

## 二次创业再出发

春回大地,农事渐忙。作为公司农资产品销售的主力军,复合肥一体化将“春耕启航、美丰护航”定为春季销售主题。春节假期刚过,全体销售人员便以“开局即决战”的昂扬姿态,迅速奔赴市场最前沿。在乡镇网点、在田间地头,一场服务春耕的热潮全面掀起。“春耕节奏虽紧,但目标清晰,我们对完成全年任务充满信心。”多位一线销售人员如是说。今年,各市场区域将硝基三元肥的销量增长作为工作重点,团队将目标层层分解、逐级落实——从市场到区域,从区域到个人,人人肩上有指标,个个心中有方向。

## 春耕启航 美丰护航

——复合肥一体化首季销售攻坚纪实

## 一线攻坚 | 跑出春耕“加速度”

西南市场柑橘种植面积广,春梢用肥需求集中,是硝基三元肥推广的重点区域。川西南眉山区域迅速组建3支攻坚小组,每组4人,紧扣用肥旺季的时间窗口,深入张坎镇、思蒙镇、秦家镇等乡镇,开展了为期5天的突击攻坚行动。

队员们走街串巷,通过流动宣传、门店促销、驻点销售等形式,面对面讲解产品卖点与施用效果。“每天早上七点出发,晚上还要整理当天的走访情况。虽然累,但看到农户认可我们的产品,就觉得值得。”攻坚小组成员庞杰表示。

思蒙镇经营农资店多年的经销商梁老板感慨:“美丰的产品效果好,人来得勤、产品讲得透,农户用着放心,我们推着也踏实。”

与此同时,德阳美丰对三台县麦冬片区进行品牌提升,推出专门设计的麦冬套餐专用肥,开展终端门店形象优化,制作墙体广告20余块,助力麦冬种植,提升美丰品牌形象。在梓潼和江油,多场门店促销活动有序开展,协助经销商消化冬储库存,进一步巩固市场基础。

在中原市场,业务人员在协助网点客户举办4场大型订货会的同时,还打出了一场漂亮的空白区域开发战。节后行情初现,团队敏锐捕捉市场机遇,迅速组建突击队,对安徽池州、六安、宣城,以及河南三门峡、江苏连云港等市场

空白区域展开集中突击开发。

“这些区域过去美丰的覆盖较弱,但市场需求并不小,关键是要有人去跑、去推。”突击队员们深入乡镇一线,拜访潜在客户,讲解产品优势,短时间内成功将硝基三元肥产品打入多个新市场,实现从“点上突破”到“面上开花”的快速拓展。

## 多措并举 | 激活终端“热力值”

贵州市场线上线下齐发力,全面激活终端活力。春节前后,协助经销商召开订货会4场,会场爆满;开展核心零售网点现场促销会7场,打造美丰核心门店6家,制作店招4块,优化核心网点15家,建立起稳定的终端网络。

同时,充分利用客户销售微信群、村社群、抖音等线上平台,持续提升产品在当地的曝光度和影响力。参加订货会的楚雄零售商王昌明说:“线上宣传加上线下活动,农户对美丰产品的认知度明显提高。今年开春以来,到店里咨询美丰肥的人比往年多了一倍。”

南方市场聚焦作物精准匹配,针对水稻、香蕉、柑橘、蔬菜等不同作物,打出一套套组合拳:协助客户召开零售订货会14场,网点促销会多场,帮助客户快速分销、精准投放。

华中大区围绕消化冬储库存、促进二次补货开展大量扎实工作,协助客户走访基层网点,

消化冬储库存6300余吨;协助客户开展促销会、农民会8场,收集订单930吨,为补货腾出空间、赢得主动。

针对江西、湖北东部空白市场,团队展开攻坚,拜访新客户11家,开发意向客户3家,成功转化新客户1家。“库存清了,资金就活了,下一步补货的底气也足了。”华中区域经销商王总难掩喜悦。

## 深耕服务 | 锻造市场“硬支撑”

在深耕市场推广中,各区域注重增强经销商信心,通过扎实的农化服务和试验示范,让合作伙伴看到美丰产品的效果与市场前景。

北方市场在冀东区域聚焦百亩以上规模的花生种植大户,开展精准攻坚。区域营销人员协助代理商,深入田间地头,一家一户走访种植大户,详细了解种植规模、用肥习惯和痛点需求。通过精准对接,成功与30余家种植大户达成合作,花生肥销量达,助力唐山代理商完成从传统渠道营销向种植大户直供模式的关键转型。

“过去层层批发,效率低、成本高;随着土地流转,大户越来越多出现,需要我们更精准地服务,用好的产品来吸引大户,产品带来的效果好,农户的黏性也更强了。”唐山代理商顾顺东说道。代理商成功搭建起直供种植大户的合作

渠道,让市场布局更贴合现代农业规模化种植的发展趋势,提升了渠道运营效率和客户黏性。

同时,北方市场针对根茎类、叶菜类和花生类三大作物进行专用肥推广,覆盖麻山药、菠菜、花生等,实现传统渠道与种植大户渠道的差异化运营。

销售团队全力冲刺,农化服务中心技术护航,协助各区域开展春耕产品订货会、召开产品套餐方案培训会,为市场推广提供精准指导。

围绕大田、蔬菜、果树三大核心作物,农化服务团队以“特肥+复合肥”为主推方案,为六大市场出具40余套作物营养推荐方案。同时,积极协助各区域建设试验示范田,用专业服务增强基层网点对公司产品的信心,实现产品推广与企业宣传的双向提升。

云南红河州种植生姜的大户侯生说:“以前用肥凭经验,现在农化人员上门指导,用上了生姜提苗专用肥,苗壮叶绿,收成肯定差不了。”

从云贵市场生姜提苗专用肥的精准推出,到中原大蒜专用肥、北方根茎类专用肥的差异化布局,一系列贴近实际需求的农化服务举措,正为春耕生产注入强劲动能。3月,各市场区域销量较去年同期实现稳步增长。

春耕仍在继续,丰收的希望正在田野上生长。

(李尘城 曾智)

## 暖心护航 春肥发运

春耕用肥发运高峰期以来,化肥分公司、复合肥一体化、科技公司等纷纷开展“助春耕、保发运”主题活动,协助开展化肥产品装车发运工作,为司机送上方便面、矿泉水等物资,以暖心服务保障运输力量顺畅运转。

图为,化肥分公司青年志愿者,为提货司机送上暖心物资。

(罗静 王惟宇 张智)



3月27日凌晨4时,德阳生产基地复合肥成品库的灯光依然亮着,工人正为即将发往全国各地的春耕化肥做最后检查。同一时刻,绵阳生产基地高塔硝基复合肥生产现场,128米高的造粒装置在夜色中平稳运转,一粒粒肥料从塔顶落下,在灯光下闪烁微光……

这是公司“春耕启航 美丰护航”24小时直播中的实时画面。对四川美丰而言,从3月26日16时到27日16时,这24小时既是一场从幕后走向台前的“大考”,也是一次用真诚与专业向全国种植户递出的“信任状”。

## 把春耕保供“晒”给你看

——一场24小时直播里的美丰底气

## 从生产线到镜头前

此次直播,慢直播与探厂双线并行。探厂环节,一个个讲述人轮番登场,让生产一线变得可感可知。

来到德阳生产基地,复合肥公司教林带领主持人代明珠探访厂区,现场开袋展示颗粒品质,讲解精准控制细节。复合肥事业部经理曾智接力推介,海藻酸、美丰比利夫等应季主推产品。在30尿素包装房,化肥分公司生产运行部经理张英细致讲解尿素生产情况,介绍普通尿素与新型尿素的差别。在农业技术研发中心,正高级农艺师赵曙光分享新型尿素功能特点与研发攻关历程。市场部经理冉启明则在开票大厅介绍春耕发运与服务保障。

走进绵阳生产基地,主持人刘志远带领观众探访高塔硝基复合肥全流程。调度杨芯一介绍基地布局与配套亮点,复合肥车间任兴元讲解核心产品研发理念,成品仓库现场的水溶性实验直观展示硝基肥快速溶解、无残渣的特点。

探厂之外,更多场景同样精彩。农艺师彭栋梁带来70分钟春耕科普课堂,将选肥、施肥、田间管理转化为实用干货;在射洪酒粮科技小院,彭栋梁与技术经济研究院陈朝霞联手分享小麦春耕管理技巧。德阳国际铁路物流港,发运人员钟玉华讲述春耕保供的“美丰速度”。罗江区油菜和柑橘示范田,主持人实地采访,带大家了解肥料田间试验示范效果。射洪包材生产基地,赵欣颖、寇廷、何琳带领观众溯源包装生产线,解锁品质密码。

从生产车间到田间地头,从研发实验室到发运一线,每一个镜头背后都站着一位位讲述人。大家用专业与真诚,将春耕保供的答卷一页页展开,让屏幕那端的种植户看得见、听得懂、信得过。

## 从“24小时”到“365天”

这场透明化探厂直播,让品牌与农户实现“零距离”接触。直播不仅吸引大量种植户在线观看,更引发行业媒体关注——中国农资传媒、南方农村报全程参与。中国农资传媒运营总监张涛评价道:“农资行业的直播很多,但24小时不间断、全景式呈现生产全链条的并不多见。美丰这场直播,既是对自身实力的检验,也是对行业透明化的一次有益探索。”

“美丰敢于把‘后台’亮给用户看,本身就是一种自信。”这份自信在评论区得到直接回馈。当镜头扫过成品库,有弹幕留言:“原来你们厂这么高端,以后就选美丰了。”还有观众感叹:“这才是真功夫,眼见为实。”

一句句朴实的留言,汇聚成信任的暖流。直播结束时,累计观看人数达3.3万余人,单平台最高在线1100余人,点赞17万余次,分享1100余次。这些数字背后,是农户为美丰投下的一张张信任票,更是企业多年来深耕品质、用心服务积累而来的口碑回响。

27日16时,直播在抽奖的热闹氛围中落下帷幕,但对美丰人而言,这远非终点。春耕用

肥是季节性的,服务农户却是全天候的长跑。就在直播结束的同时,德阳火车站发运现场依旧繁忙,一车车美丰化肥整装待发;生产基地机器轰鸣,生产线上的工人依旧忙碌。

正如陈朝霞所说:“春耕不是从播种开始的,而是从上一季的储备就已经开始了。”同样,四川美丰的“护航”之路也从未止步于这24小时——

从德阳到绵阳,从生产到发运,从实验室到田间地头,这条环环相扣的完整链条,既是企业保障国家粮食安全责任感的微观呈现,也是美丰人对“春耕启航、美丰护航”这一承诺最朴实、最坚定的践行。

## 从幕后筹备到台前绽放

从策划到直播上线,历时近一个月。方案先后经历两轮大范围调整。最初的设计相对常规,随着讨论深入,团队逐渐意识到,24小时的时长跨度、三地联动的空间布局,意味着不能简单套用以往单场直播的经验。

第一轮调整重在理顺整体框架,将慢直播与探厂交替穿插;第二轮调整则聚焦细节打磨,从场景时长分配到串词语气把控,逐一推敲。德阳生产基地的采访路线,从厂大门到复合肥成品库,从30尿素包装房到农业技术研发中心,再到开票大厅,每一个环节的走位,每一句串词都反复推演。绵阳生产基地的串词同样几易其稿,每个场景的转换都力求“丝滑”。

直播执行层面的推演同样贯穿始终。团队

将24小时拆解为预热、探厂、科普、互动等多个波段:26日16时起,慢直播率先上线,用超过16小时的沉浸式画面积蓄关注;27日9时,演播室正式开场,随后德阳生产基地45分钟深度探访、绵阳生产基地35分钟全景呈现、农艺师70分钟科普课堂依次展开。下午时段,火车站发运、田间实测、科技小院、包材基地等环节穿插推进,上下午各设一轮抽奖互动。每一个时间节点的设置,每一个环节的时长分配,都经过反复推敲,力求在24小时的跨度里,让观众有所收获。

此次直播,出镜和后台支撑人员近30人,跨越德阳、绵阳、遂宁三地协同作战。从台前的从容讲述,到幕后的调度保障,每一个人都在自己的环节里反复确认。直播结束后,复合肥一体化市场推广中心曾程表示:“这场直播不仅圆满完成了任务,更在实战中锤炼了本领,积累了跨区域、长时段直播的经验。”

24小时,近30人,跨越三地,方案调整,细节推敲——镜头里,是生产线上忙碌的身影;田间地头专业的讲解、发运现场整装待发的车辆;镜头外,是反复打磨的方案,是每一位参与者对“春耕启航、美丰护航”的执着践行。

直播落幕,但服务不会止步。从24小时的集中呈现,到365天的持续护航,美丰人把承诺写进每一粒肥料、每一寸土地里。春耕答卷,未完待续。

(王建勋)

## 调研春耕用肥销售市场

3月25日至26日,公司总裁王亮前往眉山、洪雅,开展春耕用肥市场调研,通过实地走访和多方交流的方式,掌握市场实情。副总裁童刚参加调研。

王亮前往区域市场基层销售网点与种植基地,实地了解美丰产品在基层市场的推广进展与实际应用效果。在销售网点,详细询问产品备货、终端陈列及农户到店购买情况,认真听取经销商关于市场反馈、价格策略和竞品动态的介绍。在种植基地,与种植户面对面交流,了解美丰肥料施用效果、成本收益以及对农化服务的实际需求。

调研中,王亮还就进一步优化产品结构、强化技术服务、精准对接春耕需求等方面工作,与一线市场销售人员深入探讨。(周祿林)

## 田间试验助力新品上市

近期,复合肥一体化农化服务中心联合贸易部,紧扣新产品研发需求,扎实推进液体肥田间试验。试验选取桂花村西瓜种植地块作为示范点,围绕液体肥产品设置不同稀释倍数梯度,开展系统性叶喷试验,从作物长势、叶面吸收效果等多维度进行科学观察与数据采集。

此次试验,将通过精准施测与规范记录,全面验证新产品在不同浓度条件下的实际施用效果,为新产品上市积累完整、可靠的试验数据支撑。下一步,将继续跟进试验作物长势,做好全周期效果评估,以扎实的试验成果助力新品推广应用。(曾德富 陈利昌)

## 25kg 含海藻酸尿素上线

3月25日,化肥分公司30装置迎来全新产品——25公斤规格含海藻酸尿素顺利上线。本次试生产800吨产品即将投放市场,布局差异化尿素产品,满足市场多元化需求。

含海藻酸尿素作为功能性增效肥料,兼具养分缓释、改良土壤、提升作物吸收利用率等多重优势。此次25公斤规格新品推出,进一步丰富公司产品矩阵,精准适配不同种植场景与多样化市场需求。

生产中,车间精心组织生产,全程严格把控工艺参数与产品质量,当班操作人员协同作战,从喷码美观度精细调整,到料仓各项参数精准设置,紧盯流程、查漏补缺,实现一次性试产成功。(孙小艳)

## 冲刺高产保供春耕用肥

为保障春耕用肥需求,复合肥一体化紧扣“提效率、保供应”工作目标,全面掀起冲刺高产的热潮。近期,生产一线通过优化排产计划、强化设备巡检、精准调度原料供应等举措,推动生产效率持续提升。

自3月24日起,连续三天单班产量稳定突破300吨,创下阶段性新高,为春耕农资供应注入动能。下一步,复合肥一体化将继续保持高产稳产的良好势头,在确保安全生产与产品质量的前提下,科学组织生产节奏,深挖装置潜能,全力跑出保供“加速度”,为春耕农业生产提供坚实的物资支撑。(余强)

## 专项农技服务春耕生产

3月16日至20日,复合肥一体化农化服务团队奔赴浙江省温州市,开展为期5天的专项农化技术服务,足迹覆盖平阳县、文成县珊溪镇两大核心产区,深入杨梅、柑橘、水稻种植基地,助力春耕生产。

服务期间,团队以“实地调研+技术指导+产品推介+意见收集”为核心,全方位提升农户种植管理水平。一是实地核查美丰系列产品(美丰比利夫、黄金3+金2代、含海藻酸尿素)施用成效,观察作物长势并拍摄采访,为品牌推广奠定基础。二是针对浙南酸性红壤特点,与种植大户面对面交流,指导科学施肥,改良土壤、提质增产,获得当地农户与经销商高度认可。三是结合作物种植模式和土壤条件,精准推介定制化施肥套餐,通过技术培训会、产品推介会等活动,助力市场春耕用肥,期间订货200余吨。(彭栋梁)

## 新增隔离栏保安全发运

春耕农时紧迫,农资发运刻不容缓。近期,科技公司公司新建库房装卸堆场进出口新增一道隔离栏,实现人车分流,分区规范作业,为农资产品高效安全有序发运提供保障。

新建库房承担着尿素、复合肥发运任务,每天有数十台车辆进出,自春耕备肥工作启动以来,提货车辆增多,装卸堆场一度面临“车挤人乱、装车延时”的困境。对此,物流管理部迅速投入一道“固定+移动”组合式“硬隔离”围栏,从源头理顺发运秩序,让繁忙的装车现场恢复井然有序,跑出春耕发运“加速度”。

“现在进入装货现场就像进了‘高铁站’,进场有常、排队有序、装车提速,心里格外踏实。”有年往返提货的司机师傅,对这一举措带来的变化赞不绝口。(高海平)