行成于思
周洁(集团办公室)

愿为一片瓦

为了加强责任意识，改变我们的思维模式，我率远地加入了责商培训。作为一名刚加入通威集团的“新人”，第一次参加这样的培训，既激动又好奇。

大家都知道“管商”、“情商”，但很少有人知道“责商”。“责商”究竟是什么呢？学习“责商”又有什么意义？

带着这一系列的疑问，在经过三天两夜的学习后我终于有了较为深入的理解。原来，所谓“责任”，不仅限于我所理解的职责和义务，而更延伸出一种敢于承担任何事情、愿意有所作为、勇于奋斗的精神。责商就是对自我责任的认知、感知及掌控，它包括了两个方面：一方面是展示不屈、创造价值；另一方面是约束行为，遵守规范。

课改心博士的教学十分生动，总是将道理和我们的实际的解活事物联系起来，达到寓教于乐的效果。他所强调的责任不灭定律：1：99法则，让我学会了在发现问题时，先消除不良心态，找出自己的责任点在哪里。

生活中的我们常以99：1的心态去放大别人的错误，而忽略了自己应担当的责任。其实我们唯一有能力去改变的是自己，所以不要总想要求他人适应我们，而应该通过改变自己去影响他人。

“责任者找方法，不负责任者找理由”，真正的责任者往往是快乐的，责任也是一个人能否立足社会、成就事业最基本的人格品质。在某种程度上讲，责任心有多大，我们的人生舞台就有多大。因此，每个人要有所作为就得有责任心，只有这样才能有结起自己的良心。

课堂上，讲教授发给每组学员一根细棒，要求大家只用自己的食指，一起将它端在一条水平线上。开始我不觉得这有什么困难，可全组队员经过多次努力都未能完成任务，大家无论再怎样小心翼翼，都还是有地方出批漏。针对这一现象，分析原因后我们发现了问题所在：第一，在端杆的时候，总有人在说，“左边的人举高了”，“右边的人速度慢了”，而忽略了自己有没有跟上他人的速度，有没有保持他人的高度。我们总是习惯于将自己的责任推给别人，视角放大，却忘记站在他人的角度上思考。局部与整体的关系没有处理好，自然也达不到目标。第二，每个人的身高不同，理解不同导致标准不同。尽管组长在整个过程中一直全力指挥，但取得的效果却不尽人意。这说明在整合和协调方面存在一定问题，而组长的指挥不灵是由于缺乏绝对统一的标准，每个人看问题的角度不同，那么处理事情的方式自然也不同。这说明我们在工作时应及时判断，积极沟通、协调，并且树立明确的目标。第三，当大家正为自己端平齐眉杆高兴的时候，旁边检查的老师即刻没收到标准。这正验证了“旁观者清，当局者迷”的道理。在处理某件事情的过程中，经常出现当事者对自己本身问题芒然或者看不透，而旁观的人反而更能有比较好的见地。

原来一根细杆也能倍出如此之多的道理。工作中，没有绝对统一的指挥不行；没有共同的组织目标不行；没有良好的心理默契也不行……

世界上最无私最爱，莫过于父母之爱；最大的思情，莫过于父母养育之恩。谈父之爱，动容落泪的场景就是我们培训课堂的一幕。大家都在反思：父母尽心尽力、不惜任何代价的养育我们，可我们尽到的子女责任有多少？父母为孩子操起了整片天空，子女哪怕只为他们做点微不足道的小事，都能让他们感到欣慰。

屋顶上的瓦片是最普通不过的事物，然而正是他们用微小的身躯层层叠叠加固接，才保证了房屋免受太阳、风雨、冰雪侵蚀袭。看似微不足道，却默默地担着重要的任务，这种可贵的精神值得我们每个人去认真思考、学习。我想我们也应学做一片屋顶瓦，负责任、有担当。别人所能做的责任，我必能做；别人不能做的责任，我亦能做。只有这样，才能磨练自己，拥有美好人生。

员工心声
朱红(朱庄)

工友自白

今年公司的饲料销售增长很快，无论是鱼料还是猪料都得到了快速的增长。但是对于我们打们工来说，这也是一个很大的挑战。

作为生产一线工人，我们不能在市场上冲锋陷阵，唯一能够做的就是做好自己的本职工作。做为一名打包工，我们要时刻牢记饲料，保证不能外泄过多也不能过少；如果每一袋多一斤，一吨料就多25斤，1万吨就是5吨料，对公司来说就是一种很大的损失；如果每一袋料少一斤，对于客户来说也是一种损失。客户是我们的上帝，是我们的发展的根源，是我们生存的根本，只有他们赚了钱，才会有更多的客户来用通威料，这样我们公司才能发展得更好！

做为一名打包工，封好每一袋饲料，要封得平整、结实。每一袋饲料都是以千袋为一批来下料，到仓库，到鱼塘，最终解开封口线得到正确的使用。其实这个过程看似简单，但也是一个不易的过程。如果封口不好，下雨可能会淋水，使饲料发霉；如果封口不结实，在搬运中就可能破袋出饲料，浪费饲料；如果封口不平整，养殖户可能会想：这么大一个公司，如果饲料袋都没有弄好，那么质量还能否得到保证，这对于公司来说是一种无形的损失。

做为一名打包工，我们只有将平常一个个再平凡不过的动作，无数次地重复，不断地坚持，不断地努力，将自己的工作做到位。只要有了一颗不怕苦、不怕累的心，我们就一定能将自己的本职工作做好。只有这样才能让每一袋料安安全全、放放心心地从公司运送到一个个鱼塘、猪场，让他们在一个个细节上来感受着通威对他们的责任和关心，最终使客户用自己的信任和信赖中，真正地认识通威，真正地认可通威，最后宣传通威！

集团和公司正在不断发展，做为一名普通员工，现在我们能够做的，1能认清自己的工作职责，调整好自己的心态，认认真真地将自己的工作做好。我相信，只要我们每一个都从自己做起，从自己的一个个细节做起，我们一定会得到养殖户的认可，我们的集团和公司也会得到更好地发展，同样我们也会从中得到更多。

我坚持，我努力，在此祝愿通威集团和集团通威，明天更美好！

刘亮程曾在《虚土》里这样描绘村庄：“我居住的村庄，一片土坡上零乱的房屋，所有的窗户向南，朝阳口朝天。麦子熟了火向西，聚花老了头朝东，人死了埋在南梁，脚朝北，远远伸向自家的房门，伸到烧热的土炕上，伸进家人烟暖的被窝。

荒诞，优伤。若隐若现，却意味深长。

故乡，遥远而温暖。而心中那村庄，却只剩，一个陌生又令人惘然的词句。

常常，在孤独时，在想家时，想像一张着墨的水彩，隐映出旧时的村庄，遗落在某年某月的那个茅节。于是，敲打着灰暗的文字，来形容曾经的过去，那刻，忧伤就在村庄，开始一段铅深，漫长的回忆。

故乡，是一潭水。那些移动的村庄，像浮在水底的云，我们走进去，晒荣，是虚，是优伤，是感动。之后，漂泊在异乡，流浪在人生的旅程，以一种文学精神的文字方式，去念想，去触摸。这，从某种意义上讲，就把乡愁和村庄开始贴住。

不得不承认：为了生存，我们无法对故乡，作更进一步的接近。离开村庄，很多时候，听着城市那些嘈杂而近距离的声音，才感觉但已与故乡的距离，相隔了很远很远。而那些村庄的风，穿过叶子，滑过水面，温柔的抵达内心时，怀念，想念，惦念，在梦里，模糊又清晰，熟悉又陌生。

事实上，我对于远方的村庄，总有这种似是而非的感情。

遥看村庄，依旧在水墨里移动，伤痛什么都不曾改变。近了，就陌生了。通往村口的泥泞路不见了。宽宽平平的石板路，仿佛笑问，客从何处来，就往何处？

其实，对于故乡如此的改变，我应该高兴。但心里，总是落雨天，浸过鞋面的泥泞路。离了家，就怎么那些原本不喜欢的泥土气息，说不出一种什么感觉。

村口。很多熟悉的房屋不曾变。长长的舒了口气。只是遇见的老人，更老了，有种恍惚的感觉。曾认识的孩童，成了少年，成许已经失距分步入婚姻的围城，验上只剩依稀的概念。而那些抱在怀里的，就真正的陌生了。

那些被拆掉叠的时间，什么时候蔚走的呢？而属我的那些童年，又是什么时候不再相见？

村口那木树，阳光下“嗅嗅”地笑。我也找不出，当初离家时它的模样。幸好那块乘凉的大石还在，就要中透出苍凉。还有那磨坊，孤零零的躺在那，蒙了厚厚一层灰，风雕过去，那些尘肆意的在光柱里追踪，探询，嘲笑，粉碎，再落地。

面前的一切，渐渐陌生地把我推出去。相隔了太久的岁月，我以为，心里的村庄从不曾改变，但我错了。我试图呼喊，但不能出声。此刻，我能做的，就是快速走进，我念想的屋子，然后停下身，用你说的姿态去面对那些疑问的神情。

父母老了。故乡的农活，还有儿女的家庭，吸去他们所有年轻的光阴和精力。那些岁月里曾挺拔的身姿，被风干成了回忆。现在，儿女都成家了，而父母挑担那的背影，依然还承载了太多的心酸和劳累。

只是，当我真正地面对这些时，我找不出任何一句，来表达我的心情。就像，身处外地，水远不知父母过的是一种什么样的日子。而父母心里，又是以何种方式，在弥挂远方的儿女？

父母的笑，是最真的。就像一朵干菊，在开水里绽开，很美。此时，心里隐隐痛。

记得春节回到家里，母亲张罗着，忙活着我们兄弟最爱吃的东西，似乎我们未远是在外面受苦，而一个简单的动作，就能使我哽咽。因为，我伤痛成了远方的客人。原来，太久不曾回家，家，若旅社。想想，几天后，为了生存，又将远离，村庄，它会跟我一样沉默，哽咽。

家，没说还记得，也没说已忘记，只是有些陌生。

我想念那株矮边的柳。不见了。

书与柳。不同的概念。以冷在的，不在了。以冷去失的，还存在。我明白了，岁月可以不再记得，风可以不再记得，树可以不再记得，但亲情，不可以不记得。

故乡，在我们离开时，开始逐渐孤独。而村庄，在我们为心弧独时，开始若隐若现。其实我一直分不清楚，这种感觉，是熟悉还是陌生？或许，我们的内心，早就注定，对于村庄的怀念：如深，飘浮，遗恨，而又苦涩。这是事实。

昨夜梦里，又看到熟悉的房屋，磨坊，大树，还有站在村口，守望的父母。另一边，我又看到眼前的眼神，还有陌生的石板路。而那些被砍掉的木棚，柳树，又长出了新芽。只是有点陌生，不似当初的模样。

梦里，我依旧迷惑。

其实，就算是偶遇之后，坐在一起喝喝茶，聊聊天又能如何，分开了太久，心里的距离通不了度，哪是一盅茶一瓶话就可以拉近的。

离开的时候，早已物是人非。

人生的旅程，唯一不会弃你而去的伴侣就是寂寞。早一点学会与寂寞相处也好，享受着寂寞，让浮躁的心归于平静。

一直向往着能去一个霜降的山林里，有面画的溪布，有静静的溪水，有绿得透明的树叶和青草，有素雅的花自由自在地降意绽放。可以在流动的大石上舒展着身体练习瑜伽，然后闭上眼睛聆听天籁之音。只是这样的世外桃源虽然梦寐以求，而一旦置身其中，会不会又怀念起曾经那些喧闹的繁华？

为了能罚世人的贪心，上帝总是不停地出着选择题，而没有选择的往往就是将来最后悔的一念之间，总是失去的比得到的多。

一辈子，那么漫长的岁月，开始的时候，不停地迷失，不停地找寻，日渐长大，懂得用自己宽度想要什么，只是任由时间推着自己暗淡下去，沉默下去。

健康新知

喝水的五大误区

据最新的一项调查显示，目前人们在饮水方面存在着较多误区。中国医保健康扶助水专业委员会教授日前提醒说，喝水不要踏入5大误区。

1、片面强调水中矿物质

矿泉水因含有人体所需要的一些矿物质而深受喜爱。不少消费者认为，矿物质含量越高越好，其实不然。饮用水中应该含有适量、平衡的矿物质，但矿物质含量高并不能完全说明水的活力强。反之，当水中矿物含量超标时，还会危害人体健康。例如，当饮用水中的碘化物含量在0.02毫克/升时，0.05毫克/升时就会引起甲状腺肿大，0.05毫克/升时则会引发碘中毒。

2、水越纯越好

不少人认为，水越纯越好。事实上，长期饮用纯净水会导致身体营养失调。大量饮用纯净水，会带走人体内的有用的微量元素，从而降低人体免疫力，易引发疾病。

由于人体的体液是微碱性的，而纯净水呈弱酸性，如果长期饮用弱酸性的水，体内环境将遭到破坏。此外，长期饮用纯净水还会增加肾的流失。对于老年人，特别是患有心血管病、糖尿病的老年人和儿童、孕妇更不宜长期饮用。

3、喝水仅为解渴

人们通常认为，口渴了才喝水，不渴就不用补充水分。调查显示，人们喝水时往往忽略了水的营养及保健功能。干渴、安全、健康的水是最重要的。人体是由水构成的，人体的水分是人体生命活动的载体。

水在体内能将蛋白质、脂肪、糖、无机盐等营养物质输送到各个细胞，并将其中的代谢产物排出体外。水能调节体温，并有润滑关节、肌肉、内脏、脑、脊髓等器官的作用。水能参与体内的一切生理活动，是人体生命活动的物质基础。

水在体内能将蛋白质、脂肪、糖、无机盐等营养物质输送到各个细胞，并将其中的代谢产物排出体外。水能调节体温，并有润滑关节、肌肉、内脏、脑、脊髓等器官的作用。水能参与体内的一切生理活动，是人体生命活动的物质基础。

4、饮料等于饮用水

调查显示，不少年轻人喜欢把饮料当作饮用水。其实，水和饮料在功能上并不能等同。由于饮料中含有糖和蛋白质，又添加了不少香精和色素，饮用后不易健康产生负饿感。因此用饮料代替饮用水，不但起不到弥身体“补水”的作用，还会降低食欲，影响消化和吸收。

长期饮用含咖啡因的碳酸饮料，会导致热量过剩，刺激血脂上升，增加心血管负担。咖啡因作为一种利尿剂，过量饮用会导致排尿过多，出现人体脱水现象。另外，对儿童来说，碳酸性饮料会破坏牙齿外层的珐琅质，引发龋齿。

5、把医药用水当饮用水

目前在市场上可以看到一些名为“电解水”和“富氧水”的饮用水，严格的说，这些都属于医疗用水，不能作为正常人群的饮用水。

电解水就是通过电解作用，把水分解成阳离子水和阴离子的水。阳离子水是医疗用水，必须在医生指导下饮用；阴离子水则常被用于消毒等方面。富氧水是指在纯净水里，人为地加入更多的氧气，这种水中的氧分子到了体内，会被环细胞的正常分裂作用，加速衰老。

请你猜猜

上期答案

谜面 宝宝不怕晒，穿衣是奇怪，里面套红衫，外面披蓝袋

谜底 甜 打一食品名

谜底 花生

猜中者 沈男（四川预讯科厂）史芝平（西安通威）陈益斌（长寿通威）李玲玲（长寿通威）

本期谜面 脚上穿球子，身上换种子，嘴巴张来子，下河捉虾子

谜目 打一动物名

羊角山镇

上期出句 月照纱窗，个个孔明请英杰

对句 墙出莲藕，节节支白手长棋（丽文通威地产）

本期出句 未之下为未，未之上为末，未未未，检柱棒在点

获奖名单 沈男 史芝平 陈益斌 李玲玲 顾文祥

通威集团荣获2011中国最佳雇主企业

本报讯（记者 方冀 通讯员 屈经扬）10月21日—22日，由国际人力资源管理协会、人力资源和社会保障部、首都经济贸易大学中国雇主品牌研究中心共同举办的年度学术和管理实践交流活动——“第六届中国雇主品牌论坛”在京隆重召开。《2011中国雇主品牌和社会责任年度调研报告》、“2011中国最佳雇主企业”、“2011中国最佳社会责任奖”、“2011中国雇主品牌奖（HR人）经理人”等中国雇主品牌年度大奖现场发布，通威集团凭借近三十年在品牌建设、人才培养和引进等方面的卓越贡献荣获“2011中国最佳雇主企业”大奖。CCTV、新浪网等多家知名媒体列场进行了现场采访以及网络微博直播。

本届“中国雇主品牌论坛”的年度主题为“企业使命”，来自北京大学、中国人民大学、清华大学等院校的专家、学者，人力资源和社会保障部、中国企业联合会、发改委、中华全国总工会等政府部门相关领导，西门子（中国）、可口可乐、通威集团等知名企业的CEO、HR总监等围绕“时代的雇主品牌”、“90后员工的管理挑战”、“社会责任与企业使命”和“中国人力资源政府政策发展趋势”四个话题进行了对话交流，就雇主与人才培养、管理进行探讨。

据悉，通过近三十年的发展，通威已成长为“以人为发展企业宗旨”，“2011中国杰出职业（HR）经理人”等中国雇主品牌年度大奖现场发布，通威集团凭借近三十年在品牌建设、人才培养和引进等方面的卓越贡献荣获“2011中国最佳雇主企业”大奖。CCTV、新浪网等多家知名媒体列场进行了现场采访以及网络微博直播。

本届“中国雇主品牌论坛”的年度主题为“企业使命”，来自北京大学、中国人民大学、清华大学等院校的专家、学者，人力资源和社会保障部、中国企业联合会、发改委、中华全国总工会等政府部门相关领导，西门子（中国）、可口可乐、通威集团等知名企业的CEO、HR总监等围绕“时代的雇主品牌”、“90后员工的管理挑战”、“社会责任与企业使命”和“中国人力资源政府政策发展趋势”四个话题进行了对话交流，就雇主与人才培养、管理进行探讨。

据悉，通过近三十年的发展，通威已成长为“以人为发展企业宗旨”，“2011中国杰出职业（HR）经理人”等中国雇主品牌年度大奖现场发布，通威集团凭借近三十年在品牌建设、人才培养和引进等方面的卓越贡献荣获“2011中国最佳雇主企业大奖，以期在中国人力资源领域专业人士对通威集团的长远战略、管理层的优秀领导能力及企业人力资源管理、雇主品牌管理、企业文化建设的高度肯定。

通威报

TONGWEI NEWS 通威集团 主办

TONGWEI 追求卓越 奉献社会

2011年10月30日

http://www.tongwei.com 第十期（总第296期） 四川省连续性内部资料准印证第01-034号 总编辑：黄其刚 执行主编：邢晓波

全国政协常委、通威集团董事局刘汉元主席等全国25位政协委员的慈善事迹在“善行天下·政协委员慈善公益事迹展”上隆重展出，中共中央政治局常委、全国政协贾庆林主席等出席开展仪式

刘汉元主席荣膺全国政协慈善公益之星殊荣

刘汉元(前排右三)向贾庆林主席(前排右二)介绍通威在慈善公益方面的情况

本报讯（记者 崔维顺 通讯员 屈经扬）10月21日，为弘扬政协委员慈善精神，增强公众慈善意识，推动慈善文化建设，促进社会和谐发展，由全国政协办公厅批准，全国政协文史和学习委员会主办的2011年“善行天下·政协委员慈善公益事迹展”在全国政协机关礼堂隆重开展。中共中央政治局常委、全国政协贾庆林主席，全国政协同不成周主席、民建中央主席、全国政协张梅颖副主席和全国政协常委、通威集团董事局刘汉元主席等出席本次开展仪式。

在政协十一届全国委员会常务委员会第十五次会议期间，贾庆林主席前来参观了展览，并肯定刘汉元常委慈善公益事业展板前，与刘汉元常委亲切握手并听取了刘汉元常委的讲解介绍，对刘汉元常委多年以来在慈善公益事业方面的努力付出和巨大贡献表示赞许。

据悉，此次展览共展出了刘汉元常委等全国25位政协委员的慈善事迹，并通过大量生动翔实的图片、文字资料向观展嘉宾展示了他们多年来在履行职责的同时，大力推动中国慈善事业发展所取得的成就，以此宣传慈善理念、褒奖慈善行为，促进全社会对慈善事业的关注。刘汉元常委荣获“2011年善行天下·慈善公益之星”。

审视通威从五百元起家到今天年销售收入超三百亿元的企业发展轨迹，刘汉元常委说：“近三十年来，通威集团始终坚持以责任谋求共进，一直不忘履行企业公民义务，纳税、扩大再生产，为社会提供优质产品和服务等方面最根本、最核心的社会责任，多年来，通威直接带动养殖户近百万户，并通过产业链条的延伸带动三千多万农民发展养殖致富增收。如果说当年网箱养鱼让我们获得了经济上的发展，授人以渔让我们获得了共同发展带来的欣慰和自豪，那么，今后如何做好物质积累后的慈善公益事业，体现企业更加成熟的社会责任意识，则成为我们汇义常委的讲师介绍，对刘汉元常委多年以来在慈善公益事业方面的努力付出和巨大贡献表示赞许。

“作为一名国企党员，我思索的问题是在保式上指出，慈善事业是中国特色社会主义事业的重要组成部分。国富民强、政廉民安是中华儿女的不懈追求，人人慈善、爱心惠民则是慈善事业的发展使命。一直以来，党和国家对慈善事业发展非常重视，已把慈善事业作为社会保障体系的重要组成部分，把发展慈善事业作为构建和谐社会的重要内容。“十二五”规划将加快发展社会事业，切实保障和改善民生放到了更加突出的位置。近年来，全国政协、地方各级政协组织以及广大政协委员把推动慈善公益事业发展与履行政协职能和委员职责紧密结合起来，通过视察、调研、提案以及大会发言等形式为慈善公益事业发展建言献策，同时还广泛参与抗震救灾、扶危济困、助老爱幼、捐资助学等慈善公益活动，为建设和谐社会做出了积极贡献。同不来提，同不都热西提副主席强调，参与慈善、宣扬慈善、用移样助推慈善，是新时期人民政协组织和广大政协委员应有的历史责任和新时代使命。

据悉，此次展览共展出了刘汉元常委等全国25位政协委员热心慈善公益事业的动人

要闻

全国政协常委、通威集团董事局刘汉元主席牟利“两会”上《关于为我国和平崛起营造良好内外部环境的建议》提案日前获国家能源局明确回复

完善新能源政策 推动产业健康发展

本报讯（记者 子夫）日前，国家能源局对全国政协常委、通威集团董事局刘汉元主席今年“两会”提案《关于为我国和平崛起营造良好内外部环境的建议》予以回复，明确指出：将认真研究该建议，继续完善培育国内新能源发展的政策措施，推动我国新能源产业有序健康发展。

近日，在2011年全国“两会”上提出“为我国和平崛起营造良好内外部环境”建议的刘汉元常委，正式收到了国家能源局的回复。回复指出，经商国家发改委，答复如下：能源是经济社会发展的重要基础。目前，我国正处于经济快速发展的阶段，能源需求量大，受到资源禀赋的制约，能源的消耗以煤炭为主，优质的石油、天然气资源供应不足，对外依存度逐渐增大，带来了能源安全的问题。特别是近年来，国际石油等能源价格不断上涨，应对气候变化问题日益突出，加之国际金融危机的影响，许多国家把新能源技术作为未来能源发展和经济竞争的战略高地，积极发展新能源已成为当前国际社会应对气候变化、保障能源安全的重要手段。

并即时就“关于让加快新能源产业发展成为全社会共识的问题”、“关于将西部大开发与新能源基地建设同步进行的问题”予以回复。针对“关于以市场化机制促进我国光伏产业快速发展的问题”，回复指出，成本高是光伏发电目前实现规模发展的最大障碍。现阶段优发电技术路线的主要目的是以造出的规模化、推动技术进步，促进成本和电价水平的降低。当前，国家已根据光伏发电项目社会平均投资成本和资源状况对光伏发电上网电价进行了研究测算，形成了初步的光伏发电上网价格形成机制。对非招标项目，按一定时期内能源大型并网光伏电站社会平均成本线一核定上网电价，并将根据项目投资成本及技术进步情况等因素适时调整，对中央财政资金补贴的项目按当地院高级煤发电企业标杆上网电价执行。

永祥多晶硅二期3000吨／年项目顺利投产

本报讯（通讯员 代长宏 李艳）9月29日，永祥股份四川永祥多晶硅有限公司二期3000吨／年多晶硅项目正式生产出合格的多晶硅产品。该项目自2010年10月全面开工建设以来，历时11个月，全面采用目主创新并拥有国家专利技术的“永祥生产法”，运用大型节电还原炉、余热利用等先进的节能技术，实现物料封闭循环、不再产生四氯化硅等时产物，自动化程度高、能耗、物料消耗等主要能耗指标均居国内领先水平。

继一期1000吨／年多晶硅项目全面投产以来，以永祥股份董事长冯德志为核心的永祥多晶硅领导班子和技术团队，率领公司全体员工夜以继日，加班加点、快速、高效地推进项目建设，二期项目从破土动工到正式投产并出产品，不到一年的时间，再次刷新了多晶硅项目建设的国内最快速度。

自2006年通威集团与巨星集团联手进军太阳能光伏新能源产业以来，被业内专家和部分主流媒体誉为“中国新能源第一人”的全国政协常委、通威集团董事局刘汉元主席，勇身实践并积极参与行业建设和发展，并次和四全国政协提案，出席国际性的新能源峰会和论坛，撰写《能源革命——改变一个中纪》新能源专著等多种形式，积极为中国新能源产业的发展鼓与呼，并对永祥多晶硅的建设和发展不断提出更高要求和新的期望。

据悉，永祥多晶硅三期6000吨／年项目正在四川眉山市开工建设，预计将于2012年6月底前投产，届时永祥多晶硅将是四川首家实际产能突破万吨级的多晶硅企业，必将为我省多晶硅及光伏产业的快速发展做出积极贡献。

四川省工商联副主席何俊明一行调研永祥多晶硅公司时指出

永祥已成四川最大多晶硅生产企业

何俊明副主席（前左二）参观永祥多晶硅公司

本报讯（通讯员 蒋高国）10月11日上午，四川省工商联副主席何俊明一行10余人在巨星集团董事长唐光荣的陪同下调研永祥多晶硅公司。永祥股份董事长姜永祥多晶硅公司总经理冯德志、副总经理易正义等热情接待。

在唐董事长、冯董事长的陪同下，何主席一行参观了永祥多晶硅公司一期、二期工地，并重点对二期3000吨／年多晶硅项目运行情况、主控车间等进行了解。冯董事长向何主席一行详细介绍了永祥多晶硅二期项目的运行情况以及公司的发展规划等。

在随后的座谈中，大家进行了深入交流。唐董事长进一步对光伏产业的前景以及水祥的优势进行了介绍。在座谈会上，唐董事长提出，目前，国家出台了新能源产业发展的主要目的是以造出的规模化、推动技术进步，促进成本和电价水平的降低。当前，国家已根据光伏发电项目社会平均投资成本和资源状况对光伏发电上网电价进行了研究测算，形成了初步的光伏发电上网价格形成机制。对非招标项目，按一定时期内能源大型并网光伏电站社会平均成本线一核定上网电价，并将根据项目投资成本及技术进步情况等因素适时调整，对中央财政资金补贴的项目按当地院高级煤发电企业标杆上网电价执行。

决策于终端 转变于思想 落实于行动

通威股份2011年度营销年会成功召开

常德年会现场

拓展训练全影

本报讯（记者 孙迪 实习记者 宋斌）身处竞争日趋激烈的背景，面对行业格局在变革中产生的苦于拐点及快速变化的市场，市场营销需要注入全新的内涵。因此，为预测未来营销变局，把控创新策略，抢占新一轮市场先机，在市场竞争中占显优势，为客户创造更大价值，10月23日—28日，通威股份在成都双流华阳举办了主题为“思维突破 营销再造”的2011年度营销年会。全国政协常委、通威集团董事局刘汉元主席出席会议并发表重要讲话，通威股份总裁严密先开场发言，通威股份总裁助理、市场营销总监王商文主持会议。股份管理总部各职能部门负责人及分、子公司总经理、市场营销骨干近300人参会。本次大会乘承高规格、高水平、高效率的办会宗旨，力求在脑力激荡与思想创新中碰撞出智慧与灵感，为股份下一步的营销工作起到重要的指导作用。

10月24日上午，刘汉元主席结合通威目前的发展特色与技术优势，就苹果公司的竞争思路进行了深刻阐释，期间寓意了几点通威在市场营销上需借鉴和提炼的关键要素。刘汉元主席指出，通威以技术进步促进企业发展，把技术和技术的领先以及推动自身与行业的技术进步作为通威发展的核心动力之一。但当所有产品同质化时，生产相对来讲变得简单、轻松。最终核心需求一定是满足客户的需求，能不能让产品在市场上形成累积效应，提升美誉度，让每一款产品都成为经典的历史！因此，必须真正找到我们要突破的地方，随着我们的行为和产品，想清楚以后究竟要做什么，我们的体制、我们的基础管理、我们的文化还是有很多优秀的地方，但我们在市场上究竟少了点什么，究竟需要突破什么，最后才能真正突破，并形成统治之势，这是我们本次会议的主题。

当日，严密在开场发言中强调了本次会议的目的，重申了五年计划的重要性，明确提出“决策于终端，转变于思想，落实于行动”的要求。同时，严密就未来的市场增长点，针对两个价值化和两个转型，要求各公司按照实际情况，形成具有自身特色的模式，助推公司稳健、快速、高效经营和稳步发展，加速推进通威从饲料生产商向全面服务商转型。

10月24日下午，刘主席还同参会人员一道前往位于四林市平乐镇的碧峰通威ववi西南军事化基地参观。刘主席在慰问广大员工的同时，希望大家沿袭已经取得的成绩和已有的荣誉，提升自身技能，实现全面发展，争取更大的胜利。

会议期间，除中国人民大学教授张利庠作题为“思维突破决战市场”的专题培训外，参会人员还就如何建造准军事化基地和打造特色营销模式进行了经验分享，并按照片区深入座谈，大家群情激昂，积极交流，碰撞出很多火花。本次大会内容丰富、安排紧凑、形式多样，除“思维突破 营销再造”主题外，还分设了“新生的力量”与“化蛹为蝶”两个分题：23日下午进行了精彩的拓展训练，晚上则举行了一场别开生面的营销嘉年华晚会，以调节接下来几天高频率、快节奏会议的紧张和疲累。

据悉，本次大会以服务为宗旨，无论来参会的是经理还是市场一线将士，都享受到VIP级的温馨服务。无论是红地毯、签名墙式的星光大道，苏勒期间提示人场的主题歌曲，还是实名制的会务用品，无一不生动诠释着人性服务的内涵，旨在为市场一线将士营造宾至如归的温馨氛围，激发大家团结市场的信心和决心，以增强凝聚力、提升团队士气。

参会人员纷纷表示，这次会议和以往许多会议不同，不摆花架子，但形式多样，现实意义强，回去后要在各公司内部推广，形成大胆创新和敢于自我超越的风气，为公司的经营生产提供更加强大的动力。

中小企业领导能力提升培训班考察通威

本报讯（实习记者 宋斌）10月27日下午，四川省经信委企业处副处长黄鹏率四川省中小企业领导能力提升专题培训班学员40余人来到通威集团总部参观、考察。通威集团监事会主席陈星宇、通威集团总裁助理黄其刚等热情接待。

陈主席对黄处长一行的到来表示热烈欢迎，并向培训班的各位企业家介绍了通威的发展和新能源两大主业发展情况。黄处长一行参观了通威荣誉厅，各位企业家在不胜枚举的各大奖牌前驻足，对通威辉煌的发展历程和所取得的成就赞叹不已；随后观看了通威集团宣传片，对通威有了更加深入的了解。

据悉，该培训班由中共四川省委组织部主办，四川省经信委和西南财经大学承办，四川省中小企业发展中心协办，为期10天。本培训班旨在通过学习和考察来提高各中小企业领导的管理能力。该班共有来自成都周边的绵阳、乐山、自贡、资阳等8个地市州的60多位中小企业领导参加，通威集团作为全国最具有影响力的农业企业之一，是该培训班学习、考察、调研的重点。

通威检测中心通过英国FAPAS氯霉素和磺胺盲样测试

本报讯（通讯员 刘耀凯）日前，英国FAPAS寄来的中期报告显示：通威股份检测中心参加的“虾中的氯霉素、猪肾中的磺胺两项能力验证——盲样测试”全部通过。

为持续保证检测的准确性，并不断激发检测人员对检测结果的信心，通威股份检测中心分别于2011年5月、8月（第三次、第四次）参加英国FAPAS检测的能力验证，检测中心再次顺利通过测试（通威股份检测中心的Z值分别是1.1和0.5，Z≤2即合格）。

据悉，本次测试其中包括有美国、英国、日本、台湾、中国等全球105个顶尖实验室参加，颇为还是有200多的实验室没有通过。

自2009年首次参加英国FAPAS能力验证，3年以来，通威股份检测中心相继参加了鳗鱼中孔雀石绿、隐性孔雀石绿、孔雀石绿总量、结晶紫总量、隐性结晶紫、结晶紫总量、虾中的硝基呋喃、氯霉素、猪肾中的磺胺能力验证计划等相关测试，结果全部顺利通过，并取得满意的成绩。

FAPAS能力验证体系在全世界各国的食品安全分析实验室得到了广泛普及，目前已是食品安全分析领域全球第一的国际评价体系，由英国农业部和卫生部创办于1990年，属于非赢利性的官方组织。

2005年英国FAPAS®进入中国，通过开展能力验证，可发现实验室存在的问题和监控实验室的运行状态，提高实验室检测能力和检测水平，确保检测出证的质量。目前，FAPAS®为世界约3000家实验室专门提供医学、食品检测方面的能力验证活动；FAPAS®建立了一套完整的实验室准确的评价体系。

通威集团工会会员获成都高新区科技与商务英语比赛三等奖

本报讯（记者 宁泽 通威高新区）“秀我风采、创业高新”科技与商务英语比赛颁奖典礼隆重举行。通威股份总裁助理黄其刚、通威集团工会主席李思宇等为获得竞赛奖项的颁奖典礼，并为获奖者颁奖。

据悉，科技与商务英语比赛只是成都高新区“秀我风采、创业高新”首届天府职工技能大赛系列活动之一，活动旨在努力培养和造就一支高科技产业人才队伍，为高新区高科技产业职工搭建起学习技术和交流技能的平台，为高科技产业人才铺设一条“星光大道”。

同时，通过职工技能大赛的示范引导作用，带动职工学习技术、掌握技能、争当高技能人才，在高新区各行业营造尊重知识、尊重技能、尊重人才的良好氛围。

据活动组6月份统计显示，通威集团工会第一批同期应，并号召会员积极参加，通威集团机工李阐赋、王琦、周丹、高俊峰、熊松涛、陈默、刘峰、何应东等3名会员报名参加，并通过笔试均分入围决赛。

陈默、刘峰两位会员因演讲内容紧扣主题，格调积极健康向上，仪表端庄，台风大方，笑态阳谢得体，语音功底扎实，并充分运用了演讲技巧，感情充沛，随机应变能力等方面突出，得到了组委会评委的一致好评，获得了三等奖的好成绩。高俊峰、熊松涛、殷晓东均获得大赛纪念奖。集团工会同样向因工作原因未能参加决赛的通威机工李阐赋、王琦、周丹三位会员表示祝贺，并希望会员以获奖者为榜样，加强专业知识的学习，为通威事业添砖加瓦。

中共温宿县委书记吴宕一行访问通威时表示

为通威赴南疆发展创最好条件

本报讯（记者 邵晓波）10月17日，中共温宿县委书记吴宕一行访问通威集团管理总部。中共温宿县县委常委、常务副县长杜海涛，四川金象化工产业集团董事长雷林等陪行。全国政协常委、通威集团董事局刘汉元主席亲切会见。通威集团常务副总裁钱玉婷、水祥多晶硅公司总经理张庆勇等热情接待并座谈。

17日下午，在甚总等陪同下，吴书记一行参观了通威荣誉厅，随后观看集团宣传片，并听取了关于通威的发展历程和产业拓展等情况讲解。在通威荣誉厅，甚总为吴书记一行介绍了通威当前立足农业和新能源双主业发展的战略思路，并重点就新能源产业的战略布局和工程进展情况做了深入介绍。

在听取介绍后，吴书记对通威在新能源领域的产业链条延伸和拓展以及战略规划有了较为深入的了解，简要介绍了新疆温宿县的经济发展和产业规划等内容，并重点向刘主席介绍了温宿县的区位环境优势，包括煤炭、水、电、土地等资源优势，以及相关规划发展方向等情况，未来发展新能源、人力资源匹配、政策扶持等政府支持情况。吴书记表示，通威能选择到新疆温宿县发展，并希望刘主席及通威相关人员能赴南疆温宿县实地深入考察。他指出，像通威这样稳健快速发展的大集团，若能入驻温宿，将大力地推出经济建设和发展，为当地产业升级做出巨大突破。

座谈会上，刘主席向吴书记一行进一步介绍了通威本祥化工板块、多晶硅上下游循环经济产业链的打造进展，以及9月21日才在新疆阜康市成功签约的太阳能光伏一体化项目情况和相关背景，着重分析了当前多晶硅行业以及太阳能光伏产业的现状和发展态势。刘主席指出，水祥多晶硅创造了行业奇迹，面对当前的市场环境，通威将加快发展步伐，狠抓技术革新，提升核心竞争力，致力于打造世界级多晶硅生产企业和世界级的清洁能源公司。

会上，双方就目前签约的新疆阜康市太阳能光伏一体化项目情况进行了深入探讨。刘主席贵成水祥多晶硅相关人员进一步落实该项目，并与温宿县政府相关部门加强沟通和交流，确保新疆太阳能光伏一体化项目的顺利高效推进。

马来西亚投资贸易代表团首选通威深入洽谈

本报讯（记者 宁泽）第十二届中国西部国际博览会开幕当日，马来西亚国际贸易与工业部部长拿督郭里穆斯塔法·默罕默德率10月17日中午马来西亚投资贸易团来到成都，旨在考察中国内地市场，寻求合作机会。作为我国农业产业化龙头企业和新能源产业旗舰型公司，通威集团被代表团列为首要洽谈对象。当日下午，通威股份总裁助理、发展部经理李高飞代表全国政协常委、通威集团董事局刘汉元主席与代表团一行就农业、光伏太阳能等方面进行深入洽谈，马来西亚驻华大使馆公参施北志、外贸促进中心首席执行官DR.WONGMAI SUM、成都市政府主任赛文德·法鲁斯等会谈时在场。

会上，李总向代表团一行介绍了通威股份海外发展战略。在农牧板块上，通威加大了东南亚地区的投资力度，已在越南先后投资两家饲料厂，并对新加坡、文莱、印尼、缅甸等国进行考察，下一步将重点考察东南亚的马来西亚、南亚（如印度、孟加拉）等，争取在未来1—3年内在上述国家布局3—4家公司，同时公司也根据综合因素进行相关研究以寻求可行的、节奏适当的方式，开设海外投资中心，形成一个健全、高效的市场营销战略圈与产业集群。

同时，通威也非常重视在海外投资新疆，自2007年通威集团正式进入新疆源城以来，先后同德国、法国、美国、新加坡等国家的政会约有过多次深入接触和洽谈，计划在未来的1—5年内，在东南亚地区、欧美地区，采用合作开发、收购兼并等方式成立2—4家分、子公司或研发机构，致力于光伏系统集成、光伏电站的运营管理及储能设备、高效电池的研发等，发展的进步和根据集团的总体战略规划，市场行情以及各国政府的行业政策的情况进，同时，李总还就通威的水产、畜禽产业链打造情况做了介绍。

亮相西博舞台 展示通威实力

通威集团强力参展第十二届中国西部国际博览会

本报讯（记者 宁泽 五色）10月18日—22日，第十二届中国西部国际博览会在成都世纪城新国际会展中心隆重举行。10月20日上午，本届西博会开幕式在四川省体育馆举行。中共中央政治局委员、全国人大常委会副委员长王兆国出席开幕式并宣布本届西博会开幕。全国政协副主席、全国工商联主席黄孟复，马尔代夫副总统默写·默勒德·瓦希德，密克罗尼西亚联邦副总统阿阿利克·阿利克等出席开幕式。中共四川省委书记、省人大常委会主任刘奇葆和国家商务部副部长钟山分别在开幕式上致辞。10月18日，全国政协常委、通威集团董事局刘汉元主席到展会现场参观、交流，并亲临通威展台现察通威各产业板块参展情况。

本届西博会以“引领国际合作，拓展市场空间”为主题，国际化程度为历届之首，开幕当天，已有超过20位全球政经知名人物出席本届西博会，本届西博会参会、参展客商达7万余人，超过上届未国到会客商6.6万人的规模。本届组委会除邀请到6家联合国采购机构参会，还重点邀请了来自中亚五国、西亚、南亚、欧美的国际采购商。在重点突出国际化、专业化和实效性的原则，更首次按照西博会展馆专业设置，根据中国西部地区的优势产业和市场需求，在主会场设置有西部合作馆、国际合作馆、高新技术馆、装备制造馆、电子信息馆、农业产业馆六大类展馆，加上一个预展区。

通威集团展位位于八号装备制造展馆，水祥股份、水祥多晶硅、通威太阳能公司展台位于新能源展区前端，通威股份旗下的通威食品股份展力参展。着力于两大能源安全的通威展台不仅造型美观大气，展台中富、美味的通威食品极引了广大客商品尝，大受好评的是足于展台，翻新《通威报》，集团画册、《彩像通威》等宣传资料，详细了解各种产品，并给予了一致肯定和高度评价。

据悉，本届西博会更加突出国际化、专业化、市场化，更加注重投资贸易成果，参展国家和地区数量较往年增加8个，联合国机构首次加入主办行列，国际化程度显著提升。本次通威集团携各产业板块参展，展示了通威的良好形象，进一步提升和宣扬了通威品牌，为通威走出国际市场，进向国际打下了基础。

通威展台一角

辽宁省畜牧兽医局刘科处处长拍云江一行视察沈阳通威时指出

通威助推辽宁饲料行业发展和养殖水平提高

本报讯（通讯员 袁方务）10月10日下午，辽宁省畜牧兽医局刘科处处长拍云江、沈阳市饲料工作办公室主任周立峰一行视察沈阳通威。沈阳通威总经理张刚热情接待并座谈，公司品管、生产部负责人陪同参观化验室及车间座谈等。

座谈会上，张总就沈阳通威的经营管理、生产现场管理、品质管控等基本情况向处长一行做了汇报，并针对当前饲料行业现状等方面，作了如何提升饲料生产企业的水平、推动行业的健康发展的建议。

吉林省中医中药研究院主任医师高洪清教授介绍说，西藏地区人人体内对神经系统有兴奋作用，能够使心跳加快、血压升高、血液流动加速。当人酒酒时，这种兴奋作用会加剧转变为一种不良刺激。而茶叶所含茶碱、咖啡因同样具有兴奋作用，这对酒酒人的心脏来说，等于火上浇油，更加重了心脏负担。

高教授还说，酒后喝茶，特别是醉酒后饮浓茶，茶叶中的茶碱等会迅速通过胃肠产生强烈的利尿作用，这样一来，人体内的酒精会在尚未被分解为二氧化碳和水时，过早进入肾脏，对人的健康产生危害。

笑口常开

◆快要结婚了，老公问老婆：“你最怕什么花？”老婆直答答道：“我喜欢两样花。”

老公急切地问：“哪两样，我送给你。”

老婆小声地说：“有钱花，随便花。”

老公傻傻地说：“你真美。”

老婆说：“我哪美。”老公深情地说：“想得美。”

◆办公室里，我问一个女同事：“什么叫做浪漫？”

她说：“浪漫就是明明地不喜欢你，你还是送给她99朵玫瑰。”

“哦，那什么叫浪费呢？”

“呆！浪费就是明明她喜欢你，你还送给她99朵玫瑰！”

中国温宿县委书记吴宕一行访问通威时表示

拿督斯里穆斯塔法·默罕默德部长指出，马来西亚与中国友谊源远流长，作为近邻，希望可以利用中国—东盟自贸区等机制，加强在能源、基础设施建设以及制造业、农业、渔业等重要产业的合作。拿督斯里穆斯塔法·默罕默德部长十分看好通威的发展前景，他表示，“作为行业的领军企业，通威的经营理念和稳健步伐，无论在中国还是东南亚，都将有着越来越广泛的影响，我们愿意与通威在农业、新能源等方面加强硬商与配合，促进相关产业的良性、快速发展。”

辽宁省畜牧兽医局刘科处处长拍云江一行视察沈阳通威时指出

通威助推辽宁饲料行业发展和养殖水平提高

辽宁省畜牧兽医局刘科处处长拍云江一行视察沈阳通威时指出

通威太阳能召开安全会议

本报讯（通讯员 罗太学）为了加强项目施工的安全管理，10月19日，通威太阳能（成都）有限公司在办公楼一楼大会议室组织召开了月度安全生产会议，就以工程建设为重点的全面安全管理工作进行强调和部署。会议由公司安全环境组组长李勇主持，项目各工作组安全员及施工方、监理方代表参会。

会议特别强调，各部门及施工单位务必加强员工的防火意识教育，严禁乱扔烟头；下班前务必关闭办公室内所有电器；严禁未经允许使用大功率电器；加强用火、用电管理，杜绝火灾事故。会议还对施工单位的安全意识教育、安全责任落实提出了严格要求。

常德通威学习发票管理

本报讯（通讯员 刘娜）10月24日上午10点，在常德通威二楼会议室，常德通威组织员工学习发票管理，全体中干和相关人员参加。

常德通威财务部经理徐治宗就管理总部10月20日下发的《通股财财字[2011]16号关于加强对接受外部发票进行核查的通知》进行讲解，并对如何辨别发票真伪，进行现场演示。

此次培训效果良好，提高了员工们应对税收风险的能力。会后，常德通威还要求各部门开通了一台电脑进行网上查询网。

苏州通威通过安检外审

本报讯（通讯员 谷显利）10月15日—16日，方圆标志认证集团湖北有限公司QMS质量管理体系和HACCP食品安全管理体系国家高级注册审核员、饲料产品认证国家注册检查员李家文、程应铭对苏州通威质量和食品安全管理体系运行两年来的情况进行了首次监督外审。

苏州通威自2009年5月份开展质量体系管理以来，公司领导高度重视，积极强化质量管理，全面提升了公司的质量管理水平和员工的质量意识。两位专家对苏州通威质量和食品安全管理体系的运行给予充分肯定，表扬了公司管理层对体系运行的重视，职责分工明确、内外沟通渠道畅通，公司及各部门质量方针目标都较好地落实，公司内审和管理评审工作非常认真，内审已录非常详细。

南通巴大养殖竞赛结硕果

本报讯（通讯员 何志萍）自今年8月份起，南通巴大精心组织生猪养殖大赛，除及时进行宣传造势外，重点针对核心市场如东区域进行规划和布置。首先，业务代表在各自负责的区域内，明确目标，建立养殖户档案，掌握原始数据；结合准军事化管理考核，每个业务代表每日跟踪8个养殖户，动态掌握养殖户情况，每天将相关信息在例会上进行汇集。其次，着重向养殖户推广饲喂模式。

按照南通巴大计划安排，在7月份先行动员、宣传的基础上，自8月15日起，在如东、如皋市场等7个生猪养殖竞赛，共计9个代表区的103户养殖户参加本次生猪养殖竞赛，其中有31户为新开发养殖户。截止9月23日，共取得有效数据62份，其中22份为新开发用户的数据。

养殖现场

技术优越必须为市场服务

通威股份总裁严虎到通威水产科技公司检查工作

通威股份乳猪科研及与营销专题会现场

本报讯（通讯员 徐宝齐）10月20日，通威股份总裁严虎到通威水产科技公司对接待密克罗尼西亚联邦副总统阿利克·阿利克一行的部署和落实情况进行检查、指导。通威水产科技公经理罗国强汇报相关工作。

座谈会上，严总在认真听取罗总及公司技术研发部负责人对公司微生态项目、微藻项目以及设施渔业项目的工作汇报后，充分肯定了公司的研发项目和思路，对公司下一步继续做好各项工作提出了新的要求和希望。严总指出，要把基础研究和应用研究相结合，科研、生产、市场有机结合起来，把市场需求作为科技发展的主要动力，做到科研课题从市场需求中来，科研成果应用到产业发展中去；要加大科技人才的选拔和培养，为推动公司科研发展提供有力的人才支持和科技支撑；要充分认识国内科研机构、高等院校、政府合作的重要性，这是吸纳先进技术、引进优秀人才的重要途径，是优化科技资源配置、促进成果转化的有效措施；把来合细菌产业做大做强，为水产养殖做出积极贡献。

此次视察，是对水产科技公司研发工作的高度重视，为公司未来发展指明了方向，极大地鼓舞了公司干部、员工。水产科技公司全员表示，一定要认真落实严总指示精神，以更加饱满的激情和更加昂扬的斗志，按照公司战略发展定位和发展目标而努力奋斗。

通威股份乳猪料研发与营销专题会召开

本报讯（通讯员 杨娟 记者 邹南）在2011年第只存栏量有所下降，乳猪料销量大幅提升的背景下，为加强交流、总结，10月9日，通威股份乳猪料研发与营销专题会在管理总部召开。全国政协常委、通威集团董事局刘汉元主席，通威股份总裁严虎出席会议并作重要讲话。会议由通威股份技术中心组织，股份技术总监吴旭东主持，总部相关职能部门负责人、股份片区总经理、部分公司的市场部经理及一批重点养殖户代表参会。

刘主席强调，做乳猪料最重要是做质量，必须质量先行。第一关是要求做优质原料，下工夫做好相关原料采购标准；生产上要提高技术含量，增加乳猪料的消化特性，适当提高适口性，要追求真正的高质、高效。我们要像呵护自己的小孩一样呵护乳猪的生长，将乳猪料真正做出通威的特色。公司鼓励重点养殖户做强、做大，也鼓励有志于成为养殖户的业务员发展生猪养殖，通威愿与广大养殖户共谋发展。

严总在会上指出，通威近几年在猪料的研发和营销上倾注了大量心血，也取得了良好成绩，目前生猪的养殖模式正在由散养不断向规模化养殖转型，通威的猪料要适应养殖模式的变革，公司将加大对猪料的发展统筹规划，保证对猪料稳定、持续投入，确保乳猪料的专业化生产。

交流会上，股份畜料研究所对乳猪料的研究进展做了详细报告，四川通威、碧峰通威、山东通威作为股份猪料推广成绩显著的三大片区代表，分别做了乳猪料推广经验交流。碧峰、四川片区的重点养殖户代表也讲述了他们与通威合作后在养殖效益上的巨大变化，并表达了与通威共同发展的愿望。期间，股份市场营销部还对乳猪料的营销推广经验做了分享。

管理总部经营指导小组到合肥通威检查工作

本报讯（通讯员 王伟明）9月21日—22日，由通股股份总裁、市场营销总监王商文及总裁助理、江浙片区总经理宋刚杰等带领的管理总部经营指导小组一行到合肥通威检查、指导工作，对合肥通威的生产经营情况、内部管理等相关工作进行了现场会诊与指导。

9月21日，王总一行到全椒、和县等市场进行了市场调研，对公司的产品市情状况、品质管理及生产过程情况等相关公司管理情况和产品定位进行了详细的了解和分析。

9月22日上午，管理总部经营指导小组在合肥通威公司召开经营指导会议。会上，王总首先介绍了管理总部经营指导组到公司进行经营指导的目的和意义，并分组进行了解情况和指导。管理总部经营指导小组的成员分别就各自在检查会诊中发现的问题及了解的情况做了详细说明，客观评价了合肥通威2011年1—8月份在生产经营中所取得的成绩和存在的问题，并就此提出了若干建设性意见。

展望未来 再创辉煌

本报讯（通讯员 陈琳）10月19日下午，海南通威又开全体后勤员工大会，通威股份总裁助理、海南片区总经理兼海南通威总经理易刚辉出席并主持会议。

会上，易总首先跟大家一起回顾了海南通威建厂以来的发展历程，并提出将以“海南通威第二次创业”的战略定位和经营思路来发展。随后，易总对整个饲料行业和海南通威所面临的困难及问题进行了深度剖析，并通报了公司今年实行工资套改方案后员工的收入、待遇状况，并希望每一位员工做好职业生涯规划。

易总指出，在未来的3—5年，海南片区将致力于专业化的服务、优质的产品、先进的养殖模式外拓市场，以再创辉煌。

培养人才 促进校企合作

本报讯（通讯员 周贵喜）根据通威股份管理总部《通威股份2012校园招聘方案》的文件精神，西安通威积极开展校园招聘的筹备工作，并积极加强与相关院校的交流与协作，10月18日在杨凌职业技术学院动物工程系举办了专场招聘会。

当日来到现场参加招聘的有畜牧兽医、动物医学、食品、动物营养等相关专业的学生，公司通过发放《通威报》、集团画册、《影像通威》和播放集团宣传片等形式让学生更加深入地了解了通威文化。

西安通威人行部部长蒲朝康对通威的起步、发展、技术和原料基地以及通威企业文化等方面，做了详细介绍。随后，公司人力资源部、人行部等有关部门的工作人员，回答了学生们提出的一系列问题。

最后，学生纷纷填写了应届毕业生工作申请表，并就自己对应聘的岗位及工作内容与公司领导进行了交流沟通。

揭阳通威引进高科技设备强化服务

本报讯（通讯员 王杨）为进一步做好今冬明春五项工作，揭阳通威根据实际工作情况，揭阳通威市场系统在总经理毛云安的指导下，率先引进一款高科技手持式GPS接收机。

该仪器具有GPS定位、面积测量等10多项功能。借助该仪器，只需在养殖户所在区域选举区范围走一圈，就可以有效地清楚揭阳通威养殖户的区域情况，包括养殖户区域面积、养殖户数量等所处地理位置的详细信息，经电脑导入谷歌地图形成真实准确的作战地图，为揭阳通威市场发展战略提供快速、真实、有效、直观的数据，将大大降低人力物力的投入节约成本。

长春通威对外务代表实施LBS定位

本报讯（通讯员 芦洪梅）为了提高公司对业务代表的管理效率，提高工作积极性，常德通威部门办公室代表实施LBS定位。LBS是通过电信移动运营商的无线电通讯网络（如GSM网、CDMA网）或外部定位方式（如GPS）获取移动终端用户的位置信息。

此举不仅可以随时了解到各业务代表在市场上的情况，同时还避免了业务代表跑市场，造成市场涨乱情况的发生。因考虑到是第一次对业务代表实施此措施，所以只对吉林省的业务代表进行LBS定位。如顺应公司服务社会大代表的宗旨，通威集团也将以此为便公司管理，接下来会对公司的其他业务代表都实施LBS定位。

廊坊通威发起献爱心活动

本报讯（通讯员 齐小明）廊坊通威生产部员工王德富于2008年加入公司，先后在装卸、报料、打包岗位工作。王师傅乐于助人、为人谦虚热心。今年8月间，王师傅因为一次意外导致脊椎神经受损，下肢无知觉，两个月下来光治疗费用就花去了多万元。王德富家庭经济困难，全家人只靠他一人的收入生活，高额的治疗费用对他的家庭无疑是沉重的负担。命运无情，人有情。常德通威随即在全公司上下发起了爱心捐款活动，组织了募捐活动，倡议同事们献出一份爱心，帮助王德富闯过难关，支持他的家庭度过难关。

募捐活动在短短的一天的时间内就得到了全体员工的积极响应，同事们纷纷伸出关爱之手。随后公司已经将募捐到的8260元钱送到王德富手中，看到领车的同事们对同伴的关心、王德富感受到了通威大家庭的温暖，并对领导、同事表示感谢。目前，他的身体状况逐渐转稳，大家衷心祝福他早日康复，重返工作岗位。

提升品牌形象 创新市场管理

通威股份食品板块召开三季度经营分析暨四季度工作计划会

通威股份食品板块经营分析会现场

本报讯（通讯员 童魁）10月9日—10日，通威股份食品事业部组织食品板块各公司总经理及生产、财务部经理在位于新津的通威（成都）水产食品公司召开了通威股份食品板块2011年三季度经营分析暨四季度工作计划会。

本次会议作为食品板块每季度例行经营会议，主要是总结、分析食品板块各公司在三季度的经营业绩和存在的问题，以及规划四季度各公司的经营工作计划。同时，为进一步推进“5S”管理，加强各公司生产现场的整顿、规范工作，本次会议由各公司生产部经理分别汇报了前期“5S”管理工作情况，以供兄弟公司参考学习。食品事业部人力资源部副总经理袁敏、股份总监王长会分别就食品板块的行政管理和财务情况做了报告。在会议期间和会末总结性发言中，股份副总裁、食品事业部总经理刘志全对各公司工作汇报做了点评，并就四季度的工作部署做了重要指示。

好主人宠物食品公司全国经销商年会召开

本报讯（通讯员 刘涛）10月10日—13日，“真诚合作谋发展，携手共进创财富”好主人宠物食品2011年经销商合作年会”在峨眉山温泉饭店召开。好主人宠物食品公司来自全国的三十多位优秀经销商代表，以及相关专业与协会的嘉宾应邀参会。

会上，好主人宠物食品公司总经理李雅伟作《好主人宠物食品公司2011年的发展情况与2012年的规划思路》报告，从行业现状与发展趋势、公司品牌创建、市场渠道建设、强化经销商的合作等方面进行了详细阐述，其先进的品牌创建理念和全新的市场运作模式得到了在场所有经销商的高度认可。随后，好主人公司市场部经理贺科就好主人公司的品牌展示、营销规划、产品介绍进行了细致解读，全面加深了经销商对好主人公司品牌内涵及市场运作思路的理解，确保双方在战略合作中的高度一致。

据悉，本次年会是好主人公司本年度最大规模的一次广商联谊大会，也是一次具有重要转折意义的发展大会。会议旨在紧密广商关系，加强广商合作，扩大营销网络，提高经销商的品牌忠诚度，从而达到提高产品销量，提升市场份额的双赢目的。

通威动物营养科技公司召开经营总结计划会议

本报讯（通讯员 晨晶）为更好服务于各兄弟公司，总结2011年工作亮点和存在的不足，10月14日，广东振涯科技有限广内召开首届预提科目会议。

本次会议由股份预提科目会议经理刘奇芳主持。首先，刘总通报

文化

让文化成为企业防火墙

□ 袁隼

美国一位银行家曾说过："一个金融机构信用管理的失败，不是因为缺乏信贷政策、程序，即使设置非常复杂的政策、程序、检查、报告等控制手段，如果缺少一个好的风险管理文化，所有这些都徒有形式。"

文化也有倾向性

风险对企业有害吗？在复杂嘈杂、变化无常的2008年，对很多企业高管来说，答案似乎无疑是肯定的。风险应该被管理，减少、规避或者转嫁给他人。然而，回顾一下"风险"这一概念的最初起源是很有意义的——它源于早期欧洲水手在海上的冒险经历，除了有不利和危险的涵义，还包括或即便存在机会冒险的意味。

我们相信，未来的成功企业将越来越关乎审"应对策略"与"开拓及探索策略"之间的关系，前一种策略属于被动应付型，侧重于规避负面的风险；而今两种策略日益融合在一起，主张主动拥抱风险，并充分利用风险所带来的机会。这要求企业不仅要持续改进传统的风险管理工具，而且还需要转变思维方式和关注的重点。

企业高管为什么会趋向于认为风险必须要规避？

原因之一是人类固有的厌恶损失的思维定势。对大多数人而言，承担10美元损失的风险所带来的痛苦，远甚于获得相同金额的机会所带来的愉悦。

另一个原因是20世纪90年代的"后遗症"。当时的商业环境高度自由而且充满机会，企业想赚钱都很难，勉强而且简单的风险控制策略就是：防止灾难性损失风险，然后只需带领公司往前冲就行了。

第三个原因则是风险管理领域出现了非常具有开创性的管理工具，这些工具使人们得以在这个流动性日增的市场中找到一套对风险进行规避、重组及定价的复杂方法。这些工具固然重要，但它们不太可能帮助企业获得可持续的优势。如果一家企业要制订"厌恶不损"的心理，简单地把所有风险都转卖给他人，那么未来这家企业可能就没有利润可言。

在试图创造价值的人看来，这个世界永远都是复杂而多变的。但只要我们不去刻意地拘泥于过去，也不单纯地沉溺于对"旧日经验"的陶醉之中，我们就会看到一个显而易见的事实：当今企业的发展速度更迅猛了，彼此间的联系更紧密了，全球化程度在进一步加深，公司的业务规模和经营范围均处于往常。此外，巨大的竞争压力频频导致商业模式发生革命性的变化，并最终引发未曾预料到的问题。

为了更好地理解这点，我们不妨思索下列问题：外部商业环境的变化是让整个企业生态系统变得更为脆弱吗，还是更加生机勃勃？你的公司是处在一个简单且熟悉混乱的大环境里，还是处在亚稳定状态？

风险文化三步骤

不同的人对风险的定义差异很大。

如果你谈论"战略风险"，而有人可能会听成"程序风险"，不同的人对风险的定义都不尽相同，而每一个定义都代表着不同的观点。

风险管理是每个人的责任，对一些公司来说，也许通过控制员工惩戒职员以提高形式规行业职责是有效的，而对另一些公司来说，建立另一个不同的程序也许更为有效。一些公司甚至将风险管理行为直接引入雇员或经理的岗位职责当中，并把风险概念纳入个人目标。现代管理学告诉我们，给予员工适当的授权，公司将会运转得更为有效，这就意味着实行风险管理的最佳方式就是一个不脱韵的办法。

仔细考虑一下，在你的公司中，风险文化是否引导着员工的行为？公司对经理层的风险责任强调是否与对其收入的责任的强调程度相同？是否有相关的培训？在相关知识整合上是否达成了协调？

如果答案是肯定，那非常值得恭喜；反之，则需要仔细考虑了。

四自由匹配的三道防线

第一道防线：高管层及前台人员

第二道防线：风险管理职能部门

除了值重且负责的前台人员，银行还需要一个有效并受到尊重的风险管理职能部门。风险管理人员需要熟悉传统的"限额巡警"这一角色；不仅需要理解前台人员并对其提出质疑，还需要完善对某事中性、相关性和预警的深入理解。财务部门必须完善对收益率背后的风险收益因素的理解，使其更具判断力。

当然，这些经验丰富的风险管理人员仅靠自己是远远不够的。他们需要一套支持性的组织架构、基础设施及内部流程。为了强制执行并推行适当的快速批准机制，风险管理者需要及时且准确的数据以及相关的权力。此外，责权分配必须明晰。

然而，精细的风险分析需要针对非流动性资产进行可靠的市值计算。尽管整个体系中对市值计算的负面影响有些非议，但是，这种制度将会使得市场机能可以免遭如今后信危机的破坏。此外，金融机构独立地确认"市场价值"这一职责也至关重要。

最后一点也非常重要；第二道防线效力的实现需要控制部门（财务部门、风险部门、合规部门）通力协作。例如，财务部门过去谨常会在出现不佳时批评性地进行质疑，而对填效好的原因及隐藏至关重大的重视。致力于剖析正面或负面的利弱状况转化无疑可地成为未来流程的思路。

第三道防线：内审审计

就目前情况看来，内部审计这一第三道防线也未能为前两道防线的有效性提供独立且客观的保证。

为了使第三道防线能有效地管理董事会所批准的政策及程序，不仅需要对前台如何盈利等业务问题有着良好的理解，而且需要对风险管理规定有着深入的理解。在一流的企业中，内部审计是金融机构拥有将流程及IT知识与其对业务及风险的理解相结合的能力。例如，内部审计团队应该对市值计算的仓位进行调查和确认，确保在不同系统中传递的信息的完整性。

文化是产品创新的源泉

□ 高建华

当我们发现了某些用户的需求之后，要将这种需求归纳总结出来，这个动作叫寻找产品创新的源泉。很多人都把产品创新看得特别神秘，以为创新需要绝顶聪明的头脑、足够的资金、充足的人力、物力和财力。

其实，创新并不像很多人想象的那么复杂，只要按照我所讲的规定动作去做，相信每一个企业家和经理人都能进行产品创新，只是过去我们关注点不在这个地方。

20多年来，中国大多数企业关注的是如何抄袭、模仿，而不是如何创新。之前的金融危机使加工制造型企业受到了很大冲击，越来越多的中国企业开始意识到，再这样下去已经不行了。危机来得正是时候，它让我们重新思考来的路该怎么走。抄袭、模仿已经告一段落，中国企业的关注点应该放在产品创新上。很多人不敢想创新就是认为创新太难了，其实答案比大多数人想象的要简单，你只要理解了"如何寻找产品创新的源泉"就行。

消费者的九条意见

怎么做呢？首先，走访现有的消费者，问他买了某个产品之后在哪三个方面不满意，走访多少个客户呢？20个以内就够了，出许保多篇学术研究的人会说：取样率太低了，不准确。对于学者来讲确实如此，但是对于企业家和经理人来说，一定要兼顾效率和成本的关系。以我的实战经验来看，只要你找到20个目标客户，信息的准确度已经达到90%。如果花费巨资做成千上万客户的调研，精度是会提高一点儿，但是作用并不大，边际成本却很大。

其次，走访那些有需求但还没有消费的人。问他为何想买而没有买，担心什么？顾虑什么？害怕什么？你就会找到他们不买的原因，这样也能找到他们最主要的三条意见。同样也是走访20个人就可以了。

最后，走访那些自认为自己没有需求的人，去问他们为什么没有需求。也许这些人会说，买这个产品没有用途。那么你就可以进一步问他们对什么觉得没用？回样可以整理出来三条意见。

找到了上述九条意见，再把它们整理出来，产品创新的源泉就找到了。根据这些意见去开发产品，自然就能给用户带来价值，产品创新就是这么简单。即使是那些世界级的畅销产品，也都是通过这种方法获得创新源泉的，只不过有些创新是革命性的，有些创新是渐新性的，还有一些创新是改进性的。下面我通过一个经典案例向大家介绍如何进行实际操作。

经典创新案例

这是一三十年前发生在美国的一个案例，是美国的施乐公司和日本的佳能公司之间的一场战争。施乐很相不到，佳能在其市场上，为了保护自己的知识产权，申请了500多项专利，这对于别止竞争对手的加入起到了很大作用。但是，专利是一把双刃剑，你申请的专利越多，产品的细节披露得就越多，别人模仿起来就越容易。专利是有有效期的，等到专利失效的时候，就有人开始乐瘩它了；专利都到期了，我可以免费拿过来用了，怎么用呢？

于是，佳能就开始寻找产品创新的源泉。佳能公司走访了施乐的客户，问他们消费了施乐的产品之后在哪些方面不满意，用这些产品的客户认为，第一个问题是拥有成本太高。因为大型复印机需要专人去操作，这个人得是受过专业训练的技术人员，偏这样一个工人在当时要3万美元的年薪。

复印机的寿命是5年，届技术工人要花掉15万美元，而买这台机器才花10万美元，所以，拥有这台机器最大的成本是人力成本。很多企业觉得买这个复印机很容易，但是偏专人操作有点儿贵。第二个问题是不安全。一些机密的资料，如人员晋升、战略、竞争、财务等很多信息，老板不希望被别人看到，用这种大型的复印机，老板不能自己复印，必须交给部分操作人员，这就可能导致信息外泄。第三个问题是不方便。一个家大公司可能有成千上万的员工，如果买一台大型复印机的话，很多人会为了复印一页纸而走很远的路，非常不方便。这是三个非常朴素的问题，相信任何一家企业都能发现。

找到了这几个原因以后，佳能设计了一款小型便宜复印机：1.不需要专人操作；2.可以放在某个别间里边，老板决起门来自己复印，解决了安全问题；3.可以每个楼层或者每个部门放一个，满足了方便性需求；4.把复印速度降下来，减少了复印量；5.把复印精度降下来，降低了成本；6.把价格从10万美元降到了3000-5000美元，很多中小企业都能够承受。这样一来，就给了消费者买一台复印机的充足理由。

佳能公司用这样一款小型的便见复印机，迅速在世界范围内占领了复印机的主流市场，而把原来的施乐大型复印机变成了次主流市场。也就是说，施乐是高端、专业的复印机，而佳能是大众化、实用的复印机。

这个案例还说明了一个道理，那就是企业应当把关注点放在如何为客户创造价值上面。过去施乐是这个市场上的"老大"，利润率非常高，但它犯了老大非常容易犯的错误，即缺少动力主动寻找创新的源泉，用新产品替代老产品，用低利润产品来替代高利润产品。施乐就这样把一个新的、规模很大的市场拱手让给了佳能。

从现有客户入手

只有挑剔的消费者才能造就卓越的品牌，那么，发现消费者的深层次需求从哪里开始最合适？最好的出发点是从现有客户入手。

市场调研一定要掌握一个原则：不要推二手资料，一定要是一手资料。我们要亲自走到客户那里去，用自己的耳朵听，用自己的眼睛看，而通过二手资料做调研，基本上来说都是带有相残的，还不一定真实。

足球经理人豁说过，当守门员未能扑出进球时，在他之前，其他10名队友也一定漏过了该球。这些银行中从事信定收益业务的交易员和部门领导是他们未能把好关。他们通常只是去赢得一场比赛，此建立各自的个人名声，而不是寻求整个团队通力合作去赢得整个联赛。

许多机构在信贷危机中成为替罪羊。投资者们认为可以依赖评级机构为他们提供可靠的评级信息，这一想法无可厚非。然而，如果类似方的高级管理层能够进行更详细的审查，这将会极大地防止某些问题的发生。

前台人员和高级管理人员所负责的第一道防线具有三个特点：可持续性的风险收益理念，可用且最新的风险相关信息，和限额及其它基本控制手段的遵守。

用企业远景凝聚人心

□ 姜岚昕

第一，清晰。既然这是一个远景，它还没有实现，没有达成，那就必须特别清晰。因为越清晰越准确，就越能让你的同仁感觉到这个远景是可以看得见、摸得着的，不是空幻的梦境，不是一种旁观者让他，但是，如果能给你的同仁一个远景的话，他就会和你一起走得更远、也更长久。

有一部《斯巴达克斯》的电影，在这部电影中，斯巴达克斯是一名奴隶起义领袖。当时有个镇压奴隶起义的将军，他抓住了一个奴隶，并把他钉到了十字架上，然后在各个地方游行。同时，这个将军向所有奴隶宣告，谁能够交出斯巴达克斯，谁就可以免于这样的处罚。这时奴隶起义队伍中，几千个人都站起来说呼："我是斯巴达克斯。"当所有人都说自己是斯巴达克斯时，他就不知道该处罚谁了。

心理学家经过研究发现，斯巴达克斯之所以能有这么大的影响力，是因为他激发了所有的奴隶起义者不想做奴隶、希望当家做主人的想法。那份对远景的渴望和期许调动了所有的奴隶起义者，使他们共同朝着一个方向奋斗不已、坚持到底。

有关专家将企业划分为两种类型。第一种类型是明确企业远景，并成功地将它扎根于员工之中的企业。

这些企业大多是排位世界首位的受尊重的企业。第二种类型是认为只要提高销售额即可万事大吉，而没有明确的经营理念或企业远景，或企业远景没有扩散到整个企业，这样的企业绝不可能位居世界一流行列。只有企业体从工共同认可并拥有企业远景，企业才能拥有做大做强的根本基础。

那么，在你的公司中，有没有一个让所有的人为之奋斗并且坚意不惜的一起坚持到底的远景？一个没有远景的公司，是没有希望的。所以，一定要在你的公司里设计一套远景的体系。怎样设计呢？笔者认为远景有五个非常重要的关键。

生活常识

酸奶的合理饮用

酸奶人人爱喝，但是对于不同的人群，每天应该饮用多少才合适呢？

成年人每天不超过250毫升

早上一杯牛奶，晚上一杯酸奶是最为理想的。但是有些人特别喜爱酸奶，在往在餐后大量喝酸奶，可能造成体重增加。这是因为酸奶本身也含有一定热量，饭后喝酸奶就等于额外摄入这些热量，引起了体重上升。因此，除婴幼儿外，各类人群均可提倡每天饮用1-2杯酸奶（125-250毫升）为好，最好饭后半小时到一个小时共用，可调节肠道菌群，对身体健康有利。

一岁内婴儿每天不要超过100毫升

现在有人提倡给婴幼儿饮用酸奶，原因是酸奶营养素、热量密度较较高，特别是一杯酸奶（150毫升）可以提供婴幼儿30%的热量和钙质以及10%左右的蛋白质。此外，酸奶中含有的半乳糖是构成脑、神经系统中脑苷脂类的成分，与婴儿出生后脑的迅速成长有密切关系。尤其饭菌是婴幼儿时期最常见的疾病，酸奶中含充足的乳酸菌，并且有适宜的酸度，常饮酸奶可以有效抑制有害菌的产生，提高免疫能力。因而能够预防胃肠功减缓短慢性腹泻持续的时间，减少急性腹泻的发病率。

不过，婴幼儿毕竟是特殊的群体，母乳应是他们最好的食品，因此不建议给予婴幼儿饮用酸奶，应以母乳或配方奶为主，当添加辅食后，可适当给予酸奶，但每天不要超过100毫升。

半岁后，可适当给予酸奶作为辅食，但一定要随他由少到多，由稀到稠的原则，即刚开始只给予10毫升左右，用温开水稀释一倍，观察婴幼儿有无腹胀、腹泻等不良消化道反应，才可随着月龄的增加及个体的耐受情况，逐渐增加给予量。一岁大公可可能有成千上万的病工，如果买一台大型复印机的话，很多人会为了复印一页纸而走很远的路，非常不方便。这是三个非常朴素的问题，相信任何一家企业都能发现。

找到了这几个原因以后，佳能设计了一款小型便见复印机：1.不需要专人操作；2.可以放在某个别间里边，老板关起门来自己复印，解决了安全问题；3.可以每个楼层或者每个部门放一个，满足了方便性需求；4.把复印速度降下来，减少了复印量；5.把复印精度降下来，降低了成本；6.把价格从10万美元降到了3000-5000美元，很多中小企业都能承受。这样一来，就给了消费者买一台复印机的充足理由。

佳能公司用这样一款小型的便见复印机，迅速在世界范围内占领了复印机的主流市场，而把原来的施乐大型复印机变成了次主流市场。也就是说，施乐是高端、专业的复印机，而佳能是大众化、实用的复印机。

这个案例还说明了一个道理，那就是企业应当把关注点放在如何为客户创造价值上面。过去施乐是这个市场上的"老大"，利润率非常高，但它犯了老大非常容易犯的错误，即缺少动力主动寻找创新的源泉，用新产品替代老产品，用低利润产品来替代高利润产品。施乐就这样把一个新的、规模很大的市场拱手让给了佳能。

从现有客户入手

只有挑剔的消费者才能造就卓越的品牌，那么，发现消费者的深层次需求从哪里开始最合适？最好的出发点是从现有客户入手。

市场调研一定要掌握一个原则：不要推二手资料，一定要是一手资料。我们要亲自走到客户那里去，用自己的耳朵听，用自己的眼睛看，而通过二手资料做调研，基本上来说都是带有相残的，还不一定真实。

你如果能给你的同仁一个远景的话，他就会和你一起走得更远、也更长久。

每一位经营企业的朋友都要思考这样一个问题：在你的公司里，是什么使优秀的员工留下来？是金钱吗？是亲情吗？是职务吗？也许和这些有一些关系，但绝不是唯一的关系。最能够帮你把优秀的人才留下来，而且留得最久，只有两个字——远景。你如果能给你的同仁一个远景的话，他就会和你一起走得更远、也更长久。

有一部《斯巴达克斯》的电影，在这部电影中，斯巴达克斯是一名奴隶起义领袖。当时有个镇压奴隶起义的将军，他抓住了一个奴隶，并把他钉到了十字架上，然后在各个地方游行。同时，这个将军向所有奴隶宣告，谁能够交出斯巴达克斯，谁就可以免于这样的处罚。这时奴隶起义队伍中，几千个人都站起来说呼："我是斯巴达克斯。"当所有人都说自己是斯巴达克斯时，他就不知道该处罚谁了。

心理学家经过研究发现，斯巴达克斯之所以能有这么大的影响力，是因为他激发了所有的奴隶起义者不想做奴隶、希望当家做主人的想法。那份对远景的渴望和期许调动了所有的奴隶起义者，使他们共同朝着一个方向奋斗不已、坚持到底。

有关专家将企业划分为两种类型。第一种类型是明确企业远景，并成功地将它扎根于员工之中的企业。

这些企业大多是排位世界首位的受尊重的企业。第二种类型是认为只要提高销售额即可万事大吉，而没有明确的经营理念或企业远景，或企业远景没有扩散到整个企业，这样的企业绝不可能位居世界一流行列。只有企业体从工共同认可并拥有企业远景，企业才能拥有做大做强的根本基础。

那么，在你的公司中，有没有一个让所有的人为之奋斗并且坚意不惜的一起坚持到底的远景？一个没有远景的公司，是没有希望的。所以，一定要在你的公司里设计一套远景的体系。怎样设计呢？笔者认为远景有五个非常重要的关键。

王老吉品牌文化升华之旅

□ 陈浩

有人说："只有民族的，才是世界的。"正如好莱坞文化的国际化传播，而今伴随着中国综合国力的快速提升，中国文化也迎来了在世界舞台展现王者风范的时机遇，并由此开启了中国民族品牌实施国际化战略的新纪元。

文化的生命力在于同化力和扩张力，一个族群或国家可以从肉体上消灭，但只要其文化的传承之火不熄绝灭，其历史仍然在书写。反之，一个族群或国家丧失了文化的自治力，沒灭了文化传承的因子，它的存在基础最终将被摧毁，其中包括它的经济基础。

民族文化是企业文化之魂

如今，中国文化无论是在国内还是在国际上，都迎来了大发展和大传播的黄金时代，中国文化在世界范围内受到前所未有的重视。中国文化的兴盛和国际化输出，为中国的商业品牌走出国门参与国际竞争提供了至为重要的载体，而以以扬中国文化为己任的红王老吉，则是中国品牌的成功典范。

品牌成功的基础是文化，红罐王老吉的产品理念没润着中华传统文化"天人合一"的核心思想，运用传统中医温润泽和的调合理念，以内翔降导为主，追求平衡自然的健康状态。这一产品核心理念继承和发扬了传统的中医养生理论，自然而顺畅地得到了中国消费者的文化认同，安彼地域界限，行销大江南北，奠定了品牌忠诚度的牢固基础。

不仅如此，随着中国文化的国际化崛起，基于中国传统文化的中医健康理念在世界范围内日益受到关注和认同，这就为王老吉进入国际市场提供了契机。

品牌理念的关键是文化，能够引起消费者广泛共鸣的文化是品牌之魂，也是品牌建设的最高使命。既然红罐王老吉的产品理念凝聚了中国文化精髓——中医养生理论，这就决定了王老吉的品牌之魂必定是围绕着中国传统文化和民族精神的一种文化价值认同，这种文化价值的认同奠定了最为坚固的品牌核心价值认同，催生了国人的民族情绪和自豪感。事实证明，这种被王老吉的品牌文化激发出来的民族情感强大到足以对抗任何竞争对手的进攻，直接成就了王老吉民族认同领导者的市场地位。不仅如此，我们坚信这种在民族文化认同，对于一个商业品牌而言是至为珍贵的品牌资产，并由此塑造了国人心目中王老吉不可复制的至强品牌。

从某种角度而言，民族文化的注入与发扬成就了王老吉品牌今天的市场号召力。回顾当年，通过外部资源的借力，当守门员未能扑出进球时，在他之前，其他10名队友也一定漏过了该球。这些银行中从事信定收益业务的交易员和部门领导是他们未能把好关。他们通常只是去赢得一场比赛，此建立各自的个人名声，而不是寻求整个联赛。许多机构在信贷危机中成为替罪羊。投资者们认为可以依赖评级机构为他们提供可靠的评级信息，这一想法无可厚非。然而，如果类类双方的高级管理层能够进行更详细的审查，这将会极大地防止某些问题的发生。

前台人员和高级管理人员所负责的第一道防线具有三个特点：可持续性的风险收益理念，可用且最新的风险相关信息，和限额及其它基本控制手段的遵守。

四自由匹配的三道防线

第一道防线：高管层及前台人员

第二道防线：风险管理职能部门

除了值重且负责的前台人员，银行还需要一个有效并受到尊重的风险管理职能部门。风险管理人员需要熟悉传统的"限额巡警"这一角色；不仅需要理解前台人员并对其提出质疑，还需要完善对某事中性、相关性和预警的深入理解。财务部门必须完善对收益率背后的风险收益因素的理解，使其更具判断力。

当然，这些经验丰富的风险管理人员仅靠自己是远远不够的。他们需要一套支持性的组织架构、基础设施及内部流程。为了强制执行并推行适当的快速批准机制，风险管理者需要及时且准确的数据以及相关的权力。此外，责权分配必须明晰。

然而，精细的风险分析需要针对非流动性资产进行可靠的市值计算。尽管整个体系中对市值计算的负面影响有些非议，但是，这种制度将会使得市场机能可以免遭如今后信危机的破坏。此外，金融机构独立地确认"市场价值"这一职责也至关重要。

最后一点也非常重要；第二道防线效力的实现需要控制部门（财务部门、风险部门、合规部门）通力协作。例如，财务部门过去谨常会在出现不佳时批评性地进行质疑，而对填效好的原因及隐藏至关重大的重视。致力于剖析正面或负面的利弱状况转化无疑可地成为未来流程的思路。

第三道防线：内审审计

就目前情况看来，内部审计这一第三道防线也未能为前两道防线的有效性提供独立且客观的保证。

为了使第三道防线能有效地管理董事会所批准的政策及程序，不仅需要对前台如何盈利等业务问题有着良好的理解，而且需要对风险管理规定有着深入的理解。在一流的企业中，内部审计是金融机构拥有将流程及IT知识与其对业务及风险的理解相结合的能力。例如，内部审计团队应该对市值计算的仓位进行调查和确认，确保在不同系统中传递的信息的完整性。

聚焦

一手水产业 一手太阳能

通威双主业比翼齐飞

□ 中华工商时报记者 谭丽莎

永祥多晶硅产区

全国政协常委、通威集团董事局对风先主席应在年级他的国队，奋力把农业与太阳能光伏这两个看似毫不相关的行业，打造成比翼齐飞的"双主业"，并在集团内部整合成两条上下贯通的产业链。

这个"双主业"看似毫无关联，甚至可以说相去甚远。但仔细寻味，就能发现它们之间的共同点——食品安全与能源安全，一种对国家、社会的崇高责任。

中游是太阳能电池。通威把多晶硅产能做到万吨级的规模，就是为了延伸产业链，形成从多晶硅、单晶硅、硅切片，到太阳能电池组件与太阳能光伏发电的新能源产业链条。

目前，通威已经在成都双流投资兴建多晶硅深加工光伏项目。整个项目分为三期，一、二期投资将达35亿元。位于成都西南航空港经济开发的年产200兆瓦太阳能电池和组件的一期项目正在紧张建设中，计划在未来3年内，形成超过2GW的产能。

下游是太阳能发电。今年4月12日，伴随着一阵欢呼声，通威集团在甘孜藏区理塘县提建的发电站正式运行，每年可为县域电网所覆盖的理塘县县城及附近8个乡镇提供约4万KWh的发电量。

2009年和2010年，刘汉元主席先后荣膺首届中国企业社会责任"责任领袖"和"2010年亚太最具社会责任感华商领袖"，他无愧于这份殊荣。

文章来源：《中华工商时报》

报道地址：http://2103.86.76.53/epaper/unifiows/html/2011/09/28/02/02_70.htm

中華工商時報
CHINA BUSINESS TIMES
通威双主业比翼齐飞
《中华工商时报》报道截图

多晶硅产能快速提升 光伏产业链打造成型

永祥股份重塑我国新能源竞争格局

□ 证券日报记者 刘敏

目前，新疆昌吉区人民政府与通威集团战略合作框架协议暨阜康市人民政府与永祥股份投资协议签约仪式在乌鲁木齐市隆重举行。永祥股份在新疆昌吉设立的"大阳能光伏一体化项目"由此启动。

据悉，新疆永祥新能源有限公司光伏产业一体化项目，由通威集团旗下永祥股份投资建设，项目位于新疆阜康市产业园，包括5万吨太阳能级多晶硅项目、3GW太阳能硅片及电池项目和5座各35万千瓦火力发电机组。项目规划总用地9000亩，总投资200亿元人民币，项目建成后年销售收入将超过300亿元。

永祥股份将改变新能源市场竞争格局

该一体化项目中，规模为5万吨/年的多晶硅项目将采用"永祥法"多晶硅生产工艺生产优质太阳能级多晶硅，产品主要配套供给永祥股份自有太阳能硅片和电池项目。项目将根据市场情况分三期开发，建设周期5年左右。该工艺技术以公司自产的太阳能级高纯多晶硅为原材料，引进前国际最先进的太阳能硅片和光伏电池生产技术，配合自主研发的高效光伏电池生产技术，确保公司产品处于国际同类产品水平。

电力车间配套项目规模为5座各35万千瓦的大力发电机组，项目计划5年建设完成。

这个一体化项目的签约，是通威集团在新能源领域加大、加快投资的又一大手笔，也是继通威集团在硅材料领域从硅切片、成都和甘孜两地多晶硅产能跃动的新能源产业链打造成型后，在光伏产业延伸和完善产业链条的又一重大布局。新疆项目投产后，将改变中国新能源产业的区域布局和市场竞争格局。

光伏产业和永祥股份发展前景看好

随着全球经济快速增长，能源问题以及由此引发的环境问题日益突出，该问题如得不到有效解决，人类未来的生存环境和生活质量、整个社会的可持续发展都将受到严重影响，加快新能源发展已成为全球共识。生物质能、水能发电、风能发电和太阳能发电都是可供人类利用的可用生新能源，但是综合来看，从可开发的资源蕴含量、所占比例、各种发电方式的赢排放量等多个角度来看，太阳能发电是目前可以使用的能源中最清洁、最环保、最经济的可持续能源，同时，太阳能光伏发电还可以在缺水地区因风源、地方、西北地区等不适合其他用电和脱货方面发挥重要作用。全国政协常委、通威集团董事局刘汉元主席指出，无论站在企业社会责任还是经济责任的角度，太阳能光伏产业都值得一大批人参与进去，并尽快加速推进这个行业的发展。

刘汉元主席还于近一年时间新们以2006年底，通威走军到太阳能光伏产业这一新能源领域。2008年9月，通威集团与四川巨星集团联合在乐山市投资的1万吨光祥多晶硅项目一期1000吨/年项目顺利投产。从开工建设到产品出炉，通威用了仅仅不到一年的时间，开创了从无到到技术的国内外行业最快速建设速度，创造了同种尺寸、规格单产最最高、同级别电池最高等多项行业纪录，在行业技术、自主创新、节能减排、产品质量、建设速度等方面都实现了巨大突破。作为通威集团太阳能产业链条的上游，永祥多晶硅二期3000吨项目今年9月已全面投产，正在快速推进工中的年产6000吨多晶硅项目按计划年6月底前投产，2012年通威集团多晶硅总产能将达到1万吨。此外，2010年11月，通威开始在太阳能资源丰富，但电力供给紧张且经济欠发达的理塘县，投资870万元，建设300KWp太阳能光伏并网电站，今年3月30日完工，4月12日正常运行。至此，通威集团在两年时间里陆续已经修建了5个公益性质的光伏电站，勾勒出了通威集团进军新能源领域的宽广图景。

中游是太阳能电池。通威把多晶硅产能做到万吨级的规模，就是为了延伸产业链，形成从多晶硅、单晶硅、硅切片，到太阳能电池组件与太阳能光伏发电的新能源产业链条。

目前，通威已经在成都双流投资兴建多晶硅深加工光伏项目。整个项目分为三期，一、二期投资将达35亿元。位于成都西南航空港经济开发的年产200兆瓦太阳能电池和组件的一期项目正在紧张建设中，计划在未来3年内，形成超过2GW的产能。

下游是太阳能发电。今年4月12日，伴随着一阵欢呼声，通威集团在甘孜藏区理塘县提建的发电站正式运行，每年可为县域电网所覆盖的理塘县县城及附近8个乡镇提供约4万KWh的发电量。

2009年和2010年，刘汉元主席先后荣膺首届中国企业社会责任"责任领袖"和"2010年亚太最具社会责任感华商领袖"，他无愧于这份殊荣。

文章来源：《中华工商时报》

报道地址：http://2103.86.76.53/epaper/unifiows/html/2011/09/28/02/02_70.htm

通威股份检测中心

优秀的品质和服务带来品牌效应

访通威集团总裁助理、新闻发言人黄其刚

□ 四川农村日报记者 游飞 吕秋

近30年时间，从一个小型饲料加工厂发展成为年销售收入达306亿元的集团公司，靠的是两个字——品牌。"通威"，这个由饲料生产起家的农业品牌，如今以110.68亿元人民币的品牌价值连续八年入列"中国500最具价值品牌"榜，且发展步伐仍在加快。"2011年四川公众最喜爱的十大农业品牌"推选活动日幕后，通威集团积极报名参加，这个业界的品牌巨头在品牌打造和企业发展上都有哪些成功经验，带着好奇，记者采访了通威集团总裁助理、新闻发言人黄其刚。

记者：四川农业品牌地位在全国处于什么样的水平？

黄其刚：四川是我国传统农业大省，农产品丰富且开发历史悠久，像柑橘、特色水果、茶叶、马铃薯、蔬菜、食用菌、中药材、油料等农产品生产区和产业带是全国重要的生产基地。虽然四川农产品总量较多，但在全国有重大影响的农产品品牌较少，这不仅与产品优质化率不高有关，还与我省农产品的品牌知名度有直接联系。四川农业品牌效益发挥不够，附加值不高、品牌对现代农业的促进与带动效应都还有进一步增长的巨大空间。

记者：农业品牌经营应如何突破"分散加工"这一瓶颈？

黄其刚：产业与品牌相互依存，相互影响，没有产业做依托的品牌，就没有发展的根基；没有品牌的产业，就没有生命力，就难以做强做大。因此，我个人认为，我们在不遗余力地搭建农业品牌宣传和市场拓展平台的同时，还必须从根本上大力推进农业产业结构的优化升级，推进现代农产品生产的规模化、标准化、品牌化。尤其还需要一大批像我们四川农村日报这样的公众媒体，多为我省农业发展和农产品品牌塑造鼓与呼，真正在我省打造一批在全国、全世界都有重大品牌知晓度、影响力和市场号召力的四川农产品品牌，让我们本土的农产品真正走出去，创造更多更高的附加价值，从而促进我省农业的高效、高质、快速发展。

记者：通威集团在品牌的打造和推广过程中，取得了哪些成效？

黄其刚：我们常说，"金杯银杯不如老百姓的口碑"。通威以优秀的品质和优质的服务，带来的口碑和品牌效应，使通威近三十年的快速发展得以成功。通威集团在不断提升和巩固"通威"品牌形象和声誉的同时，之力把握并为集团各子品牌的打造做出了新的尝试和努力。通威旗下"金于猪"、"通威鱼"、"通威美颜鱼"成为近三年来成都市民最喜爱的"成都名牌"的标志性品牌。这些在一定程度上也强化了通威品牌的影响力和竞争力。之者相辅相成，相得益彰。

目前，通威已拥有遍布全国各地及东南亚地区的饲料、水产、子公司共110家企业，其集团旗下的上市公司通威股份，年饲料生产能力能600万吨，是全球最大的水产饲料生产企业及主要的畜禽饲料生产企业，水产饲料全国市场占有率已达25%，连续18年位居全国第一。

记者：针对优秀产品品牌的建设，"通威"自身的效果良好，都有哪些经验可供大家参考？

黄其刚：消费者是企业最大的利益相关者。企业一切工作的最终价值都要体现在消费者的购买行为和产品的接受程度上。通威今天100多个亿的品牌价值是近30年扎扎实实做出来的，其间没有捷径。首先，通威在技术研发上的巨大投入，是保证通威品牌在激烈竞争中能够脱颖而出，通过研发的巨大投入，使通威能够长久实施差异化竞争战略，更使通威获得了品牌延伸的核心竞争优势；其次，通威品牌的形成还得益于通威持之以恒的"追求卓越，奉献社会"的企业宗旨、"诚信、正、一"的经营理念和消费的企业文化理念，在市场竞争非常激烈的情况下，只有超过同行平均利润水平的那部分利润才是通威真正的利润。

记者："通威"要想品牌持续深入人心，还需要做哪些努力？

黄其刚：通威虽然在品牌建设上取得了一些成就，但我们仍将严格按照我们明确的五年、十年中长期品牌发展战略和实施规划，一步一个脚印，在未来实施推进通威品牌建设和品牌管理工作。企业品牌要深入消费者心中，要永续发展和经营，就一定要建立具有社会责任感的品牌文化。当企业品牌将承担社会责任作为企业发展战略的一部分时，企业品牌也就走上了成功的道路。

文章来源：《四川农村日报》

报道地址：http://country.scol.com.cn/new/html/scnzb/20111012/scnzb515528.html

四川农村日报
《四川农村日报》报道截图

做产业链是饲料企业的必由之路

《水产前沿》杂志记者专访刘汉元主席

现在饲料行业已经进入了全面竞争的时代，只有做好售前、售中、售后服务才能有销量。

做产业链是这个大型企业的必由之路，但是中间会有种种阻碍，谁能做到早期良性循环，谁就能够找到明天的钥匙。

中小饲料企业发展要抓住亮点

FAM：您在今天上午的报道中提到，未来几年中小饲料企业发展是大型企业的必由之路，但是中间会有种种阻碍，谁能做到早期良性循环，谁就能够找到明天的钥匙。

刘主席：这个与国进民退的大环境有关。中概拥有国有背景下的特殊政策、特殊规模，掌握了大量粮食原材料、资金以及进口的配额和批文，进入饲料领域是原有产业链顺理成章的罕宾。

饲料行业是一个很特殊的产业，和家电行业都不一样。家电行业虽然是一个广泛竞争的领域，但是到现在为止还是国有控股为主，而饲料行业在90年代中期，由于不少小型国有饲料工厂大家大家，农业部率先开了这个领域，经过30多年改革发展，饲料产业已经从最开始的国企为主，发展到现在以国营有限公司所有制和非公经济企业为主，是一个市场化程度非常高，反应效率非常迅速的市场。

大型国企再变进入饲料行业是进步还是退步？现在还很难说，我们可以两做一些观察和窥意。在

关注

人类未来的粮食：微藻

□ 成都商报记者 祝迅

今后，“人吃五谷杂粮”这句俗语可能要改变，除了“稻、黍、稷、麦、豆”，还要加上微藻。

微藻是地？微藻是一类在陆地、海洋分布广泛，光合利用度高的自养植物，因其蛋白质、脂类等营养元素丰富而可以代替粮食，被称为“未来神奇食品”。

通威集团旗下的成都通威水产科技有限公司的微藻选育、养殖到采集已形成较为完整的链条，其微藻养殖技术也达到了国际先进水平。

300平方米温室

年产1吨微藻相当于9吨大豆

成都通威水产科技有限公司有一个300平方米的微藻培养温室，微藻研究员刘海燕博士介绍，并不是所有的藻类都是适合养殖的微藻，微藻大约有2万余种，一般会选择无毒、有应用价值、能进行大量培养成产的种类进行研究和生产，目前主要是小球藻和螺旋藻。以螺旋藻为例，其蛋白质含量高达60%到70%，相当于小麦的6倍，猪肉的4倍。由于微藻是单细胞植物，人体对于它的消化吸收率高达95%以上。

“可以说，微藻是人类迄今为止所发现的最优秀的纯天然蛋白质食品源。”公司技术研发部主任刘晓悦表示，按照微藻最佳的培养条件，该公司300平方米的温室每年可以生产1吨微藻干粉，这些微藻干粉制成的产品可达到药用级别，不用清洗、消毒即可食用。

传统的水稻养殖1平方米每天大概能生产10~15克干粉，而这款通威水产科技有限公司的温室养殖能达到70克，“这是国际先进的水平。”公司总经理罗国强表示，微藻生长繁殖快，周期短，人工养殖时，从接种培养到收获只需5~8天。这个300平方米的车间，每年收获的1吨干藻所含营养价值相当于9吨大豆，因为微藻单位面积的蛋白质产量比大豆要高出25倍。

将来的微藻养殖

有望在家中挂满塑料袋即可

罗国强表示，目前微藻的年产量不高，“全国目前食用微藻年产量只有6000吨左右。”这也是微藻产品目前仅限于保健品的原因。如果想依靠微藻来解决粮食危机，必须要将微藻养殖进行推广，让微藻生产大面积铺开。

刘晓悦说想，将来微藻的养殖设备有可能像水族箱一样，里面有很多智能模块。有的模块是负责调控温度的，有的是负责调控光照的，然后按人员准配方的营养液，人工赠要做的只是把微藻种株放到“水族箱”内，然后观测到微藻达到合适的采集密度。微藻长长成熟后，再用专门的设备进行采集就可以了。目前，公司就在进行类似的研究，希望能够把微藻生产推广，“达到普通人就可以养殖的水平”。

罗国强甚至认为，到时候市民家中的屋顶以及窗户玻璃都可以安上透明微藻箱，或者到处都挂满了塑料袋养微藻，只要能够满足微藻的生存条件就可以养微藻。

本身有一定腥味

直接做主食可能难以接受

微藻将来能不能像小麦、大米一样作为主食呢？刘晓悦解释，这首先是人们的饮食习惯问题，因为微藻本身具有一定的腥味，如果直接拿来做主食，可能很多人一时难以接受。目前，亚洲许多国家已经开始把微藻制成干粉，加工成汤、浆、糊等辅助性食品，主要还是添加到面粉等食品内，与其一起加工成方便面、营养块、饮料、饼干、奶酪、酸奶和豆腐等。“但即使这样，如果粉食紧缺，微藻也能起到非常大的作用。本来一个人一天需要400克面粉，但添加微藻作为补充后，可能只需要250克面粉了。”刘晓悦解释到。

作为微藻养殖的积极推动者，全国政协常委、通威集团董事局对汉元主席在去年的全国两会上，专门提出了《积极开展微藻研究，确保我国长远粮食安全的建议》。他接受记者采访时指出，我国盐碱地面积约9913万公顷，将其中的1%用于培植藻自含量达60~70%左右的微藻类，按目前商业化生产约30吨/每公顷，年的平均水平计算，即可生产至少约1700万吨优质蛋白；如果用其替代现有饲料用粮，鱼和畜、禽饲料中的鱼粉、花生粕和豆粕，部分由微藻类替代，相当于可节省约5240万吨大豆，1亿公吨玉米，可直接节约耕地约1.6亿亩，间接节约约1.2亿人口的粮食问题，或者近6亿人口的城市化用地问题。

名词解释

微藻：只有5微米的藻

微藻是一类在陆地、海洋分布广泛，营养丰富，光合利用度高的自养植物，属于低等水生植物，每个微藻大约只有5微米。

目前已知的微藻种类达两万多种，细胞中含有：蛋白质、脂类、藻多糖、维生素、色素、微量元素（如碘、铁、锰、钴）等高价值的营养成分和化学物质，其中蛋白质含量一般在40%左右，脂肪含量一般在20%左右，其中不饱和脂肪酸含量较高，营养丰富，使其在食品、医药、基因工程、液体燃料等领域具有很好的开发前景。

目前在医药工业、食品工业、动物饲料、环境检测及净化、生物技术以及可再生能源制造等方面有广泛应用。

通威水产科技公司微藻车间

2011年10月28日 星期五

人类未来的粮食：微藻？

成都商报记者 祝迅

今后，“人吃五谷杂粮”这句俗语可能要改变，除了“稻、黍、稷、麦、豆”，还要加上微藻。

微藻是地？微藻是一类在陆地、海洋分布广泛，光合利用度高的自养植物，因其蛋白质、脂类等营养元素丰富而可以代替粮食，被称为“未来神奇食品”。

通威集团旗下的成都通威水产科技有限公司的微藻选育、养殖到采集已形成较为完整的链条，其微藻养殖技术也达到了国际先进水平。

“300平方米温室 年产1吨微藻相当于9吨大豆

成都通威水产科技有限公司有一个300平方米的微藻培养温室，微藻研究员刘海燕博士介绍，并不是所有的藻类都是适合养殖的微藻，微藻大约有2万余种，一般会选择无毒、有应用价值、能进行大量培养成产的种类进行研究和生产，目前主要是小球藻和螺旋藻。以螺旋藻为例，其蛋白质含量高达60%到70%，相当于小麦的6倍，猪肉的4倍。由于微藻是单细胞植物，人体对于它的消化吸收率高达95%以上。

“可以说，微藻是人类迄今为止所发现的最优秀的纯天然蛋白质食品源。”公司技术研发部主任刘晓悦表示，按照微藻最佳的培养条件，该公司300平方米的温室每年可以生产1吨微藻干粉，这些微藻干粉制成的产品可达到药用级别，不用清洗、消毒即可食用。

传统的水稻养殖1平方米每天大概能生产10~15克干粉，而这款通威水产科技有限公司的温室养殖能达到70克，“这是国际先进的水平。”公司总经理罗国强表示，微藻生长繁殖快，周期短，人工养殖时，从接种培养到收获只需5~8天。这个300平方米的车间，每年收获的1吨干藻所含营养价值相当于9吨大豆，因为微藻单位面积的蛋白质产量比大豆要高出25倍。

“将来的微藻养殖，有望在家中挂满塑料袋即可”

罗国强表示，目前微藻的年产量不高，“全国目前食用微藻年产量只有6000吨左右。”这也是微藻产品目前仅限于保健品的原因。如果想依靠微藻来解决粮食危机，必须要将微藻养殖进行推广，让微藻生产大面积铺开。

刘晓悦说想，将来微藻的养殖设备有可能像水族箱一样，里面有很多智能模块。有的模块是负责调控温度的，有的是负责调控光照的，然后按人员准配方的营养液，人工赠要做的只是把微藻种株放到“水族箱”内，然后观测到微藻达到合适的采集密度。微藻长长成熟后，再用专门的设备进行采集就可以了。目前，公司就在进行类似的研究，希望能够把微藻生产推广，“达到普通人就可以养殖的水平”。

罗国强甚至认为，到时候市民家中的屋顶以及窗户玻璃都可以安上透明微藻箱，或者到处都挂满了塑料袋养微藻，只要能够满足微藻的生存条件就可以养微藻。

“本身有一定腥味 直接做主食可能难以接受”

微藻将来能不能像小麦、大米一样作为主食呢？刘晓悦解释，这首先是人们的饮食习惯问题，因为微藻本身具有一定的腥味，如果直接拿来做主食，可能很多人一时难以接受。目前，亚洲许多国家已经开始把微藻制成干粉，加工成汤、浆、糊等辅助性食品，主要还是添加到面粉等食品内，与其一起加工成方便面、营养块、饮料、饼干、奶酪、酸奶和豆腐等。“但即使这样，如果粉食紧缺，微藻也能起到非常大的作用。本来一个人一天需要400克面粉，但添加微藻作为补充后，可能只需要250克面粉了。”刘晓悦解释到。

作为微藻养殖的积极推动者，全国政协常委、通威集团董事局对汉元主席在去年的全国两会上，专门提出了《积极开展微藻研究，确保我国长远粮食安全的建议》。他接受记者采访时指出，我国盐碱地面积约9913万公顷，将其中的1%用于培植藻自含量达60~70%左右的微藻类，按目前商业化生产约30吨/每公顷，年的平均水平计算，即可生产至少约1700万吨优质蛋白；如果用其替代现有饲料用粮，鱼和畜、禽饲料中的鱼粉、花生粕和豆粕，部分由微藻类替代，相当于可节省约5240万吨大豆，1亿公吨玉米，可直接节约耕地约1.6亿亩，间接节约约1.2亿人口的粮食问题，或者近6亿人口的城市化用地问题。

名词解释

微藻：只有5微米的藻

微藻是一类在陆地、海洋分布广泛，营养丰富，光合利用度高的自养植物，属于低等水生植物，每个微藻大约只有5微米。

目前已知的微藻种类达两万多种，细胞中含有：蛋白质、脂类、藻多糖、维生素、色素、微量元素（如碘、铁、锰、钴）等高价值的营养成分和化学物质，其中蛋白质含量一般在40%左右，脂肪含量一般在20%左右，其中不饱和脂肪酸含量较高，营养丰富，使其在食品、医药、基因工程、液体燃料等领域具有很好的开发前景。

目前在医药工业、食品工业、动物饲料、环境检测及净化、生物技术以及可再生能源制造等方面有广泛应用。

《中国质量报》报道截图

“中国鱼虾”游向何方

业内人士指出中国水产养殖行业也要走“强国”之路

□ 中国质量报记者 张东

目前，全球水产行业的主流趋势是高速发展、金面竞争的时代，作为养殖总量已占全球71%的“中国鱼虾”又该游向何方？近日，在成都举行的世界华人鱼虾苗养学术研讨会（下称世华会）上，全国政协常委、通威集团董事局对汉元主席给出了自己的答案：“中国要致力于从水产大国向水产强国迈进，关键在于我们要在集约化、一体化的道路上跑得比别人更专业、更高效、更创新。”

世华会是世界华人鱼虾苗养学术界和企业界的最大综合性盛会，也是世界上参加人数最多的水产动物营养研讨会，已成为当今全球鱼虾苗养与动饲料各方面最权威最具影响力、最具“含金量高、影响跑”的交流平台之一。据悉，本届世华会以“营养、健康、安全、可持续发展”为主题，吸引了中国、美国、日本等国家和地区的上百位知名专家出席，旨在为当前中国水产行业面临的格局变化和未来社会趋势即将国为用，再谋发展信心。

按中国工程院院士、中国水产学会水产动物营养与饲料专业委员会主任麦康森教授介绍，近年来，中国水产养殖出现速发展，摘得多项全球第一：目前，中国水产品产量已经连续多年稳居世界第一，更是全球最大的水产饲料生产国。中国水产品总量约5373万吨，其中养殖产量约3829万吨，约占全球71%；水产饲料总量达到1500万吨，占全球60%以上，通威股份更是早在几年前就已跻身世界最大的水产饲料企业。

“我们共同为这一个发展的行业，”刘汉元主席表示，现在全世界的3条人工养殖鱼当中，就有两条来自中国，我们国内的水产品有量已超过40公斤，是全球水产品人均占有量的两倍。目前11年，中国水产饲料也将有望突破1600万吨大关，继续占据领跑地位。

然而，在这鼓舞人心的数字背后，刘汉元主席却指出了行业发展的隐忧——每年上千家饲料加工企业正在消失，仅2010年，全国饲料加工企业同比减少1448家，下降幅度为11.8%。“目前的行业现状，就是在集约化、一体化道路上稳定性不足，后续力量不够。”

面对全面竞争时代中国水产行业的出路问题，刘汉元主席指出，水产链条上的动物、饲料、饲料、养殖、水产品加工与贸易等任一环节，加上信息集成服务、互联网等，都可以发展成这场豪车盛宴中的长长的菜单吧。

与商业企业不同，法拉利并不过分注重销量，中国已经成为法拉利全球第二大市场，但法拉利大中华区总裁兼首席执行官范艾闻仍淡定地表示：“数字并不是衡量成败的唯一标准。”在法拉利看来，比销售更重要的是，让更多法拉利中国车主融入全球的法拉利大家庭。

“永远比市场需要的少一辆”已经成为法拉利的标志之一。作为梦想之车，法拉利的等待时间相当长。在中国，法拉利的提车等待时间通常在6个月至8个月，全球等待时间平均为1年。不同车型的等待时间有所不同，比如法拉利“458 Spider”等新上市车型，等待时间更长。范艾闻解释到：“法拉利已经超出了商品的买卖关系，我们尽力让等待变得有趣，让等待中的车主有融入法拉利这个大家庭。在等待时，我们每个月都会和车主联系，寄送法拉利杂志，告知车生产状况。车主会被邀请参加各种活动，次到车主手中。我们还会做一个同型号的车模，送给车主。”

在欧洲，消费者们似乎更有耐心等待法拉利，但是，法拉利不得不接受中国消费者不愿意等待的事实。范艾闻回忆说：“12年前，我加入公司时，法拉利360车型全球首发，当时欧洲要等2年，美国要等3年，但车主们都心领神会等待，因为他们同既了解法拉利的价值——它既令车主快乐，也能给车主带来荣誉感。”法拉利已经完全脱离了代步工具的简单意义，成功跨身于奢侈品之列。没有任何一个品牌具有法拉利这样的保值增值能力。旧款法拉利出售，仍可以不菲的价格拍卖。或许正因为这样，范艾闻认为：“目前的工作重点是告诉大家法拉利品牌到底代表着什么，增加消费者对法拉利品牌的了解。”

与众多只关注销量的企业相比，法拉利更愿意将目光投注在喜爱法拉利的人身上。范艾闻说：“我们希望和两类人沟通，一个是客户，一个是粉丝。我们不仅要和买得起法拉利的人沟通，更重要的是将辉煌梦想带给粉丝。”为此，法拉利不惜重金出巨资，在中国持续开展一系列活动。范艾闻说：“去年4月，在世博会意大利馆做一个长期的博物馆，让更多粉丝了解法拉利。”此外，法拉利在中国引入了赛道嘉年华活动，今年7月的2011法拉利赛道日嘉年华及法拉利亚太挑战赛，成为法拉利车主和车迷的盛事，吸引了全国各地2万多名法拉利车迷进行激情体验。而在此前，今年1月，法拉利为第999个车主的诞生举行了庆祝仪式。

因为在中东地区的出色表现，被委以法拉利大中华区总裁兼首席执行官的范艾闻曾表示：“我像心动的车中国赶任，准备大干一场，因为我对这块市场充满了信心”

事实上，仅在今年上半年，法拉利在中国共交付汽车378辆，同比增长116%，成为法拉利全球第二大市场，仅位居北美之后。北美市场上半年售出汽车939辆，同比增幅23.2%。何时中国会成为法拉利全球第一大市场？严谨的范艾闻只是说：“我个人希望那一天快点到来。”

奇闻轶事

英国“咖啡皇后”无辣不欢 连续吃辣近3万颗

居住在英国埃塞克斯的罗雨尔·皮切尔最近被授予“咖喱皇后”的称号，因为从少女时代起，皮切尔每顿饭都少不了辣椒咖喱，并时甚至把咖喱当早餐，至今已连续吃辣29565颗。

现年45岁的皮切尔坦称自己爱极了辣味咖喱，可惜丈夫非尔却不能适应，曾数次将饭菜倒掉。不过经过皮切尔的“训练”——蒙如偷偷地把咖喱粒扶在丈夫的三明治中，非尔已经对妻子的口味适应得多了。皮切尔说：“我喜欢的很多种咖喱都让普通人辣得受不了，他们眼泪下来了，我却一点反应都没有。”皮切尔还表示，自己的生活已经离不开咖喱，她随身提包中永远都会有一包咖喱粉。

不过皮切尔也坦称自己的味蕾受到影响：“我必须为味蕾做些改变。因为我现在已经吃不出平常饭菜的味道了。”

比利时4700人分食一个辣椒 抗议阉割小猪不用麻药

在许多国家，猪农会为猪进行阉割，但在比利时，阉割小猪时猪农不使用麻药的习惯，引发了比利时一个动物保护团体的不满。该团体号召4000多人不穿内裤，抗议猪农的行为。

据报道，比利时一个保育团体说，该国农民每年阉割大约500万头小猪，目的是让这些猪长大后，猪肉没有“不好”的味道。但现在阉猪时不使用麻药，让小猪遭受“不必要”的痛苦。

因此，该团体在社交网站“脸谱”上发起不穿内裤的抗议活动，到8日下午已吸引超过4700人报名参加该活动。

然而“比利时肉制品联合会”说，该会成员已经同意，从明年起阉猪时使用麻药，而且从2018年起，将不再阉割小猪。

管理小品

有尺度的鱼

有一个人在河边钓鱼，他钓了非常多的鱼，但每钓上一条鱼就拿尺量一量，只要他尺大的鱼，他都扔回河里。

旁观人见了不解地问：“别人都希望钓到大鱼，你为什么却钓上来都丢回河里呢？

这人不慌不紧地说：“周为我家的锅只有尺这么宽，太大的鱼装不下。

不让无穷的欲念侵蚀我已心，“够用就好”也是天赐的生活态度。当人们在吧到地方山的自助餐厅，老是恐怕的吞食，那可真是一个可怕的景象。取自己够用的，不应贪求，这也是一个必要的修炼。

智慧战胜对手

1984年，在东京国际马拉松邀请赛中，名不见经传的日本选手山田本一法大意轻地夺得了世界冠军。当记者问他凭什么取得如此惊人的成绩时，他说了这么一句话：“优智慧战胜对手。”

当时许多人都认为这个偶然性的胡乱猜测的格言于这手是在故弄玄虚。马拉松赛是体力和耐力的运动，只要身体素质好又有耐性就有望夺冠，爆发力和速度都还在其次，说用智慧取胜确实有点勉强。

两年后，意大利国际马拉松邀请赛在意大利北部城市米兰举行，山田本一代表日本参加比赛。这一次，他又获得了世界冠军。记者又请他谈经验。

山田本一连续未动，不答言语，回答的仍是上次那句话：用智慧战胜对手。这回记者在报纸上没再把答他，但对他所谓的智慧还是迷惑不解。

10年后，这个谜终于被解开了，他在他的自传里这么说的：每次比赛之前，我都要来来把比赛的线路仔细地看一遍，并把沿途比较醒目的标志画下来，比如第一个标志是银行；第二个标志是一棵大树；第三个标志是一座红房子……这样一直画到赛程的终点。比赛开始后，我就以百米的速度奋力地向第一个目标冲去，等到达第一个目标后，我又以同样的速度向第二个目标冲去。40多公里的赛程，被我我分解成这么几个小目标轻松地跑完了。起初，我并不懂这样的道理，我把我的目标定在40多公里外终点线上的那面旗帜上，结果我跑到十几公里时就疲惫不堪了，我被前面那段遥远的路程给吓倒了。

我曾想，在现实中，我们做事之所以会半途而废，这其中的原因，往往不是因为难度较大，而是觉得成功离我们较远，畏如地说，我们不是因为失败而放弃，而是因为信念而失败。在人生的旅途中，我们稍微具有一点山田本一的智慧，一生中也许会少许多挫折和烦恼。

品牌管理

以文化塑造成功品牌

□ 陈永成

人与文化的关系就如同人所生活的空间不能缺少空气和氧气，如果离开了空气和氧气人就会窒息而死，同样，人所生活的社会是个充满文化的社会，离开了文化就会造成人心理和精神的窒息。一个人如果在面对一件事物时心理与精神被窒息了，这个人对他所面对的事物的认知就将是一片茫然。

一个品牌如同社会的一员，其实在亿万消费者的心里，品牌何尝不是他们生活中重要的一员，当然这里所说的品牌是指那种有意义、有价值的、富有文化内涵的真正的品牌。

产品是借助品牌来实现人们的期望，而品牌是借助产品来承载着人们的寄托，要使产品借助品牌实现人们的期望，品牌借助产品承载着人们的寄托这个目的，品牌就要与文化同呼吸共命运。如果一个品牌缺少文化内涵，或文化内涵不足，那么这个所谓的品牌就是苍白的、干瘪的，没有价值和意义的、毂轳涂的品牌。

一个民族的文化模式往往是代代相传、历久不衰、经久不变的，因此，文化模式几乎可视作最终生宰与支配社会和人们行为的法则。每个民族都有其固定难变的生活方式，民俗习惯、价值观念、传统观念等，如中国人饮食用具多以筷子做等为主，而西方人饮食用具多以刀叉及盘子等为主；中国人以直观思维和形象思维为主，而西方人则以逻辑思维和抽象思维为主；中国人好面子讲人情虚浮多于实际，而西方人只事认实际出发，一是一二是二，实际多于虚浮；中国人一人犯可为大家开一个饭局，而西方人的饭局是AA制，各似上述这些模式都是由不同的历史渊源塑成的文化成文化模式焦然，而非其它什么东西所能代替与决定的。

一个民族的文化模式一旦得以塑成，人们在社会化的作用下会主动的去适应它，顺应它与它同呼吸共命运。人们只能与文化同呼吸共命运，人们只有这一条路，否则人的生活将无所适从，将处处遇麻烦。人们之所以会主动的去适应与顺应文化，之所以会与文化同呼吸共命运，因为人们只有适应和顺应了文化，便可免去许多思维的繁琐。人的本性从来都是懒惰的，因此，人们所来都遵循一个原则原就是“因繁就简”，若某一件事大家都是这样做的，那么我这样做也就是对的，或“历来如此，就是对的”，如此人的情感便有了着落，否则就让人心里不踏实。文化成文化模式对于品牌的重要意义也在于此。

品牌要让人情感有着落，要让人心里踏实，品牌就必须与文化紧密结合或称品牌更要文化化。品牌只有植入文化，品牌才能做到与人近距离接触，品牌只有与人近距离接触，才能成为人们身边、心中和社会的一员。

品牌只有做到成为人们身边、心中和社会的一员，品牌才有助于推动你的产品和企业成为人们身边、心中和社会的一员，如果你的品牌不能成为人们身边、心中和社会的一员，那么，你的产品和企业将永远处于边缘化的地带。即使你的广告十年如一日的铺天盖地，只要你的品牌不能深入人的心里，你的产品和企业仍然是被边缘化的。因为你是在靠广告而非靠品牌在驱动市场。

笔者曾有一个论断或论调：品牌是品牌，广告是广告，品牌需要借助广告，但广告不能代替品牌。所以如是说其原由有如下几条：

一、有文化内涵的广告可以成就品牌，没有文化内涵的广告只能让人知其然，不知其所以然。

二、有文化内涵的广告能让人轻快的对该广告产生品牌价值识别与价值认知，没有文化内涵的广告，即使人们听它喊了一万遍，面对它一万次，但人们心里对它仍然是一片空白。

三、有文化内涵的广告可使人在品牌价值识别与价值认知的基础上对品牌产生情感，没有文化内涵的广告人们往往将其视为噪音。

因此，说文化是广告与品牌间的一道门槛，文化是广告与品牌间的分水岭，文化是产生情感的试金石。只要你的广告不能赋予人情感，你就跨越不了主观上做品牌客观上做广告的境地和结局。

品牌人也好，广告人也罢，在开展你的广告或品牌工作时切记不能背离文化，更不要试图没有文化。挑战文化者必败。

历史上我们远的不说，只说我们大多数人都做经历过的，一位曾令世界上几乎所有强者屈服的，深受他的追随者敬仰的世界伟人及强人毛泽东尝试了十年的文化大革命，其结果是毛泽东及其大批追随者十年后非但没能革了文化的命，反而因此险些革了自己的命，最后这场运动以完败而告终。

有着悲壮的过去和辉煌现在，被部分人奉为密码神明的史玉柱，在当今商场上史玉柱三字可谓大名鼎鼎如雷贯耳，史玉柱靠脑白金再次崛起，然而单就脑白金对史玉柱来说可谓成亦雷销，败亦雷销。史玉柱脑白金的成亦雷销，成在其开创了我国的礼品营销的范例，而其败亦雷销则是由于脑白金成功后，史玉柱发起了挑战文化甚至反文化的广告运动。因此脑白金自己的品牌不行；有了品牌，不去创新，不去适应不断变化的内外环境，会图一劳永逸，也不行。品牌只有不断创新，才能避老化和死亡，才能给引企业走向成功，走向辉煌。

有人通过观察和分析，发现有3类原因导致品牌衰落：是产品质量问题。质量是品牌的本质，质量问题会从根本上动摇品牌的根基。二是产品缺少创新，品牌形象老化，没有时代感，与顾客的距离越来越远。三是不再对品牌本身进行投入和创新。

由而言之，市场似水，品牌如舟，水能载舟，也能覆舟。品牌的成长如逆水行舟，不进则退。

优秀的品牌是不会变的人耳目一新。

如：IBM、杜邦、索尼、丰田、海尔等，一直坚定不移地推进品牌建设，为增强竞争优势提供重要的动力和源泉。

品牌的创新必须有核心技术，保持创新能力的自主性，才能够达到事半功倍的效果。

一个著名品牌的发展和建设是一个循序渐进、潜移默化的过程。在这条艰苦道路中，关键是增强品牌自主创新能力，并遵循品牌创新的规则性，所有的优秀品牌成功的经验都证明了这一点。

中国制造业相对发达，产能过剩，严重同质化，大家生产的产品大体相当，水平几乎差别不大，这是许多企业面临的一个通病。其根源在于缺乏技术和自主创新能力，缺乏新产品原创顶而出的操控能力。而产品创新带动品牌建设又是关键环节所在。

苹果公司连续三年被美国杂志评为全球“最受尊敬的企业”。

因为苹果公司一直致力于科技创新和产品创新，这些年在传统的电脑之外，陆续推出iPod音乐播放器，iPhone手机和iPad平板电脑等多款新产品，不断研发并推出科技、时尚、好用并符合消费者需求的产品，这无疑是苹果成功的基石。

技术创新与产品创新有时具备一定的关联性与决定性，如苹果的科技创新也是产品创新的根源。

再比如：离我们身边很近的背德基和麦当劳，产品推陈出新，与时俱进，不断迎合消费市场的需求，每个季节都有新食品推出，从未停止过创新的脚步，总能妥换花样针对中国人的口味推出刺激味蕾的新食品，观众也总能在电视和各种媒体上看到它们新食品上市的广告。其产品创新层出不穷，品牌形象到创意传播，广告创意也经常令人耳目一新。

虽然众所周知：洋快餐食品的不具健康性，但是其创新的口味，创意的表达，流行的快食文化元素，将营养便利、感恩关怀等与它们的企业理念有序有接一起，体现出洋快餐的本土化、人性化，提升其在青年消费者群体中的形象，拉近与中国消费者的距离。

品牌的创新性能满足消费者新的需求，能使消费者对品牌产生联想并保持延续性，产生最新的价值认同，只有认同的品牌联想才能在消费者意识中塑造品牌差异化；只有成功的差异化才能实现品牌安徒。

任何好的产品和服务，最高的营销是它的价值观营销

但品牌创新同要求我们：思想无禁忌，创新有规则。

一般创新：思维创新、体制创新、技术创新、产品创新、管理创新、经营创新等等。不能把创新只简单于技术创新，创新是一个系统工程，思维创新是前提，体制创新是保证，产品创新、管理创新、经营创新，不仅本身创造经济效益，而且是把技术创新转化为经济效益的途径。

创新是一个极其丰富又极具弹性的领域。各类主体要根据自己的可能进行多样式多层次的创新，我们当然希望有知时代性的创新，但这样的创新不可能很多，大量的是各种层次上的局部的创新，浅层意义上的创新。还有一种创新实际是“变新”，男人的裤子是两条腿，这个不能变，变了就成裙子。但裤腿可以宽，被裤由肥变瘦，叫瘦腿裤子，变成上边肥下边瘦，叫灯笼裤，如此等等，变来变去，看上去是创新，实际是变新。变新也是需要的。

品牌创新的可操作性

品牌创新同样需要常规，就是它的创新理念跟社会执行之间不能出现断层的，必须能实现转换，从创新的产品到核心技术，从品牌文化，品牌内涵，到品牌精神，品牌价值等等，要具备传播的理由和渠道。

如若不然，其所谓的品牌创新也只是虚空的思想而已。

品牌创新的商业价值

商业价值是对品牌标准的一种评估，主要指产生型企业和服务型企业，品牌创新的同时要对其品牌创新的商业价值做出科学准确的评估，不论是国内的还是国际的标准。

如果品牌在消费者心目中不能形成差异性和有效性，无论是通过“技术创新增加产品的科技含量”还是通过“工艺流程创新提升产品的品质”，企业最终也只能给留在同质化，重复性，低水平的残酷竞争阶段，无法选离品牌竞争的“红海陷阱”。

品牌创新对消费市场的吸引力

品牌定位，品牌口号，品牌形象，品牌传播，根本目标就是要在消费层去建立这样一种理性的评价标准，这实际上就是一种规则。

实践证明：仍然对于每个人的影响都是不同的，消费市场中的消费行为在发生着变化，品牌价值，品牌文化不断左右着消费意图的同时也要跟踪时代的节奏，让价值文化驱动消费。

有时候一种简单的文化理念能使消费者目了然，让消费者能够一看便知，产生一见如故的感觉。你可以瞬间觉得这个品牌能够给你一种生活的默契和与众不同，让你在大众消费中得以自我识别优，这便是它的价值和文化场域效果。

真正的品牌文化应该有它的唯一性，它应该是特立独行的，并不是复制他人，迎随潮流，这种唯一性和排它性可以支撑着企业的核心竞争力。

实施多品牌战略应该注意的问题

□ 杨兴国

多品牌战略是指一个企业同时拥有两个或两个以上相互独立的品牌。采用多品牌战略的企业将许多不同的品牌投入市场中，满足消费者的差异化需求，从而最大限度占领市场。

实施多品牌战略有利有弊，实施时应该注意以下问题：

第一，多品牌战略是地地道道的“富人俱乐部”的游戏，企业没有雄厚的财力切莫轻易试尝。

众所周知，打造一个有影响力的品牌投入动辄数千万上亿元，据统计，在激烈的市场竞争中，新品牌上市能存活四年的仅为30%，很多品牌中途便夭折了。所以实力有限的企业与其四面出击，分散资源，还不如“集中兵力打歼灭战”，会力打造一个有竞争力的品牌。实践中，很少有中小型、成长型企业运用多品牌战略获得较大成功。

当年Hanson信托集团收购一家大型烟草公司时，这家公司旗下拥有75个烟草品牌，Hanson收购后要做的第一件事就是砍掉众多品牌，只保留其中5个，这一计划遭到了公司营销人员的强烈反对，他们认为每一个品牌都面对一个消费群体，哪一个都不能减。反对声并没有动摇Hanson管理层的决心，他们严格执行了这一计划，品牌缩减计划，品牌缩减后销售额不但没有降低，反而上升，利润更是翻了一倍。

目前，很多跨国公司也纷纷实施品牌“瘦身”行动，例如通用汽车公司堪称汽车品牌大家族，最多时曾拥有30多个汽车品牌，然而由于投资过于分散，品牌个性不够鲜明，结果市场收效并不理想。后来通用汽车公司求取了大规模的品牌“瘦身”行动，砍掉众多影响力不大的品牌，最终集中资源合力打造凯迪拉克、别克、欧宝、雪佛兰四大金刚”。联合利华也实施了“成长之路”的品牌瘦身计划，目标是在5年内将旗下1600个品牌削减到200个核心品牌，以突出联合利华核心品牌的作用。

品牌建设

第二，企业内同类产品的不同品牌应针对不同的细分市场，避免兄弟之间自相残杀。

一个企业同类产品能出多个品牌，其终极目的是要占领不同的细分市场，满足消费者差异化需求，最大限度地占有市场份额。如美国宾产品推出的多个品牌之间毫无差异，目标市场相互重叠，其实就等于自相争斗，毫无意义。

因此，企业实施多品牌战略不是简单地在一种产品上贴上几种不同的牌子，而应该打好差异化营销这张牌，在品牌产品的功效、包装、宣传等方面实出自己独特鲜明的个性，寻求自己的市场空间，避免市场重叠。

例如，同为宝洁旗下的洗发水品牌，飘柔、潘婷、海飞丝，沙宣等各有区别。飘柔突出“头发更飘，更柔顺”，从“飘柔”名字上就让人联想到产品的特性，草绿色的包装洋溢着青春的气息，广告中少女甩动如丝般的秀发更强化了飘逸柔顺的效果；潘婷强调“拥有健康，当然亮泽”，产品采用了杏黄色的包装，给人以营养丰富的视觉效果；海飞丝则表达“头屑去无踪，秀发更出众”，海蓝色的包装让人联想到蔚蓝色的大海，带来清新凉爽的视觉效果；沙宣则是迎求“时髦健康”，是“迷人秀发的权威专家”。

宝洁公司在洗衣粉市场上同样发挥得淋漓尽致。使用洗衣粉时，有些人看重洗涤和漂洗能力，有人希望洗衣粉具有“味芬芳，还有些人认为使织物柔软最重要……”于是宝洁公司针对不同的市场需求推出了多种不同的品牌，包括汰渍（Tide），碧浪（Ariel）、奇尔（Cheer）、格尼（Gain）、达诗（Dash）、波德（Bold）、卓夫特（Dreft）、象牙雪（ivorySnow）、奥克多（Oxydol）和时代（Era）等，在功能、价格、包装等各方面形成差异，满足不同消费者的需求。目前，宝洁公司在洗涤品的市场份额已达到55%，这是单个品牌所不能及的。

又如，Swatch旗下手表品牌众多，包括欧米茄、雷达、斯沃琪、浪琴、天梭等，这些品牌个性迥异，如欧米茄体现“尊贵豪华”，是成功人士的选择，因此常请明星作为形象代言人，以期塑表为主；雷达表的卖点划在于“高科技工艺和材质”，很少选用明星代言，以方便表为主；斯沃琪则是针对前卫和时髦的人士的选择……

第三，每个品牌所针对的细分市场应该具有相应的市场规模。

企业实施多品牌战略，如果某个品牌所针对的细分市场容量太小，销售额不足以支撑一个品牌的生存和发展，那么推出这个品牌很难成功。台湾的企业很少采用多品牌战略就是这个原因，台湾地区人口总数不过2000多万，细分市场的人口数量就更少，如此小的市场规模很难承受多品牌的生存，因此我们不难看到，台湾企业几乎都采用单一品牌战略，如台湾统一公司旗下的方便面、饮料、果汁、茶、奶粉等使用统一品牌。当然，中国大陆市场人口众多，潜力巨大，应该具备多品牌战略的市场条件。

第四，企业要有成熟的品牌运作管理体系。

通常情况下，一个企业打造一个品牌已经让管理者如履薄冰，疲惫不堪了，面对多个品牌，如果没

本版技术顾问：邓艳

职务：通威股份禽科研究所副所长

四川农业大学省局动物营养及饲料加工专业毕业，中国畜牧兽医学会动物营养分会会员，一直从事畜禽配方设计工作，在家禽配方设计、家禽添殖、疾病控制等方面建树颇丰，临床经验丰富

联系方式：028-86168862

E-mail：twb@tongwei.com

技术交流

秋冬季节肉鸡饲养管理要点

□ 通威股份畜禽种研究所 李跃

秋冬季节，外界气温逐渐由温暖转到寒冷，昼夜温差大，风向多变，空气干燥，呼吸系统疾病较为多发，病毒感染也呈上升趋势，由于场地潮湿，球虫病多发，中午短暂的高温对肉鸡造成的应激较大。因此，为加强秋冬季节肉鸡的饲养管理，应把握好如下要点。

关于空栏期鸡棚整修、消毒工作

1.鸡舍的整修

A.人获前做好应对准备，检修鸡舍。

B.修补棚(房)顶，增加厚度，隔阻隔气。

C.密封墙壁，准备塑料膜和毛毡，门窗要密封，防胸脚病。

D.检查供暖设施、换气设备(烟道火炉、天窗、换风扇)。

E.燃料储备，垫料准备。

2.空舍期的消毒

鸡舍的消毒分个六步骤进行：“一扫、二冲、三烧、四喷、五空置、六熏蒸”。

第一步“扫”：在上市完上一批鸡后，把鸡舍内的料桶、饮水器等用具拆除，将鸡粪铲净，然后把舍内地面和墙壁上的蜘蛛网、羽毛等彻底打扫干净。

第二步“冲”：用清水泵或高压水枪机抽水，把鸡舍上下内外(包括瓦面、砖柱、墙壁、地面、门窗、帐膜)彻底冲洗干净，注意先内后外，由上及下。

第三步“烧”：在对鸡舍冲洗晾干后，使用火焰喷枪对鸡舍地面、边墙、地脚窗铁丝网进行火焰消毒。

第四步“喷”：在火焰消毒后，再以消毒水把鸡舍上上下下、里里外外彻底地喷洒到滴水珠为止。一般每100平方米鸡舍至少要喷200~300斤水。喷洒消毒要用2-3种消毒药分多次进行（2~3次的热烧碱+复合酚+全能或百毒杀→20%生石灰水泼洒地面及1米高墙壁进行空置），每次用一种消毒药喷洒，隔2-3天晾干后，再用另一种消毒药进行下一道喷洒消毒。

第五步“空置”：喷洒消毒完后，可让鸡舍自然晾干，空置10~15天。

第六步“熏蒸”：在进苗前的3-4天对有墙壁进行熏蒸消毒。熏蒸前先铺好垫料（3-5公分），把水桶、料桶、开食盘一并打开放入保温棚里，准备几个大盆先倒入高锰酸钾，再倒入福尔马林，从远处开始倒，边倒边退，注意安全，人退出后关闭保温棚，熏蒸24小后再通风。

3.鸡舍外周环境的消毒

先把鸡舍四周的排水沟修整好，排除积水，将活动场清扫干净，然后在晴天用2-3%烧碱溶液对鸡舍四周（包括排水沟和活动场）浇洒，几天后再用其它的消毒药进行喷洒消毒，隔一段时间后，最后用生石灰泼洒消毒。

4.用具的消毒

先把用具用清水清洗干净后，再用无色的腐蚀性小的消毒水(一般选用金能、百毒杀、协邦等)浸泡消毒1小时以上，清洗晾干后然后搬入消毒好的鸡舍放置即可。

关于进鸡前的准备工作

1.物资准备

用具：开食盘、每1000只鸡用开食盘6~10个，护子1个，小料桶和小饮水器各10个，大饮水器4~5个，大料桶25个，竹围2张（4m×50cm）。

2.接苗前的准备工作

A.分小栏：每1000只鸡一栏。

B.栏料：铺好垫料3~5公分，提前一天升温到30℃，即时分种同放走温气。

C.开水：提前烧开水，每1000只鸡使用20斤水，红糖4两，生姜1两。

D、车辆：联系既保温又透气的鸡苗运输车，天气寒冷时一定要带点毛毯，毡子等保温材料。

秋冬季鸡苗前期注意事项

1.肉鸡各生长阶段对温度的要求：一般育雏前3天，温度要求为33~35℃，第一周周末为32℃，第二周周末30℃，第三周周末28℃，第4周周末26℃，以后稳定在25℃左右。根据当地的气候特点，秋冬季节应采用“地面烟道+保温架+屋中屋”的保温方法。

2、鸡苗运到后先放在保温室里适应10~15分钟。

3.保温室1000只鸡需15平方米，保温架6~8平方米。

4.开饮：等鸡苗休息5~10分钟后就可开饮，先饮葡萄糖和电解多维(天气寒冷时可适当添加红糖、生姜水)。

5.开食：饮水4~5个小时后，才能开食，建议4~6个小时喂1餐，不能太多，也不能太少，前期饲料中一定要使用氟苯尼考拌料预防沙门氏菌的发生。

6.灯光：每间用一个60瓦灯泡2个，电压不足的建议用100W灯泡，保温架下灯光要均匀。

关于秋冬季栏舍与保温通风要点

1、秋冬季护栏原则为多次少扩，黄鸡35天扩满，麻鸡40天扩满。

2.调节好通风与温度的关系。需宜内不闷不臭，顶棚中间不能有水汽，垫料見湿就扩除，强调以烟道加温为主，杜绝密闭保温的习惯。

3.温度：秋冬季进鸡温度保持33~35℃，以后每3天降1度，强调冬天养鸡不能有“脱温”的观念，中大鸡冬季最佳温度保持在20~24℃，室外温度低于18℃不提倡放天。

注意处理好保温与换气的关系

适宜的温度和新鲜空气的供应是鸡群生长必不可少的两个基本条件，要想养好肉鸡既要保证温度，又要保证换气良好，关键是做好以下工作：

1.在保温棚天面，薄膜与薄膜交界处，要间隔留有一定空隙，便于保温棚内的废气排放及新鲜空气的流入。

2、鸡舍东西南北墙上的气窗在任何时候都不能封死。天气寒冷时气窗可以开小些，天气暖和时气窗开大些，背风面开大些，晚上开小些，白天开大些。

3.保温棚内的温度偏低时，只靠增加煤炉来提高温度，于开不能靠密封保温棚来提高温度，否则会缺氧问题，导致法氏囊病、胃型传支病、大肠杆菌病或其它呼吸疾病的出现。

4.要善于抓住机会换气；利用加料机会，把保温棚天面的裂缝拉大拉宽，每次15~30分钟，以便充分排放废气，注入新鲜空气；要充分利用好白天中午温高的有利机会，把窗户开大些，保温棚裂缝拉大、拉宽，以便尽量排走废气，注入新鲜空气。

5.及时清除鸡舍内潮湿垫料，减少因潮湿垫料发酵产生的废气。

6、掌握好衡量保温正常及换气良好的标准，关键看鸡点：雏鸡在保温室内散布均匀，无张口呼吸，无打堆现象，说明温度适宜；在保温室内闻不到氨气味，墙面无水珠，无灰尘，说明空气新鲜，换气良好。

免疫接种的注意事项

1、在对鸡群做疫苗的前后2~3天内应避免使用中药抗病毒类药，也不能进行饮水消毒和常鸡喷雾消毒。

2.接种油乳剂疫苗时应提前8~10小时放入鸡舍中，否则应激很大。

3、鸡群在发生疾病期间一般不适宜做免疫接种，应在管理的指导下适当调整。

4、免疫接种用具不能用消毒药物进行消毒，虽然煮沸消毒，并要凉冷后才能使用。

5、不能用金属器具装疫苗和稀释疫苗，疫苗稀释一般只能用蒸馏水或冷开水或生理盐水。

6、稀释后的疫苗要在2小时内用完，稀释疫苗需分次分组进行，一次稀释一组，用完后再继续稀释。

7、接种完毕后的疫苗空瓶及剩下的疫苗不能乱丢乱埋，而要焚烧或深埋土中，接种用具要清洗好，包装好备用。

疾病预防与治疗

1.鸡舍生活一定要注意保温，防止外来人员随便进入，本场员工不要随便到别的鸡舍去。

2.注意卫生，定期消毒，防止外来人员随便进入，本场员工不要随便到别的鸡舍去。

3.鸡群在发生疾病期间，切勿随意用药，要在管理的指导下适当调整。

4.鸡舍内的粪便要及时清理，不要堆放在鸡舍内，要及时清理出鸡舍，远离鸡舍，粪便要发酵处理，杀死病原体。

5.鸡舍内的垫料要经常翻动，保持干燥，发现结块、发霉、发臭的垫料要及时清除，更换新的垫料。

6.鸡舍内的空气要保持清新，要经常通风换气，但要注意风向，不要对着鸡群吹风，要注意保温，防止鸡群受冷应激。

7.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水器，要经常检查饮水器的出水量，要经常检查饮水器的水质，要经常检查饮水器的水温，要经常检查饮水器的水压，要经常检查饮水器的水流。

8.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗料桶，要经常检查料桶的料量，要经常检查料桶的料质，要经常检查料桶的料温，要经常检查料桶的料压，要经常检查料桶的料流。

9.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

10.鸡舍内的空气要清洁卫生，要经常清洗空气，要经常检查空气的空量，要经常检查空气的空质，要经常检查空气的空温，要经常检查空气的空压，要经常检查空气的空流。

11.鸡舍内的温度要清洁卫生，要经常清洗温度，要经常检查温度的温量，要经常检查温度的温质，要经常检查温度的温温，要经常检查温度的温压，要经常检查温度的温流。

12.鸡舍内的湿度要清洁卫生，要经常清洗湿度，要经常检查湿度的湿量，要经常检查湿度的湿质，要经常检查湿度的湿温，要经常检查湿度的湿压，要经常检查湿度的湿流。

13.鸡舍内的光照要清洁卫生，要经常清洗光照，要经常检查光照的光量，要经常检查光照的光质，要经常检查光照的光温，要经常检查光照的光压，要经常检查光照的光流。

14.鸡舍内的噪音要清洁卫生，要经常清洗噪音，要经常检查噪音的噪量，要经常检查噪音的噪质，要经常检查噪音的噪温，要经常检查噪音的噪压，要经常检查噪音的噪流。

15.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

16.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

17.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

18.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

19.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

20.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

21.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

22.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

23.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

24.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

25.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

26.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

27.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

28.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

29.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

30.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

31.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

32.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

33.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

34.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

35.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

36.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

37.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

38.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

39.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

40.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

41.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

42.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

43.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

44.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

45.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

46.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

47.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

48.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

49.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

50.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

51.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

52.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

53.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

54.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

55.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

56.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

57.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

58.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

59.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

60.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

61.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

62.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

63.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

64.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

65.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

66.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

67.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

68.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

69.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

70.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

71.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

72.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

73.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

74.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

75.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

76.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

77.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

78.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

79.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

80.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

81.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

82.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

83.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

84.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

85.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

86.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

87.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

88.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

89.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

90.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

91.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

92.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

93.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

94.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

95.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

96.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

97.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

98.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

99.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

100.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

101.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

102.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

103.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

104.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

105.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

106.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

107.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

108.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

109.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

110.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

111.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

112.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

113.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

114.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

115.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

116.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

117.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

118.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

119.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

120.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

121.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

122.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

123.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

124.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

125.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

126.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

127.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

128.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

129.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

130.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的饮温，要经常检查饮水的饮压，要经常检查饮水的饮流。

131.鸡舍内的粪便要清洁卫生，要经常清洗粪便，要经常检查粪便的粪量，要经常检查粪便的粪质，要经常检查粪便的粪温，要经常检查粪便的粪压，要经常检查粪便的粪流。

132.鸡舍内的垫料要清洁卫生，要经常清洗垫料，要经常检查垫料的垫量，要经常检查垫料的垫质，要经常检查垫料的垫温，要经常检查垫料的垫压，要经常检查垫料的垫流。

133.鸡舍内的饲料要清洁卫生，要经常清洗饲料，要经常检查饲料的饲量，要经常检查饲料的饲质，要经常检查饲料的饲温，要经常检查饲料的饲压，要经常检查饲料的饲流。

134.鸡舍内的饮水要清洁卫生，要经常清洗饮水，要经常检查饮水的饮量，要经常检查饮水的饮质，要经常检查饮水的

本版技术顾问：肖丹

职务：通威股份技术中心副主任兼药物研究所所长
肖丹东中药学博士，药剂学教授，世界中医药联合会中药专委会理事，主持或主研的科研项目：国家自然科学基金项目四项、863计划项目两项、国家支撑计划重点项目一项、国家973项目一项、科技部国际科技合作与交流项目三项、新药开发研发十二项、申请发明专利十项，四次获得四川省科技进步奖。
联系方式：028-86168862
E-mail:twb@tongwei.com

行业短波

发改委：未来两月CPI将低于5%

国家发改委副主任彭森日前在“第九届中国改革论坛”上表示，9月份以来，物价总水平涨幅开始回落，年内价格运行朝点待征已经得到确认，预计今年后两个月消费价格指数(CPI)可以控制在5.0%以下。

他表示，今年以来，政府采取了一系列稳定市场供应、降低流通成本、整顿市场秩序、促进货币信贷资金管理归归的政策措施，物价权统上涨的势头已经基本得到控制。8月份以来，物价总水平涨幅开始回落，9月份CPI同比上涨6.1%，食肉价格让行拐点特征已经得到确认，预计今年后两个月CPI可以控制在5.0%以下。

太阳能光伏产业“十二五”规划浮出水面

由工信部编制的《太阳能光伏产业十二五发展规划》意见稿浮出水面，提出了光伏产业的发展目标：高达10GW的装机容量提振了市场光伏产业的信心；此外，一度处于瘫痪地位的薄膜电池在《太阳能光伏产业十二五发展规划》中得到了高度重视，由工信部编制的《太阳能光伏产业十二五发展规划》提出了光伏产业的发展目标，而去年我国装机空置物不足50MW，这意味着今后几年我国将新增光伏装机空置高达2GW。

全国秋粮收获超过十亿面

目前北方秋收秋种接近尾声，西南和长江中上游地区小麦播种进入高潮，秋冬播正有序推进。据农业部监测调度，截至10月24日，全国秋粮已收获10.18亿亩，完成秋播面积的87.9%。已播秋冬农作物4.6亿亩，完成计划的65%。其中，已播冬小麦2.54亿亩，完成74.5%；已播冬油菜6800多万亩，完成67.1%。

农业部发布全国渔业发展“十二五”规划

10月17日，中国农业部正式发布《全国渔业发展“十二五”规划》。未来五年，国家将加大对现代渔业建设的财政支持，事取财政投入增幅不低于大农业投入的增幅水平。到2015年，渔业经济总产值达到2.1万亿元人民币，年均增速10.2%；年产值达到1万亿元人民币，年均增速9.8%。

中国水产品出口连续9年居世界首位

据新华社消息，农业部渔业局副局长崔丽娜10月25日在食品分证，中国去年水产品出口总额达138亿美元，从2002年以来连续9年居世界首位。

猪肉价格涨幅趋缓

9月份，全国主要大中城市鲜猪肉平均批发价格和精瘦肉平均零售价格分别为26.3元/公斤和33.3元/公斤，比上月价分别上涨1.1%和2.7%。9月份猪粮价格涨幅，第二周环比上涨0.7%和0.1%，快速上涨势态得到缓解；下半月，随着生猪出栏量较为集中，市场供应增加，价格有所回落，第三周、第四周环比下降0.6%和0.1%。

秋冬季动物流感监测全面拉开

为全面准确掌握秋冬季动物流感流行状况，切实做好动物流感防控工作，按照《2011年国家动物流病监测计划》，10月18日，农业部发布通知，组织在京的北京市种畜禽动物流感监测工作。

据了解，今年秋冬季，农业部将对南江、福建、广东、湖北、云南、重庆、河南、安徽、四川、山东、河北、天津、辽宁等18个省份的48个市场、10个家禽屠宰场及禽场进行禽流感监测；对广东、福建、江苏、湖北、河南、湖南、四川、广西、云南、黑龙江等10个省份，每个省2个猪场和1个屠宰场进行猪流感监测。

（整理 青山）

技术交流

鱼类的摄食行为与诱食剂

□ 通威股份水产研究所 尹恒

摄食活动是所有生命活动的基础，通过摄食，生物获得能量与物质，使种群得以繁衍生息。鱼类由于终身生活在水体中，因此它的摄食行为与陆生动物相比，既有共通性又有其特殊性。

一、鱼类摄食的感觉器官

与所有的动物相同，鱼摄食行为的发生是由于感觉器官接受到来自内外环境的刺激，通过神经末梢转化为冲动后转入中枢神经，并由中枢系统经过分析整合后传送到相应的效应器，使鱼产生摄食活动。鱼类的摄食感觉包括视觉、嗅觉、味觉、触觉、感觉器官包括眼、嗅觉感受器官、味蕾、侧线。其中，侧线是鱼类独有的感觉器官，在感知水流方向、压力变化等方面具有重要作用。

视觉在鱼类的摄食中能起到定位的作用，但不是所有的鱼类都具有视觉能力，如黄鳝的视觉器官就几乎完全退化。但具有视觉能力的鱼类，在摄食过程中，视觉起到非常重要的作用。鱼类的眼睛可以在运动中起到保持视野稳定的作用，并通过目标运动角度与速度的变化触发摄食行为。这在捕食性鱼类如鳜鱼、花鳉等的研究中得到了证实。

嗅觉存在于所有的鱼类中，嗅觉器官是一种化学感觉器官，可以感受到溶解在水中的气味，地理位置、激素等，由一对嗅囊组成，构成其基本单位是嗅上皮细胞，包括四种形态：纤毛状、微绒毛状、隐窝状及杆状，其中杆状感觉细胞很少在鱼类嗅囊中发现，其余3种感觉细胞在鱼类嗅囊中普遍存在，且对不同的刺激物引起的反应不同。

猎子匮：想要故事，想要情节，想要结局，就学会用本书上的一句话来得不和其他人配合，来回的道象分析问题，在这个世界上，谁用对起来谁就赢家，但是其实也是你个结果的时候。

处女座：内省本来就不太好的，本月面对的问题偏偏就是来来往往的人际互动。而且本月是建立自己的人脉关系的时候，本月的人情往来将着一件、再加上旺工的中间还不得不和其他人配合，来回的道路合计论，虽然这段时间看起来很落寞，但是其实是在为自己的人脉关系建立的时候，本月的人情往来将会有一个月的时间