

做一个有责任心的企业家

——访赤峰绿盛生物制品有限公司总经理丁学雷

■ 高艳庆

“赤峰绿盛生物制品有限公司是一个负责任的企业，希望绿裳衣系列杂粮走进全国千家万户，让全国人民吃上绿色、天然的有机杂粮，为杂粮产业的发展、人们的身心健康尽一份自己的力量。”丁学雷对记者说道。

从IT产业到有机杂粮，再到有机生物肥，丁学雷在做一个循环产业链，他不断地在探索、努力，留下了一串创业的足迹。

他是一个闲不住、爱琢磨的人。一次偶然机会，出差到外地看到了有机杂粮，心里在想，自己家乡的地理位置、自然环境，产出的杂粮肯定要比这里强。随着人们对膳食营养的重视，杂粮的市场前景广阔。在这种信念的支持下，他回到家乡内蒙古赤峰市翁牛特旗乌敦套海镇玉田皋村，从事有机杂粮的开发以及产业链的延伸，开始自己的又一次创业。

公司以发展高科技含量、高附加值、绿色有机食品为主攻方向，以定单杂粮为主要原料，建立绿色食品种植基地 3000 亩，实行公司+农户+基地的经营方式，与农户签订有机

杂粮订单。对有机食品建设基地、周边环境、人员培训、选种施肥、田间管理、收割等实行跟踪服务和监管，确保基地生产的农产品纯天然、无污染、质量安全可靠。

公司的杂粮产自红山水库，红山水库位于西辽河干流——被誉为契丹辽文化母亲河之一的老哈河中游，地处赤峰市松山区、敖汉旗、翁牛特旗交界处的旅游三角洲。红山湖秀美而富足，特有的草炭土和无污染的环境让有机米稻花香二号展现出与众不同的高品质，是当地招商引资扶植项目，它由采用台湾技术加工而成的有机肥做肥料，用进口设备加工而成。产出的大米保持原有营养不流失，具有米色半透、色泽釉沉、软化劲道、米香四溢之特点。每月定期发往全国各地后，成为百姓饭桌上的珍饈美餐。 它只适合生长在黑龙江和内蒙古等地，且对环境极度挑剔，稍微不合意，就会水土不服，而红山水库就如同大自然为稻花香二号量身定做的基地。

为了使产品达到天然、绿色、有机标准，该公司投入 1000 多万元，进行了土壤改良、品种的引进，以及有机肥料的生产。绿裳衣高效生物



有机肥,是一种以微生物生命活动及其代谢产物使农作物得到特定肥料效应的微生物活体制品,主要原材料有草炭、褐煤、禽畜粪、农副产物下脚料等肥料型有机物。它在培肥地力、提高化肥利用率、改善农产品品质、增强植物抗病虫害和抗旱能力、抑制农作物对重金属及农药等有害物质

的吸收、净化和修复土壤、促进农作物秸秆和城市垃圾的腐熟利用等方面有着不可替代的作用。目前公司已与中国农科院土壤肥料研究所、北京中农新科生物科技发展有限公司新产品研发推广中心达成合作生产协议,共同开发、生产、推广生物产品。

赤峰绿盛生物制品有限公司引进高新技术和现代化的生产设备，生产无污染高效微生物肥、有机肥，走经济效益、社会效益和生态效益并举的科学发展道路，可实现资源的优化配置，将有利于促进赤峰市的有机肥行业和绿色有机农业的发展。

太重科协创新方法培训成果显现

■ 曹克顺

2015 年，太重科协创新方法培训及其应用工作，在连续 5 年不断取得成果的基础上，进一步向纵深发展，再次得到了中国科协及省市科协的肯定和表扬。

2015 年，太重科协扎实推进创新方法的普及推广工作，公司科协同山西省科协咨询服务中心签订了群众性创新方法活动组织与实施项目任务书，并按照《任务书》要求的时间节点认真进行组织实施。各有关基层科协按照公司科协的要求组织落实，按期完成了实施项目任务。技术中心王晓东等科技人员应用创新原理完成的《减速机防漏油装置研发》项目，在重矿机械企业科协协会、山西省机械企业得到推广应用，受到中国科协、山西省科协好评。太原重工、太重煤机、太原重工技术中心、太重煤机技术中心等有关单位加强各自师资力量和创新小组的选拔和培养，组建创新小组 10 个，进一步加强不同层次人员创新方法活动的宣传和普及力度。

一年来，公司科协分别在太原重工技术中心和太重煤机技术中心选拔优秀骨干组建两个代表队参加了山西省科协创新方法知识竞赛，不断提高了普及和推广活动的影响度和覆盖面。全年培训师资 5 名，其中太重煤机骨干干于被山西省科协聘为首席培

训师。科协的创新方法推广应用工作继续受到中国科协和省市科协以及公司广大科技人员的认可。

2015 年 4 月，太重科协、太重技术创新部联合邀请河北工业大学有关专家，教授来公司举办了为期一周的“面向减低成本的产品设计过程模型”创新方法高级培训班，公司近 40 名骨干参加了培训。另外，分别组织选派 6 名技术骨干参加了全国创新方法研究会举办的创新方法培训师、计算机辅助创新设计(CAI)培训班等，为公司培养、储备了一批熟练应用创新方法工具的技术研发人员。技术中心王晓东近年来积极参加创新方法的学习，年年有应用，年年有成果，做到学有所用，学有所成。

10KW 级以上功率级别的风电机组，如果如此大的功率机组仍然按照目前的机械传动机构来设计，对机组的重量、体积均会大大增加，导致制造、生产成本、安装、运输的困难也会大大增加，在现有的外围技术条件下，这样的机组几乎不可能实现，所以各个制造商也迟迟没有进展。能否设计出新型的传动结构，就成为开发 10KW 级以上风电机组新的突破点。王晓东通过应用创新理论中的功能分析方法将系统中各组件的功能进行详细分析并通过功能裁剪将系统简化，利用创新原理，提出了可以将现有发电机的主轴、轴承座裁减掉，并且将齿轮箱变为多

个齿轮箱带动多个发电机发电，而且还避免了齿轮箱与发电机的不同心，还可以将联轴器一同省去的无主轴多齿箱紧凑型风力发电机组新设计。此方案不仅解决 10KW 级以上风电机组传动链超长的问題，并且还将齿轮箱拆分为多个齿轮箱，提高了系统的冗余特性。由于齿轮箱和发电机的单个体积重量都较小，机组甚至可以实现现场装配、拆卸、修理。使机组更易于运输、安装和维护，并且也节省了机组机架的内部空间，可以将变频器、变压器等设备安装机舱内部，有利于设备的集中调试、操作、运维和管理，还可节约输电电缆。目前此成果已申请发明专利。

技术中心卢安卿应用创新原理提出的《WK—35 挖掘机油路管路频繁冻结现象解决优化方案》，获 2015 年度山西省“五小”竞赛活动成果一等奖；由太重煤机技术中心陈旭亮应用创新方法完成的《采煤机用安全型旋转式防砸落护板装置》，获 2015 年度太原市“五小”竞赛活动成果二等奖。2015 年公司有 11 项创新方法应用成果申报了专利。

成绩面前永不停步，2016 年太重科协将在三个方面进一步加大推广应用的力度，一是创新方法理论培训至少举办 3 期，培训人员不少于 120 人；二是培养创新方法培训师 3 名以上；三是对有推广价值、效益明显的应用成果汇总整理，在全集团公司范围内推广。

张国府：坚持不懈卖酒路

■ 胡桂丹 黄梦诗

哥不在江湖，江湖却有着哥的传说。最近笔者听说，在关公坊武汉市场有位江湖人称“江夏百事通”、“营销市场活教科书”的传奇人物，笔者甚好奇，决定前往武汉一探究竟。

小平头、休闲装，斜挎包、面包车，张国府和“标配”同时出现在笔者眼前，还没来得及缓过神，就被连推带塞地挤上了面包车。“今天我们先去送充气拱棚，要去给几家已经卖断货的店家补货，然后就去陈列做得好的几家店铺做下回访，最后去我们的老雇主那介绍下新品。”笔者还未开口，张国府便已将今日的行程安排妥当。

面包车穿行在江夏的乡村公路上，道旁的景色怡人。早就听说张国府特能说，果不其然，刚上车，张国府传奇的一面展露出来，关于销售的干货一条接一条地往外推送。“消费者普遍有从众意识，使得大家在选择产品时，往往会倾向于畅销的产品。消费者在选择时，终端店老板起着至关重要的作用，他们给出的建议大部分会左右消费者的选择。这就需要我们把基础的工作做扎实。”张国府边给司机指路，边介绍着他的销售之道。

不一会儿工夫，我们便如约到达了送拱棚的地点。老板娘早早等候在门口，见我们的车过来，立马打开仓库门，示意面包车直接开进去。“最近这段时间宴席特别多，趁着现在有时间，你先把酒和拱棚给我送过来，免得到时候又着急要。”老板娘带着眼镜，清点着送过来的拱棚。摆放好拱棚，张国府像往常一样，与老板娘聊起了近期产品的销售情况。最近主推什么酒，库存怎么处理，宴席酒水如何搭赠，张国府详细地介绍着，老板娘则是在一旁认真听，偶尔提出一两个问题。这一场景完全颠覆了笔者之前对拜访客户的认识，更像是在再分派任务。

普通的业务员说服客户，优秀的业务员



●张国府在整理货架

引导客户。“品牌实力决定产品质量，好的产品质量首先要让终端客户信服，进而引导他根据市场需求确定主推产品，销量一上来，终端客户信心也就足了，在推广的时候就更加地积极，比起从中间环节切入费力不讨好的方式，这个方法可谓双管齐下。”对张国府而言，做销售并不是简单地将产品卖到市场上去，而是要利用市场将这个品牌深入到每一个消费者心中。

趁着张国府与老板结账的空隙，笔者和司机聊了起来。司机告诉笔者：“我是土生土长的江夏人，但对这个街道的熟悉程度还不如在这里呆了八年的张哥，这里的每一条街每一个路口他都了如指掌。”在张国府来江夏的八年时间里，这里的大街小巷几乎都留下了他的脚印，没有修通水泥道路的小乡镇商店，都摆着张国府徒步扛进去的产品。正因为张国府用心经营，不放过任何一个潜在的顾客，年底的订货会上，可能某一个定货千万的客户就是他去过的某个小镇的商店。不打没有准备的仗，这便是张国府对于

每年的订货会所取得的成绩不惊讶的原因。

“明天给这个老板送 36 件‘陆年’过来，再送几件精制过来。”张国府打开车门，一边上车一边跟司机核对明天的送货单。司机一听就激动了：“张哥，你这开空头支票啊，哪还有那么多件‘陆年’，上周从厂里拖来的还不够昨天几家分的。现在离开公司报道还远，这么早卖完了剩下的几天咋办？”“正好再去拖一车过来，趁着最后的几天都卖了，开着空车回去开总结会，多风光啊！”张国府调侃着。不给自己的失败找借口，想尽一切办法挖掘一个客户，开发一片市场，再小的业绩也是一种成功，这是张国府被称为“营销市场活的教科书”的秘诀。

复杂的事情简单做，简单的事情重复做，重复的事情认真做。这是在采访中张国府多次提到的，不论是做市场还是经营客情，张国府始终相信没有推销不出去的产品，没有做不了的市场，只要用心、用策略，关公坊在江夏市场的占有率和美誉度必将节节攀升，创造新的辉煌。

涟水商务系统“两学一做”走进“实境课堂”

商务局精心打造“老字号”品牌促经济发展

6 月 8 日，江苏涟水县商务系统 37 名党员干部，走进“两学一做”“实境课堂”。在盱眙县“黄花塘新四军军部纪念馆”，通过实战场景展示和图片介绍，再现新四军当年在艰苦卓绝的岁月中，以“铁军”精神与日伪军和国民党反动派展开殊死搏斗，终于取得抗日战争和解放战争的伟大胜利的情况。大家在纪念馆前重新举行入党宣誓，重温入党誓词，表示要以“铁军”精神，干好本职工作，全心全意为人民服务。

在开国总理周恩来纪念馆，通过观看周总理生平事迹介绍，缅怀一代伟人的高风亮节、高尚情操和为人民服务、做人民公仆的至高情怀，大家深受感动、泪眼婆娑，表示一定要学习周总理亲民、务实、清廉的崇高品格、可贵人格、朴实风格，结合当前如火如荼的“两学一做”活动，查找不足，荡涤灵魂，彻底整改，轻装上阵，在改革中谋发展，在开放中促赶超，为实现外贸、外经、外经工作上半年“双过半”，三季度完成全年总任务而奋斗！

(梁俊峰 梁超 陈裕)

又讯 为弘扬企业文化，打造精品名牌，

涟水县商务局采取切实措施，助推企业创建“老字号”品牌。

一是抓好全面质量管理。帮助企业树立质量意识，在生产过程中道道工序严格把关，把影响质量的因素消灭在萌芽状态，确保产品质量和服务水平不断提升。

二是树立良好的企业形象。在商标或标志设计上尽善尽美，在产品包装上美观大方，在广告宣传上加大力度，不断提高品牌的知名度、美誉度，从而受到广大消费者的青睐和厚爱。

三是扩大销售覆盖面。鼓励企业采取“狮子滚雪球”的方法，抢占营销制高点，扩大销售覆盖面，提高经济效益和社会效益。

通过精心培育，今世缘集团的“高沟”商标，去年成功创建“老字号”品牌。今年，该局举一反三，加大创建力度，对商标或标识延续 30 年以上，社会认可、知名度高、经济效益好的 4 家企业进行上报评审，以此促进企业提高产品质量，努力创优夺牌。

(梁俊峰 孙奎 陈裕)

(小可)