



世界领先的植物营养专家和种植业解决方案提供商

本报评论

转型势在必行 服务永无止境

目前，化肥行业不断遭遇产品同质化、利润不断下降以及消费者需求日益多元化、要求愈加苛刻的挑战。如何提高产品的附加价值来满足消费者的需求，已成为中国农资企业需要面对的最为迫切的问题。

从产业价值链来看，能够决定产品差异化程度的环节往往是获利最丰厚的环节，这些环节位于价值链的两端：一端是价值链的上游环节，例如研发设计。而另一端是价值链的下游环节，例如售后服务。基于未来农资产品销售方式的变革，农资企业将迎来全新变革，将从“卖产品”到“卖服务”，赢利模式从“短线”到“长线”，顾客关系从“片面了解”到“全面深入”，交流方式从“有限互动”到“充分沟通”，一场巨大的变革已经悄然来临。

面对行业困境与企业瓶颈，企业要如何进行价值链的重构，以便在满足消费者需求的同时获取价值链多环节的利润，提高竞争能力。对于走在十字路口的金正大集团来说，战略转型势在必行，服务转型势在必行。唯有全员转型，金正大才能在更好地洞悉服务转型的趋势，理清服务转型的问题，精选服务转型的道路，金正大才能从“红海”走向“蓝海”。

服务转型，如同金正大之前经历的数次重大变革一样，在全球经济发展的背景之下，为金正大新一轮的发展指明了前进的方向。在接下来很长的一段时间里，服务转型，都将是金正大发展的核心关键词。

服务转型如何转？

服务转型首先是工作思路与出发点的转变，是工作方式与思维方式的转变。

服务转型过程中，服务的概念和观念正在发生深刻变化。全体金正大人应该深刻认识到，服务转型要求企业把改善服务作为企业发展的战略重点，提供优质服务不再只是把手头的产品卖出去，更不是为了随后推销更贵的产品，而是通过服务打造整体的竞争力，从服务优势的长远价值中获利。

服务转型要求把服务看作一个整体系统，把服务融入每一个价值链环节，渗透到所有的部门。这意味着在研发、采购、设计、制造、生产、销售、售后等各个环节都要以服务为中心来开展活动；服务不再是某部门的职责，服务的地位由边缘向中心转移，服务的领域由局部向整体渗透；服务部门不再是传统的成本中心，而是成为企业重要的利润源泉；企业的职能部门们也不再是高高在上的管理者，而是服务转型切实参与者；销售人员不再只是千方百计把产品卖出去，而是想顾客所想，为顾客提供更多的价值。

对于行业的领导者金正大而言，转型需要决心。从产品驱动、服务支撑，转型为产品和服务双驱动，所有的工作都应做出变化，要切实落实下去，还有很多的工作要做。

服务转型应该自信十足

在服务转型过程中，金正大人应该准备好接受市场与企业变革所带来的血与火的洗礼。

服务企业拒绝服务转型，道路会越来越窄；制造企业忽视服务转型、固步自封，终究会山穷水尽！当然，转型本身是一个痛苦的过程，是个挑战的过程，金正大人应该以一种更加开放的胸襟去拥抱变革与转型。金正大人应该以更加坚毅、更加果敢、勇往直前的精神去迎接即将到来的挑战与压力。

金正大人，应该信心十足。金正大由制造业到服务业的转型具有突破性与前瞻性。因为纵观整个中国肥料企业，能依托强大的品牌优势，和强大的研发与技术整合集成能力，同时又具有前瞻未来的宏伟视野，来实践并领跑这种转型，只有且唯有金正大。

在服务转型的过程中，勇往直前的金正大人从不缺乏变革的魅力与决心。我们相信金正大人会将“服务”这个名字，融合成自己新的血脉，激荡出蓬勃有力的力量与执行力，正式迈上了“技术领先”到“服务领先”的新征程，开启金正大发展史上具有里程碑式的全新时代，开拓出一片天高水阔的新蓝海。

集团召开全员服务营销专题研讨会



本报讯 何磊报道 12月1日-3日，集团在临沭总部隆重召开“全员聚力服务、推动营销转型”专题研讨会，集团各职能部门、平台公司、子公司、销售分公司的相关负责人、员工代表及奥美公关、和君咨询等合作伙伴的代表300余人参会。

围绕着“全员聚力服务、推动营销转型”，各职能部门负责人结合部门职责作了有针对性的主题报告、汇报了本单位服务营销的行动计划、措施与目标，同时围绕专题会报告，集团与会同事进行分组专项讨论，从理念思想转变，到具体行动落实进行了务实

富有成效的讨论。

集团 CEO 高义武作了《全员聚力服务、推动营销转型》主题报告。高总在报告中表示，2017年集团将推动营销转型、改变营销模式，打造集团营销的核心竞争力。同时围绕研发及生产保障、运营保障、人力资源支持和管理优化支持四个方面，打造“产品增效、运营高效、管理提效、降本增效、精益精品”的立体组合优势，为营销系统转型提供全方位的支持。

万连步董事长作了《在转型中，凝聚前行的力量》的讲话。万连步董事长在讲话中指出，在国家与行业转型升级的新形势下，在行业市场环境、用户需求大转变的时代下，金正大人必须清醒的认识到，我们唯有通过从技术领先迈向服务领先，才能最终靠服务领先赢取新一轮竞争优势，实现持续的战略领先。



高产王来了!

樱桃高产王赵安臣、苹果高产王方永田、大姜高产王张丕言、草莓高产王李云忠、西瓜高产王王学周、番茄高产王张德传……12月16日，“金正大示范田，我是高产王”之王中王晋级赛在一片掌声与喝彩中圆满落幕，经过农技知识答辩和创富基金使用规划等比赛环节的激烈角逐，最终有6位选手成功晋级，他们将在明年1月份的决赛中一决高下，冲击十万元创富基金大奖。（详细内容见第四版）

金正大荣获“2016中国社会责任杰出企业奖”

本报讯 宋伟报道 12月2日，2016中国社会责任公益盛典暨《中国企业社会责任年鉴（2016）》发布会在北京钓鱼台国宾馆举行。金正大生态工程集团股份有限公司与中国石化、一汽大众、伊利集团等一同荣获“2016中国社会责任杰出企业奖”。该奖项旨在表彰积极履行社会责任，实际践行社会公益中具有典范意义的突出企业。

《中国企业社会责任年鉴（2016）》同期发布，金正大的实践案例《心怀绿色农业梦，肩挑三农服务责——金正大集团履行社会责任纪实》，《缓控释肥十年发展促进农业提质增效》成功入选，并随书发行。同时入选年鉴的还有阿里巴巴、民生银行、苏宁控股等知名企业。

金正大集团党委书记张晓义参加颁奖典礼，他表示，金正大集团荣获“2016中国社会责任杰出企业奖”荣誉称号，这是对金正大服务三农、追求绿色生态农业的认可。成立18年来，金正大以“帮助农民增收、促进农业发展”为宗旨，致力于成为“世界领先的植物营养专家和种植业解决方案提供商”，全力实施“技术、服务、公益三位一体发展战略”，实现了企业经济效益、环境效

益、社会效益的协同发展。金正大集团将继续秉承“引领行业技术进步”的责任使命，为广大农民提供高效优质、可持续发展的绿色产品和服务，助力我国农业的现代化发展。



在转型中，凝聚前行的力量

——万连步董事长在“全员聚力服务、推动营销转型”专题研讨会上的总结讲话



各位同事：

这次会议是在整个化肥行业面临发展困境、公司面临转型重任的关键时刻召开的一次重要的会议，必将对公司未来的发展产生深远影响。

各单位对本次会议的召开都十分重视，会前进行了精心准备。两天多来，围绕着“全员聚力服务、推动营销转型”，公司作出了“全员聚力服务、推动营销转型”工作的决定，相关负责人作了主题报告、汇报了本单位服务营销行动计划，研究院相关作物经理作了作物营养管理方案专题报告。这些报告与行动计划是经过多次讨论后才形成的，集中体现了本次会议的精神。会议达到了统一思想、提高认识、凝心聚力的目的。会后，各单位要根据本次会议的精神，进一步完善、细化好本单位服务营销行动计划，并认真组织好对本次会议精神的学习领会与贯彻执行。

通过本次会议的学习、交流与讨论，我们进一步厘清了思路，达成了共识，凝聚了力量，坚定了信心，明确了方向，正式迈上了“技术领先”到“服务领先”的新征程，开启了金正大发展史上具有里程碑式的全新时代，也必将在我国三农发展史上留下浓墨重彩的一笔。

总结过去18年的发展经验，我们可以清

晰地看出，正是凭借始终保持战略领先，靠着勇于突破的创新精神和敢于担当的责任意识，我们一路披荆斩棘，用智慧和意志开创了行业发展的一次次先河，创造了行业发展史上的一次次奇迹，持续引领了行业发展。

我们不能忘记，正是靠着这种信念、精神、力量与持续创新，公司将控释肥这个小产品做成了一个全球关注的大产业。

上市六年来，借助资本市场的力量，我们加快了转型升级、跨越发展的步伐。公司重新制定了发展战略规划，旗帜鲜明地提出了要通过建设创新型、服务型、平台型、国际化金正大，实现“世界领先的植物营养专家和种植业解决方案提供商”新愿景，开启了“中国领先”向“世界领先”的新征程。通过研发超常规投入，公司率先开发出了具有国际水准的作物生长全系营养产品，并成为行业内唯一一家能够提供作物全程营养解决方案的企业。通过创新，我们在技术创新、产品创新方面始终走在了行业发展前列。

但与此同时，我们必须清醒的看到，上市六年来，公司的营销突破没有实质性的进展。用户的需求变了，但我们的服务步伐没有跟上；时代变了、行业环境变了，但我们的思维方式没有改变，我们的动作仍很僵化。公司各类新型肥料技术和文化、战略优势资源就如一粒粒珍贵的珍珠，但是我们没有找到有效的方法将这些宝贝串起来，把它们变成收益更高的珍珠项链，实现“珍珠”的价值最大化，持续的产品创新没有带来持续的业绩提升。

面对行业发展困境，同行企业纷纷寻求转型、突破。一时间山雨欲来风满楼，整个行业处于恶性竞争的混乱状态中。在这样一个关键时刻，我们金正大应该怎么应对？全体金正

大人应该怎么变革？在这样一个关键时刻，我们如何才能继续保持行业领先优势，续写荣耀？究竟靠什么赢得新一轮竞争的领先优势？这是当前摆在我们面前最紧急、最迫切的问题，最大的挑战和最重要的任务！需要我们全体金正大人深刻思考，做出正确的回答，采取一致行动。

公司18年的发展经验告诉我们，我们唯有持续保持战略领先方能赢取未来。这个战略就是通过加快建设创新型、服务型、平台型、国际化的金正大，成为世界领先的植物营养专家和种植业解决方案提供商。我们必须保持战略定力，坚持战略自信，从技术领先迈向服务领先，最终靠服务领先赢取新一轮竞争优势，实现持续的战略领先。

各位同事，我们今天讨论的不是一个营销策略的问题，更不是一个营销方法的问题，而是营销转型的战略问题。不是讨论该不该转的问题，而是必须转，如何转的问题。当前，我们最大的敌人不是竞争对手，而是我们传统的思维模式。要成功实现营销转型，我们的首要任务就是要向因循守日的传统思维习惯宣战，向墨守成规、固步自封的行为开刀。必须要强调指出的是，在今天公司推动营销转型这样一个关键时刻，无论是谁，也不管什么级别，只要思想认识不到位，不主动转变观念、改变态度并行动起来，公司都将给予严肃处理。

我们始终牢记，创新是金正大的灵魂。任何时候都必须始终恪守“创新为魂”的企业核心价值观。我们不仅要坚持技术创新、产品创新，更要注重营销创新、服务创新，公司建设创新型金正大的目的是为了建设服务型的金正大。

我们推进营销转型的意志坚如磐石，不可动摇。通过全员聚力服务，全面开展技术营销，坚持以市场为中心，以客户需求为导向，将技术与市场有机链接起来，促进技术与营销的完美融合，在满足市场需求的同时不断创造市场需求，将各类单品优势转变为作物全程营养管理方案的综合优势，开辟一片新蓝海，做

竞争对手无法做到、无法超越的事情，不断引领市场需求，引领行业发展。

我们推进营销转型的目标坚如磐石，不可动摇。通过全员聚力服务，全面开展技术营销，打造出金正大的“服务”金字品牌，树立“服务型金正大”的新形象，实现技术领先向服务领先的新跨越。

我们将坚定不移地树立全员服务营销的理念。所有员工必须积极主动地解放思想、转变观念、求变求新，加强基于流程的专业技能与技术营销的知识管理与培训。所有营销人员必须通过专业技能与技术营销的培训考核，全面掌握服务营销技能与本领，成为农化专家与营销专家，实现身份的改变和角色的转换。

我们将坚定不移地推进经营机制创新。加快阿米巴经营组织建设，充分下放经营自主权，将所有品牌项目部、农化服务中心（分公司）、联合协作项目及国际业务各单元打造成自主经营、自负盈亏的创新创业平台和阿米巴经营组织。

我们将坚定不移地推进组织升级与流程再造。坚持以客户需求为导向驱动流程再造、岗位设置、资源配置。所有部门必须以及时、准确满足市场一线需求为设置岗位的标准，实现组织的扁平化管理，所有员工必须找到基于流程的业务专长，并以带给客户价值为衡量标准。凡不能为一线提供服务、为客户创造价值的部门和人员一律从严审查，严格把关。

我们将坚定不移地推进以市场为导向的考核激励机制。通过薪酬绩效与长期激励的导向作用，引导、促进全员一切工作以服务营销为出发点和落脚点，推动营销成功转型。

各位同事，转型总是伴随着阵痛，但奋斗者的足印总是坚实的。面对挑战，我们已经吹响了新号角，迈出了技术领先到服务领先的新征程。我们完全有理由相信，只要我们与公司战略保持高度一致，始终坚持战略领先，牢记责任与使命，全员聚力服务，推动营销转型，我们就一定能实现“世界领先的植物营养专家和种植业解决方案提供商”的伟大愿景。



□ 创造客户价值——奥美公司执行合伙人姚承纲

在全球农业规模化的趋势背景下，作物综合解决方案已经成为目前最有竞争力的模式之一，而由此形成的以科技驱动的服务营销已经成为农化行业最具竞争力的营销方式。全员营销是共同打造更高格局的差异化、创造更高客户价值的最佳方式。全员营销的首要任务是提升全员“服务”意识。最终的目的，则是创造出与众不同的、更好的客户价值。

□ 服务营销年——集团党委书记张晓义

公司决定将2017年定为“服务营销年”。各单位各部门一切工作的出发点、着力点都必须围绕服务营销这一中心工作，一切为了营销、一切服务于营销。通过全员聚力服务，非营销系统要全力为全体营销人员、经销商提供各类支持与服务，为用户创造价值。营销系统要全力为经销商经营管理与专业技能提升提供支持与服务，为用户提供作物全程营养管理解决方案和专业农化服务。

□ 营销系统转型——集团CEO高义武

在农业形势和农资行业新的变化形式下，要求营销必须转型升级，而且一定要走在行业的前面，以寻得主动，不断适应形势发展需要。2017年集团将推动集团营销转型、改变营销模式，打造集团营销的核心竞争力。同时围绕研发及生产保障、运营保障、人力资源支持和管理优化支持四个方面，打造“产品增

效、运营高效、管理提效、降本增效、精益求精”的立体组合优势，为营销系统转型提供全方位的支持。

□ 客户成长——集团副总裁李计国

我们深切的感受到，集团对营销转型的决心，总结起来就是两句话，一是内部搞活机制，让业务团队自己说了算，让更多的营销中台、后台转型到营销前台；二是对外增强经销商的能力，从金融支持入手，让经销商成长为农业服务商，让他们从现在的客户成长为未来金正大农业服务的员工。人多力量大，众人划桨开大船。

□ 质量为本——集团副总裁郑树林

以“时不我待”的精神，认真贯彻落实“以市场为导向”、“以客户为中心”的质量工作理念，牢固定位于“全员聚力服务，推动营销转型”这一中心任务，以“让营销卖得放心、卖得省心、卖得称心、卖得多”为已任，从产品质量管控、产品转型升级、工艺装置保障和技术支持服务等4个方面全力助力营销、服务营销。

□ 作物营养管理方案——集团副总裁胡兆平

过去三年，在公司“研发超常规投入”战略指导下，研究院围绕作物营养需求规律，针对不同土壤、不同气候、不同种植模式等影响作物生长要素进行技术创新与产品开发，为实现“世界领先的植物营养专家和种植业解决方案提供商”公司愿景奠定基础。研究院围绕公司核心战略，立足现有技术储备，产品

储备，作物营养管理方案储备，会同生产技术中心、市场中心，营销分公司携手工作，助力公司战略。

□ 先行者——集团董事会秘书、副总裁崔彬

今年公司高度重视全员营销，从以前的经营产品的转型，到经营渠道的转型，再到现在服务营销的转型。我们要勇做聚力服务营销转型的先行者，要充分认识到服务的价值、技术的力量，推动公司转型升级。要以营销为龙头，尊重营销、服务营销，凝心聚力做好营销和市场的后台支持。

□ 责任与执行——集团执行副总裁 翟际栋

转型是公司大的战略，无论个人的岗位是什么，要积极参与其中，为公司的大政方针献计献策，形成共识，万众一心。把我们应该承担的任务、工作、责任落到实处，执行到位，如何将战略、计划落地到具体的行动中。千里之行始于足下，需要我们每天一点点的努力，希望每个人在自己的岗位上身体力行，发挥应有的力量。

□ 危机与转机——集团执行副总裁 杨官波

原有的模式不突破不变革必将会成为制约公司快速发展瓶颈，在此时机集团适时推出全员聚力服务，推动营销转型升级计划，这是实现公司愿景的必由之路，营销中心、市场中心既是营销转型升级的推动部门，又是营销服务部门，2017年，营销中心将通过“六大转型、一个机制、一个保障”，推动营销工作不断转型升级。

全员服务营销 我们在行动

12月1日-3日，集团在临沭总部隆重召开“全员聚力服务、推动营销转型”专题研讨会，这次会议是在整个化肥行业面临发展困境、公司面临转型重任的关键时刻召开的一次重要的会议，是公司全员聚力推动营销服务转型升级的总动员令，是从理念转变到行动落实的指向标，必将对公司的全员服务、未来的发展产生深远影响。会议结束后，集团各中心、子公司纷纷组织学习贯彻会议精神，大家谈感受、表决心、列计划，将工作的重心聚焦到服务营销、服务一线的工作中来。

临沭公司： 转型求变顺势而为 打造发展新优势

12月6日，临沭公司各部门组织全员学习“全员聚力服务、推动营销转型”会议精神，与会人员分别交流了对“全员聚力服务、推动营销转型”工作的认识和体会，并结合本职工作确定了初步行动计划，提出了服务营销工作的意见和建议。

三年来，公司在打造技术优势、产品优势、产能优势等方面取得了傲人的成就，这三大优势已大幅领先于竞争对手，但是在技术优势、产品优势、产能优势向市场竞争优势转化方面，尚不能满足公司快速发展的需要，传统营销模式还不能适应未来化肥行业发展以及农业发展的趋势。农业形势和农资行业的变化，要求营销必须转型升级，而且一定要走在行业的前面，以寻得主动，不断适应形势发展需要。

金正大诺泰尔公司： 解放思想扬长避短 推动营销转型



2016年12月8日下午，金正大诺泰尔公司召开“全员聚力服务、推动营销转型”专题研讨会会议精神宣贯会，金正大诺泰尔化学有限公司总经理颜明霄主持会议。

颜明霄表示，优胜劣汰是亘古不变的真理，固步自封将会淘汰。未来，我们要从出售产品向给客户提供方案转型，非营销系统为营销系统服务，营销系统为客户服务。金正大诺泰尔公司全员应以自己做起，从小事做起，打破部门界限，全员聚力服务，助推营销转型。

菏泽公司： 全员聚力促转型 奋发有为谱新篇



12月13日，菏泽公司组织开展“全员聚力服务、推动营销转型”专题研讨会会议精神学习，会议由菏泽公司总经理徐恒军主持。

徐恒军表示，各中心、部门要围绕会议精神，迅速转变观念，积极行动起来，从自我做起，从点滴做起，从现在做起，采用大步跨越和小步快跑并行的方式，将会议精神转化为力求工作实现新突破的实际行动；要深刻认识到自身的责任与使命，强化危机意识，敢于担当，勇做聚力服务营销转型的先行者。要紧紧围绕“全员聚力服务、推动营销转型”这个主线，

继续发扬敢想敢干、敢为人先的拼搏精神，自我加压，从思想和行动上体现新思路、新举措、新亮点，心无旁骛，责无旁贷，为实现集团世界领先的植物营养专家和种植业解决方案提供商的宏伟愿景贡献力量。

郸城公司： 齐心协力众志成城 打赢营销转型攻坚战



2016年12月6日下午，郸城公司组织各职能部门学习“全员聚力服务、推动营销转型”专题研讨会会议精神，会议由公司总经理曹准盛主持。

“服务营销年”的提出，让我们对2017年的工作有了明确的规划，推动营销转型不是营销人员一个部门的工作，是整个公司整个集团的工作，只有齐心协力众志成城才能打赢营销转型的攻坚战。

德州公司： 凝聚共识 全面投入到服务营销工作中来



2016年12月11日德州公司召开“全员聚力服务、推动营销转型”主题学习与动员会，会议由德州公司总经理于兵主持。

于兵表示：通过此次会议，明确并全面启动“全员助力营销、推动转型升级”行动计划，通过强化执行、过程监督和加强考核，确保各部门顺利达成营销转型升级目标。并进一步将“全员聚力服务、推动营销转型”会议精神落实到位，调动全体员工积极投入到全面服务营销工作中来，凝聚共识，聚集力量，全力推动营销成功转型。

广东公司： 明确目标统一思想 推动转型新发展

为深入学习全员聚力服务营销转型专题会议精神、全面贯彻集团发展战略要求，确保“全员聚力服务、推动营销转型”全面落地取得实效，12月12日，广东公司组织生产、后勤等单位组织开展“全员聚力服务、推动营销转型”专题研讨会会议精神学习。

全员助力营销是金正大2017年最为重点重要的工作，广东公司要将助力营销提上日程，各部门围绕自己的本职工作，进

一步凝聚共识，聚集力量，做好服务计划，规范服务流程，推动营销成功转型。

辽宁公司： 全面贯彻落实 主动做好服务

12月7日，辽宁公司全面深入学习贯彻“全员聚力服务、推动营销转型”专题研讨会在办公楼五楼会议室召开，会议由辽宁公司总经理李华波主持。

李总强调，公司提出“全员聚力服务、推动营销转型”是公司从战略层面进行的布局和调整。辽宁公司将会以班组、科室为单位规划服务营销的具体规划，主动做好服务和宣传工作，尽职尽责，全力做好“营销转型”的落地。

驻马店公司： 转变思路 认识到位 严格执行



12月11日，根据集团下发的学习“全员聚力服务、推动营销转型”会议精神的通知，驻马店公司组织全员深刻学习和领会会议精神，形成公司上下认真学习贯彻会议精神的浓厚氛围。

驻马店公司总经理郇恒星表示，公司由技术领先到服务领先是公司未来生存、发展的唯一路径，事关每一位金正大员工和身后千万个家庭的未来。要求大家在以后的工作中彻底转变工作思路，主动再主动的干好本质工作，要以市场为核心、以终端农户需求为方向去思考问题，解决问题。

安徽公司： 坚持市场导向 满足客户需求

12月09日，安徽公司经营办公会助力营销学习会暨助力营销方案交流会第一次会议在五楼会议室召开，会议由总经理杨富裕主持。

杨富裕表示，2017年的工作必须坚持以市场为导向、以营销为龙头、以满足客户需求为目标。服务营销最关键也是最重要的就是改变所有员工的服务意识，营销改变服务客户的意识，后勤及生产各部门改变服务营销的意识。只有在思想上对服务营销这个事情认可了，才可能在具体工作中真正为客户着想、为营销一线人员着想，做好服务工作。



农业创富基金助力绿色高产梦

——“金正大示范田，我是高产王”之王中王晋级赛侧记

“恭喜樱桃高产王赵安臣、苹果高产王方永田、大姜高产王张丕言、草莓高产王李云忠、西瓜高产王王学周和番茄高产王张德传，成功晋级‘金正大示范田，我是高产王’年度总决赛！”2016年12月16日，随着山东电视台主持人宣布比赛结果，“金正大示范田，我是高产王”之王中王晋级赛在一片掌声与喝彩中圆满落幕。10位区域高产王经过农技知识答辩和创富基金使用规划等比赛环节的激烈角逐，最终有6位选手成功晋级，他们将在明年1月份的决赛中一决高下，冲击十万元创富基金大奖。

“战斗”开始前，先把枪磨亮

据了解，10位种植户在夺得区域高产王后都已经小有名气。来自烟台招远的苹果高产王方永田介绍，自从他赢得苹果高产王之后，许多当地种植户都“登门求学”。“我跟同村人一起去水果市场卖苹果，我的都是第一个被收走，卖价每斤比他们贵三毛钱呢。”方永田说道。

10位高产王们有过大赛的经验，也是当地的种植明星了，面对高产王中王评比，仍是在心里打鼓，“紧张！”为了帮助高产王们在初赛展现各自的实力，比赛前一天晚上，大伙又集中进行了学习培训。“还是紧张，昨天晚上又单独‘补课’了，加练结束后到凌晨十二点才睡着呢！”青岛平度葡萄高产王尹华寿说。为帮助高产王们充分备战，金正大集团分别给每位高产王候选人匹配了一位农化专家作为导师，一对一进行辅导。

印象金正大

金正大集团以贵宾级水准接待了高产王，让举办在腊寒时节的晋级赛多了几分温暖。

16日一早，在评比正式开始前，10位高产王一同参观了金正大集团厂区和国家缓控释肥工程技术研究中心一楼展厅。对金正大的企业文化、发展历程和发展方向有了进一步的认识。聊城玉米高产王刘宗明感叹道，“种了大半辈子地，才知道原来我们用的好肥料是从这么大的工厂里产出的。”

来参赛，高产王们对农业新科技了解的是详细透彻。在水肥一体化模型展台前，苹果高产王方永田给大伙介绍说：“这水肥一体化技术节水省肥，肥效一点不差！我明年就给果园配备了。”据了解，番茄高产王张德传已经在使用滴灌设备了，“这技术节省近一半的人工成本呢。”同样，高产王们对液体肥、水溶肥和叶面肥新型肥料，以及种肥同播技术都有了进一步的了解。

比赛还未开始，高产王们在金正大展厅中久久逗留，“用了几十年化肥，还是第一次来参观。我们回去要给老乡们讲讲金正大的故事。来比赛能参观，这一程，值了。”番茄高产王张德传说道。

值得一提的是，在高产王参观途中，各处信息提示台显示“欢迎高产王参观金正大，预祝活动取得圆满成功”的字样格外醒目，为高产王中王评比烘托起良好气氛。

同样的舞台，不同的风采

先是集中培训，然后参观学习，都是给王中王晋级赛做铺垫。上午9时30分，“金正大示范田，我是高产王”之王中王晋级赛正式打响。此次比赛的场地搭建在国家缓控释肥工程技术研究中心的温室大棚，“室外寒风阵阵，室内花开正



高产王准备入场



潍坊昌邑大姜王现场答辩

十万元创富基金的使用规划是此次比赛的重点，“如果你得了高产王中王，创富基金怎么用？”临朐樱桃王赵安臣的梦想已经付诸于实践，他在获得樱桃王之后建立了樱桃合作社，现在已经有50户社员。他希望利用创富基金在村里做三件事：一是修建生产路，二是新建机井，三是筹备扩建16亩大棚樱桃，带领当地村民共同致富。来自烟台招远的苹果高产王方永田更让人感动：“我的苹果能高产，也是借鉴了金正大苹果营养解决方案，我要把自己果树种植管理经验毫无保留地分享给他人，我也要在村里修建机井，就叫‘感恩井’！让更多农户受益！”说到这里，这位独臂老人挥起右边空荡荡的衣袖，为他的创富规划加上“着重号”。

2016年是高产王元年，“金正大示范田，我是高产王”之王中王晋级赛的举办，意义重大。“高产王中王评比活动有三好，第一是设计好，有明确的出发点和落脚点，金正大集团与山东农科频道强强联合，为农民朋友搭建了展示风采的舞台；第二是活动效果好，借助高产王活动，促进了农业技术的大推广，同时更是将优秀的种植管理方案进行了更大范围的普及；第三是选手们的表现好，高产王们二三十年种植经验的积淀，厚积薄发，他们一直在坚持自己的农业梦，未曾忘初心。高产王晋级赛也是对选手们的洗礼，胸前的大红花是对他们进步最好的印证与嘉奖。这同样对三农发展有着重要的推动作用。”山东省农业厅果树站研究员、晋级赛特约评委高文胜在赛后如是说。

(市场中心 公彦斌)

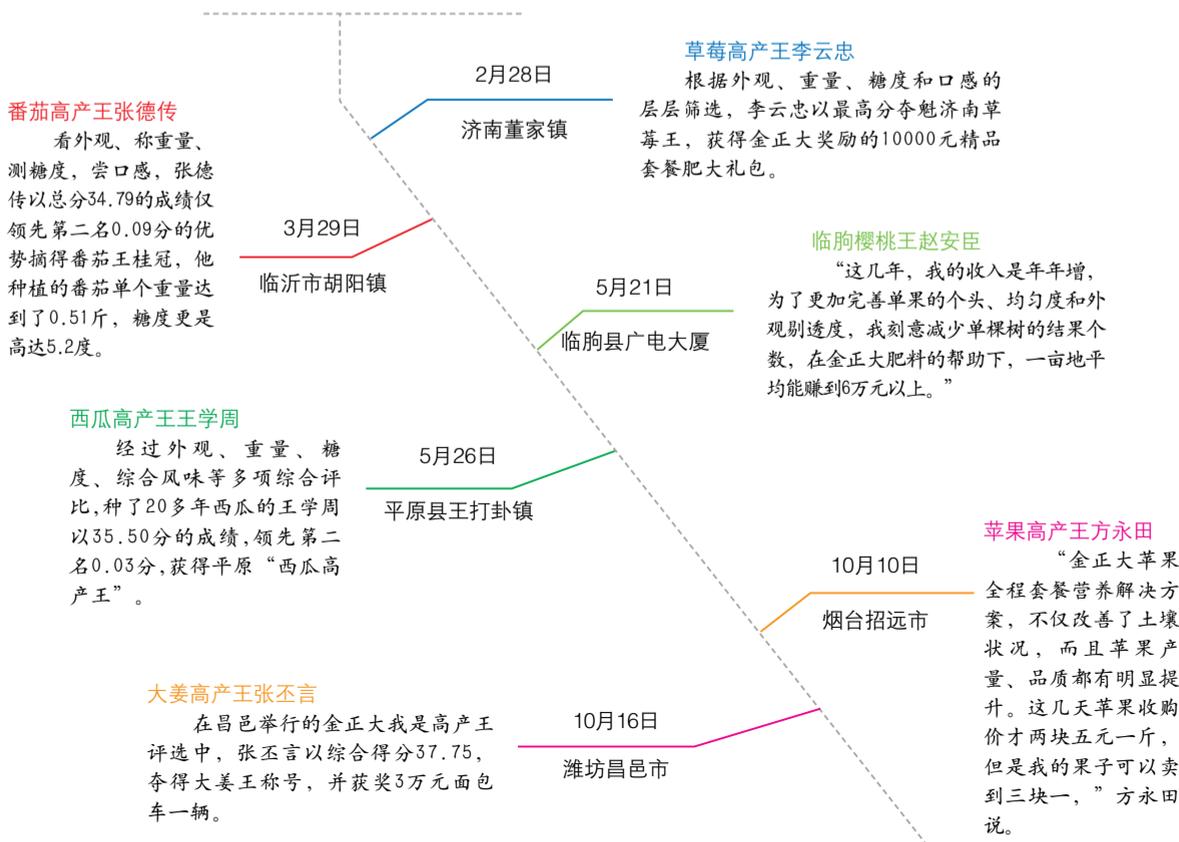


济南草莓王带来第一茬草莓

浓，经过近一年的筹备评选，10位山东高产王在高产王系列大赛中脱颖而出，他们依靠农业种植管理新科技和新技术，成为作物高产的带头人。高产王活动在山东省内遍地开花，星火相传，点亮了农民的增收年。活动以农业科技为载体，架起了金正大集团与农民朋友们友谊的桥梁。”金正大集团党委书记张晓义在致辞中说道。

在基础知识提问环节，部分高产王表现的很精彩。“樱桃大棚温控，在樱桃开花前，夜间温度要控制在2-5摄氏度，白天要控制在18-20摄氏度。”“种肥同播技术配合施用缓控释肥，每亩地追施2-3斤菌肥，不仅能防止玉米黄苗现象，也可以保证玉米高产。”

高产王诞生记



高产王合影留念