通威楼梯 高平（股份畜禽研究所）

通威伴我成长

初识通威，是在我少不更事的时候。那时我了雅安那边偏远点的县，四川台晚间才有点信号，我打都叫四川台为“雪花台”，隐约中可见肥硕的鱼儿在蹦蹦跳跳的，隐约中可以见到那个人脸上丰收的喜悦，但一句“通威，您信心的保障”却是清晰可闻，拠虎有声，给了年少的我很深的印象，老爸告诉我那是科学的力量，我当时信了，并且之后一直相信这种力量，现在正在我厅这种伟大的力量。

转眼2004年我从川农毕业了，在学校工作了一段时间后我辞职出来闯社会，在卖兽药时我发现四川的猪场上不了规模，规模化是将来的趋势，但技术和管理太落后，这不像猪场修建那样几个月就能完成的，未来技术和管理复合型人才必将是大企业必争的宝贵财富。

当时跑兽药时的三期猪功夫自己都觉得可笑，我想在一个猪场里踏踏实实将所学知识融会贯通，陪女朋友找工作时我发现了通威在招人，当时我的不善言辞居然没有面试的纠脚石，后来想来确实佩服面试老师的眼光，因为在猪场干就需要这种踏实、沉得住气和勇于创新的性格。

我在2005年进入了通威，刚开始8个月在青龙试验场工作，面对有些简陋的试验场和为数不多的母猪，我曾经动摇过，在领导和同事的开导下我稳定下来了，面对这样那样的猪病我一下子斗志昂扬，可能这些在别人看来避之不及的东西却给了我无尽的动力，我认为要做好动物营养试验，疾病这一关非过不可。经过一段时间的摸索，我终于认门外汉逐渐入门了。

2006年8月，我们在卫峰与金利公司合作修建了通威股份金利试验场，胡统长派我去管理新的试验场，这是公司对我莫大的信任，说什么也不能给公司丢脸。

刚到新的试验场时，说实话我还是有点畏惧，毕竟是从管理青龙试验场的30多头母猪一下跳跃到独立管理150-170头母猪的规模，无论从猪病、饲养管理还是人员管理，与合作单位的沟通协调上都对我提出了更高的要求。通过一周的摸索我确定了工作方向，还是在猪的成活率上做文章，因为猪只少得病，试验才稳定，同时猪只健康也是合作单位的要求。

由于是合作建的猪场，我们的试验场和合作单位的猪场在同一个园子里面，主要和客观上都会有比较，我要求我们的工人工作做到一流，真正展现出通威人潜力合作、威力无穷、身创一流的精神面貌，几年的实践证明这样高标准地要求自己，不仅给公司争了光，最重要的是我们每个人都在这样的要求中逐渐成长起来。

法国、韩国等外国专家来交流时甚至不敢相信中国这样简陋的条件下能够达到这样的生产成绩，当我把2006年以来几年的各种档案调出来时他们佩服地竖起了拇指，我坚信适者生存的道理，在我国有各种养猪模式，不能说哪种比哪种先进，只有适合的才是最好的。

当然，我们也遇到过困难。2008夏天，我们的几头公猪都出了问题，在解决了疾病和除温问题后还剩一头公猪勉强可以用，这显然满足不了那么多母猪的生产任务。

我试着采精出来用原精人工授精，效果也不稳定，要做正规的人工授精我没有相关的设备和实验室，经过一个多月的反复探索后我终于自创出一套不要任何设备的简易人工授精技术，就这样我打走后来的几年里年年丰产，工人们也大呼神奇。通过这次危机，我相信有挑战才有机遇的道理。

猪病和猪的管理技术在不断变化，躺在胜利的温水里固步自封只会使人落后，公司给了我一个很好的平台，让我能在各种交流中向老专家、学者们和我的导师们学习，追赶养猪技术的前沿。

我现在每天为工人们排授养猪和猪病的专业课，教他们打扫大板卷，在教他们时候也可以从他们身上学到更多的东西丰富自己的知识和修养，我发现很多智慧就蕴藏在基层中。

通过这几年在公司的锻炼，我从内向自卑逐渐变得沉稳自信了，感谢通威给了我信心的保障。

我与公司几乎同岁，都说三十而立，年过三十的我开始立起来了，而我们的通威在而立之年已成参天大树了，我相信在我们每一位员工的不懈努力下，这棵参天大树一定茁壮成长为一棵巨年不朽的常青树。

当海放映 王伟明（合肥通威）

青春记忆

两年前，你带着梦想与对未来的期盼独自一人，千里迢迢来到阚北；两年后，你依旧带着梦想在通路上于征途。两年的时间，通威于你，不仅是施展才华的舞台，更是承载你所有梦想的世界。

蓝天、白云、绿草……记得当你踏入通威的那一天，一切的一切对你来说是那么陌生，不一样的人、不一样的事，虽然陌生，但也选择了面对。但你从不曾想过，此后700多个日夜里，你与通威朝夕相处，从未分离。

陌生的环境第一度让你彷徨，但无疑你也感到了通威给予的温暖。一群热情的同事，当你下班躲在宿舍没去食堂吃饭时，电话里响起关切的话语让你感到陌生环境不再；当你在上班时遇到困难慌慌不知时，同事伸出的双手又让你感动不已……很快，你熟悉了他们的生活，也融入了其中，发现工作并不是我想象中的那样复杂，而同事领导也是那么的上你所要到和蔼可亲。

你不再孤单，你有了朋友；你也不再彷徨，因为你在这里看到了未来的梦想。就如通威的明天一样，灿烂辉煌。

或许分别对你来说有点残酷，虽然不舍，但你依然笑着接受。从一个地方到另一地方，你选择了挑战。面对未知，你没有退缩，就如通威的师天一样，直面而不退缩。

青春如画，青春如诗，在人生最美丽的时刻遇见了你，抑或是我的幸运。谢谢，通威，有你陪伴的日子让我从未感到孤单。

敬问路在何方？

“郎天大美出国记”，这是一个我们的故事，一个关于梦想的故事，一个关于坚持的故事，一个关于成功的故事。

这个故事发生在一个美丽的地方，这个故事发生在一个美丽的时间，这个故事发生在一个美丽的人身上。

“郎天大美出国记”，这个故事的开头，是一个美丽的人，在美丽的时间，在美丽的地方，遇到了美丽的故事

造福一方百姓 促进共同成长

通威万户重点用户吴泉明获全国合作社示范社奖并获国务院回良玉副总理亲切接见

回良玉副总理（左）亲切接见吴泉明理事长（右）

本报讯（记者 孙远 通讯员 焦烨）7月3日上午，全国农民专业合作社经验交流会在北京京西宾馆会议室隆重召开，中共中央政治局委员、国务院回良玉副总理出席会议并发表重要讲话，农业部部长韩长赋主持会议，中央农村工作领导小组副组长、办公室主任陈锡文等十多位领导出席会议并为示范合作社社颁奖，通威股份万户重点用户——湖北省仙桃市泉明渔业专业合作社作为全国唯一一家获奖渔业合作社到场领奖。

泉明渔业专业合作社是湖北省最大的渔业合作社，理事长吴泉明享有“江汉鱼王”美誉。它由经纬通威饲料10余年的吴泉明在通威的帮助下一手创建，从2003年至今，旗下已有了家分社，覆盖5个乡镇和2个场，40多村，3万多亩鱼池，池民1019户。

作为今年的示范性试验示范点，泉明渔业积极自己定位在第一的位置，他用了现场同等的时间拓展圈门市场网络，使得圈门市场销量在沙市通威处于领先地位，而后管理组桃市场也是排名第一。他说，这十余年让他深切地感受到“通威是质量信心的保证”。

“五连一分”是合作社的主要运作方式。就是统一苗种、统一饲料、统一渔药、统一管理、统一成鱼销售、分户养殖。通威和吴泉明等的了四个专班，养殖专班、技术专班、销售专班、财务专班。养殖户全部是养殖专班，只管养殖，效益与风险同担；技术专班负责鱼种投放、通威饲料投养、池药防治，责任与收入挂钩；销售专班设有拉网队、运输队、卖鱼队，从水面到市面一条龙作业，尤加工厂的流水线上的分拣、称重、装箱、冰冻、包装、出厂检验、冷藏冷冻、冷链物流、通威饲料、水、电等开支和结算销血饮入。

三家调鱼站是在合作社通向市场的三座大桥。2008年开始，通威扶持泉明合作社先后在沙湖、胡坡、西流河投资150万元，建立了3个中心调鱼站。调鱼站利用公司信息平台，负责收集信息、调查市场、联系客户、组织销售。各调鱼站根据客户订单要求，及时将收购品种、规格、数量、价格和交货时间通知到社员和农户。目前调鱼站可以满足周边10公里的吴泉明在通威的帮助下一手创建，从2003年至今，旗下已有了家分社，覆盖5个乡镇和2个场，40多村，3万多亩鱼池，池民1019户。

作为今年的示范性试验示点，泉明渔业积极自己定位在第一的位置，他用了现场同等的时间拓展圈门市场网络，使得圈门市场销量在沙市通威处于领先地位，而后管理组桃市场也是排名第一。他说，这十余年让他深切地感受到“通威是质量信心的保证”。

“五连一分”是合作社的主要运作方式。就是统一苗种、统一饲料、统一渔药、统一管理、统一成鱼销售、分户养殖。通威和吴泉明等的了四个专班，养殖专班、技术专班、销售专班、财务专班。养殖户全部是养殖专班，只管养殖，效益与风险同担；技术专班负责鱼种投放、通威饲料投养、池药防治，责任与收入挂钩；销售专班设有拉网队、运输队、卖鱼队，从水面到市面一条龙作业，尤加工厂的流水线上的分拣、称重、装箱、冰冻、包装、出厂检验、冷藏冷冻、冷链物流、通威饲料、水、电等开支和结算销血饮入。

三家调鱼站是在合作社通向市场的三座大桥。2008年开始，通威扶持泉明合作社先后在沙湖、胡坡、西流河投资150万元，建立了3个中心调鱼站。调鱼站利用公司信息平台，负责收集信息、调查市场、联系客户、组织销售。各调鱼站根据客户订单要求，及时将收购品种、规格、数量、价格和交货时间通知到社员和农户。目前调鱼站可以满足周边10公里的吴泉明在通威的帮助下一手创建，从由2003年至今，旗下已有了家分社，覆盖5个乡镇和2个场，40多村，3万多亩鱼池，池民1019户。

通威股份与越南农林大学成功签署合作协议

本报讯（记者 青山）7月3日上午，通威股份与越南胡志明农林大学成功签署了技术研究项目合作协议，双方将在建设池塘底排水自溢、投饲网箱鱼体排泄物回收和建设生态高效养殖渔鱼、白鲳示范基地等项目展开深入合作，此举标志着通威股份通过多方合作推进技术交流、研发平台，科研实力进一步增强。

越南胡志明农林大学教授阮富华与通威股份市场营销总监姜胜术总监王尚文代表合作双方在协议书上签字，越南胡志明农林大学教授丁世仁，四川省外国专家局引智处处长王建红，上海海洋大学教授刘利平，全国政协常委、通威集团董事局对汉元主席，通威股份产虎总裁，股份技术中心高级技术顾问吴宗文，股份水产研究所所长高启平等出席签约仪式，会议由股份技术中心办公室主任张俊英主持。

签约仪式上，阮富华教授代表越南农林大学在致辞中表示，越南农林大学拥有六十多年的建校历史，是越南农林、渔业研究实力最强的高校。通威作为世界最大的水产饲料生产企业，同时拥有世界一流的研究设施和完善的技术手段，越方十分敬佩通威在水产养殖行业所做的积极贡献，也很荣幸能与通威开展合作，双方的合作将为行业树立典范，为中越的养殖事业做出更多的贡献。

刘汉元主席对阮富华教授一行的到来表示热烈欢迎，表示越南是水产养殖的一块宝地，通威对在越南的布局和投资力度也在逐年增加。

刘汉元主席强调，通威在农业领域深入探索了30年，希望通过双方的精诚合作，把这些研究成果进行交流共享，满足人类对健康、安全食品的需求，推动中越养殖业可持续发展。

纳贤才赢市场 转观念增效益

股份食品板块召开2012年半年度经营分析会

本报讯（通讯员 黄小红）7月12-13日，通威股份食品板块“2012年半年度经营分析会”在通威水产食品公司如期召开，全国政协常委、通威集团董事局刘汉元主席出席会议并作重要讲话，股份财务总监袁佳华与会，股份食品事业部各部门负责人、食品板块子公司总经理及财务、销售部门负责人共计30余人参加了此次会议。

会议报出，食品行业是一个颇具挑战的行业，但也是一个有极大空间和足够英雄用武之地的行业，全中国十三亿人都在担心食品安全，做不好就是我们无能，做好了就一定会和罕见公司一样成就辉煌，这就是通威的目标。

会上，刘主席列举并分析了罕见公司的营销策略，同时对食品板块下一步的经营思路作了明确指示，一方面要内练功夫、挖成本；另一方面在产品定位和营销方式上，对照罕习罕见公司，一定要高举、高打，敢于展示亮点，亮出优势，显出价格，通威水产品的第一诉求是“安全”、第二是“力度”。

袁总认真听取了食品事业部各部门及子公司的汇报，表示自食品事业部成立后，食品板块的经营思路更加清晰、目标更加明确，决策更加科学，同时在内部管理及执行方方面都有了较大改善和提高。最后，股份副总裁、食品事业部总经理刘志强做了总结发言，并对下半年的工作重点进行了部署。

股份管理总部举行新员工入职培训

本报讯（通讯员 肯洪扬）7月2日-4日，股份管理总部举行了为期三天的新员工入职培训，参加本批入职培训的有来自管理总部、通威实业和水产科技近期入职的新员工及高校应届毕业生共计30余人。

7月2日，股份产虎总裁在培训会上致欢迎辞，并从公司战略规划、产品质量发展等多方面讲解了公司的发展规划，同时希望新员工利用公司搭建的平台，在各自工作岗位上加强学习，发挥转长，实现人生价值。期间，集团工会主席李思宇冷新员工介绍了通威的发展历程及企业文化知识，股份人力资源副部长何萍将自身职业体会作为案例与新员工进行分享，并要求新员工以积零的心态从小事做起，通过日常工作中的点点滴滴，来体现出新员工的责任心和敬业精神。

据了解，福州通威或康饲料有限公司是通威股份与福清市或康投资有限公司于今年合资设立的集饲料研发、生产、销售于一体的现代化农牧企业，项目落户于福清市渔溪镇，总投资规模1.5亿以上，设计年产能30万吨，投产后年产值预计突破3亿元。项目投产后将极大促进福清当地农业产业升级及养殖技术优化。

政企联动 合力发展

福清市人大常委会主任任德玉一行访问通威管理总部

任德玉（左）与张文敏（右）交流

本报讯（通讯员 帅春）7月19日，福建省福清市人大常委会主任任德玉，中共福清市委常委、宣传部教育党工委书记陈惠，市人民政府副市长陈恒友及渔溪镇镇长邱华给等领导一行来到通威集团总部进行交流，福州通威或康饲料有限公司董事长戴建明同陪参观。通威股份产虎总裁、投资总监李高飞热情接待并深入细谈。

会上，产总就通威股份近年的发展思路，特别是在福建地区的发展策略以及福州通威或康饲料项目的实施情况进行了介绍和交流。

王主任和陈书记同时表示，福建东部沿海为全国最大近海海水鱼类养殖基地，福州通威或康饲料公司的养殖集中区，项目所在地周边养殖基础深厚，项目投产后，通威养殖模式及农业产业化龙头作用将得以充分彰显，极大促进福清当地农业产业升级及养殖技术优化，具有良好的经济效益与社会效益。陈市长强调，项目落户福清后，市委、市政府一直关心、关注项目的推进实施，并将一如既往地扶持通威集团的发展与发展，双方区域各个阶段的项目推进进行了深入探讨。

据了解，福州通威或康饲料有限公司是通威股份与福清市或康投资有限公司于今年合资设立的集饲料研发、生产、销售于一体的现代化农牧企业，项目落户于福清市渔溪镇，总投资规模1.5亿以上，设计年产能30万吨，投产后年产值预计突破3亿元。项目投产后将极大促进福清当地农业产业升级及养殖技术优化。

通威盐源并网光伏发电示范项目获批

本报讯（通讯员 戴林杰）7月26日，四川省发展和改革委员会、四川省能源局正式批准同意通威太阳能光伏电力事业部在四川盐源县开展30MW并网光伏发电项目前期工作，该项目是目前我省最大的光伏并网发电项目之一。

项目规划总装机容量100MW，计划分三期完成，其中一期30MW、二期30MW、三期40MW。此次通威在盐源的并网光伏发电项目将作为四川省光伏并网发电示范项目，并将一劳永逸地解决盐源县居民日常生活中的能源需求，让当地老百姓充分享受到光伏发电产业给他们带来的福利。

通威太阳能光伏电力事业部自2012年初正式成立以来，遵照集团总部的战略部署，得到了刘汉元主席的亲切关怀与集团总裁办领导的悉心指导，在集团相关部门和兄弟单位的大力支持下，光伏电力事业部全体人员克服困难、次次攻克难关，开拓前进，已积极在新疆、甘肃、内蒙以及四川广三地新一市等近20个项目地，积极开展光伏项目前期招展工作。

通威股份参加全国科技创新大会视频会议

本报讯（通讯员 金世英）7月6日，全国科技创新大会在京召开。中共中央政治局委员、国家主席、中央军委主席胡锦涛，中共中央政治局常委、国务院总理温家宝出席会议并分别发表重要讲话。中共中央政治局常委、国务院副总理李克强主持第一次全体会议。当天上午9时，通威股份应邀参加了成都市分会场电视电话会议。

会议强调，深化科技体制改革、加快创新型国家建设，要进一步推动发展更多依靠创新驱动、更好把科技摆在优先发展的战略位置，把科技创新作为经济发展的内生动力，激发全社会创造活力，推动科技为之、经济支力、综合国力实现新的重大突破。

体现国家对科技创新的强力支持和引导，将极大地鼓舞企业加大科技创新开发力度，强化科技成果转化转化能力和推广，进一步增强企业核心竞争力，中国制造迎向中国智造的步伐将极大地加快。通威股份也将紧密结合国家对企业科技创新的支持，强化国家级企业技术中心的能力建设，加大技术研发投入的力度，大力支持各类项目研究，科技人才培养、科研设施配备、科技场所建设等，实现核心技术的产品化、商品化和市场化、规模化。

效果示范 树立标杆

集团多家企业文化示范单位培育方案完成并全面实施

本报讯（通讯员 崔维娟）分、子公司文化建设是集团文化的基础，子文化既要体现自身经营特色，又要融合集团文化核心理念，以之为灵魂，子公司文化建设的成败直接决定着集团文化建设的成败。

为着力打造企业文化示范单位培育工程，形成企业文化推广传播的规范机制，增强企业文化的传播力和影响力，在集团企业文化示范单位创建项目组牵头部门分别对5家分子公司进行调研、访谈的基础上，结合各自特有的文化资源和企业特色，分别形成了《永祥多晶硅公司企业文化示范单位培育方案》、《好主人宠物食品公司企业文化示范单位培育方案》、《大丰通威企业文化示范单位培育方案》、《广东通威企业文化示范单位培育方案》。

7月15日-25日，集团企业文化示范单位培育项目组分别对5家单位进行了第一阶段的辅导。主要内容包括：向企业文化示范单位的企业文化建设领导小组进行培育方案会纲、解释和说明，并就其中主要问题进行探讨；辅导各公司进行了企业文化组织架构的建设及工作的启动；辅助各公司进行了企业文化建设专员、文化宣传员、文化理事会的建立；对各公司企业文化建设小组成员、中层以上管理干部进行了企业文化培训，强化了学员对企业文化的认识，并掌握了如何让文化成为员工信仰的途径；对各公司企业文化内训师、认证师进行了文化内训师的工作任务、基本能力和自我提高的方法等方面进行了专题培训。

据悉，9月30日之前，各示范单位将全面进入企业文化示范单位培育方案的导入阶段，主要工作包括：导入文化视觉、听觉系统，建设分层和分板块的文化环境；开展系列主题文化活动，体现文化特性，彰显文化资源。12月底前，集团将对合格企业进行“通威集团企业文化示范单位”授牌，并将组织企业文化示范单位专项经验交流活动。

通威盐源并网光伏发电示范项目获批

本报讯（通讯员 戴林杰）7月26日，四川省发展和改革委员会、四川省能源局正式批准同意通威太阳能光伏电力事业部在四川盐源县开展30MW并网光伏发电项目前期工作，该项目是目前我省最大的光伏并网发电项目之一。

项目规划总装机容量100MW，计划分三期完成，其中一期30MW、二期30MW、三期40MW。此次通威在盐源的并网光伏发电项目将作为四川省光伏并网发电示范项目，并将一劳永逸地解决盐源县居民日常生活中的能源需求，让当地老百姓充分享受到光伏发电产业给他们带来的福利。

通威太阳能光伏电力事业部自2012年初正式成立以来，遵照集团总部的战略部署，得到了刘汉元主席的亲切关怀与集团总裁办领导的悉心指导，在集团相关部门和兄弟单位的大力支持下，光伏电力事业部全体人员克服困难、次次攻克难关，开拓前进，已积极在新疆、甘肃、内蒙以及四川广三地新一市等近20个项目地，积极开展光伏项目前期招展工作。

厦门大学拟开设院树课以增强学生选生技能

近日厦门大学微博协会发布微博称，厦大将开设院树课程。在这门课上，可以学习如何安全爬上任何树，并在上面自由移动，甚至在树木之间灵活穿梭。

昨日，记者从厦门大学体育教学部负责人得知，厦门大学要开设院树课一事不是传言，是事实。事情起因是厦大校长希望借鉴美国部分大学开设院树课程的经验，教会学生一些特殊逃生技能。厦门大学体育教学部还透露，该项课程拟于今年新学期推出。

当然，不是亲手亲身爬树，会造当借助一些器材或工具，厦门大学体育教学部林建华教授表示，院树的形式可能会有点类似于攀岩运动。

奥运开幕大本钟撞响

伦敦奥运会开幕当天，大本钟为奥运喝响。近日，伦敦奥组委宣布，为庆祝伦敦奥运会开幕，他们随备用钟声庆祝奥运开幕。

这个活动在7月27日伦敦奥运会开幕式当天，当地时间早上8时12分开始。当时，英国各地所有大钟鸣响3分钟，人们开始可以用各种方式表达自己的快乐，无论是儿童手铃、自行车铃还是门铃都可以，而且人们还可以在伦敦奥组委官网上免费下载一个很好听的铃声，可以要用指定的手机就可以播放。

大型大蟒死骑电瓶车男子

日前，在浙江宁波，一条放养的大型大蟒跑在机动车道上，撞上了迎面而来的电瓶车，骑电瓶车的男子当即倒在地上，后送到医院抢救无效死亡。

事发时，狗的主人正在家里打牌，对此事并不知情。当地交警解释说，按照民法通则的规定，饲养的动物造成他人损害的，动物饲养人或者管理人应当承担民事责任。

哲理小品

别人的路

一个人要穿过道泽地，因为没有路，使试探着走。虽很艰险，左跨右跳，竟也能找出一段路来，可好景不长，未走多远，不小心一脚踏进泥里，沉了下去。

又有一个人要穿过沼泽地，看到前人的脚印，便想：这一定是有人走过，沿着别人的脚印走一定不会有错，用脚踩着脚印，果然安安在在，于是便放心大胆了。最后也一脚陷空沉入了烂泥。

又有一个人要穿过沼泽地，看着前面的人的脚印，想都未想便沿着走了下去，他的命运走是可想而知的。

又有一个人要穿过沼泽地，看着前面众人的脚印，心想：这必定是普通旧沼泽地成功的大道，有已有这么多人走了过去，沿着走了去我也一定能走过去，于是便沿着别人的路，最后也沉入了烂泥。

世上的路不是走的人越多了越平坦起来的，沿着别人的脚印走，不仅走不出新道，有时还会陷入泥潭。

多看了一眼

我亭经别自以为了不起，那时我打算写本书，为了在书中加进去“地方色彩”，就利用假期出去寻找。我要在那些穷国游例，抽烟散饭混日子的外人们中找一个主人公，我相信在那儿可以找到这种人。

一点不差，有一天我到了这么个地方，那儿是一个荒凉破落的庄园，最后一个人家都走的是，我想象中的那种懒散混日子的地儿也找到了——一个满脸胡须的老人，穿着一种褪色的工作服，坐在一把椅子上为一块马铃薯地锄草，在他的身后是一间没有油漆的小木棚。

我转身回家，很不得立刻就坐在打字机前，而且我还未曾在这方面下过功夫，我要这么一个人物，这时我下意识地突然停住了脚步。原来，从这一边看过去，我发现老人特别注意看一刻钟的时间，有一次甚至还停下来，未来多久，我不知道，但我明白，那位用才我还认为是好吃懒做混日子的人物，一下子成了一个有所不按的英雄形象了。

从那以后，我再也不敢对一个人发过一面从那时起，几句的人，经易于判断和做结论了。感谢上帝让我回来看了一眼。

合肥通威九鼎饲料有限公司正式挂牌营业

本报讯（通讯员 王伟明）7月24日上午，合肥通威九鼎饲料有限公司第一次董事会扩大会议在合肥通威隆重举行。会议由通威股份江浙片区总经理、合肥通威九鼎饲料有限公司董事长宋炳杰主持。

上午8时，合肥通威九鼎饲料有限公司第一次董事会扩大会议正式开始，与会人员包括通威股份江浙片区总经理、合肥通威九鼎饲料有限公司董事长宋炳杰、合肥通威九鼎饲料有限公司董事特正长、解冰文及公司监事会监事林付强、李增杰。

会议就合肥通威九鼎饲料有限公司成立后相关问题进行了商讨，同时还就合肥通威九鼎饲料有限公司下半年的销售进行了沟通。

上午9时左右，合肥通威九鼎饲料有限公司纪委书记、工会主席、纪检委郑学刚宣布合肥通威九鼎饲料有限公司正式挂牌营业。

接课老师从理念与认知、流程与技巧、高效团队执行力等几个大的方面出发，全面分析讲述了营销过程中应该注意的细节和问题，通过大量的案例剖析及例题解析，提出了解决问题的思路和方法。

此次实施营销技能与技巧提升培训，是公司从长远发展出发，为进一步加强业务人员的营销能力，解决业务人员在谈判技巧方面的难点问题，强化业务人员的专业素质，调整和获取新思路、新途径。

长春通威举行水产科技大比武活动

本报讯（通讯员 芦洪梅）为营销落实通威股份科技服务大比武的营销活动，长春通威组织了一次全体水产业务代表科技大比武活动。

7月1日下午，名业务代表将通威科技箱放置各自车后背箱内，驾车左公里左右，来到公司附近的一个鱼塘边，鲜艳的“长春通威科技大比武”条幅早已悬挂在道边。随着一声令下，业务代表开始进行水质酸碱度、亚硝酸盐、氨氮检测和水温测量以及现场微网演练。半小时后，比武大军又返回公司，一一做了血病接检、血体解剖和肠道测量。最后以好分的形式评选出优胜者，并给予一定的奖金奖励，也对落后者进行了相应惩罚。长春通威公司王广生全程参与了此次比赛，见证了本次比武的公正公平。

此次大比武，对内部而言，加强了专业知识，提升业务水平，形成了“比、学、赶、帮”的良好团队氛围，对外部而言，通势高代，进一步宣传了通威。大家用这种方式，切实践行刘主席“科技为力量”重要讲话精神。

南宁通威为广西水产养殖保驾护航

本报讯（通讯员 蓝金梅）通威30年，是科技的30年，通威的科技实力在市场总监兼公司水产科研经理戴敏建中、技术服务老师潘龙军与该片区业务代表参加公司，到会经销商及养殖户60名。

会上，周总作陈述和在（吉祥鱼）专题演讲。周总希望参会人员将养殖前心、和动力传递给其他养殖户，调好水、养好鱼，并祝愿大家在未来养殖取得良好的经济效益。广陵兴旺的经营策略是：以周原料特别是菜粕、棉粕和鱼粉等作情和相关产品进行了分析和阐述。

杨总表示，公司将继续坚持“价格随行就市，质量始终如一”，严格把控产品生产的全过程。会后，养殖户反应，希望多开展类似的养殖技术知识培训，经销商也表示愿意办之支持培训会议的召开，相信通威会带领他们将事业做大做强。

渔溪通威推广科学养殖观念

本报讯（通讯员 郝瑞）7月18日上午9时，由福博通威主办的“科技的力量——科学健康养殖技术推广会”在泉正市白云湖镇举行。本次会议是福博通威业务人员首次为本型会议营销活动，近400人的会场座无虚席。

会议特别邀请中科院海洋生物技术中心主任、博士生导师、中国饲料工业协会理事王雷主讲《养殖环境调控与水产品安全》，股份福博片区总经理兼福博通威总经理万国权作题为《通威30年的科技，河南通威中车窑管区由11名精英技战的英雄团队凯旋而归。

7月4日上午，全体水产部业务人员在公司办公大厅门口进行出发前的誓师动员，正式启动沙市通威科技大比武行动，水产科部全体业务人员满怀信心、给力表示一定要在此次科技大比武中表现出自己最好的成绩。最后水产科部业务人员和新组建的水产技术服务部技术专员合影留念，出发走向市场前线。

积极备战旺季 科技服务大比武

股份各分、子公司深入贯彻落实股份营销活动精神全力迎战旺季

南宁通威授锦仪式现场

部开展科技大比武之际，于7月1日召开业务人员月度会议，此次会议让公司全体水产科部业务人员通过三天的技术培训，学习测水、调水、防病治疗知识，并进行服务意识宣传和观念意识教育，最后要求业员通过实操技能测试，考核，并要求业务经理于要运用好手中的装备为养殖户解决一切问题，并要求业务经理要运用好手中的装备为养殖户解决一切问题，并要求业务经理要运用好手中的装备为养殖户解决一切问题，并要求业务经理

本版技术顾问：高启平

职务：通威股份国家级企业技术中心副主任兼水产研究所所长

简历：高级水产养殖工程师，四川省省级兽医学会动物营养学分会常务理事，主要论文有《饲料的蛋白质含量与饲料表观营养价值的关系的数学模型与配方设计》、《饲料品位与养殖利润》等，主编《通威科学养鱼模式》一书，获2010年中国水产科学研究院科技进步三等奖，获2010年成都市科技进步一等奖。

联系方式：028—86168826
E-mail：twb@tongwei.com

通威饲料伴侣助您调好水

□ 通威三新药业 郝勤华

产品开发背景

随着养殖量增高，养殖水质的逐步恶化，三新药业为丰富国水产品的种类，提供调水制剂的选择面，在今年初通过和相关单位技术合作，成功应用市场推出通威饲料伴侣3、通威饲料伴侣4两个调水制剂。

通威饲料伴侣3产品功效

A.净化水质：凝聚有机污染物及其它悬浮物，络合重金属离子，提高透明度，增强浮游植物光合作用。

B.降氨氮、亚盐：降低氨氮、亚硝酸盐、硫化氢等毒害物质，稳定pH值，增加水体溶氧，防止缺氧浮头和泛池现象。

C.抑藻培水：抑制蓝藻、裸甲藻等有害藻类，定向培养易消化的藻类，显著减少水面泡沫、油膜的产生。

D.防病、虫害：有效抑制病原菌、寄生虫的滋生，防范病、虫害发生。

E.变废为宝：将水体及池底的鱼、虾粪屎，饲料残渣及其它有机污染物分解，转化为有益浮游植物、浮游动物生长繁殖的营养源，丰富水体中的饵料生物。

F.节约成本：有效降低饲料系数、节省因增氧产生的能耗开大幅减少用药量。

规格

1000g/袋 其中白色物质820g、褐色粉末180g。请按比例取样混合使用。

通威饲料伴侣3用法用量

A、请将本品用池水充分稀释100倍以上再混合后均匀泼洒于水中。

B、每亩每米水深使用本品200~400g。建议10天使用一次。

C、老塘和淤泥多池塘以及高温季节应定期使用。

D.水质和底质较黑发臭时适当增加用量。

通威饲料伴侣3注意事项

A、开封后尽快用完，如遇结块，不影响效果。

B.缺氧浮头时请勿使用。

C、本品不宜与消毒、杀虫剂共用。

D、请遵循当地技术人员的指导意见使用。

D.阴凉、干燥、通风及儿童不能触及的位置放；有效期于常温下18个月。

通威饲料伴侣4产品功效

A、抑藻培水：抑制蓝藻、裸甲藻等有害藻类，定向培养有水中易消化藻类（硅藻、黄藻、褐藻、隐藻、绿藻等）及浮游动物，促进以此为食的鳙鱼、虾、蟹、鲮、鲫、鲢、罗非鱼等快速生长。

B、促生长、脱壳：为虾、蟹补充多种矿物质，促进虾、蟹健康生长和顺利脱壳。

C、降低成本：提高生长速度，有效缩短养殖周期，降低饲料系数（0.1~0.3）。

D、防范风险：增强抗病力，减少水质恶化而导致的病虫害、缺氧浮头的风险。

E、变废为宝：快速高效分解、转化水中残饵及粪屎，降低氨氮、亚硝酸盐，减少耗氧，修复水质，防止水体发黑、发黄、发红、发白等。丰富养殖对象（虾、蟹、贝、鲈、藻、海参、鱼等）能利用的有益饲料生物，投入产出比高达5~10倍以上，花蛤鲍养比例达30~70%，优化养殖环境（环保、绿色、无公害）。

通威饲料伴侣4适用范围

A.适宜于海、淡水的各种鱼类及虾、蟹、贝、藻、海参等养殖水体。

B.有效解决因化肥、粪肥、生活污水、猪、鸡、鸭、鱼、虾等粪屎导致的富营养化现象（蓝、绿藻疯长、氨氮、亚硝酸盐超标、缺氧气浮头严重等）。

C、尤其适用于铁锈水、绿油膜等水华水体。

D.适用于天然饵料生物缺乏，透明度大的清瘦养殖水体。

E.适用于以培养易消化的浮游植物、浮游动物等饵料生物为目的的苗种培育水体。

规格

20kg/袋 其中褐色粉末13kg、白色粉末5kg、三小袋不同物质的黑色粉末分别为0.67kg。请按比例取样混合使用。

通威饲料伴侣4用法用量

每亩每米水深用本品200~400g(视肥水情况加倍使用)，兑水稀释50~100倍，搅拌均匀泼洒，每月用3~4次，水质异常恶化或高温季节可适当增加次数。

通威饲料伴侣4注意事项

A.水深超过3米，有效水深以3米计。

B.缺氧浮头时勿使用。

C.与达消毒剂共用。

D.阴凉、干燥、通风及儿童不能触及处保存；有效期常温下18个月。

本版技术顾问：罗洞生

职务：通威股份国家级企业技术中心副主任兼畜禽研究所所长

罗洞长真市宗长业大学动物营养与饲料加工专业毕业，致力畜种遗传和育种培育十年，具备广泛的实践基础，丰富的市场经验和深厚的学术背景，在相关领域的专业开发中更为见长。

联系方式：028—86168826
E-mail：twb@tongwei.com

猪场管理之原料把关

□ 通威股份畜禽研究所 吕刚

玉米作为畜禽饲料中主要能量原料，人们最为关注的仍然是其有效能值的大小。不同品质的玉米其有效能差异较大，最大可达20%。如此大的变异如不能有效认知并调整配方将可能导致严重的经济损失。

查阅《中国饲料营养价值成分表》可见，其给出了四类不同品质玉米的营养价值，包括：GB/T 17890—2008.1级和GB/T 17890—2008.2级以及高赖氨酸和高蛋白玉米品种，前两种玉米是我们通常的玉米品种，而后两种我们可以称之为饲料玉米。玉米作为能量饲料主要考虑提供能量功效，主要原因在于其含有大量的可消化淀粉，而蛋白含量不仅低且氨基酸含量不平衡，其中尤其必需氨基酸赖氨酸(Lys)、色氨酸(Trp)低。但事实上，通常在饲料中玉米的用量超过50%，故全价饲料中总蛋白约三分之一由玉米提供。基于此，玉米中蛋白含量和氨基酸的平衡性也会对饲料品质产生一定影响。蛋白含量相差一个百分点，全价饲料中蛋白含量相差约0.5个百分点，每吨全价饲料中可节约8公斤的鱼粉或约12公斤豆粕，这是相当可观的。故在实际生产中，时刻检查玉米的品质差异，不仅能及时调整配方，保证饲料的稳定性，还能一定程度上节约成本。

玉米的质量受到许多因素的影响，如产地、品种、生长期、储存过程、水分、杂质、新旧玉米、籽粒饱满度等。

A、玉米水分多一个点，能量蛋白比相差0.5%，能量赖氨酸比相差0.5%，也就相当于营养价值相差0.5%。对一个万头猪场来说，年用饲料量三百多万公斤，也就相差了一万五千公斤饲料，价值三万多元。玉米水分大的更大危害是容易发霉，一旦发霉，饲料就变成毒药。

B、产地的影响。不同产地的玉米质量是不同的，这可能与各地无霜期不同，玉米的生长期不同有关。在正常年景，东北内蒙古玉米的容重最高，通辽和赤峰玉米的质量基本在二等以上，一等占到90%；吉林玉米70%以上为二等；黑龙江玉米质量一般，60%~70%能达到三等；辽宁玉米50%能达到二等，80%能够达到三等。华北山东和河北的玉米基本都在二等以上。综合来看，这几个地区的玉米质量是最好的，如河北的承德、张家口、唐山，内蒙的赤峰、山西的大同等地，因为这些地区无霜期长，而且只产一茬，成熟度较高；秋收时天气干燥，不易出现发霉现象。

C、杂质的影响：杂质的影响不单是占用了玉米的有效成分，更大的影响是因杂质粒度小，往往填充在玉米粒中间，影响了正常的通风换气，使玉米更容易发霉。

D、另外注意新旧玉米的区别。不要认为新旧玉米成分是一样的，它们之间有很大的区别。新玉米收获后，并不等于完全成熟，还有一个后熟化过程。新玉米中含有一种不易被消化的抗性淀粉，是不易被猪消化吸收的，所以营养价值要低于陈旧玉米。我们每年秋冬季发现粪便搭料食量大但生长速度并不快，而且脱肛较多，往往和新玉米有关系。另外也要注意，如果新玉米在未自然熟化时进行烘干，抗性淀粉不易被改变，也会出现消化利用率低的现象。所以在秋季，猪场储存部分陈旧玉米，在使用新玉米时进行过渡，对生产是必要的。

E、玉米经过膨化、蒸煮、去皮等都会对其质量产生一定的影响。这些低玉米的抗营养因子，提高玉米的消化率和适口性，大型饲料厂在生产表槽料、保育料时通常要对玉米进行一定的加工处理，目前使用最多的手段是玉米经过去皮之后再膨化，而后再将玉米进行微粉碎，这样玉米的消化率和适口性将极大程度地提高，而养殖场却很难做到这些，唯一的出路就是直接购买膨化玉米，但膨化玉米的质量很难得到保证。事实上，在教槽料和保育料中日能乳猪饲料的主要原因之一就是玉米中淀粉的糊化程度。另外，为提高幼龄动物对玉米等含淀粉丰富的能量饲料消化率，通常在饲料中添加含一定量淀粉酶的复合酶制剂，一般认为酶制剂可提高玉米有效能的1~3%。

F、玉米的霉变问题。霉变毒容置疑会影响玉米的有效能大小，但对养殖场来说，恐怕最为担心的还不是营养指标，而是霉菌毒素对于母猪繁殖性能、商品猪免疫机能及生产性能的影响。多数时候养殖场会在饲料中添加霉菌毒素吸附剂来以图解决问题，实际上多数吸附剂对霉菌毒素的吸附力有选择性，一种类型的吸附剂只能吸附一种或少量几种的毒素，而对其它类型更无效，故联合使用不同类型的吸附剂可能是较好方法。饲料中霉菌毒素成千上万，最新的研究表明，即使在饲料中临界FDA水平的霉菌毒素也会引起动物的免疫机能和生产性能的显著下降。可见，在养猪场使用无或低霉菌污染的饲料是多么重要。

名人故事

爱因斯坦的演讲

有一次，爱因斯坦在一所大学演讲，一位女生站起来问："你被誉为科学界的天才人，你认为自己是巨人吗？"

爱因斯坦微笑着说："巨人并不是长得高大的人，大家看我如此瘦小，怎么能有巨人的形象呢？也许我看得远一些，那也只是因为我站得高一些而已！"

一个男生接着问："您提到上别人的肩膀上的话，我想起不久前您在阿尔卑斯山的高峰之巅曾和一位女士长谈过一次。我不想问您谈话的内容，只想知道站在山顶的那一刻，您有没有意识到在科学史上自己也已站成一座山峰呢？"

爱因斯坦仔细地看了看发问的人，问："你看我像一座山峰吗？我这个人身高不算怎么站着成不了山峰。而且，没有一座高峰不是被人征服的，我们不要做高峰，而要做登山者！以国的人！"

说着，他拿起帽笔在黑板上写下一行字：站在山顶，你并不高大，反而更加渺小！

"最后我可以告诉大家一句话，这句话也是我在阿尔卑斯山绝顶之上对那位女士讲的最后一句：'任何一座高峰都是可以征服的，世上从无巨人，只有站得更高的人！'"

台下第四排一片，当年在阿尔卑斯山聆听爱因斯坦教诲的那位女士，正是居里夫人。

安徒生的坚持

一天，安徒生和一群小孩表演到皇宫里去喜见王子，请欢迎鸭，安徒生满怀希望地唱歌、朗诵剧本，希望他的表现能获得王子的赞赏。

等到表演完后，王子和蔼地问他："你有什么需要我帮助的吗？"

安徒生回自信地说："我想写剧本，并在皇家剧院演出。"

王子把眼前这个有着小丑般大鼻子，和一双忧郁眼神的笨拙男孩从头到脚看了一遍，对他说："可惜呀，本是一回事，写剧本又是另外一回事，我劝你还是去学一项有用的手艺吧！"

但是不被挫折的安徒生回家后不但没有去学帽口的手艺，却打破了他的存钱罐，向妈妈道别，到附近哈根去追寻他的梦想。他在哥本哈根流浪，敲过所有剧本哈根贵族家的门，没有人理会他，他从未想到退却。他一直写作史诗、爱情小说，未能引起人们的注意，他虽然伤心，仍然坚持写了下去。

1825年，安徒生随意写的几篇童话故事，出乎意料地引起了儿童的争相阅读，许多读者渴望他的新作品发表，这一年，他30岁。

乡情

一个名人，一个普通人，为原子弹流泪的眼泪里饱含着一样的乡情。

杨振宁第一次回中国时拜访了老同学，两弹元勋邓稼先。在杨振宁离开中国的那天，邓告诉他中国两弹的制造全靠自己，没有外国人参与，杨振宁没他当时听了激动得不能自已，躲到洗手间去流泪。这事大概很多人知道。

南非实行种族隔离政策时，公共汽车上只有白人能坐前面的位子，黑人和其他有色种人则坐在后面。某天，一个合湾人上车后习惯性地往后走，白人司机向住他说："中国人会造原子弹，所以您可以坐前面。"

这位同胞一下车，找个无人之地痛哭了一回。一个名人，一个普通人，为原子弹流的眼泪里饱含着一样的乡情。

鲁迅卖奖章

鲁迅在南京江南水师学堂读书时，因考试成绩优异，学校奖给他一枚金质奖章。他没有戴此奖章，作为炫耀自己的凭证，而是拿到鼓楼大街把它卖了，买回几本之爱的书和一串红辣椒。每当读书读到夜深人静、天寒体困时，他就摘下一只辣椒，分成几片，放在嘴里咀嚼，直嚼得颊头冒汗、眼里流泪，嘴里"嗝嗝"、朝时，周身发暖，困意消除，于是又捧起书攻读。

少年包揽学断案

包拯包青天，自幼聪慧，勤学好问，尤善推理断案，其家父与知县交往密切，包拯从小耳濡目染，学会了不少的断案知识，尤其在笑面杀僧一案中，包拯根据现场的蜂丝马迹，剥茧抽丝，排查出犯罪嫌疑人后，又假扮闹王，审清事实真相，缉拿凶手，冲冠除害。他努力学习律法用理知识，为长大以后断案如神，为民伸冤，打下了深厚的知识基础。

2012通威之夏新农村纳凉晚会快乐出发

□ 传媒湖州网记者 陈雯

"向快乐出发，世界那么大，任风吹雨打，梦总会到达……"近日，在海浮和平镇获港鱼庄广场上发出阵阵欢笑，由苏州通威特种饲料有限公司街坊区总，湖州华数数字有限公司、杭州加多宝饮料有限公司协办，湖州广播电视报社、传媒湖州网承办的2012通威之夏新农村纳凉晚会在一首欢快的舞蹈中拉开序幕。这是纳凉晚会的第4站，也是首次走进新农村，丰富农村文化生活。

下午6点多，晚会还未开始，一位留着白烟的苍冷舞蹈家来了：一位奶奶带着外女，摇着蒲扇来了；一位奶奶抱着孩子，拿着气球来了……村民们为了占个好位置早早地来到晚会现场。

《快乐出发》的舞曲响起，似乎宣告了晚会的主题。场下的小朋友扭着舞蹈扇子起石在下欢快地跳着。动感十足的劲歌热舞，幽默搞笑的小品，浪漫特色节目……综纷多彩的节目营造轻松欢乐的氛围，为村民们在笑声中度过了惬意的傍晚。其中小品《远亲近邻》赢得了村民最多的欢笑，小品出动幽默地展现了新农村建设曲民安家致富的生活新面貌。

此外，获港村民自编自导自演的《鱼文化表演之捕鱼卖鱼》、《鱼家长表演》节目展现了获港特色，给观众留下了深刻的印象。《鱼家长表演》由平均年龄30岁的11名渔家女组成，传统的捕鱼工具变成了乐器，在她们手中的奏响了欢快的乐章，伴随令人见到了渔民丰收的喜悦。

在纳凉晚会保留节目加多宝互动游戏，有奖竞答中迎来了村民的阵阵掌声、喝彩声。在和加多宝比赛中，一位身材娇小的金阿姨击败了魁梧的对手得冠军，令人刮目相看。比赛后，50岁的金阿姨高兴地说："我还能再唱一遍！"在有奖竞答中，由获港鱼庄提供的礼品——一箱有机葡萄成了最大惊喜。

晚会中，虽然天公不作美，时不时下起淅淅沥的雨，可是大伙一个人都没走，撑着伞观看晚会。现场准备了150个凳子，还是不够，村民们没有位子就站着，就这样度过难忘的两个多小时。

文章来源：传媒湖州网
转载地址：http://www.hugd.com/xinzixun/2012-07/14/cms240843article.shtml

传媒湖州网报道截图

通威再获四川科技进步一等奖

□《华西都市报》记者 石莉芳

近日华西都市报记者从通威集团获悉，集团旗下的通威股份国家级企业技术中心捷报频传，《建鲤健康养殖的系统营养技术研究及其在淡水鱼上的应用》与《斑点叉尾鮰重大细菌性疾病原学、致病机理与防治研究》分获四川省科技进步一等奖和三等奖。

科研成果
弥补了国际空白

据通威股份水产研究所所长高启平介绍，《建鲤健康养殖的系统营养技术研究及其在淡水鱼上的应用》项目是由通威股份和四川农业大学、四川省畜牧科学研究所、四川省畜科饲料有限公司联合完成。

该项目瞄准淡水鱼生产中的色素品安全、产业安全和环境安全问题，以建鲤为研究模型，长期紧紧围绕营养与肠道健康、机体健康和水环境健康展开系统的研究和系统应用。该成果研究内容系统深入，创新性突出，填补了国际上该领域的一些空白，整体达到国际先进水平，部分国际领先。

高所长说，通威股份多次派出技术研发团队参加项目组组织的技术培训、专题讲座和会议。同时，项目组人员也多次到公司指导并开展相关合作，并将相关的技术成果从鲤鱼逐步应用到草鱼、鲫鱼、罗非鱼、青鱼、鳊鲂、鲈、黄颡鱼、斑点叉尾鮰、泥鳅、黄鳝等常规和特有产品的开发和生产中。

自1999年至今，通过遗布在四川、重庆、云南、广东、广西、天津、河南、江苏、江西、福建、湖北、湖南、山东、海南和越南等国内外50多家通威分、子公司，采用项目组多项相关技术成果和产品，累计生产淡水鱼配合饲料超过550万吨。

通威股份先进实验的技术手段为科技研究保驾护航

通威饲料利用率提高，鱼的发病率和死亡率大幅度降低，养殖户的效益大大提高，对保障健康安全鱼产品供应，推动我国水产饲料工业和淡水养殖业健康可持续发展具有极其重要的作用，显示出极大的社会效益、经济效益和生态效益。

成果应用
拉动效益2.7亿元

昨日通威股份相关负责人说，通威动物保健研究所主持研究的《斑点叉尾鮰重大细菌性疾病病原学、致病机理与防治研究》项目，建立了病理模型，发现了重要致病因子，对阐明斑点叉尾鮰重大细菌性疾病的致病机理提供了重要理论依据；建立了快速、敏感、特异的斑点叉尾鮰毒素等养单鲍菌外毒素和海豚链球菌病的PCR和ELISA诊断方法，为农业部制定行业标准和技术规程提供了重要依据；研制出斑点叉尾鮰麦芽寡养单鲍菌外膜蛋白（OMP）疫苗位疫苗、PLGA微球疫苗与脂质体疫苗，具有重要的应用前景。

据透露，该项目研究全面、系统、严谨、独致，针对付业急需和主管部门急要而立项，非常具有现实意义，研究水平全国最高，创新点多、应用效果显著，成果应用至今创造的经济效益高达2.76亿元。

多个奖项
彰显雄厚科技实力

通威饲料历来在广大水产养殖户中有"鱼的体形体色好、耐高温和耐远距离运输，可食部分高，肉质好"等口碑。

此次《建鲤健康养殖的系统营养技术研究及其在淡水鱼上的应用》项目获得四川省科技进步一等奖，再一次彰显出通威30年如一日打造"肠道健康、鱼体健康"这项优异背后的雄厚科技实量。回时也是对"通威科技30年"的一份厚礼，更为通威未来30年，更长远将来的科技持续领先提供了巨大的动力源泉。

实际上，近年来通威股份的科研成果捷报频传。2011年"电化水体杀菌、作用机理及其在水产品加工中的应用研究"以及"绿色淳化饲料养殖病为基础技术的研究及应用"两大科研项目先后荣获四川省科技进步三等奖及成都市科技进步一等奖。

通威股份承担的"绿色淳化饲料养殖病为基础技术的研究及应用"项目荣获由国家科技部颁发的"十一五"国家"星火计划"执行优秀项目奖。

此外，通威股份动物保健研究所的《一种预防黄颡鱼红头病的疫苗》还获得国家发明专利。系列荣誉的获得，进一步巩固和夯实了通威股份作为我国农牧行业技术研发实验室的综合实力，并将为推动我国农牧及食品行业技术进步做出更大贡献。

文章来源：《华西都市报》
报道地址：http://www.wccdaily.com.cn/epaper/hxdsb/html/2012-07/12/conent_470973.htm

"饲料大王"的慈善情怀

□《民主与法制时报》记者 陈俊伶 钮国洪 逸西

"刘汉元"是中国农业产业化龙头企业中的关键词。

1992年，他组建了通威集团。而现任全国政协常委、民建中央常委、民建中央企业委员会主任、民建四川省委副主委、中国饲料工业协会常务副会长、全国工商联新能源商会常务副会长的通威集团董事局对汉元主席，有人说，他是一个"铁汉"，但"铁汉"也有柔情，其善举温暖了每一位受惠人。

早在2010年4月，刘汉元主席就加入中国民主建国会。此后，他一直行走在慈善路上，曾把慈善进行到底！所以，在他的人生和事业中，自始至终都在打造一张涵盖"物质、文化、灾难援助、能力建设"为主要内容的公益之网。

作为民建四川省委副主委，刘汉元主席除积极参政议政外，还响应民建中央号召，捐资设立"中华思源工程·阳光计划"，并成立思源基金会。

就在他担任该会第一届理事会理事期间，四川遭遇了汶川特大地震，通威集团捐款捐物1250万元，用于抗震救灾。而在灾后重建工作中，国务院、中央军委评为"全国抗震救灾英雄集体"。

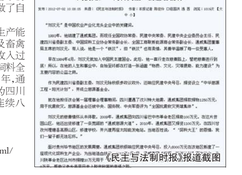
刘汉元主席的慈善情怀从未停歇。2009年，通威集团向四川省巴中市革命老区捐助100万元。在这片贫困山区，他还出资修建了一条宽阔的"通威思源大道"。2010年，通威集团捐款捐物近1250万元，用于红震救灾、涉及化工、宠物食品、IT、建筑和房地产等，集团公司快速发展，已率先成为一家大型民营科技企业。

从集团成立至今，刘汉元主席先后荣获"全国农业科技先进工作者"、"中国十大民营企业家"、"十大财经风云人物"、"年度中国十大经济人物"等百余项荣誉。2011年，刘汉元被全国政协从公行评为"善行天下·慈善公益之星"。

面对昨天和今天，在民建四川省委第八次代表大会上接受《民主与法制时报》记者采访时，刘汉元主席很平静地说："我们只是做了自己应该做的事。"

据了解，通威股份上市公司饲料年生产能力逾600万吨，是全球最大的水产饲料及畜禽饲料生产企业，更是川内首家年度销售收入过百亿的农业上市公司。连续19年，水产饲料全国市场占有率达25%，居全国第一；2011年，通威集团所饲发的大宗鱼352亿人民币，成为四川纳税大户之一，品牌价值达110亿元，连续八年列入"中国500最具价值品牌"榜。

文章来源：《民主与法制时报》
报道地址：http://www.mzyfz.com/html/1400/2012-07-02/content-423516.html



经验交流

合肥通威用户热水鱼养殖效果展示

□ 通威股份江淮片区技术总监 顾夕章

合肥通威安庆市场以养殖大草鱼为主，并且草鱼是精大留小出热水鱼模式，目前的热水鱼效果很好。

用户姓名：吴贵
地址：安庆市枞阳县义津镇牛集村
养殖面积：65亩 水深：1.6米
养殖模式：家鱼混养、投饲机2台、增氧机2台

品种 / 时间	草鱼	鲫鱼	鳊鱼	合计
2月25日	2斤/尾	10尾/斤	10尾/斤	
	11728斤	1794斤	1260斤	14728斤
7月7日	3.5斤/尾	0.25斤/尾	0.55斤/尾	
	20524斤	4794斤	6930斤	32248斤
净增重	8796斤	3000斤	5670斤	17466斤

成果分解：2月25号投放苗种，3月15日投喂通威饲料。截止7月7日共计投喂通威饲料1033#10吨1038#6吨，投喂时间114天。

效益分享：草鱼鱼种价格4.2元/斤，热水鱼售价5.4元/斤，鱼种差价1.2元/斤，饲料系数1.831。

用户评价：通威饲料质量稳定性价比高，服务好。长一斤鱼饲料成本3.089元，每长一斤鱼净利润2.310元。每投喂通威饲料1033#1吨，热水鱼净利润2523元！

用户姓名：王平宝
地址：安庆六零六渔场
养殖面积：10.68亩
成果分解：2月10日投放鱼种；3月13日投喂通威饲料。截止6月14日投喂通威饲料1038#4.24吨，156#1.6吨，投喂时间93天。

效益分享：草鱼种价4.5元每斤，热水鱼售价5.3元每斤，鱼种差价0.8元每斤，饲料系数1.686。

用户评价：通威饲料价格单吨看较高，但由于质量稳定，饲料系数低，起捕后斤鱼成本较低、产量高。长一斤鱼饲料成本3.3元，长一斤鱼净利润2元。

养殖户：汪石友
地址：安庆六零六渔场
养殖面积：7亩
成果分解：2月15日投放鱼种；3月15日投喂通威饲料。截止6月26日投喂通威饲料1038#1.2吨，淡水鱼2#1.8吨，156#1.2吨，投喂时间103天。

效益分享：草鱼种价4.5元每斤，热水鱼售价5.3元每斤，鱼种差价0.8元每斤，饲料系数1.5。

用户评价：通威饲料质量稳定可靠，养出的鱼体色好，耐运输，有野鱼的味道，饲料系数低，性价比高，利润稳定。长一斤鱼饲料成本2.7元。长一斤鱼净利润2.7元。现今共投喂通威饲料4.2吨；热水鱼净利润每亩高达2164元。

	草鱼	鲫鱼	鳊鱼	青鱼	合计
2月10	2.3斤/尾	7尾/斤	10尾/斤	3.3斤/尾	
6月14日	4斤/尾	0.35尾/斤	0.45斤/尾	4.5斤/尾	
2月10日	7200斤	850斤	101斤	400斤	8551
6月14日	12400斤	2082斤	454斤	540斤	15476
净增重	5200斤	1232斤	353斤	140斤	6925

	草鱼	鲫鱼	青鱼	合计
2月15	1.75斤/尾	7尾/斤	4.7斤/尾	
	3864斤	774斤	190斤	4828斤
6月26日	3.89斤/尾	0.3斤/尾	6斤/尾	
	8500斤	1653斤	240斤	10393斤
净增重	4636斤	879斤	50斤	5565斤

养泥鳅就用浮性饲料
——四川科信达泥鳅养殖公司总经理王亮谈泥鳅养殖

□ 通威股份水产研究所

泥鳅属高蛋白、低脂肪的水产养殖品种，素有"水中人参"的美誉，在日本、韩国和我国港澳地区深受欢迎。近年物价逐年上涨，泥鳅养殖经济效益可观，每亩效益20~3.5万元。泥鳅养殖也成为水产养殖行业的一个新兴产业。泥鳅虽是杂食性且耐低氧，但相对鲫鱼、鲫鱼、鳊鱼等常规淡水品种而言，养殖技术有其特殊性。近期笔者走访了四川省内江市科信达泥鳅养殖公司，与总经理王亮交流了泥鳅养殖技术经验。

水产研究所（以下简称S）：王总，您在四川养殖泥鳅已10多年，如何看待泥鳅在四川养殖的前景？

四川科信达泥鳅养殖公司总经理王亮（以下简称W）：与连云港相比，目前四川的泥鳅养殖量还很小。但与黄鳝相比，泥鳅的优势在于人工繁殖已成功，养殖规模可迅速扩大，而且国内外的市场需求量很大，泥鳅价格逐年走高，因此泥鳅的养殖前景很很好。

S：目前泥鳅养殖失败的不少，要养殖成功，有哪些关键要素呢？

W：其实泥鳅养殖很简单，就四个关键点：苗种、饲料、科学的建池和科学的饲养管理。这几个环节掌握好了，就会养殖成功。通常情况下，春季由放150~250尼/斤的鳅苗，养至当年上市，一般可达到30~40尼/斤，增重5~10倍（雌雄比例不同）。放养800斤/亩，可收获3500斤，亩可盈利2.5万元左右。

S：能否详细介绍一下苗种？

W：优良的苗种是关键，最好要选择有实力的品种繁育公司，目前人工繁殖的泥鳅量总体还很少，大部分是野生的，一般用电击或捕捞，因此选择苗种时要特别注意野生苗的健康状况。还有就是性别差异，最好雌性多，因为雌鳅比雄鳅长得快。我现在养殖的品种是大鳞副泥鳅，长势很好。

S：目前泥鳅饲料有硬颗粒料，也有浮性饲料，该如何选择和使用呢？

W：泥鳅饲料中鱼粉是核心，因为浮料因为浮料浪费少，对水体污染小，水好泥鳅就少生病，而且用浮料养殖户很容易观察吃食状况，用浮性饲料更有优势。从目前我自己及合作客户的用料比例看，浮料大约占80%，而硬颗粒饲料只占20%。在水温低时喂沉料，水温高时了喂浮料。早上和夜间喂浮料，中午因要外纯强、表层水温太高，一般投喂沉料。一般日投喂三次（8:00，12:00，17:00）中，下午投喂量等于上午两次投喂量。因泥鳅喜欢晚上采食，所以为了提高生长速度，最好夜间9点再增加投喂一次。

浮性饲料颗粒的粒径选择也非常重要，最好用比泥鳅口裂大一倍的颗粒。小苗的时候（2~3g/尾）用2.0毫米，再大一点用3.0毫米及以上的饲料，比泥鳅吃食或筛食。以免因较小颗粒饲料未吸水膨胀，在很短时间被泥鳅吞食，若一次摄食过多（特别是水温高时）易导致吸水膨胀，泥鳅易被卡住而影响肠呼吸，另直接吞食也可能导致患肠炎的几率增加。

投喂量最好以泥鳅在30分钟吃完比较合适，大约5%的投饵率（水温22℃以上）。投喂方法也与其它鱼有差异，无论沉料还是浮料，都不能定点投喂，最好是整池泼撒。尽量让每条泥鳅都吃吃到，而且泥鳅不会吃得太多，也不会吃得太少。

另外，泥鳅饲料品质也很关键，不仅要营养全面，还要特别注重肠道健康的维护，最好用泥鳅专用饲料，选择大厂的品质有保障。

S：前面您提到的科学建池，是怎么回事？

W：养殖池一般水深50厘米，池底要有淤泥；特别要防逃，进排水要用纱窗拦好，排灌方便，抗洪水；还要防鸟，最好在池塘上安装防鸟网，因为一只白鹭一天要吃1斤泥鳅。

S：科学的饲养管理要注意哪些方面？

W：泥鳅养殖一般是单养，重点是预防肠炎、赤皮和烂鳃。除了从饲料的粉碎细度、功能营养素的添加考虑外，最好是多换水，在换水不方便时，用想办法调水。

S：您目前的繁殖规模比较大，未来如何规划？

W：力争两年内，成为四川最大的繁育基地。

S：谢谢您分享泥鳅养殖经验，祝您繁想成真。

专家坐堂

罗非鱼无乳链球菌病概况

□ 通威股份动物保健研究所

最近几年全球范围内链球菌感染多种海水和淡水养殖鱼类并引起暴发性疾病的报道呈现增加趋势，尤其在亚洲的罗非鱼养殖地区报道较多，无乳链球菌已给泥洲的罗非鱼养殖业造成了严重的危害。本文就罗非鱼无乳链球菌病的流行情况、临床症状、病原性特征、致病机理、诊断方法和防治措施作简要介绍。

疾病流行情况

A、流行季节

本病在我国南方地区流行于春、夏和秋季，高峰为7~9月，流行水温25~37℃，发病率达20~30%，发病的死亡率可高达60~100%。

B、危害对象

无乳链球菌病主要以水平方式传播，体表有损伤或受环境应激过大的鱼易感染发病。2010年以前疾病主要感肋100g以上的鲤鱼到1kg左右的成鱼，2011年苗种也大面积暴发链球菌病。

C、流行区域

我国海南、广西、广东和福建四大养殖区，2008年以前呈局部慢性发病，2009年7月大面积发病率高达40%，死亡率接近100%，造成的经济损失高达7.02亿人民币。之后该病如期而至，且发病区域越来越广，发病时间越来越早，严重影响了养殖户养殖积极性，病害也给当地罗非鱼产业造成了巨大的经济损失。

疾病临床症状

A、活动情况

发病初期体色加深或发黑，游动缓慢，常在塘边、水面无力而性地缓慢游动，有时身体屈曲，逐渐失去平衡，有的在水中翻滚，有的侧身做圆圈运动。病情严重时，临死前病鱼于水面打转或间隙性窜游。

B、体表症状

部分病鱼眼球突出及出血、单眼或双眼角膜混浊发白，水晶体及玻璃体也混浊，甚至眼球脱落。下颌及两腮盖下缘有弥漫性出血，腹部体表具点状或斑状出血甚至溃疡。

C、剖解症状

肝脏、胆囊、脾脏肿大，特别是在急性链球菌暴发的早期病鱼内脏。最明显的症状是胆囊肿大，有的比正常的体积大数倍。严重时溃烂，肠道和胃积水或积黄色粘液。

在急性感染时，链球菌迅速达到血液并扩散至全身各组织器官，出现内脏的淤血出血肝、脾、肾、心、脑、眼和肠道的大面积出血，脾和肾脏肿大。

病原学特征

A、链球简介类

暴发性罗非鱼链球菌主要由无乳链球菌引发，往往伴有其它细菌病如爱德华氏菌、弧菌、嗜水气单胞菌等的混合感染。

B、链球菌理化特性

无乳链球菌菌体为圆形或卵圆形，直径约为2μm，链状或成对排列，常呈成长链排列，无鞭毛、无芽孢、无运动性。无乳链球菌为兼性厌氧菌。大多数无乳链球菌菌株最适温度为36~37℃，最适pH值为7.4~7.6。

致病机理

A、致病机理

罗非鱼是无乳链球菌高度敏感的宿主。病原菌如何通过黏膜和组织屏障而侵入血液循环，早期研究提示单核细胞携带细菌或通过其他机制进行散播，如细胞吞噬作用。

B、毒力因子

链球菌对脑膜内皮细胞的粘附作用以及细菌分泌出毒性因子作用于内皮细胞可能对链球菌穿越血脑屏障有重要作用。

疾病诊断方法

临床症状

观察发病鱼是否具有如吞睛打转、眼球突出或深出

胜者之道

通威品牌的管理法则

□ 通威集团企业文化建设专员 崔维顺

通威开旗仪式风雨无阻

品牌是一种错综复杂的象征。“没有品牌，企业就没有灵魂；没有品牌，企业就失去生命力”。品牌的管理是个复杂的、科学的过程，不可以省略任何一个环节。

近年来，在全国政协常委、通威集团董事局刘汉元主席等领导的高度重视和直接指挥下，通威集团在品牌建设上开出了巨大努力，也收获了丰硕成果，品牌建设与维护、投入的力度不断加大，品牌内涵不断丰富、充实和完善，对外传播的广度、深度以及传播的平台选择，都做出了科学的规划和实践，通威品牌建设连续上了几个崭新的台阶，影响力、知名度、美誉度，一直走在行业前列。

品牌形成容易但维持是个很艰难的过程。长期以来，在集团品牌管理工作中普遍存在着品牌意识（包括危机预防和处理意识）淡薄、相关人力资源严重不足的现象，进而导致了一系列问题的发生，如：VI要素应用混乱、企业文化建设薄弱、危机预防和处理工力以及整合营销传播能力低下等。没有很好的品牌关怀战略，品牌是无法成长的。

所以，品牌管理的重点是品牌的维持。为了实现在消费者心智中建立起个性鲜明的、清晰的品牌联想的战略目标，品牌管理的职责与工作内容则显得尤为重要。

为切实加强集团品牌管理队伍建设，使品牌管理工作更加规范、有效，从根本上解决品牌管理工作中存在的问题，进而更好地适应集团快速发展的需要，通威构建起了自己独有的品牌管理组织架构和法则。

集团品牌管理组织构成

集团品牌管理委员会是集团进行品牌管理的最高机构，总部主要线成部门包括：集团品牌管理中心、股份市场策划部、股份行政部。分、子公司品牌管理主要责任人员包括：集团各成员企业经理、人事行政部和市场部负责人及品牌管理员。

集团各成员企业应根据具体情况，配置一名专职或兼职品牌管理员，饲料类公司品牌管理员的编制原则上设专人事行政部并主要由人事行政部负责人负责；非饲料类公司的品牌管理员，其编制原则上设在市场部并主要由市场部负责人负责；各分、子公司人事行政部或市场部负责人可以兼任本公司的品牌管理员。

品牌管理机构及人员职能

集团各成员企业总经理是本公司品牌管理（包括品牌推广及危机预防和处理）的第一责任人，全面负责本公司品牌管理工作。通过开展系统、规范的品牌管理工作，在有效促进本公司产品销售的同时，使品牌的知名度、美誉度在本公司所在地区得到不断提升。

饲料类公司的人事行政部负责人在品牌管理方面的主要工作是具体负责本公司企业文化建设、协助总经理进行危机预防和处理，以及对品牌管理员的日常管理和考核；市场部负责人在品牌管理方面的工作重点是负责指导和监督品牌管理员和市场营销人员，在本公司市场上进行品牌推广及维护工作，并对其进行日常管理和考核；人事行政部负责人在品牌管理方面的主要工作是具体负责本公司企业文化建设和协助总经理进行危机预防和处理，同时参与对品牌管理员的考核。

品牌管理员是各分、子公司品牌管理工作的具体实施者，在接受本公司相关部门管理的同时，在业务上还应接受集团品牌管理委员会和总部部门的督导。

品牌管理员应当具备基本的VI实施、企业文化建设、整合营销传播、危机预防和处理等品牌管理方面的基本知识和技能，专职品牌管理员还需具备较强的策划和组织实施能力。

品牌管理员的岗位职责主要包括以下几个方面：

A、开展品牌管理基础工作

全面、规范地应用各项VI要素是品牌管理品牌要开展的一项重要的基础性工作。作为分、子公司品牌管理工作的具体实施者，品牌管理员应积极主动地从设计、制作等源头上严格把关VI要素在本公司各种场合的规范应用，特别是在各种广告、促销品及办公用品、厂区及办公环境、经销商店面以及各种包装物上的规范应用。此外，还应当积极协助人事行政部负责人开展企业文化建设和危机管理工作。

B、收集和处理广告信息

作为集团品牌管理工作的第一线人员，品牌管理员应注意及时收集本公司市场区域的各种广告相关信息，为本公司甚至更大范围营销传播方案的策划和实施提供相关决策依据。需要搜集的信息主要包括：竞争对手广告宣传最新动态，本公司各类广告活动策划、实施情况，搜集的信息分析、整理后除满足本公司需要外，还应及时报集团品牌管理委员会相应部门。

C、策划、实施广告活动

兼职品牌管理员应积极配合本公司人事行政部和市场部负责人做好各项广告活动（包括各类广告品制作）的策划和实施工作；专职品牌管理员则需要在广告活动的策划和实施工作中发挥出更大的作用。

品牌管理员及其他相关人员必须严格按照集团和股份公司相关规定进行广告活动的报批，并及时、认真对各项广告活动的实施过程及实际效果进行有效的监控。

在强大的通威品牌管理法则支撑下，通威先后被评为中国民营企业品牌竞争力50强，通威商标获得“中国驰名商标”、“通威”牌水产品、畜禽饲料、禽饲料系列产品分别荣膺“中国名牌”称号。同时，通威隐珠有线技术研究所、不断夯实并提升品牌竞争力、赋予通威品牌更加强大的动力。

今后，通威集团将自觉肩负社会责任，依托科研实力和高效管理，不断强化产品品质，不断提升服务质量，全力打造企业品牌，切实把自身发展与中国饲料行业、中国养殖事业、中国新能源产业的健康良性发展有机地联系在一起。一方面坚定不移地发展饲料及水产主业，积极延伸农牧产业链条，全力打造世界级安全食品供应商；另一方面，也将致力于打造世界级的多品牌生产企业和世界级的清洁能源公司。借此，未来3-5年，通威集团销售收入将达到500-800亿元。

品牌管理

企业文化的“四大皆空”

□ 通威集团企业文化建设小组

通威集团企业文化建设小组

真正的企业文化本身是建立在企业目标之上的崇高的精神追求，她蕴藏于企业一切活动之中，又凌驾在企业一切活动之上；她不是工作，而是对工作的理念；她不是金钱，而是对金钱的态度。产生企业文化不被认同的原因其实并不是企业文化本身的错，而是我们在推出、建立企业文化时没有提到这个层面上来。本末终极的精神追求却没有达到我们的精神境界，导致我们企业文化的神经衰弱。那么什么是企业文化的最高境界呢？归纳起来企业文化的最高境界也就是企业文化必须具备的四个境界层次——“四大皆空”。

企业文化建设境界层次一：本真空。

在建立、宣传企业文化时无处不体现着对利润的追求。什么“全员参与齐努力，产值直奔20亿”、什么“减少成本、提升效率”等等，这样的宣传员工短时期内受到鼓舞有干劲，可是时间一长就懈怠了。由于员工的素质参差不齐，素质低的员工就会认为创造利润和我什么关系，我不还是每月干八块钱，赚钱又不分给我，才懒得理呢！素质高的员工也会因为的制度的利润和所得之间太大的落差而感到不公平，进而选择跳槽到更高薪水的企业去了。

作为企业管理者要时刻清醒的认识到一点，企业的终极目标是创造价值，价值才是企业生存发展的本真，而利润只是附产品。

追求利润是低层次的物质追求，追求价值则是高层次的精神追求。物质追求会使人活的很累，因为永无止境，人的欲望是无尽的；精神追求会使人每天都充满斗志、地强调的是每天持续的进步。这和人生理想是一样的，当你为确庸而碌碌时你只能成为熟练的工人；而当你为人类的美好的生活而奋斗时你将能成为伟大的建筑师。

企业文化就是要放大员工的梦想，让其在日常的工作中体会到创造的价值，在获得物质收入的同时也能看到创造的社会价值。唯此才能增强员工对企业文化的认同感，这才是企业文化建设的沧桑正道。“本真空”就是解决企业文化中“价值”与“利润”的关系，利润的“真”是“空”，而价值的“真”才叫“真”。企业文化的核心就是要解价值观在经纬间。企业文化就是要将

在我国经济长期保持持续高速稳定增长的背景下，2011年居民可支配收入已达到2.18万元，越来越多的消费者进入到奢侈品消费的行列。海内外企业在面对08年金融危机的市场低潮后，中国奢侈品市场成为众人眼中的“逆定方舟”，纷纷投身奢侈品的市场战争中。“高端顾客、高端产品”成为了众多企业为之奋斗的目标。

在高端化、奢侈品化的市场大潮中，众多产品价值与市场需求出现背离，当或菜和厕所都刷奢侈品发展的时候，最终的市场结果一定是“一地鸡毛”。在这场“高端”的盛宴中，不断有企业折戟沉沙，通过分析总结，主要有以下五种状况：

一味追求高价的炒家心态

在众多企业的眼中，高端产品就是高价，用“炒家”的心态来做产品，伪佛产品价格越高，产品就越好，事实上高端产品并不等同于高价。企业产品的价格一定是基于内部的产品成本、营销目标、外部的市场状况、需求的价格弹性、市场竞争等众多因素进行综合评估定价的。

近期，茅台的奢侈品事件也说明企业在价格提升的过程中，不能用一味追求高价的炒家心态去经营产品，使得产品经营效益短期化，产品逐步丧失赖以生存的顾客群体，面临经营危险。

过分强调公关促销的明星效应

在企业产品高端化发展的道路上，公关促销作为企业产品形象提升的重要手段具有不可忽视的作用。但企业如果将明星作为高端产品的唯一手段，追求表动效应，则会使企业产品成为“低俗化”象征，树立了该既化目标，产品却在向“高端”

高端品牌打造五戒

□ 朱振锚

我国产品在明星的选择上，成功者要客，在明星的选择和公关促销上，大多数企业没有长期的规划，无法选择符合企业形象和产品内涵的明星，更谈不上如做软和苹果等其企业去塑造明星。

忽视产品深度改内涵和积累

高端产品高端有更深层次的文化内涵和技术积累才能够打动消费者付出相对较高的价格，为此高端产品在文化内涵打造上不遗余力，在科技研发投入花费巨资。众多知名化妆品企业在打造品牌史事的基础上，对企业产品研发长期投入，知名投具和服装企业即不断推陈出新引领时尚潮流，科技企业常果断通过产品研发和品牌推广整个行业发展，为此强化企业产品的时尚、科技内涵才是高端化产品的重要基础。

产品单打独斗，缺乏产品组合

众所周知，高端产品优化产品的稀缺性获得较高的单品收益，但其巨大的广告投入、员工成本、研发投入等使得大多数产品经营难以获得较为丰厚的商业回报。

因此，利用高端产品的巨大影响力，扩大销售成为大多数奢侈品企业的商业模式，著名的lomh集团除拥有全球知名的lv、dior、givenchy外，还拥有旗下个知名品牌，覆盖了较为广泛的中高端客户群体，知名的苹果公司也开始运作简化版的iphone 和 ipad。而我国不少企业，在产品线尚未成熟的前提下，匆忙推出高端产品，进行大量地市场投入，使得企业高端化之路难以为继。

忽视企业整体运作

高端产品具有特殊的运作模式，其从研发、采购、生产和营销都具有特殊的商业规律和模式。

目前许多的奢侈品已经“不是生产真正奢侈的商品，而是要在物减成本的同时质量能够维持住了表”。

当lv设计师在手工生产而论为大批量流水线产品，burberry的产品开始在中国生产。传统的家族经营的手工作坊，被流水线和大规模商业运作代替，小众客户群体正逐步扩大，梦特娇成为奢侈品牌没落的缩影。高端产品在面临规模经济的车轮，不得不屈尊其下。著名的“lv整合法则”，护大化生产和营销lv，gucci走出国度，因此，重视整个高端产品产业链中的一环的独特化，难以使企业持续发展，整体的商业化运作，才能够保持品牌的生命力。

常言道：“三代了能出一个贵族”，作为定位高端客户的企业面临浮华喧嚣的奢侈品浪潮，立足于产品本身的价值，历经岁月的洗礼和市场的考验，才能够真正创造属于中国的高端产品。

平台战略

品牌定位创新过程

□ 乔春洋

品牌定位创新需要一个过程，这个过程主要包括市场调研、市场细分和目标市场的选择等环节。

市场调研

市场调研是企业进行品牌定位创新的第一步。企业必须深入地调查市场，了解市场构成、细分特征、消费者的特征、竞争对手的状况。在科学系统地收集、整理、分析以上信息资料的基础上，提出解决问题的建议，保证品牌定位创新活动的顺利进行。史维智·克拉克公司就在一次成功的品牌定位创新中充分利用了市场调研的作用。

奶球糖糖果是史维智·克拉克公司的产品，它是一种装在黏棕色小盒子中的糖果，是青少年打嗳吃的一种零食。克拉克公司发现，奶球糖糖果是像生意的消费者为已略微懂事的儿童。他们的平均年龄在10岁以下，喜欢吃糖果，而且对糖果十分敏感。于是克拉克公司打算在现有市场的基础上，将目标市场延伸到儿童消费者，这就涉及品牌的重新定位问题。

克拉克公司展开了大分析市场调查，了解到当有关糖果的想法出现时，儿童消费者的心中就会联想到糖棒，例如赫西、杏仁乐、银河、雀巢等品牌的糖棒。这些名牌都享有很高的美誉度，且每年都花费大量金钱做形象宣传。相比之下，奶球糖糖果并无优势可言。如果把奶球品牌继续定位为糖棒形象，这意味着克拉克公司必须花费数百万美元的广告费，才能与那些已享有很高知名度、美誉度的竞争者们分享市场。如何以最少的费用让奶球糖糖果进入潜在的消费者心中并深深扎下根呢？这的确是一个困难的问题。

市场细分和目标市场的选择

通过市场细分，同市场上的特定消费群提供独具优势的产品或服务已是企业应具备的基本意识。在品牌定位创新中，企业也需要重新进行市场细分。因为创新有可能来自市场的转移，扩大或缩小

可以说，销售强而力品牌弱的现状是中国企业的沉痛，在品牌全学培上，最就是的内部管理上的薄弱的如吃，再注上分析上的是：愚蠢的买，认可和信任，很多中国品牌都还只停留在底层的如吃或购买阶段，然而要让消费者达到认可和信任，形成他满的全学培形状，还远远提升。全球化周动来，销售等向的思维变到就就。

相信数据及信用外脑

销售导向的思维也要来了另一个外端，那就是企业要多地关注经销商和渠道商，而愚略了终端真正的购买者—消费者。虽然很多中国企业也会说“以消费者为中心，但其实说得到却做不到，最通俗地来说，黑心商品、毒奶粉……这些行为就是不能满足消费者为中心的，这些产品是损害消费者利益的，怎么说是“以消费者为中心”的呢？如果是向全球化，这些做法对企业都是致命的，企业不可能做了这些还能活下去。

一方面，正是因为不重视消费者，所以中国企业全程管理环节调研是没有用的。另一方面，也因为中国长期是过去社会企业的主导场，企业会管理调查的结果都是它们心知的东西，这导致它们过往没有对的调研经验，也没有调研出企业运用数据表达决策依据的机制。一旦进入不熟悉的国外市场，就根本找不到方法来理解当地的消费者和文化。

几年前中国政府在北美市场做了一个自认为非常成功的公关案例，但结果很却显示在美国市场，人家都觉得我们很好笑。我们的调研，真人的要求是和国际市场接轨，是了这么多，这就是无论的事务，进入国际市场之后，我们必须调整自己的视角，在这时，数据和调研是一个很好的朋友，中国企业要相信能到新证用数据、协助判断、拟定策略的能力。因为美世经管管理理论的长期缺位，中国企业既有可能还没有培养出自己的内部人才，那么，企业要在意，也要的是能意识表现，一个注意要的是注意是使用企业，实践和一起全球500强企业为什么能成功？原因就在于可以适用好服务型企业公司的外脑。

打造全球化的品牌策略

麦成为一个全球品牌，在思路上得要先宏观，再微观。宏观指的是在给创造品牌的时候，就应该想好给这个品牌是可以接到全球市场的，它的一些品牌思考和内涵是符合全球消费者的心理诉求点的，比如说是是是“绿色地球”和宠爱的“给全人类带来欢乐”；而微观指的是给要能够在当地市场落地，这就好比一个点热带雨林雨林，在多天雨雨林水，本质上仍是同一个人。一个企业必须要做到全球的任何一个市场都“人格不分裂”，只是给好不同市场可以有不同的表现和知识传达品牌理念，同时也要考虑消费者的需求，比如可可原在欧洲市场就会倡导化自己的美国品牌背景，但是，在北美市场却会强调这个，以安出来美国梦的品牌内涵。

你需要知道如何管理自己的品牌思维，但千万要注意你不可以因外和国内的形象和品牌内涵完全不同，只有高端名称一样，这是绝可惜的。而要做到这样的一致性，很要命的一点是品牌管理，因为这样的一致性，有了全球皆宜的品牌思考，才能唤醒品牌“人格不分裂”。全球大企业一定都有自己的品牌思考和分析方法和，大多都会聘请企业所做的消费者和存在的社区。并且这些理念不只是在本土有效，而是适应全球的，这可以有效地设定企业和员工的行为标准，设定企业“为与不为”的准则。张道德，麦成为自己的理念和行动外的内部的自己的思要是什么？他们的回答大部分是和消费者无关的，他们的答案简简而言之就是关于要赚多少钱。

麦长翠报快，但东育东天大树刚需要积年累月。大树有细密而机灵的年轻，而野草即使满足清洁的如吃，再注上分到是：愚蠢的买，认可和信任，很多中国品牌都还只停留在底层的如吃或购买阶段，然而要让消费者达到认可和信任，形成他满的全学培形状，还远远提升。全球化周动来，销售等向的思维变到就就。

笑口常开

拍照

老头扫去拍照，摄影师问：“大爷，您是要刚光，还是要光？”

大爷插嘴说：“我是无所谓，能不能给你大胡子留辫子？”

吹牛

四只老鼠吹牛，甲说，我每天都喝高粱酒当抽吃；乙说，我一天不敢吞鼠夫胡椒面，一天要喝一瓶酒；丙说，我一天不过上次大胡不踏实；于是，时间不早了，回家抱抱去睡。

打电话

刘老汉家新安了个电话，他感到很新鲜，就给儿子打了一个。

聊完后，儿子把电话挂了，对老汉怎然想起来还有话没说，连忙对着话筒喊儿子：

“老伴在这上说：”他把电话接了过来。

“喂，爸爸怎么回事？”

“刘老汉气愤地说：“你傻子是，还是挂了也还没走远呢。”

生活常识

正确洗脸的小窍门

洗脸是每天必做的事情，如果洗脸不正确会严重影响脸部气色和美容养颜，甚至会产生斑点、痘痘、皱纹等后果。因此正确的洗脸方法不但可以去除脸部的污渍，还可以起到美容的功效。

每日正常的洁肤次数最好为3次，除早晚之外，中间应增加1次。此外，户外活动或长时间购物等活动之后，还应该适当增加洁肤的次数。洗面的次数究竟该多少次还要考虑肤质、年龄、敏感性肤质和年龄偏大者，应适当减少洗面的次数，并应慎重使用具有去角质功能的洗面化妆品。

食用豆类蔬菜应大大素熟以消毒

豆类蔬菜种类很多，常见的有扁豆（又称四季豆、芸豆）、豆角（又称豇豆）、甜豌豆和荷兰豆等。其中扁豆的凤蝶豆有有较高的豆素，在体内不易消化，并能抑制凝血酶而延长凝血时间，引发食物中毒。专家称，扁豆吃法很多，无论采用哪种做法，一定要加热煮熟，只有这样才能让对人体有毒的凝集素被破坏，这样主动使劳动成功。

今后，通威集团将自觉肩负社会责任，依托科研实力和高效管理，不断强化产品品质，不断提升服务质量，全力打造企业品牌，切实把自身发展与中国饲料行业、中国养殖事业、中国新能源产业的健康良性发展有机地联系在一起。一方面坚定不移地发展饲料及水产主业，积极延伸农牧产业链条，全力打造世界级安全食品供应商；另一方面，也将致力于打造世界级的多品牌生产企业和世界级的清洁能源公司。借此，未来3-5年，通威集团销售收入将达到500-800亿元。

鱼水情深

靠着大树好乘凉

记惠州通威经销商吴春想

“吴老板是惠州通威的开国功臣”，惠州通威高管郑经理客观明对经销商吴春想这样评价。张经理经常走访市场，与老板特别熟悉。吴老板是惠州通威建厂投产使建立合作关系的最早一批经销商，也是惠州通威最大的经销商之一，6年来，吴老板坚持通威人的理念经销商，并随着通威而迅速壮大。

在博罗的龙溪镇，吴老板是离惠州通威最近的经销商，是老板很热情，也很健谈，说自己是惠州通威最有天时地利的经销商，公司离他的店面不到一公里，订料、拉货省去不少路程，节约了一大笔运费，用户和自己的业务出现麻烦等情况，他能最快找到公司帮他解决问题。“靠着大树好乘凉嘛”，吴总认识到赤林市场。“去年给动物饲料生意种养，猪种和禽种经计千吨，今年希望能看通威科技的农民宾馆千吨销量，对此信心满满。

6年前，吴老板经营着农资农药买卖，生意一直比较平淡，惠州通威在龙溪镇建厂后，他做饲料代销饲料经销，也承包了100多亩鱼塘，销两年市场行情好且供需，他赚到了不少，如今，他在的这地盘有的三层楼房建成，还添置轿车。今年春节期间，吴老板的农资生意不太好，他赚到了不少，如今，他在的这地盘有的三层楼房建成，还添置轿车。

今年3月刘汉元主席视察惠州通威时，特意来到讨过吴老板，提及此事他特别激动，没想到自己会有如此机遇，也对这片环境起到了不小作用。

吴老板说，今年是当通威在惠州建厂以下了大功夫，效果也很好，先后召开的渔家饭系统技术推广会、施关会论坛和渔业技术推广会，会议内容很有效果，会议开得很有效果，也很有新响力，通威在惠州这地方用广办实事，体现了一个大企业的责任。

今年以来，通威也在全国各大如明媒体、电视台上做广告，对通威的产品和形象进行充分的展示，对提高用户系统信心很有帮助，吴老板说当天家看到这些画面时，大家都为自己是通威的用户感到自豪。也如同广告中的歌词那样，大家在感谢吴春想通威是给我们也感受到了通威科技带来的好处。

据吴老板反应，今年虽然部强作物到产量，个别厂家使提高入上做文章，结果用量下降，血生长提得和种植的问题严重，但这些问题从来没在通威的用户身上出现过，通威产品稳定高效的系统效果不断再表，用户主动空传通威产品，市场反响非常好。

吴老板说，惠州通威为了市场服务方度，有问题一个电话就能解决问题，吴老板经常跟着服务老师去看病鸡，自己学到了很多技术，市场终端的维护力能省了不少事，也感得了更多生意。对于未来的合作，吴老板充满信心。

吴春想与一家高明饮料厂交流

合理混养更能赚

记惠州通威养殖户吴顺德

吴顺德是龙溪镇的养殖户，熟悉的皮肤透露出勤劳青年，年轻且有责任感，是惠州通威的老客户，以前吴老板专门养鸭，赚到不少钱，后来惠州通威的业务员找到了他，向他展示了一种鱼塘、鱼、鸭的混养模式，并帮他算了一笔划算账。吴老板一听就来回来考察了。

吴老板向记者讲，这几年市场行情不稳定，时好时坏，很多养殖户见到鱼价低就改行养其它，这是不明智的，市场是波动的，只要坚持就能赚钱利润，当然还离不开合理地调整养殖结构、鱼、塘、鸭的混养可提高养殖效益，并通过当地饲料厂家的技术指导，为通威的优势进行了广泛的宣传，得到了广大客户的认可。

今年以来，惠州通威积极配合“走出去”战略，推行“请进来”方针，重视营销服务和经销商支队伍建设，引进20多位专业人才，做细做精终端服务工作，在内围市场和外围市场新发展优质经销商50多个，完善销售渠道网络。

刘总分析，经销商这个载体对于公司和养殖户是一个十分有效的纽带。公司再大也有鞭长莫及之时，经销商能帮助公司完成市场细化和深度开发，打开销路，获得量和的增长；同时能帮助养殖户分担风险和提供服务。因此完善经销商网络至关重要，特别是优质经销商网络，对于公司和用户更为关键。

通过努力，惠州通威风国了内围市场，逐渐给占外围市场，使通威的形象得到良好的展示，宣传了通威的科技力量，拉近了与客户的距离，扩大了市场影响力。截止6月底，惠州通威在旺季来临前完成预计任务量已超过一半，5月份饲料销量达25%，排名全联份第一。成功实现从所在地的龙溪镇到博罗县，再到周边县的的“三级跳”。

上规模创效益 升级转型求跨越

今年3月，刘汉元主席专程前往惠州通威检查指导工作，密集走访了惠州通威多家经销商和养殖户，看望了惠州通威的广大将士，鼓舞了士气，提振了信心，为客户树立起了积极正面的形象。

为了做强落实对主席的重要指示，按照股份和广东片区的整体部署，惠州通威制定了“一个中心 两手抓 五个坚持”的发展方针，以快速发展上规模为中心；一手抓内部质量体系建设，一手抓市场营销服务；坚持营销效率，坚持高质高价，坚持效率优先，坚持经营市场，坚持团队建设。

在经济飞速发展的珠三角，强劲的消费需求刺激养殖业的发展，饲料市场潜力超过100多万吨，而阳逊河、东莞等大市场较近的惠州，其市场容量超过30万吨，对总价够到，在当地一个饲料企业的销量要超过10万吨才能称得上“规模”。

“规模”是惠州通威今年发展的关键词，形成规模效应是主要任务。2007年，惠州通威以40万吨年产能的设计建成投产，设备先进，配套完善，但近年来惠州通威一直未能形成理想的规模，惠州通威在今年销量翻番的基础上，计划明年突破10万吨，从而达到一定规模，在投入稳定的情况下实现最大经济效益。

上规模不仅仅是量的增长，也是边际贡献的提高，形成的规模效应将带动公司方方面的前进。下阶段起步上好手的必需销量，是扩大品牌效应的有力保障，是公司抢占市场高地有利条件，是对生产、市场、后勤等多方面的考验，更是公司的一次升级变型。

对公司来说，对公司从工商言，量的增长不仅意味着收入的增长，也是一种目录。对于客户，这是一个了不起的数字，更是坚定了惠州通威合作的信心保障，成为一股强大的凝聚力。

要达到这个数字，需要公司方方面面的协同配合，离不开市场的深化营销改革，推进终端服务。在惠州市场，竞争对手已占到三分之一的市场份额，对惠州通威来说是激烈的竞争，也将是赚取利润的动力。对总区趋地说：“饿肚子的一定比吃得饱的跑得快，这是个供需单的道理。”

重口碑树形象 真抓实干得人心

虽然当前产品同质化趋势十分明显，但不同的生产企业的科技研发实力仍有差别，对于在饲料行业打拼多年的通威，先进、完善、独立的研发平台是其产品强先的优势条件，而惠州通威正酝酿这一优势，找到竞争的有利突破口，拉开与对手的距离。

在市场上，使用效果好、低抵抗疾病能力强，条形好耐运输等都是用户对通威产品的评价，也是通威产品的一大卖点。特别是今年提出的“管好一塘水 养好一根肠”的产品理念，更是解决于长期困扰用户的养殖水质恶化和鱼体抵抗力低下导致鱼病多发的行业难题，以此在养殖群体中形成良好口碑，对于这一点，刘总信心满满。

为了将产品的优势得以突显，惠州通威积极与大型农场合作，并将其发展为示范基地，展示产品的真实养殖效果，从而在用户心目形成口碑效应，产生带动作用。每一个示范基地作为战略布局点，在惠州市的各个县市乡镇市场开来，分化对手的市场，各个击破。

在邅湖镇西林市场，通威早年便在此拥有了一定影响力，只是未得到足够的重视和深度开发。刘总认识到“好酒不怕巷子深”的代早已过去，好产品也要大力宣传造势才能赢得更多用户。刘总认识到赤林市场为突破，集中力量开发，通过渠办晚会和墙头会，切切实实为用户解决实际难题，为公司树立起了良好形象。得人心者得天下，为此该市场200多户养殖户全部与通威紧密合作，并带动周边5镇的用户向通威靠拢。

通过贴近用户开展终端服务工作，推广高效养殖模式，介绍先进生产经验，提供调水、动物保健、疾病预防等服务是惠州通威市场常态工作。梳理价格体系，规范价格折扣体系，主动联络市场价的忠诚度较低的经销商，规范市场管理，为市场可持续发展创造有利空间。

刘总承认，随着公司销售规模的扩大，缺少专业的技术人才是惠州通威又一个棘手的难题。今年来惠州通威不断培养和引进人才，填补市场空缺，离目标仍有一定差距，市场对优质服务人员的呼声愈来愈高，这不得不促使惠州通威在用人方式上进行创造性调整，培养一专多能型人才是公司人力资源的重要保障。

学技能强素质 一专多能激情高

自去年底刘总走马上任，百业待兴，逐对公司各项经营管理制度进行了适当调整，今年6月，惠州通威的各项工作到了刘主席的要求，但可以起赢得地表示，对主席的要求我们的每一位员工，随时准备着，随时不少。

这个就干，我和阳吉林忙着筹备信息，回收资金，随时来回里走，刘的到任生，着着他信心信的样子，我心里踏实多了。经过准备，一年料12吨运回了家，我和他亲自将料送到养殖户手中，并教他们如何使用及饲料管理方面的知识。送完料出来，天已经黑了，阳吉林拍拍我的肩膀：“那，不出10天还是养殖专家，以后我就当你的徒弟，就这样定了，你用不着了。”看着他一副认真的样子，我点点头：“有啥法呢，像你说的道理叫我们有啥多。”

经过2-3个月的艰难努力后，销量非常好，月销量在60-80吨，陆西林全家欣喜若狂，对我非常感激，后来他总亲讲地给他儿子算过会，说2008年开始公酒肉人相助，我就是他们安的贵人。除了工作上我和阳吉林是好伙伴，工作之余他把生活上高兴和不高兴的都会对我说起，“难办的事到你这儿就不算事，你太牛了，知己难求，你就是我的知己，和你在一起，我长见识了。”这是他酒后常说的一句话。他把经销同科和养殖出成的事业来做，并且做得水起风声，2011年连续科研事业的成果一定就200吨大关，家庭资产已达到200多万。

因工作需要，2010年年底我调离了名山。人人都怕调到情绪，我情悄调开了，他知道后打来电话：“你就这样走了？不给你走到哪里，你都是我的贵人及师傅，我有事没事还不是要找你！我就信我到它上的时候……”

五叔向周边用户介绍禽鱼经验

五叔的养鱼经

□ 刘建明（广东通威）

范觉觉是三水市乐平镇米市村有名的养殖大户，因为在家排名老五，又平易近人，教厚老实，大家也叫他范五，亲切地称他“五叔”。五叔初见五叔是在2011年的3月，那时候我刚刚到三水片区，五叔个头不高，敦厚的身体，一身古铜色的皮肤，一看就是从事养殖多年。刚到五叔的鱼塘，通过自我介绍，五叔还是很热情地接待了我！虽然五叔的普通话夹杂着浓浓的当地口音，沟通起来还不是很顺畅，但是通过交谈，得知五叔正使用当地一家饲厂的饲料，效果属一般，经过我们的了解，觉得五叔很尽意接受一些新的养殖观念和方法，也愿意尝试新的饲料，就这样正式成为了我们通威在米市村的第一个用户。

每天早上在这，五叔都要到地里测草，坚持三十年了，草鱼不吃草不行，五叔总是这样说，而且每天喂完饲料之后才喂草，好像人吃了肉需要吃一点蔬菜。听了五叔的话，我耐心地给养殖户从2010年的零用户，到现在为止已经达到21户，其中仅有10户左右还没有使用通威饲料，相信在不久的日子里，米市村会成为又一个通威村，会成为一个“志愿造字天，五叔的鱼塘出来的”。

编者按：6月5日，全国政协常委、通威集团董事局刘汉元主席发布了对惠州通威的嘉奖令，对惠州通威在产品、市场和内部管理方面取得的突出成绩予以表彰，希望惠州通威全体人员再接再厉，乘势而上，不断超越，取得量、利最大突破。为此，本期深度报道聚焦惠州通威，挖掘其先进典型的生产经营管理经验，与全体通威人共勉。

真抓实干 激情跨越

惠州通威多措并举优化内部管理抢占市场高地

□ 本报记者 宋斌 广东惠州报道

惠州通威总经理刘明扬

清晨的一场大雨将天空洗得湛蓝，阳光透出云层洒向大地，惠州通威主车间主“闹信正一”四个大字边斜挂着一道美丽的彩虹，映入眼天白云，美丽至极。厂内装料、卸料、过磅秤的车辆进进出出，忙碌的一天在热闹中开启。

走出去请进来 成功实现三级跳

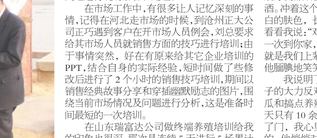
8点不到，惠州通威总经理刘明扬检视完生产厂区，来到办公楼的各个部门安排新一天的工作，提醒各部门当天的工作重点。随即，惠州通威副总经理邹见华带着畜禽科部经理陈伟彬匆忙地赶到河总办公室，商讨应对原料涨价引起的全行业鸭料涨价的对策，大家决定邀请市场行情，对鸭料价格进行适当上调，但对总可嘱，一定要提前告知国客户并做好解释工作，一定要给客户留出鸭料的窗口时间。

笔总和陈经理到多个部门协调定相关工作后，随即乘车下到市场深入客户网络。惠州通威的各项工作便是这样紧张有序地进行着。刘总告诉记者，近年来，受到整个经济大环境的影响，原料行情乱象丛生，价格不断攀升，给公司的生产经营带来不小压力，特别是市场方面，做好解释工作必不可少，这是对客户的负责。

刘总表示，虽然原材料价格一直上涨，又遭遇鱼价持续低迷，惠州通威产品没有良好的效果产生效益，用户肯定不会买账。公司坚持走高质高价路线，始终把优质可靠的品质作为生产经营的前提，让用户获得稳定的收益。这是惠州通威近年来稳中求进的一大法宝。

随着营销变革的势潮在全股份上下汹起云涌，惠州通威人也紧跟变革浪潮，结合自身市场特点，抢抓发展机遇，举力“与民同乐晚会”、“商家恳谈暨推技术推广会”、“塘头会”等活动，大手笔开展“走出去”“请进来”营销活动。

2月以来，在博罗、惠东等县市举办多场“与民同乐晚会”，公司员工自编自演，与客户紧密互动，话友谊谈发展，拉近了公司与客户间的距离。3月以来，趁着股份广东片区开展


繁活有序的生产车间

制温度、制粒及成型质量，每月定期取样做氨基酸检测，确保客户产品达到配方设计要求；四省养殖养殖户的长势情况；到鱼池打样，观察鱼的体型、体质、内脏健康状况等，计算饵料系数；是否达到了我们计划的阶段性目标，并做好记录；同时对养殖户养殖过程中的问题进行现场解答和处理。

在市场工作中，有很多让人记忆深刻的事情，记得在河北走市场的时候，到诏州正大公司正巧遇到客户在开市场人员例会，刘总要求给其市场人员就销售方面的技巧进行培训；由于事情突然，好在有原来给其它企业培训的PPT，结合自身的实际经验，短时间做了些修改进行了2个小时的销售技巧培训，期间还销售经典故事分享和穿插幽默笑话的图片，围绕当前市场情况及问题进行分析，这是准备时间最短的一次培训。

在山东瑞富达公司做终端养殖培训培训的时候，通威特别厚道，其它厂家只要把原料的养殖方式讲明白，后面条款证明的事情便不再过问，而通威还有技术人员指导养殖，血脉此既了什么状况还会寄生条男前来帮忙，为他走去了很多麻烦。

用心服务 通威情深

通威的服务理念一手抓内部质量体系建设，一手抓市场营销服务；坚持营销效率，坚持高质高价，坚持效率优先，坚持经营市场，坚持团队建设。

在经济飞速发展的珠三角，强劲的消费需求刺激养殖业的发展，饲料市场潜力超过100多万吨，而阳逊河、东莞等大市场较近的惠州，其市场容量超过30万吨，对总价够到，在当地一个饲料企业的销量要超过10万吨才能称得上“规模”。

“规模”是惠州通威今年发展的关键词，形成规模效应是主要任务。2007年，惠州通威以40万吨年产能的设计建成投产，设备先进，配套完善，但近年来惠州通威一直未能形成理想的规模，惠州通威在今年销量翻番的基础上，计划明年突破10万吨，从而达到一定规模，在投入稳定的情况下实现最大经济效益。

上规模不仅仅是量的增长，也是边际贡献的提高，形成的规模效应将带动公司方方面的前进。下阶段起步上好手的必需销量，是扩大品牌效应的有力保障，是公司抢占市场高地有利条件，是对生产、市场、后勤等多方面的考验，更是公司的一次升级变型。

刘总认识到“好酒不怕巷子深”的年代早已过去，好产品也要大力宣传造势才能赢得更多用户。刘总认识到赤林市场为突破，集中力量开发，通过渠办晚会和墙头会，切切实实为用户解决实际难题，为公司树立起了良好形象。得人心者得天下，为此该市场200多户养殖户全部与通威紧密