

中农民昌、中禾化学新建项目 同时通过安全设施设计专篇审查

本报讯 10月23日,山东中农民昌化学工业有限公司3000吨/年S-异丙甲草胺项目、山东中禾化学有限公司6000吨/年农药中间体及制剂项目《安全设施设计专篇》审查会在阳光大厦召开,滨州市安全生产专家谷加庆、霍华昌,滨州市安全评价中心王文强、李俊春,我公司生产总监张玉瑞、五分厂厂长王国忠、安全环保部主任郭安勇、王重刚参加了本次会议。专家组认真听取了公司对建设项目情况的汇报和设计单位对该项目《安全设施设计专篇》编制情况的介绍,一致认为我公司新建项目的建设及设计专篇的编写符合《中华人民共和国安全生产法》《危险化学品安全管理条例》《危险化学品建设项目安全许可实施办法》等有关法律、法规及设计规范、规定的要求,同意通过对该项目安全设施设计专篇的审查,并对该项目现场及报告书中存在的问题给出了指导性的意见,对后续安全工作的开展将起到举足轻重的作用。

销售研发面对面 座谈交流有启发

本报讯 11月12日上午,公司在营销中心三楼会议室组织了中禾化学经销商交流座谈会,销售公司副总经理李奎、技术部曲耀训老师、科研所总工程师徐家伟、副总工王永兵以及科研所生测及制剂全体系研究人员参加了座谈会。座谈会上,徐工向经销商介绍了我公司的产品研发状况,并向经销商朋友征集产品意见,各地经销商根据当地地区的种植结构以及杂草发生情况,以及我公司现售产品提出了如何施药、施药条件如何掌握、如何达到更好的药效等问题,李总、曲老师、徐工、司工作了详细解答。同时,各经销商各自针对在销售过程中遇到的同类问题进行了互动交流。(通讯员 凤信子)

企业文化考试圆满结束

本报讯 10月29-31日上午,企业文化理念手册及行为手册应知应记内容考试分三次在西餐厅举行。来自各分厂车间班组长、部门科室员工300余人参加了本次考试。31日下午,在四楼会议室来自各分厂车间、部门的中层领导80余人参加了考试。11月5日上午,因故未参加考试的及考试不及格的学员在四楼会议室通过了补考。通过本次考试,充分激发了各部门单位组织学习企业文化理念的积极性,促进了本次企业文化行为规范内容的内化,对当前企业文化建设的主题宣贯起到了有力推动。(本报记者 王勤勤)

我公司预备党员转正仪式举行

本报讯 10月30日下午,我公司预备党员转正仪式在三楼会议室举行,由化工党支部书记李华主持,化工党支部22人参加。本次仪式审议通过了孟令涛、郭安勇、侯立国、李立国四名预备党员的转正,李书记宣读支部决议。

本次仪式上,经过全体员工的无记名投票,滨农财务张静光荣地成为化工支部的宣传委员。李书记要求全体党员在日常工作中要严格要求自己,充分发挥模范带头作用。(特邀通讯员 刘朋)

仓储、财务召开“无差错服务明星”表彰总结大会

本报讯 11月9日,滨农财务、滨农仓储、中禾仓储三部之间在四楼会议室召开了“无差错服务明星”表彰暨总结大会,在这次活动中,经过各相关部门的评选,滨农财务宋盈盈、滨农仓储梅雪、中禾仓储范琦三名员工荣获“服务明星”称号,并获得公司奖励。

副总会计师任立岩对活动做了总结,并对今后工作提出新要求,三部门要以“零投诉”为工作目标,“完美执行”为工作要求,提高工作效率和增强服务意识作为工作重点,将活动开展出的良好工作风貌和勃发干劲要持之以恒地保持下去。(通讯员 张金梅)

我公司乒乓球队首次出征首战告捷

本报讯 11月6日-7日,山东省农药工业协会主办的山东省农药行业首届“德士嘉杯”乒乓球赛在济南市锦绣泉城健身中心举行,来自省内农药企业的25支代表队约120人参加了此次比赛。我公司乒乓球队队长孟令涛与队员郑军、赵福廷、李安民、吕胜利、胡艳一行六人赴济南参赛。在紧张激烈的角逐中,经过数轮淘汰与对决,我公司代表队荣获团体第五名的佳绩,二分厂厂长郑军获得了男子单打第五名。本次比赛是我公司乒乓球队成立以来首次出征,即首战告捷,不仅在行业赛事的舞台上精彩亮相,还和行业内众多会员单位促进了交流与学习。(特邀记者 孟令涛)

滨州市科学发展观督导组来我司检查指导

本报讯 11月4日上午,市委统战部副部长、市工商联主席马国盛,市工商联副主席席志盛,市工商联副主席席志盛,市委统战部党派经济科科长刘长喜,滨城区委统战部副部长、区工商联主席刘树刚,滨城区委统战部副部长毛文军,滨州市工商联副秘书长周立军等领导一行,代表市科学发展观督导组来我公司检查指导科学发展观学习调研阶段有关情况。

我公司董事长、党总支书记黄延昌就我公司科学发展观学习调研阶段工作开展情况作了详细汇报,检查督导组对我公司的领导带头学习,形式灵活多样,档案完善、课题务实,积极践行科学发展观,为职工办实事办好事的系列做法给予了充分肯定,并对我公司以文化建设构建和谐企业,以创新发展促科学发展的特色实践予以赞赏。接着,督导组一行到我公司科学发展观学习办公室详细查阅了学习档案。最后,为促进活动的进一步深入开展,并切实取得实效,马部长提出了几点要求,进一步细化活动方案并建立完善程序,广泛征求意见并注重积累,将反映企业特色的典型做法提炼总结,宣传推广。(本报记者 戚哲芬)

山东省卫生厅领导莅临我司检查指导

本报讯 11月17日,省卫生厅协同市卫生监督局领导一行9人莅临我司检查指导工作,中农民昌总经理李华、安全环保部主任刘树刚、安全专员福来等接待陪同。李总从职业病防治的贯彻落实、职业卫生超前预防、职业卫生相关制度的制定和实施、职业卫生防护资金投入等方面,对我公司职业卫生工作开展情况进行了简要而系统的汇报。省卫生厅领导通过听取汇报、查看相关资料和现场检查,对我公司职业卫生工作的开展情况作出点评,并提出了宝贵意见和建议。本次检查指导对我公司职业卫生管理水平的提升进步起到了积极的促进作用。(通讯员 凤信子)

捐资助学 青龙山水泥大力援手社会公益

本报讯 9月10日,滨州市滨城区梁才办事处在教师节庆祝大会上,设立“梁才教育基金”,专门用于梁才困难学生的救助、优秀学生的奖励和学生学习的改善。作为辖区内龙头企业,我公司旗下的山东滨州青龙山水泥有限公司一次捐款30万元,希望能为每一位品学兼优的孩子提供切实帮助。捐赠大会上,青龙山水泥获得了“2009年度尊师重教先进单位”和“2009年度尊师重教先进个人”的荣誉称号,成为企业荣誉史上最有分量的社会奖牌之一。(本报记者 赵浩)

保安公司员工迎新堂拾金不昧

本报讯 10月22日晚,我公司住宅区保安公司员工迎新堂在小区内捡到一位女士手提包,包内有300元现金及银行卡、就餐卡、手机、钥匙等物品。就在他找寻失主的时候,包内的手机响了,原来失主外出回家后发现手提包丢失,抱着试试看的心情拨打了手机。迎新堂马上核实确认,手提包即刻归还原主,失主感谢不已。天寒心暖,这种拾金不昧的高尚风格充分展现了保安公司员工良好的职业素质,为构建和谐企业增添了一抹亮色。(本报记者 赵浩)

安徽蒙城利辛客户到我公司参观

本报讯 11月6日,来自安徽蒙城、利辛两地客户共68人到我司参观学习。上午,客户一行依次参观了公司营销中心、青龙山水泥和中农农业分厂。下午,技术部曲耀训老师就除草剂专业知识对客户朋友做了专题培训。安徽蒙城、利辛两地客户一直以来是滨农的重点客户,对公司忠诚度高、订货量大,并且以我公司产品销售为主营业务。通过此次参观,客户朋友充分感受到了公司的整体实力和热情,纷纷表示明年要力争成为滨农业务中的重要一员。(特邀记者 杨希坤)

(上接1-4中缝)

1=1=2,那么没有1就不会有2,如果你觉得多你一个不算多,那是不算多,你也不是你,你也不叫你,各部门定期都会采购一些办公用品,一些可有可无的东西,就是一种浪费,不是别人的你就必须有,只有你需要的才真正有用,也许你会觉得不就是一张纸一支笔吗,那X乘以3000呢?采购也是一样,同等物品不同的价格,需要去了解市场行情保证同等价格买到更好的商品,再就是一定要砍价,以最低价买到最适合的物品。多说三言两语就能省出三五十、三五百更多,省下的就是挣下的,何乐而不为呢!办公用品的损耗不断更新使用费用不断增加,多一份责任就会让损耗减少一分,甚至可以更换更先进的设备。

众人拾柴火焰高,企业是老板的也是大家的,有了老板的投入才有了滨农人,才会有你们,在建设节约型企业的浪潮中让我们一起携手建设节约型企业,一起建设我们的滨农企业!企业的辉煌是我们员工努力、协作的结果,是我们每个人智慧与魅力的展现,滨农是我们的舞台,愿每个人都能尽情演绎自己的精彩人生!(行政办 王海燕)

(行政办 王海燕)

话题征集

旧年度即将结束,新年度日益临近,“内涵式发展”成为摆在我们面前的新课题,也是新年度的关键词,“节约”是老板常挂的口头禅,也是常闻不解常做常新直逼企业的关键词,又是“内涵式发展”的哪中应有之义,针对以上关键词征集问题,希望大家能够打开思路,广开言路,汇集智慧,以集纳群策群群群力,助推企业发展。

滨农人谈滨农,空手跳跃谈集体,无限,优秀无限!

本报编辑部

山东滨农盛装亮相 第25届全国植保会

本报讯 11月15日,第25届中国植保信息交流暨农药械交易会在济南国际会展中心隆重开幕,作为特别协办单位,我公司董事长黄延章应邀出席了开幕式。

本次植保会异常火爆,规模和人数达到历史之最,来自全国各地的1800多家企业参展。我公司展台以清新大气的设计风格在会展中心黄金位置盛装亮相,吸引了众多商家与业内人士。在本次展会上我公司主推中农民昌、中禾化学两系列产品,前来慕名洽谈的客户络绎不绝,或驻足观摩产品询问行情,或针对业务细节进行交流,强力推动了下一步的业务拓展。另外,公司别具一格颇具实力的展台布置和异常火爆的现场表现不仅吸引了众多业内人士,还吸引了很多前来采访的新闻记者,使滨农品牌影响力更加深入传播。

我公司组织营销中心及各车间部门70余名员工赴本次植保会参观学习,旨在让公司各系统员工加深行业了解与认识,有助于在工作中尽悉行业动态,获得宏观思维。

(本报记者 戚哲芬)

和滨农科技携手合作两年有余,在此期间,滨农的强大实力为我公司注入了强大的发展后劲,滨农的严格管理和文化氛围深深熏陶着我们,带动了公司的全面管理提升;滨农的飞速发展也深深激发了我公司的每一名员工,为我们提供了有力的资源保障,保证了我公司的稳定健康发展,使我们对未来充满信心。

我公司成立于2006年,是一家集钢结构设计、生产、销售、安装于一体的综合型钢结构企业。滨农科技是我们的主要客户之一,合作过程中,我们深深感受到滨农的飞速崛起与雄厚实力,各项管理也在迅速进步,从设备材料的验收、施工现场管理到完工验收,都有着严格完善的规范要求。在现场安全管理方面,把员工安全精确到细节上,比如进入施工现场必须戴安全帽,登高作业必须确保安全带、脚手架、跳板的牢固等等。我们每次进场施工,滨农安全管理人员第一时间给我们进行安全指导,并且相关领导会为我们及早就通各车间的配合工作,在用水用电、领用材料时,提供便利,确保施工过程通畅,切实保障工期及施工质量。

在滨农人的带动下,更加激发了我公司对经营宗旨的严格坚守,我们本着“质量第一、信誉至上”的宗旨,高标准、严要求、自我加压,生产一流的产品,提供一流的专业服务,保证一流工程的质量和性能。今年上半年,在滨农科技中农厂区钢结构主框架安装的时候,我公司安装队长勇在外面意外发生车祸,导致胳膊骨折。但为了确保工程的质量及进度,在胳膊尚未痊愈的情况下,取理疗了绷带,到一线指挥监督,以保证滨农工期,再真正做到对客户负责,用实际行动回报客户,不但专注于工程质量,也奉献了我们的真诚。遇到下雨下雪天气,我公司也会派专人到滨农科技厂区检查仓库、车间,认真做好后期维护跟踪服务,确保客户产品的质量及安全。

自从2007年与滨农合作以来,我公司一直以优质工程质量赢得了滨农人的信任和好评。真诚的服务铸就了良好的客情关系,也使我们与滨农结下了深厚的友谊。在今后的合作中,我们将继续保持“诚信、合作、共赢”的服务理念,一如既往地滨农科技服务好,力争成为滨农的金牌客户!(设备技术部张传峰 供稿)

植保会结束慕名到滨农

本报讯 11月15日,全国植保会结束后,自16-20日期间,来自全国各地甘肃、河北、河南、新疆、陕西等地的100余名客户朋友陆续专程到我公司参观考察,品鉴部客户经理张娜引导参观并解说。几批客户一行均询问了我公司的主要生产流程和产品展示流水线,又到成品仓库对滨农产品作了详细了解,我公司同行的各批次销售人员如数家珍,针对客户询问做了详细答疑,供销双方就各产品在明年的合作达成了初步意向,对下一步的市场拓展起到了有力的推动作用。

(本报记者 戚哲芬)

滨农人谈滨农,空手跳跃谈集体,无限,优秀无限!本报编辑部

营销实战

小品种大销量——封杀净净单品上量实战营销

在当前农药企业多、同质化严重,经销网络交错复杂、促销方法彼此雷同的不利因素下,我们公司生产的封杀净净能够在广东东莞市用短则半个月时间就实现区域性单品上量的突破(截至日前销售量350件),重点突破,区域领先,提高了产品知名度与公司形象,能够带动公司其他产品的销售。这种良好销售势头的呈现与以下几方面因素密切相关:

- 一、产品质量是封杀净净走向成功的第一步。真正的差异化,不在包装上,也不在商品名称上,而在于品质和服务的差异化。该产品以杀药作用明显,高效低毒,绿色环保等特点,明显优于市场上的普通杀虫剂。
- 二、敢于走高端价位。农药行业流行的做法是价格战、促销战、广告战。一般人认为“消费者要买就买便宜的”,这是常识,是低价策略。但如果这是万能的方法,那么每个厂家都能把产品卖出去,每个厂家都能实现销售赢利。然而现实是,低价产品也不一定好销,有时还不动,有的甚至亏损。通过理性思考与全面考察,封杀净净走向了高性价比的最前沿,实践证明:消费者要买的是最实惠的,而非最便宜的東西。
- 三、理想的客户资源。惠州利农农资经销商廖总认同公司理念,忠实接受公司产品,积极推广,认真做终端,努力提升销量,集中精力做好一个重点产品,从而来带动其他产品的销售。
- 四、合理布置销售网点。通过合理化的产品布置使其能够覆盖整个东莞及其周边,通过精心筛选,初步淘汰部分网点,精耕细作而不发生区域性产品冲突。
- 五、高效的终端市场促销工作。当前东莞以蔬菜种植为主,种植结构比较单一,适合地膜式跟进推广。通过到田间地头发放宣传单页、张贴宣传画、悬挂横幅、站柜推荐、人力促销等,使宣传传村入户,宣传方式众多,促销产品新颖,宣传标语深入人心(如:关爱女性,请用封杀净净)。通过宣传、推广、促销、技术指导等工作,销售人员可以一步到位,接触终端,能够“技术服务,示范推广”基层促销,进村宣传”。促销期间,宣传人员每天会背上喷雾器帮助农民到田间打药,让农民眼见为实,现场指导解决病虫害问题。使技术推广、产品宣传和售后服务能真正深入人心种植地。因此短时间内,封杀净净家喻户晓。

封杀净净的一举成功有力证明了中农民昌的科研实力,我们将继续本着“兴中国农业,促民农发展”的经营理念,开启未来,继续致力于农药新产品的开发,与我们的经销商一起,把更实用的技术、更优质的产品奉献给勤劳朴实的农民。(民昌市场部 朱富强)

供货商风采

滨州鑫佰和钢结构有限公司:真诚服务,共进双赢

和滨农科技携手合作两年有余,在此期间,滨农的强大实力为我公司注入了强大的发展后劲,滨农的严格管理和文化氛围深深熏陶着我们,带动了公司的全面管理提升;滨农的飞速发展也深深激发了我公司的每一名员工,为我们提供了有力的资源保障,保证了我公司的稳定健康发展,使我们对未来充满信心。

我公司成立于2006年,是一家集钢结构设计、生产、销售、安装于一体的综合型钢结构企业。滨农科技是我们的主要客户之一,合作过程中,我们深深感受到滨农的飞速崛起与雄厚实力,各项管理也在迅速进步,从设备材料的验收、施工现场管理到完工验收,都有着严格完善的规范要求。在现场安全管理方面,把员工安全精确到细节上,比如进入施工现场必须戴安全帽,登高作业必须确保安全带、脚手架、跳板的牢固等等。我们每次进场施工,滨农安全管理人员第一时间给我们进行安全指导,并且相关领导会为我们及早就通各车间的配合工作,在用水用电、领用材料时,提供便利,确保施工过程通畅,切实保障工期及施工质量。

在滨农人的带动下,更加激发了我公司对经营宗旨的严格坚守,我们本着“质量第一、信誉至上”的宗旨,高标准、严要求、自我加压,生产一流的产品,提供一流的专业服务,保证一流工程的质量和性能。今年上半年,在滨农科技中农厂区钢结构主框架安装的时候,我公司安装队长勇在外面意外发生车祸,导致胳膊骨折。但为了确保工程的质量及进度,在胳膊尚未痊愈的情况下,取理疗了绷带,到一线指挥监督,以保证滨农工期,再真正做到对客户负责,用实际行动回报客户,不但专注于工程质量,也奉献了我们的真诚。遇到下雨下雪天气,我公司也会派专人到滨农科技厂区检查仓库、车间,认真做好后期维护跟踪服务,确保客户产品的质量及安全。

自从2007年与滨农合作以来,我公司一直以优质工程质量赢得了滨农人的信任和好评。真诚的服务铸就了良好的客情关系,也使我们与滨农结下了深厚的友谊。在今后的合作中,我们将继续保持“诚信、合作、共赢”的服务理念,一如既往地滨农科技服务好,力争成为滨农的金牌客户!(设备技术部张传峰 供稿)

滨州华益塑料制品有限公司:精益求精,视质量为生命

华益塑料作为滨农科技公司产品的主要供应商之一,合作这么多年有很多感触。我们在滨农合作了很多东西,特别是对质量有了精益求精的认识。合作伊始,也曾有过不理解的阶段。包装箱每次送货都要到品管部做抽样检测判定,生产过程中也会这个检测后才会投入生产,供货过程中,我们的包装箱也出现过不合格问题,滨农包装部对我们作出了相应的处罚,当时那些在我眼里根本就不算什么大问题,无非是取高了高度有厘米的差别,轴心稍微有些偏扁,重量重个几克罢了,我们总以为无所谓,那时候我们想不通,就去包装部找领导理论。我们在想滨农是不是故意为难我们呢?

包装部的张主任就给我们讲解技术标准要求,其实这些内容签订订单的时候就说过,说实话,我们说没听懂,觉得说不离就对了。张主任很耐心地说,包装也是我们产品的一部分,滨农产品要创品牌,作为配套供应商就一定要严格把关,只有我们才能共同发展进步啊!我们的包装箱也是他不让一件不合格产品流入市场,所以我们要层层把关严格要求才行。后来,张主任还给我们讲了木桶的短板理论,木桶的盛水量取决于最短的那块木板,包装物质量的一点瑕疵会使整箱产品乃至整批货物的质量都要大打折扣。我们当时似懂非懂,如今想起来的确有道理,质量是企业的生命线,偷工减料不注重质量是不长远的。

现在的滨农正在蓬勃壮大,我们正把包装箱质量关,精益求精,拿到订购单也越来越多了!华益公司衷心感谢滨农各级领导的关怀和支持,祝愿在今后的合作中更好地和谐共赢!(包装部张传峰 供稿)

来自终端

下乡有感

我是2008年11月份接广广西桂林北市场的,这一年中有过不少下乡的经历,感受到了自己的成长,也认识到了不足,回顾总结一下感触颇深。

在下乡走访过程中,零售商反映最多的一句话就是“生意难做”。随着国家监管力度的加强和农业现代化水平的逐渐提升,这几年,农药市场的竞争变得更加激烈,并且竞争水平也向高端竞争发展。这不仅给“农家”带来了挑战,期间更成为广大经销商和零售商生死存亡、优胜劣汰的关键时期。

随着老百姓用药水平和用药量的不断提高,农药零售店也如雨后天春笋般一个接一个地冒出来。一些大零售商为了谋求产品销量不惜牺牲市场秩序,出现了一个很现实的问题——乱砸价。个别经销商为了占领一块市场不惜把产品以很低的价格卖给零售商进行恶性炒价,从而破坏市场秩序,造成市场环境恶化,以达到自己的目的,以致于很多产品价格参差不齐,搞得老百姓也分不出产品的好坏,无从下手选择,导致部分配方独特、价位适中的好品种很难卖上价格去。

同时,老百姓对一些农药的认知度不够,选择起来比较盲目。例如同样的菠萝多宝宁,史密斯的阿克净和公司的80%阿克净效果相当,但老百姓宁愿多花1元钱买外国货。这也说明了一个问题:老百姓的用药水平提高了。感觉外国货更有保障,选外国货,但咱们中国进口的,是很多外国企业农药都是在中国不知道的,只是些剂型和隐性成分不同而已。随着市场经济发展,法律的健全,企业产品质量都逐渐正规化、标准化,其实咱们的国货一点都不比国外的差。

在一些产品的促销方面,老百姓一般选择最实惠实用的,他们图的是实实在在的,不要整一些虚的看不见的东西,我感觉不同程度下在农村开展产品现场推广会,由经销商牵头,零售商组织百姓来听,厂家专业人员进行讲解,然后现场拿出优惠政策,吸引农民成交,这种效果在新产品推广方面很好。今年我们的蔗超就是这样推广的,新产品突破了10000件。(销售七处 蔡海波)