销，将以往的单纯指销转为服务营销，通过服务，赢得用户认可，最终取实销量的增长。

同时，南宁通威还计划在明年 5 月份销量突破时，曾总笑着说："肯定有信心，俗话说有压力才有动力，面对新的目标和要求，我们南宁通威会更有干劲，争取完成任务！"

（本报记者　李江玲）



南宁通威厂区外貌图

重点研发　加快成果转化

通威自动化成功签约佛山中华繁（杨梅）养殖基地

本报讯（通讯员　叶娥）近日，通威自动化设备有限公司与广东佛山中华繁（杨梅）养殖基地成功签订了 300 头的母猪自动化饲喂系统合约。

通威自动化公司工程部洽德通过对中华繁养殖基地的猪场改建制定设计、规划和对通威自动化的饲养家自动化饲喂系统的演示，让养殖基地总经理曾祥对通威自动化的饲养家系统有了深入了解，双方在经过不断的协商和洽谈之后，于近日签订合同。合同要求通威自动化设备有限公司为中华繁（杨梅）养殖基地提供 300 头的母猪自动化饲喂系统并进行安装和后期维护，这次合作开启了该养殖基地自动化饲喂的道路，踏上了农业自动化的征程。

浙江上虞自动化猪场成功投入使用

本报讯（通讯员　叶娥）日前，浙江上虞自动化猪场6栏基本实现精细化饲喂系统，并投入使用。据上虞猪场自动化设备负责人黄小军介绍，上虞猪场现阶段的饲养家自动化饲喂系统使用情况稳定，母猪到位饲喂料，已完全适应饲养家自动化设备

通威自动化设备公司现场安装的设备一角

增氧机知识大百科

□ 通威股份水产研究所　谭芳芳

增氧机的类型及适用范围

增氧机一般分为叶轮式、水车式、充气式、转流式、喷水式等。

1、叶轮增氧机：具有增氧、搅水、爆气等综合作用，是目前采用最多的增氧机，其增氧能力、动力效率均优于其它机型，但是运转噪声较大，一般用于水深 1 米以上的大面积池塘养殖。它要求塘水深 1.5~2 m，如水过浅会把污泥泛起，搅浑池水。其价格一般在 1000 元左右。叶轮式增氧机的相关信息见表 1。

2、水车式增氧机：具有良好的增氧及促进水体流动的效果，对于大较泛或淤泥较深的鱼池，不会搅动底泥，能保持池水清澈。

3、射流式增氧机：其增氧动力效率超过水车式、充气式、喷水式等增氧机，其结构简单，能形成水流，搅拌水体。该机由潜水泵和射流管配套组合而成。

4、喷水式增氧机：具有良好的增氧功能，可在短时间内迅速提高表层水体的溶氧量，同时还有充水驱效效果，适用于饲料或药物的激泡使，同时也是漂浮的鱼饵！首先是年初冻灾导致罗非鱼用户损失严重，很多饲料厂在养鱼户伤口上撒盐，开始涨价，南宁通威却延缓了 4 个月才涨价，用户对通威的口碑非常好，现在用户还在不断增加。第二场战役是振开了南宁市场的突破口，我们的周到服务赢得了南宁某饲料厂的第一单鱼料经销商李老板的高度认同，李老板转向全面与我们合作，进而在他的配合下，我们组织村民以参观公司及开展研讨会的形式，成功让南宁市兴宁区三塘镇村民几乎全部使用通威饲料。第三场战役是在防缺、营养、管理"围剿"了鱼儿消化吸收等机能。

春源食品进行冷热解猪肉产品官测试验

本报讯（通讯员　伍泽贵）近日，春源食品在生产展示大厅进行了生猪冷鲜肉、热鲜肉产品对比官测试验，通威股份食品事业部畜禽食品运营中心总经理陆向群一行到春源食品公司调研，春源食品总经理詹天兵及相关部门人员陪同参加。

试验通过"现场官测品评"、"猪肉瞬听司检"等项目，从产品色泽、气味、组织状态、煮沸后肉质等指标进行官测，大家都一致反映冷鲜猪肉产品较热鲜猪肉产品具柱化，冷鲜猪肉产品煮后肉质更香，肌纤维紧密坚实有弹性，且肉汤清澈见底口感更好，易化渣等。此次官测试验也证明了冷鲜猪肉的优势，无论从产品安全性、营养价值和口味、保存时间等方面都较热鲜猪肉更好。

水车式增氧机

表 1　叶轮式增氧机相关信息

型号	功率 KW	电压 V	动力效率 Kg/kw	增氧能力 Kg/h	有效面积亩	价格（仅供参考）
YL-1.5	1.5	220/380	≥1.4	2.25	4~8	910 元
YL-2.2	2.2	380	≥1.4	3.37	5~10	1010 元
YL-3	3.0	380	≥1.4	4.5	7~12	1060 元

表 2　喷水式增氧机的相关参数

功率 KW	电压 V	扬程 m	流量 m^3
1.8	380	5	55
1.5	220	4	55
1.5	380	6	40
1.1	220/380	7	30
0.75	220	5	25
0.75	380	7	20
0.55	220	5	20
0.37	380	4	10
0.37	220	12	2
0.25	220	12	2

为了使增氧机能正常运转作业，要注意做好安全操作方法。

A、安装时要切断电源。电缆线在池中不可当作绳子拉。应用锁夹固定在机架上，不得垂入水中，其余部分按电工有关规定引到岸上电源处。

B、增氧机入池开动后打出力很大，要加以固定。旋转时，产生的浪花很大，切不可乘坐浮物到增氧机跟前观赏。

C、增氧机工作时若发出"嗡嗡"声，增氧机应检查线路，有无缺相运行，如有应立即切断电源，按好保险丝后再重新开机。

D、护罩是保护电源不受雨水淋湿的装置，应正确安装；接线盒易受水的浸蚀，也要注意保护。

E、增氧机起动时，要观察转向及运转情况，如有异常声响，转向反向，运转不平稳等，应立即停机，排除异常现象后再开机。

F、增氧机的工作条件恶劣，用户应自行配备热继电器，温度继电器，热敏电阻保护器及电子保护装置等。

G、浮球应比塑叶轮之是否有缠绕物或附着物，如有应及时清除。每年翌检查一次浮体，以免因浮体腐蚀降低浮力，致使负荷增大而烧坏电机。

H、增氧机下水时，整体应保持与水平移入水中，防止减速器遭气孔溢油。同时，严禁电机与水接触，以免因水视而烧坏电机。

开机时间和运行时间

正确掌握开机的时间，需做到"六开三不开"。即，"六开"：晴天时午后开机，阴天时次日清晨开机；阴雨连绵时半夜开机；下暴雨时上半夜开机；温差大时及时开机；特殊情况下随时开机。"三不开"：早上日出后不开机；傍晚不开机；阴雨天白天不开机。

表 3　充气式增氧机技术指标及选型参数

型号规格	功率 KW	电压 V/Hz	增氧能力 KG/H	动力效率 KG/KW	负荷水面 亩	微孔管长度（分布式）（m）	DN800 曝气盘 个数
SR~40	0.75	380/50	>4	>7.2	2~3	150~180	15~18
SR~40	1.1	或	>5.8	>7.7	3~5	200~250	20~25
SR~50	1.5	220/50	>10	>7.7	6~10	300~350	30~35
SR~50	2.2		>19	>8.6	10~16	400~460	40~50
SR~65	3	380/50	>19	>8.6	16~25	600~700	65~80
SR~65	4		>19	>8.6	25~50	800~1000	120~180
SR~80	5.5		>19	>8.6	45~80	1200~1600	180~250
SR~80	7.5		>19	>8.6	60~100	1800~2600	220~300
SR~100	11		>19	>8.6	80~120	3000~4000	300~400

表 4　10 亩鱼池不同养殖单产增氧机配备表

养殖单产	kg/ 亩	400	500	600	700	800	900	1000
耗氧总量	kg/ 小时	4	5	6	7	8	9	10
1.5 KW 叶轮增氧机	台	1~2	2	2~3	3	3	3~4	4
3.0 KW 叶轮增氧机	台	1	1	1	1~2	1~2	2	2
2.2 KW 喷水增氧机	台	2	2	2~3	3	3~4	4	4~5
1.5 KW 水车增氧机	台	2	2	3	3	3	4	4~5

家禽的几种呼吸道病症

□ 王一名

所谓家禽呼吸道症状，是由于某一病原侵害呼吸系统而出现的一种呼吸道的异常表现。由于养禽业的不断发展，环境污染日趋严重，家禽呼吸道病简直得错综复杂。临床表现为咳嗽、喘鸣音等病症哪带来较大难度，现根据多年临床经验，将具有呼吸道症状的病分述如下：

1、表现呼吸道症状的细菌性禽病

A、雏鸡败门氏杆菌病。雏鸡出生后败病感染败门氏菌，因以排白色糊状粪便为特征，养殖户一般称之为白痢。该病多发于雏鸡，一旦发病，死亡率相当高。从患白痢的雏鸡，绝大多数具有呼吸道症状，表现为羽毛蓬松、双翅张开、后躯呈现一收一缩的呼吸加快动作，若将雏鸡捉住置于耳边细听，可听到"咔！咔！"的呼吸声，少数有咳嗽声。

B、传染性鼻炎。家禽的传染性鼻炎，是一种急性上呼吸道疾病，有时上呼吸道炎症可蔓延至气管、支气管和肺部。病鸡发生呼吸困难，并出现呼吸罗音，不少鸡都是由于呼吸功能衰竭而死亡。

C、禽霍乱。该病病原为多杀性巴氏杆菌，一旦侵害呼吸道黏膜，病程较急，常见突然出现呼吸困难，渐而出现干咳，轻轻挤压鼻梁可从鼻孔中流出清亮分泌物，由水样，泡沫样，逐步成为黏稠色黏性物，阻塞鼻孔。张口呼吸，呼吸困难及发音改变，呈喘喉状，并有气管罗音。

2、表现呼吸道症状的病毒性禽病

A、新城疫(ND)。家禽的 ND 以下痢、呼吸困难和神经症状为其特征，尤其是发生急性型 ND 时，病禽上呼吸道分泌多量粘液自口鼻流出，粘液有时悬挂于喉部，渐渐从患部堆积。喉部发出"咕噜咕噜"的声音，好似从水中发出的，呼吸后期，呼吸极度困难，因而致中枢气不足，使冠髯变为青紫色，死后尤为明显，冠髯边缘呈紫黑色。

B、传染性支气管炎(IB)。该病毒主要存在于病鸡的呼吸道及其分泌物中，鸡群发病后发出出现呼吸道症状，并迅速涉及全群。病鸡精神沉郁，羽毛蓬松，喘息、咳嗽、喉啸、啰音，有气管罗音，鼻孔中流出分泌物。本病多呈群型发生，急性时可见开卧大息，若已自愈时常留有后遗症，出现鼻窦炎和肺炎，使鸡产生慢性。本病世界各国都非常重视，是危害养鸡业的主要传染病之一。

C、鼻窦炎。该病的主要病原为烟曲霉菌，多见于雏禽，感染后病程稍长时，可见呼吸困难，伸颈张口，细听可闻气管罗音。有时可发生曲霉菌性眼炎，眼睑肿大，凸出，下眼睑有干酪样物，严重时可失明。

G、支鸣音气管炎。本病主要侵害 1～6 周龄的大鸡，也可感染雏鸡和