

简讯

6月11日,董事长、党委书记、总裁王勇到高分子产业园项目建设现场督导,实地查看CPP车间室内吊顶、防尘和降温等施工情况,听取相关情况介绍,要求健全要素保障,科学统筹,齐心协力抓好项目建设。副总裁童刚参加督导。(蒋涛)

6月16日,第八期“机关大讲堂”开讲,本期特邀四位外部专家,以《行业发展趋势与企业提质增效新模式》为题,通过现场和视频连线两种方式,讲解行业、资源、双碳、战略转型等方面内容,并与参会人员交流互动。党委副书记、纪委书记徐宗美,总工程师刘心强现场聆听。(何雪)

6月15日,科技公司召开安全生产帮扶总结会,安全、工艺、仪电、设备各帮扶小组通报帮扶过程中查找的隐患问题,分析原因,提出整改意见。副总裁童刚、总工程师刘心强参加会议,要求科技公司举一反三,形成整改计划,及时组织落实,确保安全生产。(许必军)

6月20日,根据公司“安全生产月”活动安排,总部机关组织集中观看《生命重于泰山》警示专题片,深入学习贯彻习近平总书记关于安全生产重要论述,以守初心担使命的政治自觉,扎实做好安全生产各项工作。副总裁童刚、总工程师刘心强参加学习。(代明珠)

6月17日,公司印发《经济责任审计管理实施细则》。细则包括组织管理与职责、审计内容、审计工作程序、审计报告、审计结果运用等11个方面内容,进一步规范公司经济责任审计工作,促进公司依法经营、健康发展。(何雪)

学以致用
习以致远

在5月26日公司总部第六期“机关大讲堂”上,董事长、党委书记、总裁王勇以《管理的基础知识》为题,与干部员工分享自己的学习与思考。王勇的授课,既有管理理论的逻辑归纳、又有企业管理事例的比较分析,有张有弛,一正一反,富有科学性,又具生动性,启发大家对管理工作更多认识和思考。

转变观念 强化执行

此次重温《管理基础知识》,不仅是对当前管理工作的梳理和“复习”,也是对今后管理工作的思考和“预习”,让自己对管理工作有了更多启发。

化肥分公司作为公司主要生产基地,历经40多年发展,从小到大、不断探索,逐渐形成了一套特色鲜明,可操作性较强的管理体系。但随着时代的变革,信息化的发展,传统的管理手段和模式如何适应新时代企业发展?必须打破惯性思维、丰富管理知识,增强管理措施,创新管理方法。

一是转变观念,建立起现代化管理理念,摒弃经验化、粗放化管理模式;二是创新思路,实现管理宽度科学、组织层次分明、管理深度合理,确保运行顺畅高效;三是强化执行,瞄准战略方向,围绕既定目标讲求速度、崇尚行动、各尽其职、团结协作,把事做正确,把正确的事做好,保质保量,不折不扣完成工作任务。(刘鑫)

精细管理 提升质效

此次管理授课,从公司实际出发,深入浅出,受益匪浅,明白了管理的特点和职能,将更加注重精耕细作、精细管理,把握细节和重点,梳理漏洞找短板,自我加压采取措施,加大执行强推进,以“严、精、细、实”四项措施,切实提高管理水平,确保精细化管理取得成效。

“严”字当头,提升本质安全。开展安全大讲堂、安全技术比武、无脚本应急救援演练等,提升安全技能和应急处置能力;“精”益求精,夯实发展根基。坚持把岗位练兵作为提升技能的突破口,将“传、帮、带”和“练、学、用”相结合,引导职工成长成才,提升职工队伍整体素质;“细”处着手,提高管理效益。梳理原料进厂、生产过程、产品发运整个经营链条中的各个环节,通过修旧利废、节约水电气油纸等方式增加效益;“实”字为先,增强创效责任。从方法制定、指标分解、考核形式等方面突出实干方法,做实做细做好考核工作,增强创效的责任感和紧迫感。(胥宏)

产供销研 融合提效

只有打造好一支精诚团结的干部职工队伍,才能实现产供销研的紧密融合;只有实现深度融合,才能充分发挥每一个板块作用,上下齐心,一起发力,方能打造管理规范、适应市场的复合肥产供销研一体化企业。

产供销研一体化是公司改革大事,顺应市场需要和发展所需。一体化领导班子抓好团队管理,职能部门抓好员工管理,生产与销售两大板块抓好产销管理。领导班子,做到分工明确,管理分界,各司其职、各尽其责;职能部门要做到权责分明、科学管理,有效发挥各自职能作用;产供销研各板块齐心协力,引导一切资源向效益流动,一切工作向效益聚集,不断提升市场竞争力,推进公司复合肥产业一体化战略。(伍江涛)

管 理



踔厉奋发 再创佳绩 喜迎二十大

相遇相见心相识 携手向前伴丰收

——走进《认知美丰》作者张健与美丰的故事

朋友圈刷屏的文章作者,找到了!6月9日,一篇题为《认知四川美丰》的文章在朋友圈传开,而更加出人意料的是,带领读者“认知美丰”的并非美丰“内部人士”,而是一位远在陕西、从业30年的老牌农资人——张健。

如果说张健与美丰因缘分而相遇,那么与美丰的相知相伴,靠的则是相同的价值,与美丰彼此成就、互相欣赏。从这封客户“告白信”的字里行间,我们看出来的是珍惜、是赏识,是厂商相互给予的勇气和信心。

6月20日,《四川美丰》记者联系上了作者张健,请他聊一聊创作初衷,聊一聊和美丰的那些故事。

相遇相知 相惜相伴

“一路走来,我见证了中国好肥的成长。”采访中,张健讲述了他与肥料的结缘,与美丰从初次见面到成为一名“美丰粉”的心路历程。

1992年,张健家在宝鸡市眉县拿到省供销社社化肥农药委托销售证,从此干起了农资,一干就是30年。

从销售云南红河州的白鹏牌磷肥,到销售红磷化工的二铵、复合肥,再到云天化的红磷、年胜、云峰、三环产品。直到2013年,一个四川品牌进入他的产品“家族”——美丰。

“20年前,刚到陕农科常兴直销部时,就销售过美丰尿素。”谈到与美丰的相识,张健说,那时候就觉得美丰尿素颗粒均匀剔透。

而让张健下定决心销售美丰产品,还因为

一位叫麻小东的用户,“麻小东在种植猕猴桃上,是个很舍得投入而且十分挑剔的人,只要是他认准的肥料,品质绝对杠杠的。”

张健回忆,与麻小东聊天时,无意中说起美丰肥料,麻小东那股兴奋劲突然就上来了,“如果眉县果农家家家户户都用美丰肥,全眉县猕猴桃产量提高百分之二三十。”

麻小东的这话,震惊到还未仔细研究过美丰复合肥产品的张健,也正式拉开了张健与美丰复合肥的缘分,“相遇时的惊艳,到相知时的欣赏。”

一流好肥 匠心智造

张健经常把美丰产品比作当地的中山桥,这座百年桥梁历经无数炮火,而今桥体依然坚固,是一丝不苟、科学严谨的工匠精神的桥梁

代表。作为美丰客户,值得骄傲的是,“美丰也是用‘工匠精神’创造产品价值。”

“为美丰新品点赞!”2021年9月,美丰美雅新品复合肥成功上市,张健见证。

从美丰聚合喷浆尿基到高塔硝基,从双向双控到黄金3+,从美丰根到美丰美雅,一路成长、一路见证。张健说,“美丰美雅低盐共结晶复合肥,追肥不腌根、不脱肥,减少农户追肥次数,解决农村劳动力不足问题。”

“让农民少花钱,多打粮食,多结丰产果,农产品卖好价。”是美丰人的初心,也是张健的期盼。宁可多一两个养分也不愿少半个养分,是美丰产品对用户的保证,对丰收的保证。

张健说,产品质量是美丰人“为美好生活增福祉”的初心与使命,每一粒肥料都是美丰工匠的勤劳与智慧,美丰的“工匠品质”就是坚固的“中山桥”。

品牌响亮 价格自信

“就是这肥料价硬。”这是张健常听到的一句话。在经济上捉襟见肘的种植户家庭不在少数,买肥料手头紧、遇到好肥料一听报价心里常怯,经常是退而求其次。

在希望的田野上,有美丰肥的身影,就有一片丰收的美景。张健下定决心,“让一部分人常年用上美丰好肥料,让麻小东那样对美丰肥料崇敬和期待的种植户越来越多。”

价值决定价格,好肥料肯定有个好销量。通过几年来的市场深耕和推广宣传,张健在眉县市场每年美丰产品销量近2000吨,高品质的美丰肥,价格也逐渐得到当地种植户认可。

谈到未来与美丰的合作,张健表示:“只要我还干农资,就携手干到底!”

(程子阳)



上图:技术经济研究院农技服务人员走访位于德阳市旌阳区红光印象的美丰肥效示范基地,查看作物长势,测量收集相关生长数据。

程子阳 摄

下图:农资公司海南区域业务人员回访莲雾种植户柯开寿,施用美丰黄金3+(17-5-22)复合肥的莲雾,果品个大均匀,色泽红润,甜度好,售价高,喜获丰收。

吴运涵 摄

营销一线“小钢炮”

——记农资公司华北区域销售人员李祥

“这小子有冲劲,肯吃苦,在市场上就是一门‘小钢炮’!”这是保定市沃丰达农资公司负责人给李祥的评价。自此,“小钢炮”的名号声名远播。只要一看到他的车来了,人还没下车,就有人喊“美丰‘小钢炮’来啦!”

议50余场,小型交流会几乎天天都有。“两三天一场作物高产培训必须保证。”李祥说。

农户开完会后纷纷表示:“在美丰这里学到了真知识,学到了作物从种到收的病虫害防治和高产方案。”

给我安排的一发“炮弹”,帮我把市场轰炸开,从开始的8吨、10吨一年的销量增长到现在成为百吨店,‘小钢炮’功不可没!”张启亮高兴地说道。

千方百计提销量	
编写作物高产方案	“小钢炮”名不虚传
在李祥到公司之前,华北市场没有农化科班出身的业务人员,基本上都是在化肥营销上做文章,“农化促进营销”的理念淡薄。	
李祥是农学毕业,又在农药厂家上过班,作物的农化知识自然非常丰富,白天在市场上跑客户、卖产品,晚上伏案编写作物高产方案,常常一个作物就搞到凌晨一两点钟。北方常见小麦、玉米、山药、大蒜、大葱等30余种作物高产方案终于定稿。	
课件里既有肥料知识的普及,又有作物常见病害的农药农化知识。在李祥参与的农民会中,市场爆满,平均每年通过“线下+线上”的模式,开展大型作物高产技术培训会	
打开李祥的宣传车辆,美丰所有的宣传样品都可以从后备箱里找到,包装袋、单页、气候等,整整齐齐、干干净净的摆放陈列。当有人急需宣传资料的时候,李祥总是第一个说到:“我车里有!”	
客户张启亮说:有次做促销活动,早上6点“小钢炮”就到了,我都没有到。摆样品、促销品、发放宣传单页,样样做到了我的前面。	
“上午做完促销,下午又马不停蹄地去钴棚,大棚温度很高,又潮湿,他愣是一待就是一下午,给农户分析作物的长势、病虫害防治。这样的业务员谁不喜欢?他就是美丰	

同行交流 共同提升

本报讯(通讯员 姚兴琼 王砚 苏飞)近日,复合肥产业一体化到眉山同行企业考察交流,与新四方肥业、金象化工生产经营相关负责人座谈交流,共同学习、共同提升。

在新四方肥业,参观仓库和生产线,双方表示将进一步加强合作,在原料信息及产品研发方面共享资源,共同为农业生产保驾护航。在金象化工,实地参观高塔生产线及成品库,双方还就市场行情、生产技术、产品研发、原料采购、团队管理等方面工作开展交流讨论。

另讯:6月21日,复合肥产业一体化拜访广东天禾股份有限公司,双方表示将进一步加强沟通、深耕细作、实现优势互补,促进美丰复合肥、尿素在广东、海南地区的销售推广。

突击行动 攻坚市场

本报讯(通讯员 彭志刚)6月初,华南大区销售突击队与广东天禾阳春配送公司,在阳江市多个乡镇开展营销突击活动,促进市场销售上量。

美雅产品到达终端,突击队第一时间与零售商沟通,介绍产品卖点、赠送宣传物品。6月8日,突击队兵分两路,在阳江市八甲镇、松柏镇、河朗镇、罗阳镇开展突击行动,亮化终端,张贴条幅海报;向农户介绍美雅产品介绍,增加美雅、黄金3+、海藻酸尿素等产品布点;与零售商进行深入沟通,分析行情,协助下单。

此次突击行动,大家克服高温多雨天气影响,深入市场一线攻坚作战,增强美丰产品在当地市场影响力和品牌美誉度。

深耕市场 促销推广

本报讯(通讯员 敬立)近日,美丰加蓝华中区域在当地重点市场开展车用尿素终端加注网点循环促销宣传推广活动,进一步深耕市场,拓展销售渠道,加大终端市场产品宣传推广促销力度。

本次宣传促销活动主要以开展办会员好礼相送方式进行,为卡友定制纸巾,选购食用油和行李箱等精美礼品,在站点促销售现场新老卡友络绎不绝。大家纷纷表示,对美丰品牌非常认可,认为美丰加蓝车用尿素产品质量优、市场服务好,加注站快捷方便,树立美丰加蓝品牌良好口碑。

推广中,还向广大卡友介绍美丰加蓝自助加注站使用方法和市场优势,引导卡友正确认识别劣质车用尿素,普及车辆后处理系统常规保养知识,让更多卡友认识品牌车用尿素生产管控和质量优势,提升美丰加蓝品牌车用尿素在当地市场知名度,助力华中区域提高车用尿素产品销量。

美丰助力 亩产新高

本报讯(通讯员 李刚)6月14日,陕西省岐山县美丰小麦高产示范田现场测产会顺利举行,施用美丰根复合肥的示范田小麦平均亩产812.93公斤,创宝鸡市小麦亩产新高。

该示范田由岐山县保丰源农业专业合作社负责种植管理,底肥全部施用美丰根18-18-6小麦专用肥。美丰根小麦肥凭借过硬的产品质量和明显的施用效果,受到客户好评,小麦苗期生长快,有效分蘖好,成穗率高;春季返青快,茎秆粗壮,叶片厚实;后期不脱肥,活秆成熟。美丰根小麦肥经过实践检验,目前已成为当地种田大户首选。

