滨
农
和
韵
图片报道
开心农场《快点产出》
《竹田美》
《母亲》
《共同建设新滨农》
《员工创新快点生产》
《共同建设新滨农》
《共同建设新滨农》
《共同建设新滨农

光荣榜

2009年度优秀员工(108名)

销售公司:
赵　栋 潘国伟 王　强 王　飞 陈学付 韩钦龙 刘新卫 高　伟 王银峰
杨先峰 马雪峰 魏艳艳 张继红 牛秀琴 张　娜 何红波 张　晶

一分厂:
合成一:韩文忠 石洪生 刘庆申 左子林 常拥军 刘卫东
合成四:牛红军 王德军 张洪春
民　一:李国庆 潘祖阳
民　三:王现亭 张建惠
调和工段:马延堂

二分厂:
合成三:李建国 张富国 李建业 董书华
悬浮剂:石新胜 王岳峰 张国清 邢长顺
民　二:封新亮 刘书岭 刘顺利 王　民
民　四:封玉增 封建国 张金烂 卜祥忠 李海波 李顺才
干　燥:李从文 马洪臣 张文峰 杜魁江 邢金泽 崔洪泉 王明照

三分厂:
包　装:刘建亮 冯文勇 左丽红 刘玲玲 刘佐祯
软包装:赵振中 朱延平 张爱英
民　五:李佐燕 李志美
制剂:夏龙英 王艳萍

四分厂:
民　六:刘国良 陈丙儒 王　刚 张贵超
民　七:王俊明 肖希奎 孙景泽 卢红义 刘　侃 谷旗旗

五分厂:
中一:单林林 牌立波 韩英林
中三:杨廷建
张建立
水处理:姜洪祥
动　力:杨　彬 马金明 马成亮
品管部:袁宗英 李丽芳 王文娟 崔晶晶 王廷霞
科研所:刘增洪
仓储部:张奎峰
物流部:王学民
装卸办:付玉涛
后勤部:耿连彬 李立国
护卫队:张海宁
滨农财务部:贾东英
财务部:李秀珍
科　室:张　琪 田会义 孙明明 苏丽华 刘　琳 林延彬 朱晓君

2009年度优秀管理者(19名)
韩守信 侯立国 赵福廷 周　磊 郭安勇 张乐乐 李洪亮 曹占鹏 刘玉坤 罗建辛
丁泽智 张会强 李晓勇 郭洪波 游学民 吴艳芳 于喜福 高巧玲 尚　静

2009年度销售状元(3名)
李艳杰 王乐敏 乔振华

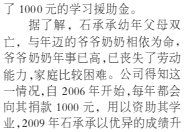
2009年度建材板块先进表彰
1.2009年度突出贡献个人:陈　良
2.2009年度优秀管理者
房　涛 李明圣 谭风国 李支涛 张　锋
3.2009年度销售标兵
王中信 宋玉超 孙　勇 刘德明 郭建辉
4.2009年度优秀员工
水泥系统:高立林 张风民 孙洪光 刘振利 刘云建
滨州金龙:陈　勇 赵芳强 刘洪章 刘学军
滨州金龙方圆:徐宗勇 张　磊
无棣金龙:李瑞峰 王淑銮
无棣金龙(北海新区):杨文岳
沾化金龙:李力明 于乐乐
博兴金龙:李志勇 王小星 郭学江
惠民金龙:郭海辛 胡成凯
滨州美亚:刘兖州
青州矿业:李清民

春风化雨山明水秀大好山河展春辉
一体两翼虎踞龙盘虎年虎将扬虎威

我们一起过年

本报讯 2月9日下午，人力资源部主任姜春燕代表公司到东寨子村石承承家中慰问，送去了1000元的学习援助金。

据了解，石承承幼年父母双亡，与年迈的爷爷奶奶相依为命，爷爷奶奶年事已高，已丧失了劳动能力，家庭比较困难。公司得知这一情况，自2006年开始，每年都会向其捐款1000元，用以资助其学业，2009年石承承以优异的成绩升入高中，现就读于滨州一中高一年级。



本报讯 2月9日下午，公司工会经调查了解到民二车间孙长东、合三车间马全国、中四车间张建立三名员工家庭生活特别困难，为了让每个家庭都能过一个温暖欢乐的春节，特意为三个家庭分别发放救助金2000元。

□一线播报

■民一车间举行年度评优暨颁奖仪式

本报讯 1月29日上午，民一车间在四楼会议室举行了年度总结颁奖仪式。车间主任王艳彬对2009年度整体生产状况做了总结回顾;安全生产零事故;严控污水排放的同时产量不降反升;下半年完成产量是2008年同期的1.75倍;解决原药变色问题,平均含量达到95.5%;成本控制平稳;设备管理改善。同时,王主任提出针对车间通风条件不好、工作环境差的现状,改善工作环境将作为2010年停车检修的重点之一。

接下来，车间领导向民一车间年度获优的员工颁发了荣誉证书。赵树国、马安民、孙松松、杨怀强荣获“优秀员工”称号;杨怀超、张冠明、张秀镇、赵付中、张海明荣获“劳动模范”称号;马爱华、郭山卫、宁方辉、何本国、曹忠杰、牌海国荣获“先进个人”称号。一分厂厂长孟令涛对民一车间的团队精神和工作成绩给予充分肯定，提出了成为一流团队的四个必备条件,即认真、务实、团结、创新,并详细阐述,与会员工受益匪浅。

(民一车间 杨怀强)

民一车间颁奖仪式

■悬浮剂车间举办第一届车间趣味运动会

本报讯 2月7日上午,二分厂悬浮剂车间举办了2010年第一届车间趣味运动会,二分厂厂长郑军做了赛前讲话。比赛分为三个环节:第一项拔河比赛,体现团队精神。第二项绑腿跑比赛,体现协作能力和技巧。第三项滚大桶比赛,考验赛手掌握技巧能力。比赛竞争激烈,各选手备战十足。拔河比赛最终由年俊龙、王朋会、吕清华、聂国俊、刘宜臣、孙大庆、孟祥辉、刘卫东、付志乐、王汝江十名员工夺冠;绑腿跑比赛由赵洪泉、李树泉;李伟松、崔连友;王汝江、薛呈滨三组员工荣获前三;滚大桶比赛中,陈会水、宋建水、周洪星三人脱颖而出。

(本报记者 苏 平)

悬浮剂车间趣味运动会

□建材专题

■建材板块新年伊始社会荣誉遍地开花

2月21日,在滨城区2009年度“硬道理杯”表彰大会上山东滨州青龙山水泥有限公司获得滨城区“硬道理杯”贡献奖。2月22日,在滨城区梁才办事处召开的表彰大会上,山东滨州青龙山水泥有限公司和金龙混凝土有限公司荣膺滨城区梁才办事处纳税贡献奖。2月22日,在滨州经济开发区沙河办事处召开的2009年的总结大会上,滨州经济开发区金龙方圆混凝土有限公司被评为“2009年度模范民营企业”,员工张文兵被评为“2009年度优秀企业职工”。2月21日,在惠民县召开的实干2009年度表彰大会上,惠民金龙混凝土有限公司被惠民县人民政府、惠民县委评为“2009年度经济工作实绩考核发展鼓励奖”。无棣金龙混凝土在无棣县委县政府召开的2009年度总结表彰大会上,被评为“富民兴棣先进企业”。沾化金龙混凝土在沾化县委县政府召开的2009年度表彰大会上被评为“沾化县先进企业”,并获得“纳税贡献奖”荣誉称号。

■建材板块首度企业文化培训圆满结束

2月21~23日,建材板块所有中高层管理人员及全体员工在营销中心接受了为期三天的首次企业文化专题培训,主要内容为团队合作、文化理念、质量经营和思维创新,由一分厂厂长孟令涛、企业文化部主任戚哲芬为大家主讲。培训形式新颖,内容生动,气氛融洽,全体学员深受启发。

■建材板块2010“抢、实、先、高、好”

2月22日下午,培训结束后,公司董事长黄延昌针对建材板块2010年工作重点向全体中高层管理人员提出了明确要求:黄三角开发之际,挑战与机遇并存,我们必须在巩固原有竞争优势的基础上,抓好以下五点——紧跟市场突出一个“抢”字;细化管理落实一个“实”字;追求技术进步突出一个“先”字;提升服务追求一个“高”字;完善产业链体现一个“好”字。

(本报记者 赵 洁)

□文化践行

■民四车间净类生产线技术改造立竿见影

本报讯 长期以来,民四车间净类生产线最高日产量在15吨左右,与设计产能差距较大。近期民四车间在主任韩兴华的带领下,通过对生产流程进行分析,发现设施配置存在单点制约的瓶颈,提出技改方案并经分厂确认同意后,通过改造增加2个界面池,提高了生产效率,取得了较好效果——莠灭净日产量可提高到19吨,并可以同时生产两个品种。另外,在改造过程中,整个改造团队充分利用废旧材料,变废为宝,约节约材料成本1万余元。

民四车间主任韩兴华

■包装车间员工胡俊勇小改动解决老难题

本报讯 众所周知,包装车间玉米合剂类产品,其包装瓶型大部分带提手,无使用旋盖机自动旋盖,这是一直存在着的老难题,甚至还影响到了生产效率。包装车间设备维修班在班长胡俊勇的带领下,对原有设备进行了改造,经过多次试验、调试,成功改制出了简易分盖装置,解决了特殊瓶型的旋盖问题。

●报缝话题

于原始林在自然情况下100至150年的产量,据预测,到2050年我国人工林可达158万平方千米。若人工林平均蓄积量提高一倍,将使人工林固碳总量达到88.4亿吨。

提倡零碳,保持低碳,走向活碳

低碳经济模式核心在于低排放、高吸收和碳持续。中国林业经济学会技术经济委员会主任陈建成教授提出了零碳、低碳和活碳的观点。他说,尽管“零碳”即零排放,是不现实的,但作为人类的理念和目标却有积极、现实的意义。

保持低碳,即意味着会发展过程中不断降低碳的净排放量,对高碳单位实行碳税调节,指标减排、制度约束,同时保护森林,增加绿地面积,发挥森林的固碳作用。

走向活碳的含义则是,把经济发展与生态保护等统一到可持续发展上,建立碳信用、发行碳股票、促进碳交易,推进碳贸易、实现碳致富。

你低碳了吗?

从坐在浮冰上的那只北极熊到太平洋那个即将被淹没的小岛国、从极端反常的气候变化到频发的自然灾害,我们如坐针毡,再也不认为环境污染的影响离我们有多遥远;当被寄予转机希望的哥本哈根气候峰会谈判失败时,它作为当头棒喝,使我们认识到人类环保协作任重道远。有自私的人,也会有短视的国家,当国家利益成为全球合作最大障碍时,我们深感绝望!虽然政治是政客的利益,但别忘了:地球是我们共同的生存环境!

做这个分析,我们无意去挑起任何阶级矛盾,只是在这个国家,贫富悬殊如此之大,富人和穷人,这两个庞大的社会群体,在能源消耗上也存在着太大的差异。现代化进程致使自然环境日益恶化,地球人人入自危,作为“先富起来的这部分人”,富人无疑消耗着更多的资源,当你开着大排量的豪华车,住着大房子,垄断着更多的自然资源时,当然要承担更大的环保责任!

如果你是城市的富人,如果你仍以开悍马为荣,如果你在城市道路上开越野车标榜个性,如果你以为富本略根是冰淇淋品牌,如果你不知道这座城市已加入“全球熄灯一小时”计划,并将建设世界现代田园城市作为未来城市规划,如果你不知道何为“搜房1018低碳行动”。那么显然,你的财富只是一串你可以拿去四处炫耀的数字,你有钱,但没有别人对你的尊敬!追求品质生活,不仅要“低脂”、“低盐”、“低糖”,也要“低碳”!

■市场拓展

任重道远 昂扬前行

我们从2009年走过来，一路艰辛也一路凯歌。我们以“加里森敢死队”一般的勇气冲杀到市场一线,搅起一轮又一轮市场拓展的波浪。宝贵的“鲶鱼效应”刺激了兄弟部门的活力，推动了整体销售工作阔步前行。

优秀团队成就核心竞争力,我公司能在东北市场实现跨跃式发展,原因有两点:一是公司领导的英明决策;二是拥有一支杰出的营销团队。

团队打造——
成就鹰狼驰骋原野
鹰——刚毅、坚强、坚韧、进取;
狼——协作、信任、服从、关爱。

存鹰之心于高远,取鹰之志而凌云,习鹰之性以涉险,融鹰之神在山巅,必能勇敢面对任何困难;狼者,遇任何艰难或强敌攻势，都能团结一致,凝聚一心,合力战斗。只要攻击目标既定，则群狼起而攻之。往往，头狼号令前夕，群狼已各就其位,各司其职;号令一出，群狼则嚎声起伏,互为呼应,默契配合,齐心奋战不畏挫折。我们的目标就是要打造一支由鹰一样的个人组成的狼性团队,她拖不垮、打不烂,时时保持高昂斗志。

团队理念——
目标一致 和衷共济 合力致胜

一、目标一致

目标即方向,方向决定未来。奋斗方向统一，团队合力才会与日俱增,这就是团队变强的要领。一个团队,就是一个整体。每个团队都有一个宏伟的目标，每个成员也都有一个奋斗的目标,而且,成员目标,必须与团队目标保持一致，才会产生“1+1>2”的团队效应,同时个人的发展,才会获得更多的支持与帮助。

二、和衷共济

俗话说,和衷共济,则飞黄腾达。大事业的成功，要有团队合作的精神来作支撑。然而,“和衷”,就是合作的前提,而且,合作的重要体现,也就是“共济”。面对市场竞争,需要“和衷共济”的精神。因此,为了共同的梦想、共同的未来，我们在团队里,要围绕“发展”这个主题,紧紧与大家团结在一起,同心同德,相互配合,相互支持地推动共同进步。

三、合力致胜

合则盛,分则衰。合者势大,分者力弱。这正如古人所说“众人合力,其利断金”。在团队里面,要发挥各种优势,都须讲究合力。如果成员之间没有合力,即使都很努力,但团队也很难发挥最大的效能。善用合力,整合资源，是更充分地挖掘与应用资源的要领。如此,团队才会获得一个加速度运动，实现飞速发展。因此,强化管理,熔炼合力,就能致胜。

2009年是农药行业最难做的一年,在公司领导的英明决策下,我团队实现销售量同比增长45%。在2010年，更艰巨的任务等待我们去完成,虽任重道远,却昂扬前行!

(销售二处 张 强)

■品牌推广

把品牌根植百姓心中

一个企业要想在竞争激烈的市场中抢得先机赢得主动,市场营销无疑是重中之重。企业的运转最终都要服务于市场,市场是动因也是结果，一切从市场中走来，最终又服务于市场。

成功的市场营销,是把自己企业的品牌建立起来,让自己的产品深入人心。企业品牌和产品形象是相互促进的,统一服务于市场。在一个新的区域怎么样拓展市场呢？产品是具体的,是人们能够看得见摸的着的,是“定量”的,物美价廉自然会受到消费者的欢迎,久而久之在同类产品中就会有优势,人们会记得产品的“标签”——企业。也就是说,从对产品的评价,人们自然而然会过渡到对企业的认知,从而给予“定性”,进而选择更多该企业的产品。

个人认为,以下五点是拓展市场,提高品牌认知度的必备条件:

第一,产品质量要过硬,品质要有保证。不论是产品的成分、含量还是包装物的材质、规格等等都要完全符合要求。在福建漳州,第一年与客户合作,到年底恰逢当地质检抽查,我们的百草枯完全符合要求,客户开始对我公司产生信赖,其它产品也逐渐打开了闽南市场。就这样从产品评价到定性企业,客户越来越放心地推广我公司产品。

第二,价格定位。有了好的产品,还要有准确的价格定位。新市场竞争压力比较大,有些厂家已经在当地形成了品牌,因此需要先用常规产品低价冲击市场,让经销商、农民进入到认知产品阶段,从而为企业品牌的认知奠定基础。

第三,产品集成。产品要避免单一,不光要有价格低的常规产品,可以打市场,可以“当炮灰”,也要有能够为经销商零售商赚取利润的高价产品，这样才能保持经销商零售商对产品的忠诚度。

第四，网络构建。目前农资行业的模式，基本上都是厂家——经销商——下级经销商——终端零售商——农民,只是通路长与短的不同。如何保证通路由上而下的流动力呢?我们知道通路渠道中的“拉力”与“推力”,拉力形成也就是营销成功、市场成熟的时候,而在拓展市场阶段,我们更多的是使用“推力”,也就是说,构建不同级别利润差,通过利益链条由上而下推动产品流动,并最终形成销售。

第五,终端宣传优势的建立。要加强终端软硬件建设,让产品、公司的品牌宣传直接面对消费者。因为只有深入人心,在消费群体中获得共鸣,才是营销最终的胜利。决胜终端,行之有效的宣传才可以事半功倍!

(销售五处 刘 伟)

■市场前沿

跑市场用心不用腿

从交接市场的第一天起，每个销售人员都想把市场做大做强，每个人的出发点都是一样的,而结果却大相径庭,为什么呢？我想应该是在市场调研环节上出了问题,结合农药市场,把我的一些想法、感受与大家分享。

市场调研是业务人员最基础的工作。要熟悉一个市场,就必须收集一手的资料和信息,最重要的是要去终端亲自看一些东西。市场调研要有充分的计划性,比如,我今天要完成几个乡镇的调查？要拜访多少个终端客户？要找出这个地区位列前三的经销商等等,事先做好充足的准备和思考。市场调查主要从以下几个方面入手:第一,掌握当地的种植作物详细情况以及种植面积,以明白这个地方应主要推广什么作物用的除草剂,并初步估算用量。收集到的第一手资料越详细,市场策划也就更准确更细致周到，那么这个地区大体的营销量你就心中有数了。第二,用药习惯,这个地区主要用什么药剂除草,什么规格、用量多大,接下来就要从本公司的产品中优化选择,找出适合当地的有潜力的产品,做重点推广。第三,尽可能详细了解竞品情况,哪个厂家的货卖得比较好,在当地已形成品牌的货是什么。在这种情况下,我们的产品该如何跟进。一个公司位于什么档次,到乡镇终端一看就明白:终端是否有你的货,是否把你的货摆在显眼位置,是否主推。第四,网络通路。谁在搞批发,零售终端的货是谁送的,批发商的信誉如何,在调查乡镇终端时，一定弄明白谁的网络比较健全，怎么个运作方法。优化网络是调研的结果,产品有了,销售量也预测了,但没有网络一切都白搭,因此还得找出适合你思路的、信誉好的代理商。

市场调研是一项比较辛苦枯燥的工作，这项工作没有捷径可走。真正跑市场得到的感受想法和在家里闭门思考的东西是完全不一样的,毛主席说过:没有调查,就没有发言权。

我建议销售公司的每一位业务员都拿出时间到终端和田间地头看一看,亲身感受一下。不要一说让下去就牢骚满腹,借口还有很多事情要做。真正的需求在消费者心中,未来的市场竞争日益激烈,我们就得想办法把相同的产品卖出不同来。

调研市场后还要写一份调查报告，并不是所有人的调查报告中都有灵感,但不要着急,只要有了思路,就有了突破点。搞样板容易,要真正做出与众不同的策划就得多费心多用心。

细节决定成败,调研市场多注意寻找小的切入点,更容易突破瓶颈,找到属于自己的市场。一个优秀的业务员和一个普通的业务员就在于,优秀的业务员是用心跑市场,普通业务员用腿跑市场。

(销售六处 王新国)

■供货商语录

大树底下好乘凉

说起我们与滨农科技的合作,应该追溯到2000年以前。那时的滨农科技,只是蜗居在滨州城北一隅的一个小型农药厂,全厂也不过两三个生产车间,管理人员全在一排低矮的旧平房里办公;晴天,尘土飞扬;雨天,则泥泞难行。即便到了滨州市区打听,也不见得有多少人知晓。对我公司产品的需求量每年也不过数万元的样子。

时光飞转,转眼间来到了2005年。滨农科技的领导决策者高瞻远瞩,审时度势,做出了整体搬迁并扩大企业规模的重大决定。今天看来,这一举措对滨农科技的发展具有划时代的意义。

2005年至今,是滨农科技实现跨越式发展的几年。从搬迁到扩建,一气呵成。在原来的基础上,又新成立 公司。厂区总占地面积千余亩,固定资产达到6亿余元,员工2千余人,年销售额近二十亿元,成了全省乃至全国农药行业中响当当的名牌。

“大树底下好乘凉。”滨农科技的飞速发展,也给我们这些供应商的发展也提供了良好的机遇。随着滨农科技一个个新项目的上马,对我们的产品的年需求量也呈十倍乃至数十倍地增长。正是依靠滨农科技等几个较大厂家的扶持,我们公司也从一个名不见经传的小厂一跃步入了全国同行业的前列。

短短数年,滨农科技发生了翻天覆地的变化。毫不夸张地说,目前基础雄厚的滨农科技,加上如日中天的,异军突起的中,滨农人开创了中国农药行业的又一个“深圳奇迹”!

如今的滨农科技,一排排整齐划一的生产厂房,一座座富丽堂皇的办公宿舍大楼,一片片碧绿青翠的花草树木,无一不给人以赏心悦目之感。而职工的精神面貌也焕然一新,随处可见一张张饱含激情与自信的笑脸。

淄博圣新石墨设备有限公司总经理 王鹏珂

滨农的“名牌效应”也惠及了我们公司的销售人员。上门推销产品,遭遇冷遇本是家常便饭。但在山东乃至全国的农药生产厂家中,只要提及我们是滨农多年的供应商,客户那原本有些狐疑与冷漠的眼神立刻变得热情了起来,接下来的业务洽谈也就顺畅了许多。这一招屡试不爽,简直成了公司业务员的“杀手锏”,也多次招来同行嫉妒、艳羡的目光。

新的一年又来到了,衷心祝愿滨农科技在未来的日子里“百尺竿头更进一步”,开创出属于滨农科技的又一个“春天”。而我们这些多年的合作伙伴,将会更加慷意地沐浴在滨农科技所带来的“春风”里……

(淄博圣新石墨设备有限公司 李志彦)

销售人员开展自发协助车间生产活动

本报讯 1月30日至2月1日,体销售人员在市场部的组织下协助民五车间进行生产。通过前期的“两会”工作,为2010年的市场拓展起到了有力的推进作用,产品销售势头较好,一直处于紧张供货状态。为了抢占市场,打好2010年开门第一战，总经理张裕发制定了春节前备货1500吨、发货800万的战略计划,在各大区经理、片区经理的共同努力下,销售定单接踵而至。截至1月30日,销售人员报回的申请发货金额已达1000万元。

通过三天的辛苦劳动,协助民五车间贴完标签4万多瓶。全体销售人员深深感受到车间生产人员的辛苦,在今后的工作对车间生产多一份理解和宽容。同时纷纷表示一定要珍惜生产人员的劳动成果，做好产品的销售工作，减少退货,在2010年为公司交上一份完美的答卷。

(市场部 刘 杰)

PDF 文件使用 "pdfFactory Pro" 试用版本创建 www.fineprint.cn