



落实优惠税收政策 推动高质量发展

2021 全国两会期间,刘汉元主席针对有效落实饲料行业国家优惠税收政策问题建言资政

● 建议对饲料及饲料添加剂的鼓励要求标准仍然定位于“绿色无公害”

● 有效落实国家优惠税收政策,推动饲料企业持续高质量发展



全国两会通威集团媒体见面会现场



刘汉元主席在会上回答记者提问

问题: 当前标准制约行业发展

刘汉元主席指出,自 2001 年起,国家开始实施西部大开发,饲料产业在 2005 年被纳入其中的鼓励类产业目录,享受减免税收优惠。实践证明,该项政策有力促进了西部地区饲料产业蓬勃发展,也促进了一批饲料企业走出西部、走向全国乃至全球,成为中国乃至全球饲料产业的龙头。但 2020 年 1 月 1 日正式实施的《产业结构调整指导目录(2019 年本)》(下称《目录》),对饲料的要求由“绿色无公害”变为“取得绿色食品生产资料标志”,该调整未能完全考虑当下的中国国情和饲料行业发展现状,致使西部和海南自贸港饲料企业难以享受税收优惠政策。

2020 年 4 月 28 日,财政部、税务总局、国家发改委发布了《关于延续西部大开发企业所得税政策的公告》,自 2021 年 1 月 1 日至 2030 年 12 月 31 日,对设在西部地区的鼓励类产业企

业减按 15% 的税率征收企业所得税。今年 1 月 27 日,上述三部委联合印发了《海南自由贸易港鼓励类产业目录(2020 年本)》,对目录中鼓励类产业企业,同样减按 15% 的税率征收企业所得税。上述政策的出台,对进一步鼓励和支持西部及海南自贸港饲料企业做大做强具有重要意义,其中的鼓励类产业目录均参照了《目录》,但《目录》在制定时,未能完全考虑饲料行业的发展现状,对饲料的要求由“绿色无公害”变为“取得绿色食品生产资料标志”。这不但增加了饲料企业的经营难度和负担,致使企业无所适从、困惑不已,而且根据绿色食品生产资料标志认证的相关法规以及行业发展现状,目前几乎所有的工业饲料企业都难以达到要求,导致西部和海南自贸港的饲料企业,无法执行鼓励类产业减按 15% 的税收优惠政策,增加了企业的财

务负担和经营压力,推高了饲料的生产成本,进而传导至终端消费者,违背了政策设立的初衷。

刘汉元主席指出,如按照《目录》要求“取得绿色食品生产资料标志”执行标准,饲料企业将面临以下两点问题:

一是饲料原料来源必须是绿色食品及其副产物,这将导致规模化生产难以实现。根据农业农村部 2018 年发布的《绿色食品饲料及饲料添加剂使用准则》规定,“植物源性饲料原料应是已通过认定的绿色食品及其副产品;或来源于绿色食品原料标准化生产基地的产品及其副产品;或按照绿色食品生产方式生产、并经绿色食品工作机构认定基地生产的产品及其副产品。”“动物源性饲料原料只应使用乳及乳制品、鱼粉,其他动物源性饲料原料不能使用;鱼粉应来自经国家饲料管理部门认定的产地或加工厂。”按

照目前的国情,饲料企业基本难以批量组织绿色食品原料。按此标准,每家企业每年只能生产数百吨饲料,无法进行规模化生产,而要享受鼓励类税收优惠,鼓励类产业必须为主营业务,且主营业务收入需占企业收入总额的 60% 以上,饲料企业将难以达到。

二是绿色食品饲料的认证成本高、效率低。根据《绿色食品生产资料标志管理办法实施细则(饲料及饲料添加剂)》规定,“同类产品,产品的成分、配比、名称等不同的,按不同产品分别申报”,即一品一证。当前,具有一定规模的饲料集团公司,推出的饲料产品少则几十、多则几百,申报绿色食品的工作量和难度大、效率低、成本高。且同属一家集团的各分、子公司只能分别申报各自产品,不能以集团公司名义统一申报,进一步推高了申报的难度和成本。

建议: 补充解释“绿色无公害”标准

刘汉元主席表示,目前,我国西部及海南自贸港的饲料产业在第二产业中的贡献力度高于东、中部地区,其中海南、广西、四川、云南的饲料产业对第二产业贡献较高,都在 2% 以上,海南达到 7.55%、广西达到 6.12%,普遍高于中、东部省市,对当地经济发展贡献了重要力量。同时,西部及海南自贸港的第一产业占比比较高,饲料产业有助于改善第一产业结构,促进农业走向集约化、规模化发展。我国西部及海南的第一产业占比普遍高于东、中部地区,基本在 10% 以上,其中海南达到 20.35%、广西为 15.95%。饲料产业作为与第一产业紧密结合的产业,对第一产业的拉动作用明显,能有效促进第一产业内部结构调整,由传统的农业养殖转型为规模化、集约化养殖,因此需进一步鼓励和扶持,进而加快上述区域充分利用资源禀赋优势发展第一产业。

对于《产业结构调整指导目录(2019 年本)》对饲料产业要求的调整,刘汉元主席指出,方向固然是好的,转向了生产、种植更为健康、安全、附加值更高的农产品,但未能充分考虑我国当前的实际国情和产业发展现状,致使西部和海南自贸港饲料企业无法享受税收优惠政策,阻碍了产业持续健康发展。

对此,刘汉元主席建议对《产业结构调整指导目录(2019 年本)》进行补充解释,对饲料及饲料添加剂的鼓励要求标准仍然定位于“绿色无公害”。建议参考 2013 年对《产业结构调整指导目录(2011 年本)》的修订,由国家发改委出台补充解释,对饲料及饲料添加剂的鼓励要求标准仍然定位于“绿色无公害”。如此,才能更加忠于政策制定的初衷,有效落实国家优惠税收政策,推动西部及海南自贸港饲料企业的持续高质量发展,有力推动我国区域经济发展不平衡问题的解决。

记者 乔白滔

找标杆 树标杆 学标杆

通威农牧率先响应集团号召,2021 企业文化建设工作全面启动



通威股份总裁郭异忠在会上作总结讲话



大会现场

表率是最好的领导方法

会上,通威农牧全员再学质量方针,并回顾了 2020 年通威农牧企业文化工作成果。辩论赛冠军团队代表杨正文现场分享践行企业文化的感悟。通威农牧企业文化专项工作组组长张红缨发布《通威农牧企业文化建设方案》,副组长冯畅发布《通威农牧企业文化建设执行方案》,副组长李凌峰发布《通威农牧企业文化建设激励方案》,对执行力落地的组织保障、落地举措、具体工作要求、奖项设置和表彰方式等进行全方位阐释。

2021 年,通威农牧将继续聚焦执行力,以“表率是最好的领导方法”为主题,以“践行三个执行,事事争创一流”

为主线,围绕“深入践行质量方针、高效落地标准化建设、全力实现满产满销”三大抓手,建立对企业文化践行的标杆团队和个人的激励机制,在践行集团企业文化建设主线活动的同时,广泛开展“找标杆、树标杆、学标杆”活动,充分发挥表率作用,努力推动农牧板块企业文化工作再掀新高潮。

为展现通威农牧落地企业文化、以“三大抓手”助力经营管理的决心,主会场与 60 余家分会场参会人员,在通威股份总裁郭异忠的带领下郑重宣誓:“承诺制度必执行,承诺必兑现,说到必做到!”吹响了向 2021 年企业文化建设目标冲锋的号角。

人人做标杆、人人学标杆

会议最后,郭总作总结发言,分享永祥股份董事长段雍和经营团队面临洪灾奋勇拼搏的事迹,号召大家向优秀的兄弟公司学习。

郭总指出,2020 年企业文化建设工作是农牧板块多年来落地执行最好、成绩最丰硕的一年,大家不仅在集团各项比赛中收获多项荣誉,更能够在一线岗位看到许多文化传承的优秀案例。这一切来源于团队思想观念的转变和执行力的强化,企业文化依托标准化等工作有了具体的落地抓手,并与经营紧密相关。

郭总表示,质量方针是农牧发展总纲,其核心是养殖效益最大化,2021 年

通威农牧将承接集团“表率是最好的领导方法”这一主线,延续并纵深落实执行力文化。片区总经理及各主要负责人务必做好表率,带领团队践行质量方针,推动营销和技术转型双轮驱动,形成人人做标杆、人人学标杆的氛围,助力企业经营管理工作欣欣向荣。

在通威集团 2021 年度企业文化建设正式启动当天下午,通威农牧率先响应集团号召,提出“一个主题、一个主线、三大抓手、一套机制”作为指导方针,号召全员积极参与到质量方针落地和弘扬标杆精神等一系列活动中去,乘势而上,继续让通威农牧企业文化建设大放异彩。

通威股份荣膺 “2020 年度中国小龙虾产业十强饲料企业”

本报讯(通讯员 贺茜)3 月 19 日,2021 第四届中国(国际)小龙虾产业大会在湖北潜江举行。大会发布 2020 年度中国小龙虾产业“十强”评选结果,并宣读《中国小龙虾产业创新联合宣言》。通威股份荣获“2020 年度中国小龙虾产业十强饲料企业”称号。

近年来,通威在质量方针指引下,全面梳理水产品种,确定未来重点聚焦南美白对虾、草鱼、鲫鱼、小龙虾、加州鲈等 10 个养殖品种做大做强。为进一步打造产品力,通威强调技术与市场双轮驱动,对产品精准定位,模拟产品线运作模式,参照产品集成开发管理理念,实行产品全生命周期管理。随着行业整合速度加快,未来通威将继续以养殖效益最大化为核心,推动中国水产养殖业转型升级。

通威股份技术中心创新能力建设项目顺利通过竣工验收

本报讯(通讯员 汪明)3 月 19 日,四川省发改委组织召开 2019 年立项的高新技术发展项目竣工验收会。“通威股份技术中心创新能力建设项目”顺利通过竣工验收。

该项目紧紧围绕“安全优质水产品生产全过程控制”开展建设工作,从水产养殖投入品质量安全控制、智能养殖模式开发与在线调控、养殖水产品品质提升三个方向,建设了安全优质水产品质量控制实验平台,促进了水产饲料和养殖产业技术升级。

以质量方针激活“抢春”新动能

通威农牧各片区,各分、子公司积极响应总部号召深入推进市场工作



华西一区抢春行动赋能培训会举行

俊采星驰封宝剑,辞群一夜取楼兰。通威股份农牧板块“抢春”行动全面开启,如火如荼。为打响决胜一年开局的攻坚战,深入贯彻刘汉元主席“扬长取短、聚势聚焦”的经营方针,坚持“想清楚、理清楚,并真正执行到位”的行动纲领,真正落实配方统一、产品精简、提升客户质量以及标准化建设等重点工作,通威农牧全体将士吹响了催人奋进的集结号,理清发展思路,破解发展难题,朝着2021年的崭新目标砥砺前行。梦想凝聚人心,愿景催人奋进。通威农牧各片区,各分、子公司相继开启水产抢春行动赋能培训,召开经销商大会,最大程度地激发起股份全体一线将士的积极性、创造性,全面提升合作伙伴的养殖效益,凝聚起全体通威人奋进新时代、共圆通威梦的伟大力量!

记者 乔白酒 通讯员 万柳 姚远 乔雅慧 赵一品 王春兰 张爱华 冯美娟

积极转变思维 打造先进模式 华东二区召开“示范户”技术交流会

3月12日,华东二区“示范户”技术交流会江苏泗洪召开。华东二区总经理兼南通巴达总经理柯善强、片区各相关条线负责人参会,近600名优质经销商及养殖户朋友参加活动!

会上,柯总分析了我国水产养殖现状和趋势,鼓励大家在原料行情大涨的当下要积极转变思维,利用先进的养殖模式和高品质产品养出好蟹,从而不断扩大西洪大闸蟹在全国的品牌影响力。一年之计在于春,南通巴达必定跟各位养殖户朋友同心同向、共克时艰,提供更好的产品和更多的配套服务,为养殖户朋友创造高效益而不懈努力!



华东二区“示范户”技术交流会成功举办

以用户为中心 实现高质量增长 华西一区召开水产抢春行动赋能会

华西一区抢春行动赋能培训会最后一站在双流特种料公司顺利召开。通威股份总裁郭忠、华西一区总经理成军和、普水产品线总经理米海峰、特水产品线总经理陈效儒、水产市场部副部长刘雄等总部领导以及华西一区各公司相关负责人共同参与。

本次会议旨在全面落实质量方针,清晰梳理各公司产品结构,利用信息化工具提升水产产品线运营效率。会上,米总和陈总再次强调了技术和市场双轮驱动的重要性,片区普水和特水营养师分别做了片区各公司《产品效果与产品力分析》报告。刘部长强调了水产线成立的背景及意义,并表示,以技术转型、技术体系提供专业的方案、营销转型,从以销售为中心转变到以用户为中心,通过用户开发得到销量才是真正有价值的销量,才能保证经销商做大做

强,实现销量有质量的增长。水产市场部长助理胡昭明作《践行质量方针落地示范工作》主题报告,通过“选”、“建”、“用”三方面详细地分享了示范户工作如何建设,选择核心市场,核心客户,围绕三定法则,落地三会,推方案、做宣传。水产市场部相关负责人分别作《一机在手天下你有》、《夯实层级分工提升开发效率》主题报告,详细分享了层级分工如何开展及层级工作如何点检,将自上而下与自下而上有机结合,做好层级分工,才能真正实现以用户为中心的营销转型,最终实现公司与客户共赢发展。通过此次会议,华西一区将继续把产品质量、模式打造和优质示范户等工作落到实处。片区一线营销战士也将质量方针指引下,能真正做到回归营销本质,践行质量方针,实现用户养殖效益最大化。



虾特料片区全面落地主场营销,开启市场新征程

以产品为根本 实现养殖效益最大化 虾特料片区开展主场营销会议

3月22日,虾特料片区阳江海壹特种料营销中心主场营销会议在阳江海壹基地圆满召开。特种料营销中心总经理刘艳平、阳江海壹内务总经理邓明高、特种水产研究所营养师刘雪兵、特种水产营销中心部门客户代表,诚邀珠三角地区养殖户共同参会。

养殖户首先参观了公司生产车间,并对厂区生产设备、生产工艺以及各生产环节进行了详细了解。会上,刘

总对质量方针指引下通威新五年战略规划进行了讲解,质量方针指引,以产品为根本,以养殖效益最大化为目标,顺势突破。特种水产研究所营养师刘雪兵围绕公司高质量设备、精工艺就公司产品质量、产品特点与养殖效果进行了介绍。

虾特料片区2021年将秉承养殖效益最大化的目标,坚持客户至上,诚信服务,与广大客户实现共荣共赢!

制定行业新标准 占领行业制高点 华南一区召开高端苗种料开口乐发布会

近日,华南一区广东通威2021经销商成长学院高端苗种料开口乐发布会于佛山市祈福仙湖酒店顺利召开,通威股份华南一区总经理邓金雁、通威股份高端苗种料IPD项目总经理乔永刚及华南一区各职能总监等领导参会。

会上,华南一区营销相关负责人对华南水产行业发展趋势进行了分析,对通威质量方针进行了解读。水产研究所营养师对通威饲料原料组成、用料模式进行了详细介绍,向经销商朋友解读了原料构成对饲料的影

响,为客户带来更直观的感受。针对苗种养殖痛点,回归鱼类生物学本质,根据苗种营养需求,通威率先对苗种料进行重新科学定义,引领行业、制定新标准。创新推出通威高端苗种料开口乐,为广大养殖户实现养殖效益最大化,占领行业制高点。会上,客户纷纷表示通威值得信赖,争先恐后签订合约。邓总获得成长经销商伙伴奖项的客户颁奖。本次会议圆满结束,2021年广东通威将与广大经销商朋友携手共进、共同发展。



华南一区服务老师现场展示通威“开口乐”微粒子悬浮仿生工艺

紧抓市场机会 共创增量增利 华东一区举行水产抢春行动赋能培训

3月24日,华东一区水产抢春行动赋能培训在大丰通威举行。通威股份副总裁张璐、华东一区总经理贾光文、普水产品线总经理米海峰、特水产品线总经理陈效儒、水产市场部副部长刘雄及华东一区全体营销人员参加培训。

会上,张总表示,应该不断重提和学习质量方针,改变传统思想。希望片区在质量方针指引下,做好营销转型,自下而上地让客户感觉到公司的产品优势,共创市场增量增利,同时紧抓市场机会,坚持做好产品推广,实现片区

内统一管理、统一协同,将营销工作落到实处。刘部长、贾总、米总、陈总分别进行了“质量方针”相关主题培训。片区各产品线经理作产品效果与产品力分析,并针对基础打样工作与市场交叉覆盖等问题进行了探讨交流。总部产品线赋能团队与各公司总经理、品管经理和财务经理共同梳理各公司产品情况,增量路径及抢春市场工作落地措施,帮助片区各公司理清思路,实现量利目标。



华东一区全员紧抓市场机会,为抢春行动量利突破不断蓄力

践行质量方针 实现共赢发展 华北一区水产产品线抢春赋能全面开启

为进一步激励片区在抢春阶段再创利新高,3月27日,华北一区水产产品线抢春行动赋能培训会在天津通威召开。华北一区总经理李德贵、各水产品中心总经理及天津通威水产全体营销将士参加本次会议。

会上,李总再次强调全体水产线营销将士必须以饱满的精神参与培训,真正把逻辑理清并执行到位,利用所学知识做好抢春工作,为2021年大突破打下坚实基础,为新的5年规划打下基础。

各板块相关负责人分别进行了“践行质量方针,聚焦用户开发”“践行质量方针,落地示范工作”“夯实层级分工,提升开发效率”等主题赋能培训,并就水产品中心专项服务条线进行了技术指导。同时,产品梳理组对片区各公司产品进行了梳理。相信在2021年产品线的支撑下,在全体同仁共同努力下,华北一区定能实现大突破,真正实现客户、公司、团队和个人共赢发展!



华北一区全体营销将士认真记录“抢春”培训内容并进行现场考试

“朔方烽火照甘泉,长安飞将出祁连。”抢春如火如荼,全体通威农牧将士用汗水浇灌收获,在竞争中奋楫争先,力争在2021交出一份属于全体农牧将士的硬核答卷。抢春的号角凝结着新时代奋斗者的呐喊和汗水,彰显了不同凡响的通威风采与通威力量。在这个不平凡的春天,全体农牧将士将在通威质量方针的指引下,继续全面聚焦市场营销和管理模式创新,再次取得全面突破,从胜利走向更大的胜利,在竞争加剧的残酷背景下,继续用扬眉吐气的业绩捍卫王者尊严!



华中三区2021年力争实现“质量领航、模式牵引、通力合作、价值共赢”

什么是正确的事?
是以用户为出发点
的、想清楚的决策

什么是全身心投入?
是高效执行

什么是成功?
是用户再次用脚为
企业投票

重塑“质量方针”一周年 我们交出这样的答卷

企业文化笔记

每一颗用心
“质”造的饲料
都是打胜仗的子弹
通讯员 马琳

强化执行力我们在行动

找标杆
树标杆
学标杆

距离2020年3月17日《通威股份饲料板块质量方针和目标的通知》发布,已整整一年。关于刘汉元主席重新斟酌了每一个字的“质量方针”,每一个通威农牧人都已烂熟于胸。也许在局外人看来,通威重提“质量”是老生常谈、员工无条件执行是职责使然,但只有身处其中的我们,在历经思维颠覆、见证自我改变之后,才会感慨:原来当我们有幸全身心投入到一件正确的事中,这件事的必然成功,已与平凡的我们建立起无法剥离的关系。39年不变的质量坚守,在2020年被再次要求,对于通威而言与其说是战略选择,不如说是生存之本、是营销利器、是管理手段、是经营哲学。

记者 乔白滔 通讯员 马琳



农牧板块持续推进标准化建设,为全面落地质量方针奠定坚实基础

“质量方针”是管理手段

通威从一家小饲料作坊,发展到如今双主业双龙头的现代化企业,39年遇到过企业生命周期不同阶段产生的种种管理难题,她也许庞大、也许传统,却为什么依旧能让百家饲料子公司的数万员工一年内走出舒适、主动变革?

回看通威发展的每一个阶段,创新网箱养鱼、深耕饲料工业、跨界新能源。通威掌舵人刘汉元主席每一次高瞻远瞩的决策,与员工的无条件执行,始终是最重要的两个因素。“始终以养殖效益最大化为目标规范全员意识和行为”是刘汉元主席的决策,农牧人用执行力成功攀登企业发展史上的又一个山头。

标准化一阶段改造在每个公司都如同一场涅槃。产线不能停、人手不能加,那与灰尘油污鏖战、与时间效率赛跑的难题,只能员工见缝插针做、主动请缨扛。每一场验收分享,都有员工泪洒现场,如果没有发自内心的波澜壮阔,谁又会在职场中将眼泪轻弹?

“质量方针”是经营哲学

在市场的重复博弈中,客户会跟着企业走10年、20年、30年,如果企业不让客户致富,客户也不会让企业发展。通威正是以这样的经营哲学,不断督促自己通过“成本领先”和“持续增值”成为行业中的“不可替代”。刘汉元主席说:任何一个人来替代你,成本就会更高,效果就会更差,距离就会更远,这个时候你就成为不可替代!

“质量、市场、效益是公司发展的永恒主题,而质量是市场、效益的基础前提”。为了贯彻刘汉元主席对质量、市场、效益三者辩证关系的思考与认识,通威农牧各个体系、各个分子公司,可谓全员,甚至连用户,都参与到这场质量保卫战。

若干年后回看这段历史,数万通威人一定凭借这一次逆流而上,开辟了全新的蓝海,并始终与用户肩并肩站在一起。

“质量方针”是生存之本

中国饲料加工业发展的30年来,随着行业不断垂直细分,饲料生产企业逐渐向养殖产业链中的饲料生产环节发展,利润率下降约8倍。饲料本质是生产资料,价值在于为养殖者创造效益。因此,能生产出成本低、科技含量高、品质稳定、养殖效率突出的饲料企业,才能被市场接受。

小企业直接被洗牌淘汰,大企业如何生存?通威选择用“标准化、规模化”压低成本、提升效率,来创造企业自身的利润空间;选择用“专业化”提升产品养殖效益,为用户创造价值,准确识别用户需求、帮助客户抓住本质需求。

所以通威靠“质量方针”生存发展的逻辑很简单——第一,通威有利润

才能生存。那就做“标准化”和“满产满销”,不从客户手里抢利润,靠规模优势压低自身成本。第二,客户赚钱通威才能赚钱。那就成立“产品线”,让技术体系主导产品而非市场体系主导产品,用科技为饲料生产的各个环节赋能,用产品力让客户赚钱。

通威农牧自2020年4月以来,已有27家生产基地参与对经营、安全、配方、生产流程、现场管理等方面的标准化一阶段改造,14家完成验收。2020年实现单吨变动生产费用同比下降6%,变动生产三费节约,投入产出比提升均带来实实在在在效益,质量安全实现0事故。仅仅一年,通威用质量赢得了市场和效益,让全员看到“质量方针”为何是生存之本。

“质量方针”是营销利器

营销产生不了价值,只有养殖效益能产生价值。所以通威在技术层面做加法,在营销层面做减法。

通威产品标准化改革已进入第三个年头,技术体系牵头从原料标准化、养殖品种标准化、产品名称标准化、配方和营养指标标准化等方面持续推进,普水、特水、畜禽三条产品线,产品优化率高达90%!这也许会有非议,但也是经得起推敲的“引领者”态度——只做经典配方、只比养殖效益。

通威信奉“质量方针”是营销利器的最好证明,就是在2020年发起的“通威质造,养殖高效”活动。活动鼓励用户反馈产品效果、讲述养殖故事,在互动交流中,督促企业提升

产品与服务质量,帮助用户“实现养殖效益最大化”,推动行业的进步和发展。

千万人次的活动曝光流量,证明了质量和效益才是用户本质需求。2020年四川通威回归营销本质,坚持靠产品质量实现养殖效益最大化,从而赢得市场。

公司对水产、畜禽的全线产品政策进行重新梳理,在设定合理盈利水平的基础上不保留任何机会利润,把利润一次性让利给市场,减少营销的形式化,如今总结过去一年,公司市场发展明确向好!尤其通过一场场主场参观交流,打开大门让用户把每个环节看完,回去依旧觉得通威是他的唯一选择。

标准化建设是没有硝烟的战斗!

通威农牧各片区,各分、子公司持续聚焦标准化管理,开启2021企业文化建设新征程

3月26日,通威股份农牧板块率先响应集团号召,企业文化建设工作全面启动,并确定了以“找标杆 树标杆 学标杆”为主题的企业文化建设主题。同时,各片区,各分、子公司在深入学习通威执行力文化和标准化管理的同时,对标优秀个例,结合岗位需求进行改善。通威企业文化正通过多元化的表现方式固化为统一的行为准则,在每个通威农牧将士心中潜移默化,并留下深刻烙印。

记者 乔白滔
通讯员 丁启燕 姚远 杨心如 潘海洋



阳江海壹总经理张奎带领公司各部门领导进行标准化打造宣誓



宾阳通威后勤团队齐上阵,积极参与工厂标准化改造工作



宾阳通威标准化建设初具成效

自去年11月在虾特料片区率先启动标准化建设以来,宾阳通威已取得阶段性成果,主场营销成效显著。宾阳县饲料行业安全生产暨安全隐患整改落实工作会议近期在宾阳通威召开,是对公司当前标准化工作的高度肯定。3月,虾特料片区阳江海壹、茂名通威两家公司也相继启动标准化管理项目。两家公司全体员工将牢记标准化准则和要求,不折不扣,全力以赴,争取做到最好。通威股份总裁郭忠异在启动会上通过视频连线作重要指示:推行标准化建设是一场战斗,通过自我变革实现价值营销和满产满销!

与此同时,为重点解决“生产车间跑冒滴漏”这一核心问题,进而加速推动标准化建设工作的开展,华南一区广东通威于组织生产员工召开了标准化主题文化沙龙。大家畅谈问题,并提出了很多治理问题的优秀建议,有效推动了标准化工作的开展。

3月24日,华西一区总经理成军和、蓉味通威总经理王忠俊一行赴德阳通威检查指导标准化工作。成总一行对公司生产大楼、成品库房、原料库房、食堂、寝室及全厂环境进行了点检,对车间正在运行生产设备保持的良好卫生状况给予了肯定,并对不到位之处提出了意见和建议。德阳通威未来将在抓好标准化工作的同时,继续以质量方针为导向,加快市场一线营销工作的开展,为2021年实现增量突破夯实基础。



华西一区总经理成军和、蓉味通威总经理王忠俊一行赴德阳通威检查指导标准化工作

天门通威总经理胡生华说,可贵的不是解决问题,而是从根本上解决问题。这不仅靠专业和负责,还有他的真诚和热心。去年疫情受困他都来了4次,每次出差10多天,没日没夜像盖楼一样打好地基。年前他带领大家停机排查、全面检修,天门通威员工也众志成城,春节期间留守车间完成任务。年后陈老师就第一时间复核、开机,我们看到能耗显著下降,都沸腾了!

别人认为,陈幸福拥有一夫当关的能力,而他却说:是整个团队满是一往无前的勇气!过去一年,湖北区域惨遭新冠疫情和暴雨洪灾的双重打击,面对“养殖上半程锁在家里,养殖下半程泡在水利里”的客观困局,通威“质量方针”却用做人的养殖亩产兑现了企业的承诺,坚守了企业的良心,与广大养殖户与天斗、与地争,一起赶上2021年的鱼价回暖的增收东风,拨云见日。

不找借口,产品说话;不比政策,只比效益。今天的通威一如既往且愈加坚定,因为质量而无比坚决,因为质量而无比自信。质量背后,除了“标准化产线”的物力保障,还有“文化再造”的人心支持。这是一种振奋人心的局面:全员为质量负责,就会拧成一股绳,主动发现问题、共同解决问题;全员为质量骄傲,就会不辞辛劳、不舍昼夜,精心“质”造每一颗饲料。

“我们都只想做出成绩,我们有共同的目的,所以我们能成事!”这是丁亚虎总结他能和陈幸福一拍即合、并肩作战的原因。每一颗用心“质”造的饲料,都是打胜仗的子弹。养殖者生存,企业才能生存;养殖者壮大,行业才能发展!

打造最严标准 捍卫舌尖安全

华西一区四川通威打造最高规格生物防控体系,助力生产经营再上新台阶

从某种程度上来说,稳定的情绪和稳定的产品等价,都是创造价值的载体,前者可以带来愉悦的沟通氛围,后者可以固化紧密的伙伴关系。在高科技企业借助区块链、人工智能等概念革新吹出天量泡沫的当下,传统制造业对质量的坚守,反而更显得弥足珍贵。通威股份华西片区四川通威自开展标准化建设以来,对内降本增效成果显著,对外主场营销赢得客户一致好评和高度信任。在此基础上,四川通威2021年将深入推进标准化建设,通过“生产自动化、业务数字化、过程标准化”,力争实现大幅度降本增效、大幅度领先行业。

记者 乔白酒 通讯员 贺茜 马俊



四川通威厂区门口的二级洗消点

生产自动化、业务数字化、过程标准化

3月19日,通威股份总裁郭忠率标准化项目专家组一行莅临四川通威视察指导标准化工作。期间,郭总一行视察标准化二阶段进展,并详细了解生产车间、成品和原料库房等各岗位设备运营情况,对四川公司正在使用的无人过磅系统、油脂自动出入库系统、原料拆垛机、自动套袋机等运行使用过程中存在的问题提出了宝贵的意见和建议。

在随后召开的工作沟通会上,与会人员听取四川公司生产、后勤等员工对自动化设备投入使用的效果做详细汇报。同时,片区财务总监马立群、标准化项目专家组团队分别对标准化二阶段成本费用、各自负责的项目规划和工作进程等情况作简要汇报。四川通威总经理彭金钢对指导与支持四川公司标准化工作的各位领导表示感谢,并表示,自标准化二阶段推进以来,公司人均生产效能和降本增效方面得到显著提升,公司综合实力和竞争力不断增强,希望项目组继续支持指导公司员工顺利推进后续工作。

会议最后,郭总进一步强调实施标准化的重要意义,并对通威现场标准化、营运标准化两个阶段重点工作予以详细讲解。郭总要求标准化项目小组和四川通威共同以目标为导向,反推需要进行的流程和梳理,解决和治理“生产自动化、业务数字化、过程标准化”进程中出现的各类问题。最后,郭总再次强调公司要在质量方针的指引下,以标准化、满产满销为抓手,加快标准化二阶段工作的推进速度,变革升级,助力公司经营再上新台阶!



工作人员用1:1000戊二醛消毒液粗洗车辆表面泥沙



车辆在成品库装车后,覆膜打包防止运输途中污染



员工操作配料秤,3分钟消灭潜在病毒

最大价值 标准化是质量的保障

2020年3月,刘汉元主席重新修订通威质量方针和质量目标,在此指导下,通威农牧以标准化建设为抓手,围绕提升生产运营管理标准化、系统降本增效,促进综合竞争力持续领先的要求,展开了如火如荼的管理变革。而身处源地的四川通威,作为首批试点公司,再一次义无反顾地走在了前列。

一系列组合拳为四川通威重塑了员工自主改善意识,标准化作业现场、整洁的车间环境,颠覆了大众对传统饲料企业脏乱差和跑冒滴漏的陈旧印象,从根源上杜绝“光灰事业”。占尽地利优势,以双绿色参观为主题的线下活动,更吸引了众多同行纷至沓来,

尤其是产品品质稳定,广受用户好评反馈。

“标准化带来的最大价值,是质量更有保障,效率更高、成本更低,许多来公司参观的大型养殖集团企业负责人都说,从原料、品控到生产的每个环节,四川通威最终回归质量稳定性的种种管控,让他们充满信心,同时,这也是我们和众多客户合作的基础和前提!”通威股份华西一区总经理助理兼四川通威总经理彭金钢谈到,结合农牧板块高质量发展目标,四川公司在配合推广标准化一阶段工作的基础上,已同步推进二阶段“生产自动化、业务数字化、过程标准化”相关工作,力争实现大幅度降本增效、大幅度领先行业。

最强应对 斥资千万元应对非瘟

作为水产饲料龙头企业,通威猪料一直以协助者的姿态低调出现,但随着通威畜牧板块逐渐找到适应自身的发展节奏,占据半壁江山的他们再次昂首阔步走向台前。近年来,伴随散养户逐步退市,规模猪场逐年增加,基于非洲猪瘟常态化生物安全防控需要,生猪养殖向规模化、集约化发展。饲料散养散运是反映养殖规模化程度的重要标志,是提升畜牧业现代化水平的必然要求。为解决规模猪场配套问题,四川通威决定兴建猪料散装仓,设计规模2.4万吨/月,将普遍常见的产品包装形态,从袋装变为散装,既加快了运输速度,又节约了装卸人工成本和包装成本,为产业全面升级作充分铺垫。

与此同时,非瘟疫情的防控成为养猪行业需要面临的新常态,由于人类活动对疫病传播带来极大风险,饲料企业作为养

殖上游环节,其生物安全防控则显得更为重要。“从业者分析,非洲猪瘟的传播途径,饲料端占据10%,人、车、物大概占据30%以上,这接近一半的比重,恰好可以由我们饲料企业来控制”,彭总介绍,四川通威在散装仓和生物安全防控等方面投入费用超过千万,不仅在近年来通威旗下饲料企业中非常少见,更是打造了川渝地区最高规格的生物防控体系。

同时,彭总也强调,四川通威是基于对行业发展的预判,以及通威猪料的发展需要而进行前瞻性布局。“正是因为标准化建设让产品质量更有保障,散装料匹配规模猪场需求,以及打造了川渝地区最高规格的生物安全防控体系,我们与多家大型集团养殖企业、规模场等建立了合作关系”,目前,公司与德康已经展开全面合作,并与川三保猪肉产业链公司、雅安某2400头母

猪规模猪场等达成合作意向,众多优质客户不断伸出橄榄枝。

在国内新冠和“非瘟”双疫情肆虐的严峻情况下,通威旗下饲料分、子公司全力稳定生产,加强饲料原料储备,在增加硬件设施、严格完善消毒流程的同时,强化饲料工厂生物安全防控,从供应链各环节严格把关,确保畜禽肉内安全稳定,尽全力降低市场风险。近年来,通威农牧专注高质量内生式增长,不再以并购、扩大产能等方式寻求突破,以标准化、满产满销等项目为代表的管理变革,更加注重通过激活员工主观能动性和提升组织效率的途径探索发展路径。四川通威,根植于“诚信正一”最初的沃土,时刻为捍卫舌尖安全、打造安全食品供应商的目标而顺势做出调整,毫无疑问,敢为人先、争创一流的进取精神,正在通威发源地焕发新的光彩。

坚持“三个自信” 细化增量路径

通威农牧畜禽板块 IPD 春季赋能培训全面开启

记者 乔白酒 通讯员 邱军 邹卓东 赵自慧

【惠州站】 梳理增量路径,实现量利突破

近日,通威股份华南一区畜禽IPD春季赋能培训会在惠州通威顺利召开,通威股份畜禽营销总监喻明波、华南一区总经理邓金雁以及片区畜禽料全体营销人员参加了本次培训。

会议期间,喻总以《做好自己,必胜未来》为主题对目前的销售格局以及通威禽料发展前景进行了分析,并指出,通威始终将产品质量放在第一位,以实现养殖效益最大化,让全体员工树立“战略自信、技术自信、营销自信”。通过营销策略“4313”模式,招商会、客户培训会、133推广会,打造高效营销环境,提高销售价值。

邓总在总结讲话中指出,片区未来将坚定贯彻通威质量方针及目标,实施产品“满产满销”战略,大力推广“4313”模式。运用好营销工具,扬长避短,梳理增量路径,重点围绕家庭农场开展各项工作,以经营者的心态谋发展,从而实现量利双增。



通威股份畜禽IPD春季赋能培训(惠州站)成功举行

【邛崃站】 一切为了市场,一切为了增量

2月28日,“通威股份IPD春季赋能培训(邛崃站)”成功举行,德阳通威、蓉味通威全体市场体系人员参会。

培训期间,信息部实施顾问易见波讲解《营销实操培训与演练》,重点介绍客户管理、养殖户管理、实证示范,每个业务人员不但要清晰自己的工作目标、内容、增量路径,并且要借助现代化信息化技术提高工作实效性,市场资源做

到有效沉淀,工作量化减少主管追踪点检困难;并提供详实的有价值的市场资料信息。

市场营销部部长助理冯贤春在《营销通在畜禽市场工作中运用提示》强调营销通与4313关系,并就相关核心问题进行讲解说明,强调数据信息要真实;营销通将会简化业务流程、提高工作效率、量化工作结果,有利于通威4313营

销模式有效落地,更有利于提升业务员营销效率,并宣贯《通威股份IPD及相关工作规划》,让业务人员充分了解经营转变的目的及意义。

通威股份总裁助理兼畜禽营销总监喻明波作“落地通威质量方针”主题演讲,并表示,在标准化和满产满销的

基础上,实现品质高效稳定和总成本领先,充分彰显养殖效益最大化,体现公司客户共赢发展,形成不可替代的优势,更加有利于市场工作开展。所有市场体系人员要聚焦家庭农场,用好通威科技,快速增量,实现公司和个人共同的目标和价值。

【海南站】 坚持三个自信,实现淡季满销

3月13日,通威股份畜禽IPD春季赋能培训(海南站)顺利举行。通威股份畜禽营销总监兼畜禽产品线总经理喻明波,股份畜禽料研究所所长、海南通威总经理何联军及全体营销将士参会。

会上,喻总作主题分享,围绕信心坚定、目标高远、路径有效、执行到位等四个维度,就通威与竞争对手差异化竞争路径及优势进行了深入分析。基于质量方针,坚持三个自信,通威在任何时候都不惧怕任何竞争对手,只需要做好自己,必胜未来。给予团队信心,同时勉励大家细节决定成败。

信息部实施顾问易见波老师为市场营销将士赋能培训营销通的具体使

用及操作方法,市场营销部部长助理冯贤春结合营销通在通威畜禽市场工作中运用以及相关关联性、便捷性、实用性等进行了详尽的讲解,同时就股份畜禽产品线工作规划进行了宣贯。市场营销部储备总经理莫钟理通过案例分享,将管理工具运用在生活以及工作中,所带给自身工作中的成长以及家庭生活中的实用性进行了讲解。

海南通威总经理何联军作总结发言,并表示,海南生物全体干部员工有信心、有决心克服一切困难,坚决实现“淡季满销”及量利双增的经营目标,为2022年实现“年度满产满销”的目标而奋斗不止!

通威畜禽: 做好自己,必胜未来!

通威股份畜禽营销总监兼畜禽产品线总经理 喻明波

好多次行业朋友问我,行业都在热火朝天地投资养殖,通威不做畜禽养殖,通威战略聚焦水产,通威畜禽路在何方?我自信地给出答案:做好自己,必胜未来!通威股份总裁郭忠多次在讲话中表示,通威必须做好自己,坚定通威3个自信:战略自信、技术自信、营销自信。

回顾通威的企业文化和战略定位,我们可以清晰地看到,通威的企业愿景是“为了生活更美好”,我们依托双主业布局,致力于打造世界级健康安全食品供应商和世界级清洁能源供应商,不断巩固高纯晶硅、电池片、水产料等三大领域的龙头地位。

通威畜禽是打造通威水产料世界级龙头地位的协助者,通威畜禽是实现通威满产满销战略的重要参与者,随着近年来逐渐找到适合自身的发展节奏,通威畜禽更成为了专业化、标准化、规模化畜禽饲料的供应商!

2020年,刘汉元主席亲自修订通威质量方针和质量目标,要求以质量方针作为通威有效经营的指导思想,强化企业经营的唯一目标是实现养殖效益最大化,公司与客户共赢发展。通威将以专业化、标准化、规模化水平为社会提供安全稳定的产品。在行业陷入低质低价恶性循环的艰难时刻,通威为行业举起了提质升级的大旗,传播行业正能量,为行业树立信心。

通威标准化首先实现产品质量的持续稳定,其次是实现总成本行业绝对领先!通威标准化彻底颠覆了大家对“光灰事业”的陈旧认知,不仅为行业重塑标准,更为企业带来勃勃向上的生机!毫无疑问,正在推进的满产满销试点,更将进一步助力通威实现总成本最优。

通威股份拥有雄厚的科研开发和自主创新实力,先后投入数亿元建立了七大研发试验基地,研发团队1000余人,包括国务院津贴专家、省市学术带头人、省“千人计划”创新领军人才、国家科技进步奖评审专家、全国饲料标准化技术委员会委员等技术人才,在饲料配方和养殖技术应用推广等方面一直引领行业。

近年来,通威专注于家庭农场配套技术研发,形成“家庭农场防非套餐、通威261乳猪喂养模式、脏母猪改善方案”的3大抓手,持续稳定的通威畜禽饲料和服务都受到养殖户及经销商的高度认可。据一线员工反馈,四川雅安某规模猪场(能繁母猪存栏2400头)一次性购买2吨通威旺仔宝;海南猪料经销商王老板欣喜地向我们表示:卖通威料,我每天都很开心!

通威技术自信源于多年沉淀的科技力量,通威畜禽每年以数十万吨的增量充分证明:通威畜禽料和通威水产料一样优秀!

近年来,通威畜禽扬长避短、顺应趋势、细分市场、聚焦家庭农场做营销。同时,通威的饲料配方研究、原料质量标准研究、生产工艺研究、动保服务研究等都聚焦家庭农场,帮助家庭农场养殖效益最大化。我们相信,通威,更懂家庭农场!

通威畜禽营销管理有方法。通威畜禽营销的目标管理是体系化的,一直坚持销量日追踪、业务员5日追踪、销量旬追踪、客户半月追踪、月度滚动预算等五项业绩追踪。同时,通威畜禽营销一直坚持执行4313营销满销,并且使用手机端的“营销通”和“一点通”不断提升营销效率。

通威畜禽营销异常诊断有方案。通威畜禽一直坚持团队梳理、产品梳理、客户梳理、市场梳理、绩效梳理等5项工作,对异常公司、异常销售部和异常市场形成有针对性的整改方案,达到预期目标。

通威畜禽的营销自信不是盲目的,而是可以证明的。目前公司数百个优质大客户正支撑着通威近300万吨畜禽料,正向的市场反馈鼓励通威砥砺前行,我们坚信,通威畜禽必定大有可为!