



通威农牧资讯订阅号

2017年通威股份水产科技营销年会召开之际,通威股份郭异忠总裁接受本报记者专访时指出

全体通威人“武装”起来 打造最强通威铁军

征程万里风正劲,重任千钧再奋蹄。2017年,乘着变革破冰的春风,通威股份迈入了崭新的时代!智慧和汗水成就一段伟业,胜利和光彩属于通威股份。2017年,世界经济正奋力寻找着摆脱困局的出路,作为世界第二大经济体的中国,也走到了历史的拐点,投资、土地、资源、环境等方面的挑战扑面而来,与时代同步而行的通威股份,也走进了创变破冰的十字路口,在“聚焦聚势,执行到位,高效经营”的指导方针下,通威开启了智能制造驱动绿色发展的全新征程,全力推进农业供给侧改革:机制管理的破旧

出新、竞争模式的创新发展、优势产业的不断夯实、产业布局的深入优化……通威变革的决心十分坚定,变革的举措深入人心,变革的成绩令人振奋! 9月27日,接受本报记者采访的郭异忠总裁依旧雄心勃勃,无所畏惧。他欣喜地看到,经过将近一年的历练,一个蜕变成蝶的通威正绽放着无穷的活力,以饱满的热情向2017年四季度发起最后的冲刺。 面对未来,郭总充满期待地说:“2018年,通威必须实现量利的大突破,而如果每个人都‘疯’起来,那么通威一定天下无敌!”



通威股份郭异忠总裁

打造标杆 让大家都“武装”起来

10月20日,2017年通威股份水产科技营销年会将在华东战区召开。年会的主题是“模式引领,价值共赢”,寓意着“通威人吸收天下客户,利用‘渔光一体’伟大模式颠覆传统,互利共赢,引领行业绿色协同发展”。 此次会议改变了延续多年的会议形式,首次将水产和畜禽会场分开进行,分不同时间和不同地点召开——这不是一次偶然的形式更改,而是一次着眼未来,深化变革的大胆试水。郭总表示,将两个板块分开会议,是为了让主题更加聚焦,让大家学习更加专注,绝不允许“走过场”,从长远来看,把会场选在华东战区,目的就是让华东成为全股份学习的标杆,引领和带动其他战区实现大突破大发展,共同提升成绩。

2017年,华东战区在水面“拿、租、管”的不断实践摸索中,取得了阶段性的成绩,并且积累了很好的经验和方法,在产品的转型升级方面也有了很大的提升,通过调结构谋转型取得了良好的口碑,总体量利取得突破。在寻找量利增长新起点的道路上,华东战区成功的经验,为股份其他战区打开了思维,是通威变革创新的优秀范本。

而华东战区将士的“疯”,让郭总印象极为深刻。事实上,他所说的“疯”就是高涨的士气,为了业绩不顾一切的工作激情。今年,郭总多次前往华东战区视察调研,他感受到了在一线市场的团队有一种令人惊叹的斗志,一位总经理经常干到凌晨一点,结束后还开车一两百公里前往下一个工作地。“如果大家这样‘疯’起来,通威一定天下无敌。”

展望即将到来的2018年,郭总的目标依旧坚定:“通威股份必须迎来量利的大突破,这条路任重道远,全体通威人都必须高度‘武装’起来,提升自身的战斗力,在标杆的引领和带动下,共同创造价值,为助推行业转型升级及质量强国不断贡献力量。” (本报记者 李天宇)

通威智造 努力实现“渔光一体”两个“三丰收”

在参与行业竞争的35年中,通威科技作为核心竞争力,一直占据着领军位置,最新科研成果、最科学养殖模式、最先进养殖技术三者结合转化为生产力作为发展的强大引擎。从种苗、饲料到食品,通威成功的科研成果被应用到整个食品生产环节。

时代倒逼发展,行业规模化、集约化,终端养殖户群体的壮大,改变了行业形态。郭总指出,通威在认清形势的前提下,运用科技转型升级产品,对未来产品的规划和设计确立清晰定位,夯实和提升研发能力,将研发技术和研发成果植入到产品中,做精产品的研发和服务,规划设计符合环保需要。让未来的产品兼具环保型、功能型、高效型,这样既解决了养殖效益,又符合环保对水体、鱼体和饲料等方面的要求。

面对变革的加速到来,通威股份提出了应对方略:保持开放与活力,将创新作为发展新引擎。2017年是通威推进“渔光一体”,饲料经营转型升级的关键一年,通过跨界整合,更好地推进饲料销售、水产养

殖与光伏高效协同发展,促进“渔光一体”商业模式的推广,将助推通威绿色农业和绿色能源“双绿色主业”的稳步发展。郭总表示,通威“365”养殖模式的植入,更符合水产养殖的需要,使产品更加精准,管理更加到位,保证养殖端实现50%的增长效益,协同光伏发电,真正实现鱼、电、环保的“三丰收”。

“渔光一体”商业模式全面启动两年来,获取水面取得了重大突破,提交了一份合格但仍有很大提升空间的答卷。通过运营实践,“渔光一体”模式不仅能增加每亩塘5至10倍的养殖效益,还能给政府带来每亩3000元以上的税收。郭总指出,“渔光一体”是通威的事业,也是每一个通威人的事业,作为打造差异化竞争优势的商业模式,“渔光一体”模式正在稳步发展。未来,“渔光一体”将继续强化,切实实现水面运营良性发展,真正有效发挥水面资源对于推动养殖转型、带动饲料销量效用。随着模式的日臻成熟和推广普及,对养殖户、政府、企业将实现另一个层面的“三丰收”。

机制活力 三大变革“引擎”各战区真正“动”了起来

发展中出现的问题,要用更高质量的发展来解决;发展中遇到的难题,要用更坚定更深入的改革来破解。“在新一轮竞争中,我们必须真正敢于‘变’,持续创新,才能为我们经营大发展、大突破注入澎湃动力”。郭总表示,变革破局是2017年经营管理的核心主题,并一直贯穿于全年。围绕这个主题,股份公司从营销机制、技术体系和管理三个方面进行了大刀阔斧的变革。以营销体系机制改革为抓手,鼓励各基层营销单位实行阿米巴模式,强化优胜劣汰;同时,将水产研究所、畜禽研究所、特种料研究所三大所绩效,在相互交流中,内部逐渐形成了学习和竞争的氛围……

郭总指出,在创新机制的激励之下,各个战区真正“动”了起来,最大程度激活了团队责任意识和工作能动性,激活了内部弹性,创

造了令人欣喜的突破,创造了多项指标最佳,“华东战区率先在‘渔光一体’取得良好成绩,成为各个战区学习的标杆,产品结构和客户结构得到了提升,以动保为牵引的服务也取得了优异的成绩。”

开弓没有回头箭,变革关头勇者胜。郭总认为,谁能拥有真正的人才,才是未来竞争脱颖而出的关键。2017年,股份公司建立并进一步完善了人才储备机制,针对市场骨干,开展以市场和经营为主导的培育学习,让理论更好地服务于实战。公司根据人才库相应数据分析,配套通威大学的技能培训,进行人才孵化,培训从实战中来,到实战中去,从走访养殖户、业务员开始,发现问题,提出问题,并协同解决问题。郭总表示,今年,前往通威大学的员工趋之若鹜,人人都能进入通威大学学习而倍感荣誉,这正是通威人才释放管理活力的最佳诠释。“我们会给平台、给培养、给发展。未来,将继续以市场力和市场经营管理为导向,培养更多能够来之即战,战之即用的实用型人才。”

超级通心粉分享“通威记忆”

刘汉元主席出席“2017超级通心粉交流会”,与通心粉热情互动

本报讯(通讯员 刘婧妍)9月20日,“智能制造新引擎 绿色发展中国梦——世界首条工业4.0高效电池生产线投产仪式暨通威35周年庆”于成都双流通威太阳能(成都)有限公司隆重举行。盛典前一天,作为预热活动之一的“2017超级通心粉交流会”也在一片欢声笑语中热闹开启,十一届全国政协常委、通心粉项目总指挥、通威集团董事局刘汉元主席莅临现场,与全球超级通心粉亲切交流。来自全国各地的通心粉在会上分享了产销经验,交流得失,战区总裁精彩点评,赢得满堂喝彩。刘主席发表重要讲话,号召各位通心粉继续通力合作,与通威并肩同行,共同投身到事关人类食品安全、世界能源清洁、社会绿色发展的事业中去。

天门通威养殖户付志军老板与通威结缘20年,其养殖水平和现代化程度在湖北当地远近闻名,成为了龙头示范基地,较好地带动了当地水产养殖业的发展,他第一个登

台分享养殖经验。通威股份华中二区总裁幸鹏用“三个代表”来点评付老板的发言:仔细分析市场,实地考察,反复调研,痴迷养殖技术,是华中二区养殖户的“代表”;带头应用“通威365科学养殖”模式,是现代渔业在华中二区落地发展的“代表”;和通威结缘20年,把精彩青春献给了通威,是通威人的“代表”。听闻幸总的这番点评与鼓舞,回想起养殖路上点点滴滴,付老板情难自禁,潸然泪下。

在大家热烈掌声中,刘主席作了重要讲话。他表示,近年来,我国渔业在现代化进程中面临诸多挑战,同时互联网正深刻改变我们的生产、生活。为此,通威在2015年提出了“互联网+水产”战略,通心粉社区同步上线,经过两年半时间,与全球通心粉一同打造了中国农牧业第一综合性网络服务平台。在市场一线,通威大力推广“渔光一体”模式,与“通威365养殖技



2017超级通心粉交流会上,刘汉元主席与超级通心粉合影留念

术”相结合,“水下可产出优质水产品,水上可输出清洁电力”,真正实现“鱼、电、环保”三丰收。谈及未来水产养殖,刘主席表示,广大水产人要运用现代化的设备和技术实现养

殖过程的设施化、智能化、智慧化,从疾病防控、品种改良、选育、繁育等生产全环节进行把控,使养殖更有保障,产出更具附加价值。同时,也希望大家继续通力合作,让来自

全国、全球各个地方的“星星之火”,形成燎原之势,以绿色农业与绿色能源为方向,投入到事关人类食品安全、世界能源清洁、社会绿色发展的宏大事业中去。

“通威食品·园丁关爱基金”启动仪式举行

本报讯(通讯员 费成鸿)9月23日,大邑县慈善会“通威食品·园丁关爱基金”启动仪式在成都市大邑县隆重举行。大邑县人民政府副县长薛燕、通威股份严虎副董事长、大邑县教育局党组书记、局长杨文学、大邑县教育局副局长包蕾、副局长文辉出席仪式。

据悉,“通威食品·园丁关爱基金”由大邑县教育局与通威食品联合发起,其中通威食品率先捐款10万元。通威股份严虎副董事长表示,通威未来还将与成都各地教育局、学校、幼儿园等开展深度合作,为广大师生提供更加健康、安全、营养丰富的肉类食品,向着打造世界级健康安全食品供应商的目标不懈努力。

大邑县人民政府副县长薛燕表示,希望通威能够充分发挥农业产业化国家重点龙头企业的核心优势,持续为广大在校学生提供健康安全的水产品,为丰富学生的餐桌,改善学生的膳食结构,促进学生的健康成长做出更大的贡献。

通威股份郭异忠总裁一行赴海南通威视察

本报讯(通讯员 邱军)9月8日,通威股份郭异忠总裁赴海南通威视察指导工作,通威大学执行副校长张红缨、通威股份华南二区总裁卢运进陪同视察。在海南通威举行的工作分析会上,郭总指出,在公司总经理何联军的带领下,海南通威上半年工作成绩卓越,公司量利稳健大幅增长、持续增长,人均效率大幅提升。随后,郭总详细解读了海南通威2017年乃至未来五年发展规划,并针对目前工作中存在问题进行了针对性指导。郭总要求公司坚持精细化管理,严控过程管理,保持工作激情,坚定不移地向目标任务前进。

通威股份郭异忠总裁一行视察珠海海为

本报讯(通讯员 许妹)9月10日,通威股份郭异忠总裁、通威股份财务总监袁仕华、拜欧玛集团副总裁Henrik Aarestrup、通威股份虾特料片区总裁刘明锋一行赴珠海海为视察慰问,并就台风期间公司生产经营状况举行座谈会,珠海海为总经理刘英杰及各部门经理出席会议。

视察期间,郭异忠总裁一行前往现场生产厂区了解受损及重建情况,并对珠海海为在台风后采取的施救措施给予肯定。会上,通威股份财务总监袁仕华强调,海为公司取得今天的成果来之不易,希望经营团队珍惜现有局面,向更好的方向继续奋斗。郭总与拜欧玛集团管理层围绕合资公司未来发展和经营管理提出进一步建设性意见,建议珠海海为管理团队在保证稳健安全经营的前提下,转变经营思路,快速发展,真正实现量利均衡发展,并且强化风险管理,实现公司的良性经营。

四川通威、四川预混料共庆通威35华诞

本报讯(通讯员 徐忠琴)9月17日,在通威35华诞到来之际,四川通威、四川预混料携手举办“通威920庆典”,通威股份副总裁兼华西战区总裁宋刚杰、通威股份预混料片区总裁刘如芳、四川通威总经理李德贵,以及四川通威、四川预混料所在地松江镇、五里村书记、镇长、村长等嘉宾应邀出席。

各部门员工自编、自导、自演,一系列丰富多彩的表演节目诙谐有趣,贴近生活和工作。

在通威35华诞即将到来之际,四川通威、四川预混料用自己的方式表达了对通威的热爱之情,祝通威35生日快乐!

回归营销本质 打造营销标杆

通威股份总裁助理兼营销总监喻明波接受本报专访，
详解通威股份市场营销策略

本报记者 王珊 李天宇



通威股份总裁助理兼营销总监喻明波

2017年,在水产市场日趋激烈的竞争态势下,通威股份逆势上扬,迎来量利双增的突破。煌煌战绩的背后,是通威股份对市场现状和产业发展清晰的判断和认识,是通威股份聚焦产品力、营销力、管理力,利用创新驱动变革引擎,打造差异化竞争的正确谋略,是通威股份打造中国农业现代化标杆企业的雄心壮志。作为营销策略制定的参与者和宣贯者,通威股份总裁助理兼营销总监喻明波对于股份营销战略和方针有着更为深刻的理解。喻总强调,回归营销本质,打造营销标杆,让高效贯穿于日常管理和经营中,让机制和团队“活”起来,才能让市场“火”起来。面对即将到来的四季度冲刺阶段,全体通威人将继续坚持“聚焦聚势,执行到位,高效经营”的指导方针,用优异的成绩,为2017年圆满收官,以全新的面貌迎接更具挑战的2018年。

调结构、抓服务 回归营销本质

“2017年通威为了响应国家的环保号召,为了减少污染,而少卖沉水饲料,多卖膨化饲料,预计全年膨化料同比增长15%左右。”喻总表示,今年整个营销团队会坚持股份既定的“扎根水产调结构,突破畜禽上规模”的营销方针,主动调整产品结构,淘汰不适市场的三类水产品,包括砍掉会造成水污染的低档沉水料,砍掉养殖户性价比不好的低档膨化料,砍掉生产成本高,无法形成规

模效益,浪费能源的小销量品种。

坚持贯彻并落地“通威365”增值服务。利用好通威动保、通威渔机、通威种苗、通威卖鱼平台等,实实在在为养殖户做增值服务,用通威科技彰显通威饲料的效果。

喻总表示,通威股份在营销上会继续回归营销的本质,坚持敢于管理、善于管理、严格管理,利用好营销工具,进一步提升整个团队的工作效率。

十六字方针 打造营销标杆

喻总针对通威股份市场营销部门的管理提出了“研究趋势、讲解逻辑、共创方案、复制标杆”的十六字管理宗旨,在指导市场经营方面起到了积极影响。喻总认为,作为市场营销部,充分了解市场、研究市场是非常必要的,因此必须组织充足的力量去参与和研究农牧行业的发展趋势,并将研究成果制作成宣讲材料,向即将做实验的标杆公司进行宣讲。

“当我们通威股份准备选择某家分

子公司做创新试点,我们市场营销部就与分子公司一起共创实施方案;或某家公司市场遇到非常大的困难时,市场营销部将组织专家进行现场诊断,和分子公司共同商讨行动改善计划。”喻总解释道,通威股份郭忠志总裁曾经说过:“饲料营销就是标杆营销!”因此,市场营销部的主要工作就是发现标杆、打造标杆、总结标杆以及复制标杆。“这样对我们市场营销部有了清晰定位后,我们的工作非常清晰,也变得简单有序。”

优秀营销人员必须会养鱼、懂养鱼

加强对市场一线人才的培育和打造一直是通威股份的一项重点工作。通威股份在锻造市场营销人才方面进行了全面改革和模式创新,培养了大量优秀的一线市场营销人才。

据喻总介绍,在培训人才方面,市场营销部始终坚持和通威大学密

切合作。由通威大学主办,市场营销部参与,先后组织了各种梯队的营销培训班,市场营销部的干部积极参与课件开发和授课,而且几乎每一次关键培训,喻总都会亲自授课。

“我始终认为,优秀营销人员必须会养鱼,懂养鱼。我们将培训下沉转移

到战区,先后搞了多次战区技能培训班,效果也非常好!”喻总表示,市场营销部全体成员每月至少参加营销月例会和营销旬例会各1次,不仅仅是做技能培训,而且还要创造条件参与营销人员的夕会,加强营销人员的交流,了解他们的想法和市场动向。

从细节入手 实现高效管理

“聚焦聚势,执行到位,高效经营”是股份今年的经营方针,在日常管理中是通威股份从细节入手,实现了科学管理、有效管理,为股份整体实现高效经营奠定了基础。

据了解,通威股份今年推进了“片总和总经理日报制”,战区建立总经理工作日报微信群,分子公司总经理和战区总监每天都在群里工作汇报。这样便于片总监督各位分子公司总经理日常工作和及时工作纠偏,同时也便于学习标杆公司总经理的“高效率”工作。同时全面规范会

议制度,并提出了“收手机、关电脑、禁走动”的纪律要求,严格规范执行股份营销技法标准。

市场营销部还在全股份全面推动市场诊断会。市场诊断会分为3个类别:首先是片区级市场诊断会,是针对长时间增量乏力的分子公司;其次是公司级市场诊断会,是针对连续3个月增量乏力的销售部或片区市场;销售部的市场诊断会,是针对连续2个月增量乏力的片区市场或县级市场。通过实实在在的市场诊断,我们为分子公司解决了

非常多“难点问题”。

“营销部门以战区为单位,对分子公司进行旬销量达成分析,并进行排名公布,对连续2个月排名最后的分子公司进行约谈。同时,为了达成的目标销量,我们市场营销部会不定时的督导完成度较差的分子公司。”在谈到四季度的冲刺和明年的营销策略时,喻总表示,针对水产饲料的营销模式,从今年的效果分析来看是行之有效的,通威股份还将继续坚持“聚焦聚势,执行到位,高效经营”的指导方针,进一步巩固行业领先地位。

标杆

华东战区

打造江浙沪高端膨化料第一品牌

本报讯(通讯员 马琳 刘中波 李剑)今年上半年,华东战区各个分公司连连捷报。无论从销售业绩、团队士气,还是市场引导、用户满意度,都达到了一个新高度。华东通威能引导整个华东市场转型与突破,深入剖析不难发现:饲料质量是水产养殖市场的真枪实弹,永不言败的信念就是御敌之盾,全员主动出击才能组成不败铁军。

提高产品档次 推广高档膨化料

通威作为全国水产饲料行业龙头,坚持质量始终如一的原则,筛选优质原料,提升生产工艺,为广大养殖户提供性价比最优的产品。通威股份副总裁兼华东战区总裁王尚文对华东战区各分公司、子公司提出了近乎“严苛”的要求。从产品质量出发,要求战区内各分公司、子公司进行设备技改,使用全球最先进的设备,做出最好的饲料。从产品档次出发,推广高档膨化料,提高水产品营养吸收率,提前销售时间,全面提升养殖效益。

浙江一带水资源丰富,养殖业发展迅猛,一直以来都是各大饲料企业的必争之地。各家在此悉数登场,火力全开的时候,善于体察养殖户、致力于帮助养殖户致富的通威,把眼光放到了经济相对滞后的苏北。淮安通威作为通威在苏北的一面旗帜,借战区结构调整的东风,率先踏上了转型之路。苏北一代水产养殖业一直停滞不前,很多地方还在大批量使用颗粒饲料,甚至投喂豆粕。公司组织市场人员深

度调研,引导科学养殖模式,由于低风险、资金回笼快的特点,迅速得到养殖户的高度认可,为推广高档膨化料奠定基础。公司趁热打铁,组织大量客户去成熟市场观摩学习,回到苏北复制,从此开启了膨化料腾飞之路。

主动出击赢市场 提高士气“拿水面”

华东战区第一次月度例会的召开,大家取长补短,相互切磋,通威股份副总裁兼华东战区总裁王尚文为100余名市场精英指明战斗的方向。最振奋人心的,是他提出的“主动出击”四个字,主动出击才不会挨打,主动出击才是硬道理。与会后,各公司总经理也深入到一线工作中,听取业务人员汇报;与市场人员同吃、同住、同劳动;亲自考察水面信息,抢占市场……许多分公司在总部没有要求拿水面的前提下,依然走访考察,取得骄人战绩。

这支不败之师赢市场的方法很简单,就是主动出击。为了尽快拿到水面,同时节约成本,有时早上五点多出发,奔赴近千里去调查沟通水面工作,晚上十一二点回来;有时为了尽快获取水面,利用中午、晚上、在车上的时间,对水面提交的会审、审批及正式签署协议等各种文件资料进行逐字逐句分析审核和上报。

正是这样的产品、这样的团队、这样的方法,使领导以身作则,真正做到了工作表率,不仅完成阶段目标,同时也为实现2017年的销量挑战鼓舞了全员士气,投入新一轮战斗。



通威股份副总裁兼华东战区总裁王尚文与养殖户亲切交谈

华中一区

做营销 增网络 上销量 狠抓发展机遇 发力“渔光一体”

本报讯(通讯员 马琳)2017年,华中一区各分子公司励精图治,再创佳绩。全区上下统一思想,紧密围绕公司管理总部和华中一区的要求,提出“营销变革,模式创新,促进业务新增长;技术牵引,效率优先,实现收益新跨越”的思路,在转型与调整中脱颖而出。

近几年,传统的渔业养殖、饲料产业竞争非常激烈,基本处于“血战”状态。为抢占市场、争夺份额,各细分领域的生产经营着被动抬高各项成本,强大的竞争压力最终导致养殖利润空间越来越小,养殖环节不挣钱、饲料行业挣费用,若这一态势长期延续,

势必不利于行业健康发展。

在这种严峻的行业形势下,管理总部审时度势,提出“渔光一体”的新型模式,真正实现了集约化、规模化、科技化、智能化的养殖模式。而华中一区紧紧抓住“拿水面”这个关键点,寻找针对性的方法与举措,整合多方资源,时时抓住养殖水面的拿、租、管,坚信有水面就有未来,拿水面就是拿市场。通威股份副总裁兼华中一区总裁沈金竹,就经营模式转型提出硬性要求:加强水面运营管理工作,落实责任人,想办法拿出举措,继续大力开发优质客户。否则,不能推进工作目标导向,不能落实目标

管理,量利增长便是空谈。做营销、增网络、上销量,时时抓牢优质客户的开发、帮扶、发展、专营、稳固。

围绕“聚焦聚势、执行到位、高效经营”的经营方针,华中一区在“渔光一体”项目的具体实施过程中,还利用了大数据、云计算及移动互联网渠道,通过公司的“互联网+”和电商平台资源,合理优化各项资源配置,满足农户全方位的综合性需求,全面提升公司产业链各环节的效率及效益。对于时机的准确把握,使之紧跟步伐,同通威股份一起,大步迈向“渔光一体”的绿色农业、绿色能源这一“双绿色”发展之路。

华中二区

动保销售解决3个认知问题 销量同比增长超200%

在通威股份总部营销机制改革的大背景下,华中二区武汉通威积极响应,无论是在原料采购、品质管控、饲料生产、服务保障等后勤管理系统,还是市场销售环节都做了很多尝试和改进,也取得了不错的成绩。全年动保销售额实现了同比超200%的增长(截止8月底)。

对通威来说,动保的销售远比饲料销售难得多,由于对动保的认知度远不高,要完成动保销售的突破,必须要解决饲料经销商对通威动保的认知问题,养殖户对通威动保的认知问题以及服务营销员对通威动保的

认知问题。而要解决这三个认知问题最快捷有效的手段就是会议营销。

起初,水产团队协调经销商组织50人以上的中大型会议,结合“通威365科学养殖模式”,跟养殖户沟通初春池塘管理和养殖投喂相关问题,导入通威动保和饲料产品。在公司彭总等领导的指导下,每次会议结束后团队都会进行总结,提炼成功和不足。大家的信心增长了,动保铺货效果也大大超出预期,3-4月份铺货已经完成去年全年动保销量。

在动保二轮铺货阶段,团队通过不同

的会议形式将动保产品效果进行展示,强化养殖户对动保产品的信心。在推广过程中,公司彭总和各市场部经理积极参与,跟主要的大经销商沟通经营多元化的优势。业务员通过服务落地,让养殖户主动找经销商购买动保产品,多向推动,解决经销商对动保产品的认知。此外,每月团队都会对服务营销员进行相关的动保产品的培训和考试,并且针对不同区域特点,要求收集相关动保成功案例。

(本组稿件素材由华东战区、华中一区、华中二区人形部提供)



通威热心服务养殖户,换来了好评和信任

2017年10月1日

服务温暖客户
用心收获快乐

滴滴鱼水情

“滴滴鱼水情,浓浓通威心”。35年来,通威扎根水产,坚守水产,从经销商、养殖户的利益出发,急养殖户所急,供养殖户所需,借助高效的养殖模式,先进的管理技术,传播先进的养殖技术。35年来,通威与客户共成长,35年来,通威与客户共相伴。无数的赞美是对通威品牌的褒奖,衷心的感谢是对“诚、信、正、一”的认可。对于他们而言,通威不仅仅是致富的保证,更是感情的寄托!



35年来,通威热心服务客户,与他们共成长

有一种陪伴叫风雨同舟

扬州通威经销商:杜本俊

相伴十二载 就为一个“放心”

光阴似箭催人老,光阴如骏赶少年,转眼间,64岁的杜本俊已经和通威合作了十二年,他见证了通威的成长与壮大,与通威有太多不得不说的故事。

杜本俊是江苏扬州江都人,2004年,通威一位业务员第一次向他推广淡水鱼颗粒料,介绍鱼长方面同比菜粕有很大的优势。他觉得这应该是以后发展的必然趋势。于是他带着业务员骑着自行车一个塘口一个塘口的跑,找养殖户做试点。万事开头难,起初推广起来真是困难重重,没有一个愿意做第一个“吃螃蟹”的人。好在当时高邮湖西市场已经有少部分养殖户开始投喂颗粒料,他就和业务员带了三位有意向的养殖户到湖西市场参观学习。回来后,终于有两个养殖户愿意做试点,架起了投喂机开始测试。投喂一个月后,发现长势对比菜粕有明显优势,就带周边的养殖户过来参观学习,

发展新的养殖户。就这样经过和业务员的共同努力,第一年做了100吨。

2005年,经过2004年的试点,养殖户示范一年鱼就能上市,长势明显比菜粕快,性价比也超过菜粕,加上业务员的技术指导,周边的养殖户也开始慢慢接受颗粒料,杜本俊第二年销量做到了300吨。为了节约成本他自己也买了货车负责运输。2006年,销量遇到了瓶颈,他便决定开发周边市场,继续向滨湖、绍伯区域发展。通过采用带养殖户到昭关市场参观的形式开发新用户,第三年就做到了700吨。使用通威料的鲢鱼产量和饵料系数都要优于对手,经过几年的养殖示范,也得到了养殖户的认可。

老杜和通威风雨同舟十二载,不离不弃。很多其他厂家问过他为什么一直和通威合作,他回答是通威稳定的质量!

大丰通威经销商:丁万林

和通威合作14年 累计销售上亿元

丁万林老板已经五十多岁,身姿矫健,衣着朴素,与人攀谈和蔼可亲,让人无法将他与那个在大丰通威销量一枝独秀,连续多年稳定在5000吨以上的公司最大的经销商联系起来。

丁老板与通威结缘于2003年,初始,虽然通威的很多领导都去拜访过他,但他对大丰通威并不太信任与了解。直至一位养殖户养殖的30亩鱼塘,使用通威鱼料赚了十几万,这在2003年可谓是非常好的效益,这才让丁老板下定了经销通威的决心。从2004年开始,丁老板抓住商机,凭借广泛的人脉关系,迅速扩大自己的经营规模,同时还承包了350亩鱼塘养殖鱼种,当年他的饲料销量就有了大幅度的提升,同时塘口也获得了非常好的效益。之后丁老板的销量逐年上升,最高峰时一年做了13000吨左右的销量。

近几年养殖行情低迷,鱼病肆虐,

丁老板的销量仍然能够稳中有升,成功原因归结于“鱼水情深”。2015年腊月底,丁老板的成鱼塘准备开塘卖鱼,当时天气比较寒冷,丁老板担心在这么冷的天卖鱼,他的身体可能吃不消。公司领导得知此事,果断决定将原本准备回家过春节的两个业务员留下来,协助丁老板卖鱼。丁老板非常感动,经常向业务员们嘘寒问暖。正是由于这一件件看似微不足道却感人至深的故事的发生,让丁老板与通威结下了深厚的情谊,14年之久,始终忠心不二的专销通威料。

谈起对未来的规划,丁老板说道:“这些年我只做通威料,是因为通威料稳定的质量让我放心。养殖户愿意使用通威料,中途出热水鱼及年底卖鱼优势明显,这样养殖户开心,他们赚到钱了,我才能赚到钱,也更有信心去做料!明年我想把鱼养得更好,把饲料经销做得更好!”



梅花香自苦寒来,正是有了像武汉经销商熊诗将一样开拓进取的“通威新生代”,通威销量才在当地占有率第一。



养殖户、经销商与通威互利共赢,彼此成为了亲密的朋友。

有一种成长叫携手并进

武汉通威经销商:龚伟

从欠债百万到量利翻番

从接手事业时欠债百万,到三年时间还清欠款,并且在今年实现销量突破千吨、动保销售额达到20万,渔机销售额超10万,武汉通威经销商龚伟与通威有着太多不解之缘。

咸宁市崇阳县石城镇位于湖北省南陲,唯一的进水只能依靠天上的雨水,所以当地人也戏称这种鱼池为“天水塘”。由于条件所限,当地主要以养殖鳊鱼为主,吃食鱼的亩产量一直都在1000斤左右,料档也都以30个蛋白的颗粒料为主。近年来渔价行情起伏不定,热水鱼的价格从四月开始上涨,一直到七月达到顶峰,而八月开始就迅速下滑。看着渔价走俏,但是自家的鱼却不能上市,当地养殖户们感到十分困扰。

龚伟接手时除了债务,还有接近300亩产量低、出鱼时间晚的鱼池,利润不高。经过几年时间的摸索,在武汉

通威的帮助下,他终于确立出一套适合当地环境的“通威365”科学养殖模式。

为了赶上好的价格,必须在七月上旬左右卖第一网热水鱼。经过测试和实践,终于得出合理的鳊鱼放养密度和放养规格,并且料档也有了一个大的提升。当地养殖户看到他的成功之后,纷纷效仿学习。在今年千吨的饲料销量中有接近一半的销量的料档是高于去年的,直接将当地卖热水鱼的时间提前了整整一个月!为了解决用户的出鱼问题,龚伟还购买了鱼车,打通了贩鱼的环节,不仅解决了用户的问题,还绑定了用户。他成为了一个真正的服务型、综合型经销商,实现了模式引领,量利翻番!

今年9.20,龚伟有幸参加了通威35年华诞,他说:“通威是当之无愧的行业巨头,有这么强大的后盾作支撑,我有信心做得更大,做得更好!”

南昌通威养殖户:赖小燕

从不达预期到效益翻3番

赖小燕来自赣州市大余县新城镇的养殖户,从2013年开始承包含江水库160亩,几年前用其他品牌的饲料,每年虽说都有点利润,却未达到收益预期,于是在2016年开始选择南昌通威饲料,开始了通威之路。

赖老板从通威业务员那里了解到通威的“365养殖模式”,觉得“365养殖模式”完全符合自己当时养水库的初衷:高密度,高产量,高效益。2016年总共放鱼苗22万尾,平均规格3到5条,这在本就养殖水平不高的赣州简直让人难以相信。是“365养殖模式”给予赖老板的信心与依靠,于是在2016年4月份开始安装第一台风送投饵机,6月份装上微孔,保证鱼的

溶养。从刚开始接触通威“365养殖模式”,到现在一直在践行。

2016年对于赖老板来说是丰收的一年,全年共出60万斤草鱼,净增长54万斤,产量相比上年翻一番,效益更是翻了3番,这在整个赣州地区都成了神话,因此荣获南昌通威优秀养殖能手称号。在2016年见证到通威365养殖模式的效果后,赖老板在2017年继续加大密度,放苗27万,一斤6尾,投喂通威155膨化料加1032颗粒料,计划在6月份把鱼喂到1.8斤,然后开始陆续卖热水鱼,抓住高鱼价,在八月初再补一批中花下去,年底再喂到成鱼出售,实现一年两季模式。160亩水库全年产量有望突破80万斤。

南昌通威养殖户:龙翔凤

净赚185万 创造瑶湖传奇

龙翔凤在南昌市瑶湖养殖240亩鱼苗塘。去年,他的塘口用料400多吨,净赚185万元,成了当地养殖户竞相学习的范本。

龙老板主要养殖草鱼、青鱼苗。一年养两季,水深2米,配备增氧机40余台。每亩放养3万尾,养殖周期在8个月左右。前期使用通威黄金肽、培藻素等产品,培养浮游动植物,配合使用通威102和155,鱼倍健等产品,成活率在80%以上,亩效益超6000元!每年大约出售鱼苗60万斤,主要销往广东、湖南与青海等地。说起养殖秘诀,龙老板“神秘”地指向塘口旁的井水槽。他说,每个鱼塘都配备了一口深井,利用井水向鱼苗池不断注入新水,高温季节能有效降低水温和PH值。同时,昼夜温差大,加入井水能有效避免缺氧情况发生。鱼儿还经常游向井水的源头,还能锻炼鱼

苗体质,减少发病率。此外,他还配备了增氧设施,提高溶氧,“240亩鱼塘配备48台3千瓦的叶轮增氧机,今年又配备了2台2.2千瓦的微孔增氧机,在高温季节中午开启2-3小时曝气,带动整个水体循环,增加底部溶氧。”不仅如此,他还改变养殖模式和用料模式,选择至少一年两茬,带来了亩产量超过3000多斤的销量,同时,全程用膨化料,前期用一部分102粉料和鱼倍健,后期全程用155膨化料。在改变调水模式上,使用通威微生态产品调水。完善了进排水设施,利用水位高度差进水,节省电费,并且配备一个鱼塘蓄水池,起到调节进水的目的。

龙老板240亩鱼塘一年使用调水产品和内服药超10万元,所以不管何时去到老老板的鱼塘,水质都是非常好,全年很少看到死鱼。

武汉通威经销商:熊诗将

从“门外汉”到销量破4000吨

熊诗将是武汉通威一名80后经销商,2014年开始从事水产养殖和饲料经营。作为开拓进取的通威新生代代言人,他从接手父亲一生的心血——水产养殖与饲料经营后,便开始与通威结缘。

尽管是水产二代,2014年接手时,熊老板还是对养殖一窍不通。那时鱼塘养殖面积已有30亩,主养鳊鱼。熊老板一边自己摸索一边向周边养殖户学习,另外经常在线浏览通威粉社区及其他水产类网站学习养殖知识。从鱼病治疗为主到鱼病防御为主,从光下肥到藻菌调控,从浮头才增氧到均衡增氧等。

经过三年的摸爬滚打,熊老板迅速成长。他早早意识到模式决定效益,只有养殖户效益提升,自己的事业才能红红火火,于是率先改变固有

的鳊鱼反季节模式,响应公司号召,实践通威鳊鱼一年两季模式。这样循环往复,一年两季,不间断卖鱼,便能抢占市场,提高亩产,达到增收、增效的目的。

在2014年之前,本地养殖户还一直追求低端饲料,熊老板接手后,通过模式升级、料档提升,用一份无可争议的养殖效益,彰显出通威就是水产养殖的最优解,从2016年销量2000余吨到2017年饲料销量有望突破4000余吨!梅花香自苦寒来,正是有了如此知难而上,开拓进取的通威新生代,通威销量才在当地占有率第一。熊老板讲:“未来的水产养殖行业,一定是模式的选择大于你的努力,这不仅对养殖户来说,对公司,对经销商更是如此。你不更新你的思想,升级你的模式,未来你将被淘汰。”

蓄势待发

今年上半年,通威股份在“聚焦聚势,执行到位,高效经营”的经营方针下,逆势上扬,取得了良好的佳绩。金秋十月,通威股份迎来了第四季度的考验,各大战区卯足了劲,蓄势待发,向2017年量利突破发起最后的冲刺!近日,各大战区纷纷召开各种形式的会议,总结得失,抖擞精神,提升士气,为接下来的第四季度,以及全年目标的达成做好准备。



华西战区所属分、子公司由总经理带队晨练,保持高昂士气

向全年量利突破发起最后冲刺!

华西战区

晨练抖擞士气 迎接关键冲刺

本报讯(通讯员 徐忠琴)9月2日,四川通威召开营销例会,通威股份总裁助理兼营销总监喻明波对“通威股份饲料营销战略”进行详细解读并作进一步工作指示,要求全员沉入终端,做增值服务,才会有猪的未来,并提出了“改变业务员工作习惯就是提升效率”的殷切希望。

通威股份华西战区营销团队积极响应,从严格团队工作汇报、数据分析与提炼、强化营销例会记录等方面着手,通过开展工作汇报微信晒晒效率、强化业务人员对自身工作中的数据收集整理分析、严格知悉营销例会纪律、组织对重点市场摸排调研、对营销人员的绩效考核与面谈等一系列工作,以期达到改变业务员工作习惯提升效率的效果。

“一日之计在于晨”,从9月初市场营销例会开始,华西战区所有分子公司由各公司总经理指挥和带领团队,进行晨练。营销团队统一着装,动作始终整齐划一,保持高昂的士气,每个人都以崭新的精神面貌投入晨练中,打造团队合力,全体营销人员受此鼓舞,也必将在接下来的市场工作中信心倍增。



江苏巴大召开四季度水面工作推进会



通威股份华南一区总裁邓金雁在佛山通威2017年经营分析会议作总结发言

华东战区

高奖重罚“拿水面” 艰苦挑战 90天

本报讯(通讯员 杨晶晶)9月25日下午至9月26日下午,江苏巴大召开了四季度水面工作推进会,华东战区总裁助理万学刚、江苏巴大总经理陆峰、各部门主管及市场部全员参加了本次会议。万总在听取了江苏巴大2017年水面工作汇报后,对拿水面工作的必要性和重要性进行了阐述,并通过集思广益,现场指导江苏巴大定目标,建团队,出方案,同时对每宗水面给予了具体的分析和指导,确定了重点跟踪的水面,为江苏巴大水面工作开展理顺了思路,指明了方向。随后各部门主管继续深入研讨分析,出台了《江苏巴大四季度水

面工作实施方案》,确定了水面总目标及分目标,建立了水面工作团队,出台了高奖重罚的考核细则,包括加大水面考核薪资占比、优秀者破格提拔晋升加薪等改革措施,为江苏巴大水面工作开展提供了具体的实施标准。

26日下午,江苏巴大召开《江苏巴大四季度水面工作实施方案》宣贯大会。总经理陆峰对水面工作的重要性进行了阐述和强调,明确了四季度的工作重点就是拿水面;随后,人行部经理王殿虎对《江苏巴大四季度水面工作实施方案》进行了宣贯和深入解读。

虾特料片区

找方法谋思路 提升工作质和效

本报讯 9月16-18日,通威股份虾特料片区服务线专职人员齐聚揭阳海壹,召开服务工作与动保推广总结会议,为达成片区动保销售三年规划目标理思路、找方法、谋思路。

会议期间,与会人员前往一线市场,观摩体验揭阳海壹服务工作落地情况,学习动保上量优秀作法。与会人员进一步挖掘各公司在服务工作经验各方面的亮点和优秀方法,并相互点评,对不足之处提出改进建议。随后,服务精英们围绕虾特料片区三年规划目标进行分组讨论共创,从业务员岗位职责及考核机制、营销经理关注点、服务经理高效带动措施、配套管理机制等方面提出各自见解。

围绕片区主销的海壹生物动保产品开发与改良改善,湛江海壹先锋生物科技有限公司总经理万超在现场作进一步讲解。“将动保当成饲料来做,思想上重视,推广能力与方法提升,不断提升产品力,产品特点优势不断挖掘,做到耳熟能详,做好市场摸排、锁定目标客户!”揭阳海壹总经理温佳霖分享了揭阳海壹动保推广成效的关键措施与管理经验,给了与会人员极大的激励和鼓舞。

华南一区

八大方面具体指导 作出未来3年规划

本报讯(通讯员 胡志新 黄燕秋)9月17日,佛山通威召开2017年经营分析会议,通威股份华南一区总裁邓金雁、佛山通威总经理谢进文、佛山心连心营销总经理李川江、内务负责人龚玮及部门中干全程参会。本次会议总结分析了1-8月的经营结果,提出了明年的经营目标及未来三年的长期工作规划。

通威股份华南一区总裁邓金雁对本次会议作总结发言,对佛山

通威1-8月的经营工作、团队建设表示充分的肯定。同时,邓总指出,佛山通威在行业中的优势和劣势之处。根据佛山通威的历史、现状及未来市场定位,邓总从市场、产品、渠道、直销、水面、产能、团队、资源等方面对佛山通威如何实现量利目标进行了具体指导,并对佛山通威2018年的销量、利润目标提出了更高的要求。最后,邓总强调,只有目标清晰、聚势聚焦、重视人才建设方能使公司持续稳定发展。



科学养鱼 通威相助 塘面租赁 共同致富

鱼塘水面建光伏

发电养鱼两相宜

收益增倍成效高

通威养鱼有妙招



通威新能源现已开通鱼塘塘面资源信息共享平台,如果您有闲置鱼塘资源或您需要寻找养殖塘面,请扫描二维码或致电400-083-5858联系我们。

2017年,通威大学紧跟战略,聚焦市场,与战区、业务部门强强联手,打造人才培养生态工程。

通威讲师,激情共创,智慧分享。

通威学子,勤学善思,只争朝夕。

全员联动,助力变革,逐梦路上,携手向前。



育英计划学员参观总部合影

逐梦路上 携手向前

——通威大学人才培养

通威大学执行副校长 张红缨



通威大学执行副校长张红缨

时光疾如电,弹指又一年。通威巨舰一如既往,驰骋北疆,饮马两广,西出阳关,东跨远洋。通威大学乘此东风,紧扣集团发展思路,紧跟集团发展步伐,配合战区需要,改革创新,自我加压,兢兢业业,稳步前行,倾微薄之力,助远航之帆。

通威股份郭总明确指出了:“不断变化的发展环境和更加严峻的经济和行业形势已是避无可避,增长和转型的压力已经传递到每一个通威人身上”。郭总对大学提出了“回归经营本质,一切为经营服务”的培训理念,并将大学定位为人才培养的战略部门,对大学的工作指明了方向与办学思路。

作为承担股份人才培养的战略部门,大学始终以股份经营方针为指导,以股份人才梯队建设为主轴,紧跟战略,紧贴业务,回归经营本质,一切为经营绩效服务。通过与股份各个部门紧密协作,聚股份各方培育之力,打造一支能支撑股份变革和在经营管理方面能打胜仗的具有综合竞争力的人才队伍,为股份的持续性发展源源不断地发现优秀人才、培养高端人才、输出理想人才。大学以“全面服务业务,重点聚焦市场”为定位,以聚势聚焦,集中优势资源解决股份、片区急需的人才难题为出发点,打造了育苗计划、育英计划、新锐计划、启航计划、卓越计划等五大人才梯队建设项目,完成和逐步完成经营管理课程体系、市场营销课程体系、生产课程体系、原料课程体系、品管课程体系、职能课程体系等6大主要课程体系。并在各个课程体系下发掘和培养一批优秀的讲师队伍,开发了一批业务急需的内部精品课程,萃取了内部大量的优秀案例,总结了可复制的成功经验,开展了案例分享、研讨共创、授课讲解等形式多样化的培训,成为

股份上接战略、下接业务绩效的人才赋能中心。

合抱之木,生于毫末;九层之台,起于累土。要想成就事业,必然离不开一步一个脚印的努力和实干。

2017年,大学在2016年试点的基础上进行拓展,继续解放思想,大胆尝试,打破陈规,勇敢突破。并在全面服务业务,重点聚焦市场的培训策略上继续深入探索,以“一变三从”的原则深入主营业务。构建以实现企业经营目标为导向的人才培养体系,强调培训的实用性价值。在全面服务上,以抓住人才能力培养的薄弱环节,提供相应的培训服务。重点聚焦市场,按照市场节奏,对市场体系人员开展分片区、分层级、分阶段的系列培训。并尝试构建互联网移动学习平台,以实现实操性技能员工的培训,其省成本,见效快,收益大,可随时根据个性化需求进行学习,实现了以影像式、模拟式、情境式呈现培训内容,从而提高了培训效果。

大学在培训工作上始终坚持“问题=课题”、紧跟市场节奏的原

则。以一线人员的实际需求为准,所有培训需求均来自一线,直击业务痛点。组织业务专家开发课程,与实际工作紧密结合,以通俗化形式使学员现场领会。讲师全部为内部讲师,一举打破了以往依赖外部采购的窘境,并且培训形式灵活多样,不拘一格,充分考虑了一线人员的特点,突出实操性的案例研讨和方法、工具的传授,力求学员学得简单、用得轻松,结果满意。

紧把时代脉搏,充分利用互联网优势开展培训,是大学在新形势下人才培养模式及手段的有益探索和延伸。大学设立了“通威大学人才培养微信”公众号,吸引更多人员关注通威人才培养,建立了线上培训项目,如为启航班学员开通了Talk每周三“经营分享不见不散”培训栏目,引导、鼓励和发动学员在线上交流、学习,及时分享经营工作中的亮点和对遇到的难点进行探讨。通过线上交流平台,大学可以即时传递股份公司的战略思想和行业新动态,起到了承上启下的纽带作用,以互补的方式实现了人才培养工作的全覆盖和无缝衔接,有力支

撑了股份发展人才战略需求,也得到了服务对象的认可与好评,这将是大学发展的不竭动力。

大学建设发展至今,渐有收益。与刘主席的关怀,郭总的指导,总部各部门、各片区的参与支持密不可分,与大学各位伙伴的辛勤付出密不可分。身在其中,自能与众不同地感受这一份浓浓情意,无法忘怀。无数次的宵衣旰食,无数次的挑灯夜战,思考于行程之中,参详于餐桌之前,不负青春,乐于奉献。风起于青萍之末,浪成于微澜之间,我们每一个看似微不足道的奉献,实则合力推动着通威这艘巨舰乘风破浪,一往无前!

举目群山近,回首白云低。成绩永远证明的是过去,挑战是未来的永恒主题,但困难终结者永远是通威人不变的诠释!感谢我的伙伴们,有你们的支持,有你们的参与,有你们的陪伴,我们自当信心满满。服从于需要,服务于战区,服务于一线是大学不懈的追求,愿作益友,伴君同行!让我们一起奋进,戮力同心,检视往昔绘就新图,收拾行囊再度出发! 逐梦路上,携手向前!

学员心得

学无止境 学以致用

高明通威 袁许冬

面对行业的发展带来市场竞争不断加剧,我们唯有不断学习,获取新知识,汲取先进的新概念、新方法,才能科学地为广大养殖户服务。通威大学联合市场各片区业务专家开发的一系列课程中,让我们通过系统地学习,通过理论与实践相结合让我们学习的知识和技能更扎实,更加有信心为养殖户做好服务。

心志成长 梦想起航

启航计划学员 刘文刚

通威大学是我们通威人梦想起航的摇篮,是我们通威人实现人生价值的起点,我很庆幸成为了通威大学的一名学子。每堂课的理论来源于实践而又指导实践,让我们走出课堂来到生产一线,使我们真正认识到一个公司的经营,公司产品力的打造,成本的控制等学问。通过系统学习,我们在学习认识上有提高,知识视野上有拓宽,能力促进上有帮助。我们将不负厚望,必将给通威大学交上一份满意的答卷,百战之后我们还要回到通威大学再读书。

不忘初心 继续前行

山东通威 王大晓

参加了华北战区营销系统能力提升培训会,我感触颇深,营销激情再次被点燃:取得优秀的业绩必须不断的提升自我的管理能力和工作效率,通过一系列方法和手段增加优质客户的数量,然后通过营销四会及333差异化服务,创造客户价值,彰显通威饲料优势,稳固客户基础,始终牢记饲料营销初心,在逆境中砥砺前行。我们一定会凝心聚力,不忘初心,继续昂首阔步向新的更高的目标奋进!

新锐,挺起通威未来的脊梁

新锐计划学员 何靖

“新锐计划”每期的内容都围绕深刻影响企业发展的“德能勤绩”四个字开展培训,所有的知识点全盘围绕企业的发展战略和基层管理者的工作职责展开。通过通威大学的各位老师们的深度剖析,我们从容而充实的接收,从而在未来的工作中明确道路、理论与实践结合,从一言一行开始,持续推动股份战略部署稳步前进。通过采用“课中考试总结、课后心得互动、实践后案例分享”三位一体的跟进方式,让这个培训体系结构化、可追溯、可量化,让培训的知识点真正落地,让讲授的新思维传播更远。

育英之火,可以燎原

育英计划学员 陶长风

我们赶上了通威35年来最重视人才的时机,给大家这么好学习的平台。通过育英计划培训通威大学把集团的战略像春风细雨一样,通过授课的讲师娓娓道来,让我们明白了集团的战略,让我们明确了未来通威的发展方向,让我们了解客户创造价值的重要性,让我们每个学员能够在知识点从点到面的提高。每次培训都有关于自我管理和团队管理的内容,我每个人能够自律的去学习,把目标分解管理好带着团队通过高执行力落地。感谢通威大学对每一次培训的用心。课前的课程设计,课中的考试总结,课后的心得交流,实践后的案例分享,让我们通过学习,吸纳,行动,总结,最终的目标是让大家通过自身影响身边的人。感谢通威大学致力打造,让育英班每一位学员成为星星之火在整个通威这片肥沃的土地上燎原。

全员联动 打造完善人才梯队建设

课程研发

紧抓一线 联合业务专家开发课程

每一次培训开始前,通威大学都要通过分级分层与总经理、管理干部、业务团队、行业竞争对手等采取访谈、采访、观察、座谈、问卷、查找资料、走访市场等方式进行沟通交流,形成调研报告,梳理出培训需求,确定培训主题。再找相关业务专家一起针对课件大纲等进行共创,形成课件。通威大学组织相关业务专家针对课件初稿进行评审,萃取优秀专家的成功经验,最后形成一门成型的、可授课的课程。



通威大学与业务专家开发课件

线上学习

通威大学梯队人才培养 全面启动线上学习平台

通威大学在一、二、三梯队开展线上直播交流平台。启航计划每周三晚上组织《启航周三 talk—经营分享不见不散》,以学习小组为单位轮流主持主题分享,分享主题紧扣股份营销新模式、经营中的痛点与难点交流与共创式探讨。新锐计划每月15日晚上组织《新锐创享》,学员分享实现业绩增长的方法,主要围绕市场发展、客户开发与服务、产品销售与推广等核心内容展开,增强学员间交流,拓宽学员视野。育英计划每月3日、17日组织《群英汇》,通过遴选近几月业绩优秀的学员做主题分享,传递成功信心和经验。

梯队人才建设

启航 关键管理 游学珠海

近日,通威大学启航计划第三期课程在虾特料片区开展,课程以半游学方式进行,走到优秀经营公司现场学习,是股份公司首创的培训形式。让学员们以总经理的角色去思考初接手公司该如何经营,以小组共创的形式完成课前作业,并现场分享,由讲师团专业点评与指导。在课程内容上,通威大学与虾特料片区总、珠海海为、海壹公司总经理反复沟通梳理课件,论证逻辑,呈现最真实、最优质的经营管理经验。在教学设计上,学员们不仅“二人”生产车间,实地了解和观看生产管理、工艺及质量管控的关键位置 and 关键节点。

育英 佩好剑 练好招 育英少年展风华

近日,育英计划开始第二阶段学习。通威大学、市场部、人力资源部结合学员现阶段学习需求及成长方向,共同梳理出学年度培养计划,设计出完整合理的培训课程,同时启动“双导师”制,保证学员在业务技能、职业发展等方面得以全面的辅导,提升学员的综合素质。截止目前,通威大学联合各业务专家为育英计划专项研发以及授课十余门,其中包括了《解密水产饲料标签》、《营销落地服务终端》、《执行力的锻造之法》等多门紧贴业务、针对性的课程。在课程学习之外,班委会积极开展户外素质拓展等丰富而有趣的活动。



虾特料片区总裁刘明峰为启航班学员授课



通威股份总裁助理兼华北战区总裁周澎及营销团队与通威大学研讨课程

战区开展

华南一区 猪料营销团队开展猪场实践培训

高明通威技术服务部牵头组织开展猪场实践培训,30名业务精英到不同的实训猪场进行全封闭式培训,学员模拟猪场服务人员开展实践学习。在有丰富猪场经验的培训老师带领下,白天对相关流程数据与实操技能进行实操培训,晚上组织学员对所学内容进行总结和预习。

华中一区 规模农场培训服务班顺利开班

华中一区规模猪场培训,以现场教学、音频教学演练、服务技能实操三大板块组成,集经验、演练、实操为一体。课程是通威大学组织、联合市场部以及各战区业务专家提炼廊坊、长寿、海南、巴大、清远等优秀猪料公司猪场开发经验,反复论证,历时半年而形成的课程包。

华北战区 战区畜禽营销培训会召开

猪料营销团队轮训第一期在华北片区拉开帷幕。60余名畜禽营销精英、公司总经理、市场部经理、一线业务员全员参训,培训内容主要从客户需求出发,结合通威猪料333服务模式,进行实操演练。



通威鱼病通

通心粉社区是通威集团“互联网+农业”战略的重要部署...

通心粉社区会每日推送鱼病防治的文章,开设的“鱼病通”版块...

您可以通过以下联系方式登陆通心粉社区:一、登陆http://www.tongwei.cn/portal.php...



养鱼3妙招 助您养鱼获丰收

苏州通威 张志刚



黄金9月给养殖创造了极好的养殖条件,病害少,水温适宜,鱼长速快...

三大强化投喂技巧 帮您养鱼获丰收

第一种技巧是,以前投喂2餐的改投3餐,正9月水温适宜,鱼活力强...

科学调节水质 保证水体健康

9月已经进入养殖中后期,整个池塘水体中各类营养盐已经大量消耗...

养殖中后期 保肝护胆很重要

进入养殖中后期时,鱼体的肝脏经过长时间超负荷工作,积压在肝脏内的代谢废物过多...



昼夜温差大导致 草鱼烂鳃“通威肽给力”5天消灭死鱼

四川通威水产服务部 韦宁

随着养殖压力的逐渐增大,鱼病成为养殖户丰收的“拦路虎”,而近年来国家逐步加强了对抗生素等药物的使用规范...

在此情势下,通威作为水产行业的领军企业,借助强大的技术团队,强势推出“通威肽给力”,富含活性肽、小肽等多种活性物质...

四川仁寿县叶桥村养殖户曾兵的30亩鱼塘,草鱼近期频发疾病,自8月出现肠炎病,先后使用氟苯尼考和恩诺沙星进行治疗...

考虑到用户草鱼死亡严重,且大量投喂抗生素,因此建议用户使用“通威肽给力+三黄散+多维”进行投喂...

杜绝白便 要“防大于治” 珠海海壹 陈志鹏

杜绝白便 要“防大于治”

高温季节天气炎热、光照强、多雨、水质易变,各种病菌大量繁殖,是水产生殖疾病的多发季...

从养殖实践中看,白便与高温、藻相密切相关,而冬棚极少发生。白便的流行于6.7.8月高发,水温高于32度以上...

根据长期跟进和总结,大青水或者浓绿水虾塘会出现白便。在7.8月份高温季节,连续的白便会导致水体藻类出现大量死藻或倒藻...

为了防治白便的出现,我们总结了一套白便防治方案供广大虾农参考应用:使虾塘保持稳定而清爽的水质是第一要素...

不到70天,两塘赚10万! 对虾养殖成功率达90%以上

广东通威 刘艳平

梁老板原来只经销动保,并帮客户拿部分种苗。顺应多元化经营趋势,她今年除代客户拿海壹种苗外,专销了海壹饲料...

吴老板是她梁老板的大众代表,他的两个塘不到70天时间赚到10万的利润,过程比较顺利。本造虾雨水较多,看他的动保结算单据上,碱康素、增氧净水先锋、解毒先锋、水产卫士等相对用得更多...



率高,除了经验老道、勤于管理外,还有几个共同的特点:注重种苗质量,坚持选用品牌苗;从来不会贪图便宜使用低价料...

在各行各业竞争日益激烈的今天,经销商同样面临变革转型。梁老板的经营之道,不将短期利益放在第一位,注重经营的持久性...

相 / 关 / 案 / 例

掌握这些方法 对虾养殖好赚钱

苏州通威 贺伟

近两年鱼价低迷,许多湖州养殖户都处于亏损边缘。湖州李市村的赵根士老板选择使用通威海壹白对虾苗配合通威饲料...

赵老板是通威的老客户,以前养殖青鱼的时候也一直使用通威饲料。今年,赵老板养殖白对虾全程使用苏州通威虾肝强饲料+883系列南美白对虾料...

特别是白对虾前期投料时要严格控制吃料时间,在2小时内吃完最佳。这样做不仅能节约了饲料,也防止了投喂过造成水质污染...



新会大鳌与中山横栏是珠三角地区公认的对虾养殖水平比较高的区域,这里的养殖户大多本土村民,以养殖为生...

通威股份 2017 年企业文化标杆

您身边的 8 月“标杆体系”、“标杆人物”

生产标兵

标杆生产部:华东战区巴大宝鼎生产部
生产标兵:朱炳荣

朱炳荣工作认真负责,谨小慎微,锲而不舍是他给人的第一印象。他像钉子一样具有顽强的钻劲,他积极想办法,探索出了新的工作方法,达到既保证质量又提高了产能的目的。他像钉子一样专注于份内份外事,这使得他触类旁通,成为车间生产管理的骨干。同时,他练就一套听、摸、看过硬本领,设备只要有异常,都能及时发现,立即抢修,确保设备不带“病”工作。他所在班组的设备故障率明显下降。他感觉身体不舒服,咳嗽得厉害,但他知道车间人手紧,没有请一天假、缺一个班,仍是和平时一样早来到车间。后来病情越来越糟糕,在家人的极力劝告下才勉强去医院做了检查,但仍没有休息,每天打滴都是利用下班时间去医院。此情此景,让全公司的人感动不已。



朱炳荣



陈桂双



张启超



徐斌

标杆生产部:华北战区沈阳通威生产部
生产标兵:陈桂双

陈桂双入职沈阳通威任生产内勤,至今已有 8 个年头。她严格遵守公司各项规章制度,兢兢业业做好各项工作。她会跟踪特殊定制料的每一个环节,从生产计划下达到最后成品出厂,督促保管员做好标识,联系市场部及时拉走,按照先进先出原则没有出现发错现象。面对各种常规鱼料、膨化鱼料、猪料、牛羊料、鸡料等多个品种、多个规格,每天她都要亲自去库房盘点成品实际库存,了解库存成品的生产日期。为满足市场需要,及时与市场沟通生产计划,充分发挥设备产能,提高生产效率和库房使用率,克服种种困难,为 8 月沈阳公司生产量再度突破历史新高做出了自己的贡献。



李刚



陈永刚



周金禄



彼罗布

标杆生产部:华南一区惠州通威生产部
生产标兵:张启超

张启超于 2015 年 3 月进入惠州通威,加盟通威前虽有 10 年的机电经历,正是凭着自己严格甚至苛刻的要求,不骄不躁、勇于学习,在短短两年时间内成长为一名优秀的车间主任。在平时的生产中,张启超经常用“做了没有,做完了没有,做完美了没有”来衡量自己工作的成绩。经手的一根线头的包扎,一颗垫片的装配顺序等任何细节都不放过。他利用休息时间加强对工艺、制度的学习,车间有问题发生,总是最先赶到现场,找问题、想办法予以解决。公司膨化料供应紧张,生产线正常运行就显得尤为重要。正是因为他对工作的执着,进行周密的组织安排,缩短了检修时间的同时,设备故障率也大幅下降,全年无重大设备故障,为产品供应提供了保障。

标杆生产部:华中一区池州通威生产部
生产标兵:李刚

李刚是池州通威生产部内勤,协助生产部经理对生产部进行管理,在物资管理方面取得不错的成绩,通威的生产投入产出同比大幅提升。他善于观察,发现问题及时上报,并进行修正。他还积极参与车间管理,提出合理建议。在原料接收环节中,他严格监督原料到货情况,严控原料杂质、质量问题。在接收环节中,多次发现原料杂质较多和质量问题,积极向相关部门汇报,进行处理,并建议部门制定相关制度。

标杆生产部:华中二区武汉通威生产部
生产标兵:陈永刚

武汉通威库房主任陈永刚是公司里工作范围最广的人。原料部到卸货的协调,车间用原料的安排,成品发货的顺畅,与品管部的沟通,与生产部办公室的协作,就是他每天的工作;他是公司里工作岗位最多的人,时常能看见他站在发货台上拉扯着饲料发货,帮忙卸原料转货位;他是公司里工作时间最多的人,早上 6 点,你会在原料库房看到他。

标杆生产部:华南二区茂名通威生产部
生产标兵:徐斌

徐斌 2011 年加入茂名通威,在公司六年来,兢兢业业,尽心尽责,认真做好工作上的每一件事。热情、开朗,是他给人的第一印象。作为车间主任,他得经常与品管部、原料部、市场部打交道,在公司生产上难以避免小矛盾。而他,永远不会跟你急,不推卸责任,而是耐心、笑呵呵跟你解释,给你安排,在乐融融的氛围中解决问题。认真、负责,是他给人的第二印象。作为饲料行业,车间在生产过程中,总会遇到这里有问题、那里有问题的困境。每当出现困境时,他总是及时赶到现场,与车间员工一起排查原因,分析处理办法,第一时间解决问题,保障生产的正常运行。重责任、重效率、重协调、重效果,徐斌已达到此境界,而且一始而终。

标杆生产部:虾特料片区珠海海为生产部
生产标兵:周金禄

珠海海为饲料有限公司生产二班的班长周金禄在一线生产岗位上干就是十年。他不甘一辈子做一名普通的操作工人,十年间,他用汗水去摸索,用时间去沉淀,所有生产岗位上都留下了他的足迹。如今的周金禄精通所有生产流程,对于生产过程有一套完整全面的认知体系,对产品的质量有独特的辨析能力,知道如何在生产过程中更好的保证质量,提高产量,降低能耗。生产过程中出现问题时,大家总是第一时间在对讲机里寻求周班长的帮助,周班长也会第一时间给与回应,解决大家的问题。生产过程中发生的任何事他都亲力亲为,遇到任何麻烦他总是第一时间赶到现场,参与解决工作,起到了很好的表率作用。

标杆生产部:海外二区孟加拉通威生产部
生产标兵:彼罗布

机修工彼罗布(Asodan Panday Biplob)自今年 1 月 15 日加盟孟加拉通威以来,一直在机修岗位工作学习,在这个过程中认真负责,粗中有细。每道工序、每个关键点他都坚决做到位,对设备进行定期检修,对存在的问题及时解决,因为公司只有一个机修工,设备 24 小时运转。所以只要有故障他都要第一时间到现场维修处理,他将一颗强烈的责任心投入到工作中,任劳任怨。他的岗位技能在坚持不懈的学习中不断的熟练并且迅速的成长,他从从不骄傲自满,一直积极向上,精益求精,不求最好,只求更好。他爱岗敬业、艰苦奋斗、锐意进取的精神是孟加拉一线生产员工的楷模。

营销标兵

标杆市场部:华东战区巴大宝鼎市场部
营销标兵:戴小晶

戴小晶是巴大宝鼎公司市场部如东片区经理,一位从事饲料营销工作 17 年的资深“饲料人”。面对畜牧行业的困难与压力,戴小晶带领如东团队业务精英,两条腿走路,直销猪场和经销商齐头并进,突破现有市场瓶颈,精耕细作,继续挖潜,化解各种风险与挑战,成功开发了上千头规模户。用真情去感染、沟通客户,让客户感动,接受是戴小晶开发市场的“常规武器”;用数据说话,用数据体现巴大猪料的优势,让客户切身感受到巴大猪料的差异化是他开发市场的“杀手锏”;顺应行业形势发展,帮助客户转型升级,实现可持续互利共赢是他开发市场的“核武器”。“用心工作,用智慧工作,用只争朝夕的精神工作”,戴小晶始终牢记刘主席的这句话,面对困难不退缩,心有目标奋力行,思路创新求突破。



戴小晶



王在聪



陈全



李儒凌

标杆市场部:华南二区海南通威市场部
营销标兵:王在聪

2015 年 12 月,王在聪接手琼海市场。当时的琼海市场几乎对通威饲料失去了信心,销量下降了将近 50%。他没有退缩,反而积极走村串户市场进行认真分析重新梳理。沉着冷静地去发现问题根源。他为了更快的重建琼海市场经销商、养殖户们对通威的信心,根据琼海市场对客户政策及时进行合理调整,积极做好客情,稳住老经销商,使老经销商销量不再下滑。对于老客户丢失掉的空白市场,用最快的速度建立起新网点。他立志把通威大旗重新插回琼海市场,用实证数据去证明通威产品一如既往的好。他在 2016 年开发了多户新网络,销量上升了将近 50%。他扭转了琼海市场猪料持续下滑的趋势,实现年销量同比增长千吨。今年更有望突破新高。

标杆市场部:华中一区汉寿通威市场部
营销标兵:陈全

2016 年,陈全有幸加盟汉寿通威,面对行业日渐复杂的竞争情况,以及新公司成立的种种不利因素,在总经办曾总“模式引领,创造价值”中心思想的指导下,在市场部李经理的领导和公司同事的帮助下,在各位客户的支持和协助下,成功建立了以通威“365 高效养殖引领模式”为引领,以高品质饲料为载体,以精准服务为导向的罐头嘴南赶养殖基地。成功发展了以麻鲤、鲫鱼为主养品种的的文蔚养殖新模式。今年陈全所在的片区销量有望比 2016 年增长 300%以上,且高品质饲料占有率有望达到 50%。

标杆市场部:华中二区沙市通威市场部
营销标兵:李儒凌

今年年初,李儒凌调到枝江市百里洲镇市场,他以“七天大胜”为敲门砖,开发百里洲镇的乳猪料和母猪料,从而提高通威猪料的知名度和美誉度,带动全价料全面上量,百里洲镇市场的销量在今年争取上一个新台阶。2 月 15 日,养殖户李光明反映乳猪强行断奶时,已经 3 天没吃料。知道这一消息后,李儒凌马上带上两包旺仔宝到他家,手把手教其调配旺仔宝。养殖户起初并不相信,但是,经过多日的实地测验,乳猪增了重,通威旺仔宝销量也逐步增加。有了坚持不懈和愈挫愈勇的精神和成功的经验,李儒凌的销量有了大幅度的提升。

(企业文化版由传播策划部王珊、王苑入提供支持)



华东战区连云港通威财务部

华东战区连云港通威财务部 悉心服务 助力经营

连云港通威财务部创新思维,方便员工和客户,提高效率。助力经营“唱好戏”是财务部工作的出发点与落脚点。他们与各部门协调配合,做好产品的价格、政策和成本预测。每个人自我加压、努力学习,保持优秀的职业操守与工作作风。每月进行至少两天的业务培训,并且相互学习、取长补短,共同进步,同伴业务上遇到困难,都会主动帮助找原因、教方法。连云港通威转型升级需要全体员工艰辛付出。他们憧憬着连云港通威的美好明天,也坚信依靠自己的不懈努力,一定能在连云港通威发展史上写下浓墨重彩的一笔。

华西战区宁夏通威品管部 查缺补漏 坚持质量第一

宁夏通威品管部在总部品管部、战区领导的关心指导下,积极开展工作,围绕公司经营协同各部门完成工作。围绕生产、市场产生的质量问题,及时反馈,及时发现、及时纠正,为市场提供优质产品。8月初,两个产品品种感官颜色与7月相比差异明显。大家马上查看原料颜色差异,分析出了原因,便立即采取应对措施,调整方案,做到了及时查缺补漏。之后,品管部进行了自我总结,发现问题,提出了今后的改进措施。

华北战区沈阳通威人行部 做好公司的“坚强后盾”

沈阳通威人行部坚持服务到位,提高工作效率的原则,带头精简人员,做到减人不减质,调动本部门人员积极性,做好本职工作的情况帮助同事做好其他工作,做到相互帮助。每季度对部门员工进行绩效考核,面谈当季度工作的得与失,每月评选标杆员工,做到公平、公正、公开。随时随地对员工进行培训,发现问题及时进行培训,及时改正,公司今年阳光行动期间连续三个月突破万吨销量,人员减少,销量增加每人的工作效率都需要不断提高。此外,为配合生产部,努力拓宽招聘渠道,参加各类招聘会,招聘合适人选,保证有需要就招聘,保证招聘效率和质量。人行部将以饱满的工作热情,持续不断的工作激情,待每位员工都像自己家人的工作感情,继续做好人事行政工作。

华南一区高明通威原料部 降成本提效率

年初以来原料部积极开发和挖掘优势原料使用,积极做好对外收益的各项基础工作,在代储粮的工作中完成各项任务,为公司直接利润增加做出贡献,同时积极高效地完成公司其他工作。虽然大家一路走来总会遇到这样那样的事情,但都学会了微笑,不仅成熟了心态,还锻炼了对待事情的态度。未来的路还很长,每一个人将以饱满的热情去学习新的知识和迎接新的挑战。



华中一区汉寿通威财务部

华南二区宾阳通威人行部 育人才 聚人心 助经营

宾阳通威人行部团队紧紧围绕公司经营目标,团结公司各部门开展各项工作。对内,完善公司人事管理制度,减少制度执行阻碍;强化安全管理,重视安全教育和安全检查,杜绝安全隐患;从企业文化建设着手,加强与各部门的沟通,协同工作,提高工作效率;组织员工开展趣味拓展活动,丰富员工业余生活,为员工打造良好的工作氛围,缓解员工工作疲劳,提高工作积极性。对外,加强与政府各职能部门的联系,创造良好的经营环境,凭借与政府良好的关系,协助“渔光一体”项目取得政府支持,办理项目报建;热情接待来司参观交流的同行、职能部门,并积极宣传公司“合作社”、“渔光一体”项目,均获得参观者高度评价。

华中一区汉寿通威财务部 趁此时 奋勇前进

汉寿通威财务部协助市场工作,用优质的服务获取客户的认可信赖,为公司的持久发展添砖加瓦。保障日常工作准确及时性同时,倾听客户的困难需求,找融资渠道解决客户资金困难,改对账模板让客户对账一目了然,多交流了解市场行情动态,常思考总结分析经营数据背后的问题。“一切为了客户,一切为了通威,一切为了未来”,汉寿通威财务部会继续保持这种服务精神、创新意识、坚持不懈的努力前行,并不断学习日新月异准则及税法知识提升自身素质,与汉寿通威共同成长争突破。“人生在世,事业为重。一息尚存,绝不松劲。东风得势,时代更新,趁此机,奋勇前进。”

华中二区武汉通威人行部 优化人才配置 做好经营服务

武汉通威人行部紧紧围绕“服务经营,创造价值”,不断深化服务意识,改进服务方式方法,进一步发挥了参谋助手、督促检查、协调综合、后勤保障作用,牢固树立了服务、效率意识,工作得以有效开展。人才招聘和培养是重点工作,战区高度重视,在人力资源中心的指导和调配下,武汉通威人事行政部冲在前线,各大专业高校都有了通威的身影,并且越来越多,越来越深刻。招聘宣讲会、校企合作班、毕业生交流会、专业实习等活动的策划和开展,让“僧多粥少”的校园招聘逐步步入正轨。每一件都践行用心工作、用智慧工作、用只争朝夕的精神工作。这个团队中每个人都发挥着自己的价值,为公司经营做出自己的贡献,团结、勤劳、高效、有活力、有原则是他们的代名词,大家兢兢业业、恪尽职守开展工作,虽然大部分人都默默无闻,但是丝毫不影响他们“服务经营,创造价值”,他们是优秀的通威人!



华南二区宾阳通威人行部



华西战区宁夏通威品管部



华北战区沈阳通威人行部

先锋团队

8月份管理体系企业文化标杆



华中二区武汉通威人行部



虾特料片区珠海海壹人行部



华南一区高明通威原料部

虾特料片区珠海海壹人行部 团结奉献 勇创一流服务

珠海海壹人事行政部是一支积极向上,团结一致的队伍,坚持“全心全意做好服务”的宗旨,竭诚为广大客户、供应商和通威海壹人提供坚实的后勤保障服务。今年年初积极开展人才培养工作,全程策划和开展育苗计划的培训,同时跟踪学员各个阶段的状态,培训前、中、后期均保持密切联系。学员拿到毕业证到市场后,多次走访市场,跟进在市场的学习、生活及心理状态最终留存率达70%,为市场引进并培养大量优质人才。当市场受到竞争对手的恶意冲击时,人行部积极协助市场做好宣传报道,坚持第一时间协助市场解决问题,为市场保驾护航。

海外一区越南通威人行部 提升能力 服务质量放首位

越南通威人行部始终坚持用微笑面对每一位员工,为员工排忧解难。他们对自己的工作要始终保持一种热度,他们用真诚的微笑,亲切的问候以及敏锐的观察力来对待每个人。作为服务部门,他们严格遵循工作职责,按照公司的规章制度严格要求自己,为各部门做好人员的储备与培训,为各部门做好后勤工作,提高员工的凝聚力及战斗力。同时给员工组织企业文化培训,让员工全体员工特别是越南籍员工深度了解通威企业文化、认同通威文化,从而提高工作责任感,提高工作效率。

海外二区孟加拉通威品管部 质量至上 打造阳光团队

品管部全员以身作则,以主人翁的态度对待各项工作任务,灵活机动而不脱离轨道,结合本地供货实际情况对来料进行逐包检查控制,将每个工作岗位的工作流程“分解”,实行“傻瓜式”管理,对生产过程中出现的机头机尾料、沉降室的杂质合理进行返工,有效控制理论成本与实际成本的差异,从而保证出厂产品合格率100%。专业化的检测人员借助先进的设备,快速对原料、产品检测验证作出判定,严格按照检测流程,严禁弄虚作假、随意篡改和篡改化验原始数据,对需修改的数据进行划改并签名,确保数据真实、准确。积极配合市场部作好市场服务工作,不定期了解市场产品质量情况,做好配方老师的“眼睛和耳朵”及时反馈给配方老师,始终让孟加拉通威产品领先于竞争对手,保持产品质量持续稳定。



海外一区越南通威人行部



海外二区孟加拉通威品管部