



奋斗·兴嘉人

XJ'STRIVING SOULS

09/2022

第40期

兴嘉生物 见微知著 见微知著 兴嘉生物

微量元素文化缔造者

主办单位：长沙兴嘉生物工程股份有限公司

www.xj-bio.com

聚势谋远 合力共赢



经营目标 管理成果

企业文化是一家企业能够傲立商海的核心要素之一，它的实质是企业成员建立共同愿景，形成统一的价值观，实现思维方式和行为方式的同频共振，从建立文化到践行文化，从文化自信到文化自觉。

“始于经营 成于管理”是公司企业文化落地的具体体现，是公司如何实现年度目标的思维方式，是“提高技能、高效工作”的方法和工具。也就是我们常说的：“做对的事，永远比把事情做对更重要”。围绕年度目标→运用五大技能找对客户→对接需求→把客户需求提炼为敏感指标（即子目标）→排兵布阵，“5W”一个都不能少。

经营在前，管理在后。经营即经营客户需求，并将需求通过工具呈现，双方达成共识；管理则是将需求

转化为可执行的敏感指标，再通过不同层次的排兵布阵，实现需求。

这里有两个重点：一、需求不是单向接受而是双向输出，在了解客户需求的同时也要专业化的输出自身需求，最终达成的共识是保证双方都满意；二、排兵布阵也要运用“找客户”的思维，找到目标达成过程中“拉”你的人、“撑”你的人、“顶”你的人，按照团队方程式站位，下沉到点，由点连线，再从线构面，将目标收网。

公司将以“经营与管理”为2022年企业文化学习主题，通过学习、理解和运用，在把握了正确方向的前提下，经营我们的目标，学会做事的逻辑，管理好目标实现的过程，实现下半年目标效率和效能的双丰收。



主办单位：
长沙兴嘉生物工程股份有限公司

主 编：黄逸强

责任编辑：彭湘平/魏渊/倪卓

美 编：陈小飞

总部地址：长沙市雨花区香樟路819号
万坤图财富广场1栋19楼

联系电话：0731-84767639

网 站：www.xj-bio.com



目录 Content

09/2022
第40期

视野 01-08

- 温氏战略投资兴嘉生物携手开启微量元素与养殖产业协同发展新格局
- 选择兴嘉，相信跟随——谭智文访谈
- FIIF2022饲料行业创新论坛成功举办
- 巨擘共擎、“滇”峰对话——2022第十一届乳仔猪营养与健康国际论坛圆满落幕
- 浏阳市第六批企业专业英才分类认定名单公示
- 农业农村部饲料工业中心涿州动物试验基地正式投产运营
- 昕嘉生物技术通过“四大安全质量管理体系”审核
- 缅怀革命先烈，传承红色基因
- 第二届“黄允基教授专项学科奖学金”评选揭晓暨兴嘉生物&湖南农大毕业生就业基地成立
- 兴嘉生物集团携手浦发银行长沙分行开展“和谐共建，银企互联”篮球友谊赛

行业动态 09-14

- 2022年7月份全国饲料生产形势
- 中国饲料行业发展趋势：行业整合进行时，未来哪些变化需重点关注
- 专访高全利：猪周期博弈主体已变，饲企发展模式需调整

管理与文化 15-20

- “经营”与“管理”学习感想
- 浅析“经营与管理”的运用
- 经营与管理心得分享
- 胜利只是结果，奋斗才是过程
- 始于经营，成于管理
- 用心经营，务实管理

研发创新 21-24

- NASEM2021—奶牛微量矿物质需求的变化情况
- 有机铁、锌对母猪繁殖性能、脐带血及乳中微量元素含量的影响

微量元素动态 25-27

- “铜”说“锌”语

兴嘉人风采 28-32

- 高温慰问送清凉，情系一线暖人心
- 安全无小事，警钟需长鸣——记铜官工厂叉车事故应急演练
- 技能比武展风采，以赛促学强技能
- 开心农场上线，微量引领健康
- 遇见东江湖
- 携手共进，快乐前行
- 兴嘉你好，请多指教

温氏战略投资兴嘉生物 携手开启微量元素与养殖产业协同发展新格局

8月29日，温氏与兴嘉战略投资暨生态圈合作伙伴签约仪式在长沙隆重举行，这是我国养殖龙头企业与微量元素龙头企业之间实现多元化产业协同的一次重大突破。此次合作将大力推动微量元素在养殖端的技术升级和产品创新，为健康养殖、食品安全、环境友好保驾护航，促进行业的可持续发展。



温氏股份董事兼温氏投资总裁赵亮（前排左一）、兴嘉生物董事长黄逸强（前排右一）代表双方签署合作协议

在签约仪式上，温氏股份董事兼温氏投资总裁赵亮、温氏股份总裁助理 采购中心总经理孙芬、温氏股份技术部执行总经理谭会泽、温氏股份采购中心副总经理徐丹丹、温氏投资执行总经理陈露，兴嘉生物董事长黄逸强、兴嘉生物总经理向阳葵、兴嘉生物CTO张维军、兴嘉生物技术副总裁匡自修、兴嘉生物产品总监张亚伟、兴嘉生物营销副总经理向红兵、兴嘉生物股东代表陈晓明出席并见证签约仪式。温氏股份董事兼温氏投资总裁赵亮、兴嘉生物董事长黄逸强代表双方签署战略投资暨生态圈合作伙伴协议。

//

温氏股份总裁助理、采购中心总经理孙芬在致辞中表示，精诚合作，齐创美满生活，是温氏股份的企业文化，也是温氏与合作伙伴的合作理念。温氏致力于发挥自身产业、技术、资本的优势，构建农牧产业链生态圈。此次与兴嘉生物开展专业合作，是相互赋能的过程。孙芬对双方未来的合作表达了殷切的期望，希望双方各尽所能，聚势才能谋远，合力才能共赢。

//



温氏股份总裁助理、采购中心总经理孙芬致辞

兴嘉生物董事长黄逸强致辞

兴嘉生物董事长黄逸强在致辞中表示，微量元素是饲料养殖的“芯片”，具有广阔的市场空间。兴嘉生物一直专注聚焦于微量元素行业的创新与发展，温氏股份更是饲料养殖领域的领航者，双方在产业上优势互补。此次牵手合作，兴嘉正式成为温氏产业链生态圈的重要伙伴，对于兴嘉、对于行业都意义重大。黄逸强表示，希望双方以此次签约为契机，发挥在各自领域的优势促进产业协同合作发展，共同推动农牧产业生态圈的健康可持续发展。

温氏股份董事兼温氏投资总裁赵亮致辞

温氏股份董事兼温氏投资总裁赵亮在致辞中表示，温氏股份与兴嘉生物的合作由来已久，兴嘉在微量元素领域专注、专业、务实的工匠精神以及自身强大的技术研发实力，广受业内赞誉。以此次战略投资为契机，温氏投资将发挥自身专业服务能力，积极促进兴嘉生物在温氏生态圈中发挥更大的作用。



微量元素是维持动物健康生长不可或缺的重要营养物质，同时也是影响肉类食品安全和风味的因素。微量元素在动物养殖中的功能性和免疫营养也得到了业内的高度关注和认可。

经过几十年的发展，国内微量元素产业发展呈现分化趋势，不同企业之间的差距逐渐拉大。拥有整套的核心技术、完善的服务体系、卓越的创新能力和强大的原料生产供应链的企业勇立潮头，而兴嘉生物就是其中杰出代表。

微量元素虽然在动物饲料中添加量不大，但其对饲料的品质与效果有着不可或缺的作用，对动物养殖的效益、免疫能力的提升、肉类品质的改善有很大的意义。因此，专业化的微量元素生产企业已经不单是大型饲料企业的供应商，同时也逐步成为许多大型养殖企业的合作方，成为他们研发后台的一部分，通过产品合作研发、技术迭代升级，构建起微量元素产业链的协同发展体系。

此次温氏股份与兴嘉生物的战略合作，是微量元素企业融入养殖食品集团生态体系的标志性事件，有助于微量元素产业与养殖食品产业的协同发展突破，带动行业的可持续健康发展。

专栏 谭智文访谈

选择兴嘉，相信跟随

■ 运管与人力资源中心 / 魏渊

“与强联手，大有可为”。谭智文用这八个字诠释自己投身矿物微量元素行业，选择并携手兴嘉十余载以来的成长与收获。

谭智文 选好赛道，专注前行

毕业于武汉工业学院动物营养专业的谭智文，初入行选择的是酶制剂的市场推广与营销。科班出身加之善于交际又敢闯敢拼，短短几年就对饲料添加剂市场有了较深入的了解，也积累了不少行业资源和人脉圈。在行业里摸爬滚打了几年，出于对行业深厚的热爱与认知，不安于现状，时刻寻找发展机会的他慧眼识珠，认准了“矿物微量元素”——这个在当时不太受重视、十分小众的饲料添加剂，并且说干就干，一干就是13年。



“矿物微量元素这个细分行业相对来说市场热度虽不及维生素、氨基酸等，但作为营养型饲料添加剂中的一员大将，我始终坚信它未来的市场发展空间远超想象，对于我个人来说也是不可多得的发展机遇，绝不能失之交臂。”谈及投身微量元素事业的初心，谭智文的目光灼灼。从业十余年，他不仅用丰厚的成果证明了自己的选择，更决心将微量元素的变革与推广作为自己奋斗一生的事业。

谭智文 加盟兴嘉，共同成长

“基于我自己对饲料添加剂这个行业的摸索与判断，加上这个圈子里由市场和业内朋友传递出来的口碑，当我决定选择微量元素的同时，我就确定我要选择兴嘉。选择兴嘉不仅因为其专业可靠，更重要在于我们一致的理念与共同的愿景。”2009年，谭智文与兴嘉一拍即合，由此推开了微量元素世界的大门。

兴嘉在成立之初，即根据微量元素的行业特点和价值规律以及农牧行业发展的需求，确定从“安全性”、“稳定性”、“有效性”、“环境友好”四个维度，构建研发体系、技术体系、制造体系和品控体系来为客户提供整体解决方案。这与谭智文对行业发展趋势和发展前景的判断不谋而合。选择兴嘉这个平台，不仅能帮助他未来自我价值的实现，更能通过这份个人事业促进整个行业进行变革和提升，改善动物健康，减少环境污染，保障人类健康，实现人、动植物、环境间的和谐共存。而这一切，正是他曾经想要实现的梦想。

谭智文 坚持努力，浇灌成功

加入兴嘉之初，适逢公司的大客户部发展壮大，亟须人才支持大客户业务，谭智文即立下军令状，成立三人小组负责广东等重点区域，仅通过一年时间，团队就相继成功开发温氏，海大，金新农等集团标杆客户。温氏更对他予以盛赞：“谭兄是唯一一个不到半年就成功打入温氏的人，兴嘉也是唯一一个没有进行供应商考察就直接使用其产品的企业。他带领的团队每次提供的方案都很专业，很细致，也能很好的对接我们的需求。”基于长期以来对谭智文团队以及兴嘉产品的高度认可，今年温氏更是抛来橄榄枝，与兴嘉建立了深度的产业协同并签署战略合作协议，成为携手共赢的长期重要伙伴。

论及如何获得业绩与人心的双丰收，谭智文分享了他的个人经验：首先，离不开过硬的产品品质，“兴嘉”两个字就是好产品的名片，自带流量；其次，销售是没有捷径可走的，唯有勤奋和主动，学习更多知识，探寻客户需求，创造并抓住每次交流机会，用客户的语言输出自身的需求，才会有漂亮的业绩。

更重要的一点，就是要将个人的发展和公司的发展融合起来，在将一批大客户收入囊中后，谭智文并没有依靠“吃老本”停滞不前，而是考虑公司大局利益与长远战略规划，将自己心血打下的资源交给公司高层进行深度维护。

“当你选择了一家好的公司，一个好的平台，就不要目光短浅地只关注从中能索取多

少，而应该问问自己能够携手陪伴它走多远，走多久。合作共赢，有朋友则有未来，共同发展的理念方才是成就企业和个人不断向上的永动力，这也是我从业以来一直保有一颗旺盛事业心的秘诀。”

谭智文 建立自信，相信跟随

加入公司多年，是什么让谭智文坚持相信并跟随公司？——“行业自信、企业自信、产品自信和职业自信”，这四个自信来源于兴嘉的企业文化，也是公司为营销精英们打造的攻城池所必备的武器。

“微量元素的价值已经得到养殖端的充分关注，专业化高的微量元素企业已经不单是大型饲料企业的供应商，而是成为其研发后台，形成产业链的产业协同。”谭智文对微量元素未来的发展前景相当笃定：“随着中国矿物微量元素行业成熟度的提升，未来中国矿物微量元素行业将像氨基酸和维生素行业一样，成为全球的主要供应者和市场的主要影响者。”

自信也来源于不断地创新和变革。从在中国首创羟基蛋氨酸螯合物，到碱式氯化铜、碱式氯化锌、碱式氯化锰三个国家新产品的推出；为客户提供一站式解决方案的有机复合多矿以及全球率先提出“OMS”微量元素营养平衡模型；主办多期国际论坛、行业峰会及技术研讨班，“公司一直带领团队推动着行业的技术升级和产品变革，引领着行业的变迁，兴嘉就是微量元素行业的一张金名片。”

谭智文也坦言，当自身的成长跟不上公司前进的步伐时，压力常有，但每次都会激励自己接受变化，跟随公司的节奏去提升。在这个过程中，自己也从一线视角给公司发展提出很多良性建议，立足大局观，把个人利益置后，和公司共同进步，同频共振，互相成就。

在各行各业，蓄力奋斗的人们往往不在意别人的目光是否聚集，而更专注于选择将生活紧紧攥在自己手里。世界归根结底，是由这些选择热爱和坚持的人所支撑起来的，带着对未来的美好愿景一次次穿行和冒险，引领积极向上的新征程。

FIIF2022饲料行业创新论坛成功举办

2022年8月9日上午，由中国高科技产业化研究会饲料分会主办，长沙兴嘉生物工程股份有限公司等单位联合主办的饲料行业创新论坛 FIIF 2022在北京朗丽兹西山花园酒店正式召开。本次论坛以“科技铸造实力，创新引领未来”为主题，围绕饲料原料、改善肠道健康及动物免疫的饲料添加剂、饲料加工、饲料全产业链、数据链创新和与之带来的行业新业态等内容展开。

会议期间，兴嘉生物特邀中国农业大学副教授、博士生导师马永喜老师分享题为《增效减排的有机微量在生长育肥猪上的应用》的主题报告，得到参会者的认可和一致好评。

分享观点：

随着饲料行业竞争加剧以及饲料原料价格持续上涨，饲料和养殖企业面临增效降本的挑战，而挑战最大的阶段或动物品种主要在生长育肥猪阶段。针对饲料行业现状，兴嘉生物研



究发现有机微量元素可以减少饲料中维生素、油脂的氧化，同时国家饲料工程技术研究中心-长沙兴嘉生物工程股份有限公司联合创新中心开展了有机微量在生长育肥猪上的系统研究。结果表明，40%有机羟基蛋氨酸螯合微量元素，就可以达到100%无机微量同样的生产效果，而且还可以提高猪的屠宰率，在育肥前期对猪只抗氧化和免疫功能有促进作用，提高血清中微量元素铜的含量，并大幅度降低粪便Cu、Fe、Mn和Zn的含量。

巨擘共擎、“滇”峰对话 2022第十一届乳仔猪营养与健康国际论坛圆满落幕

七彩云南，“象”往之地；群英汇聚，共话教保。7月21—22日，由赛尔传媒、畜牧圈、教槽料联盟联合主办的2022第十一届乳仔猪营养与健康国际论坛在“春城”昆明世纪金源大饭店成功召开。

本次论坛以“教槽料到保育料”为主题进行精彩升级，汇聚行业顶级高精尖专家学者、名企代表，旨在探讨保育料和无抗教槽的协同，为乳仔猪提供更适宜的营养系统，实现增效降本，与广大教槽料企业携手，共同开启乳仔猪早期营养与健康的新未来。

兴嘉生物产品总监张亚伟应邀在会上分享题为《禁抗背景下断奶仔猪料的微量元素选择与应用》主题报告，他表示：后抗生素时代，微量元素不仅要满足动物的基础需要，更需要

发挥微量元素在改善肠道健康，提升断奶仔猪免疫力，抗氧化应激能力等方面的功效。合理使用有机微量元素能够缓解断奶对仔猪的肠道应激，有助于断奶仔猪应对无抗日粮的挑战，获得与会者的一致好评。



荣誉

浏阳市第六批企业专业英才分类认定名单公示

根据《中共浏阳市委人才工作领导小组关于印发〈浏阳市企业专业英才认定办法〉的通知》文件要求，浏阳市第六批企业专业英才分类认定名单公示，我司孙毅员工荣誉入选浏阳市E类企业英才。

109	孙毅	长沙兴嘉生物工程股份有限公司	E类	上年度工业总产值全市排名51-100名的产业链重点企业或上年度纳税额全市排名51-100名企业（不含国企、房地产企业）主要负责人。	浏阳经开区
-----	----	----------------	----	---	-------

据悉，“专业英才计划”是浏阳市为牢牢把握“在区域谋发展，在全国争地位，在全球引资源”基本定位，着力建设一支具有专业能力、专业精神的高素质专业化人才队伍，全面提升浏阳人才竞争力，全力打造区域性人才高地，为推动浏阳发展迈向更高层次提供强大的智力支撑和人才保障而特别设立。



农业农村部饲料工业中心 涿州动物试验基地正式投产运营

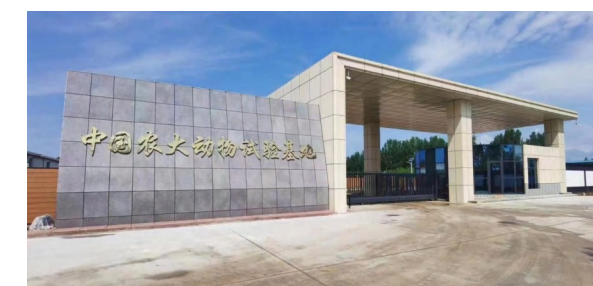
2022年7月25日，农业农村部饲料工业中心涿州动物试验基地（国家生猪技术创新中心华北分中心）投产仪式在中国农业大学涿州科技园举行。涿州动物试验基地是政校企通力合作的典范，其正式投产运营是产学研协同对接结出的硕果。今后，基地的发展将紧扣国家生猪产业高质量发展需要，为全面推进乡村振兴和农业农村现代化作出贡献。

据介绍，涿州动物试验基地建设项目旨在进一步完善猪产业科研技术平台，推动重大基础研究成果产业化，引领猪产业创新和高质量发展。接下来，该项目将开展猪的营养需要量标准制订及饲料营养价值评定、猪饲料安全性和有效性评估、猪舍环境控制、废弃物资源化利用等创新性教学和科研工作，力争建成国内外一流的猪饲料营养标准化研究基地。同时，该项目将为我国养猪业的可持续发展提供基础数据支持，引领示范智能化、数字化养猪新业态，为国家生猪产业可持续发展提供有力支撑。

据了解，涿州动物试验基地占地110亩，总投资6200余万元，可满足650头母猪（150头祖代和500头父母代）规模自繁自养的实验需求。基

地的建成与投产不仅能实现无动物源性、无抗生素的低排放健康养猪示范生产，还将在缓解饲料粮资源短缺及人畜争粮状况、降低畜牧业对大豆的依赖、减少养殖业对环境的污染、保障国家粮食安全和食品安全等方面发挥重要作用。

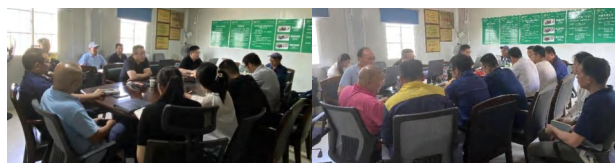
兴嘉生物CTO张维军博士、产品总监张亚伟等应邀现场参观了涿州动物试验基地。兴嘉生物与中国农业大学从2021年开始成立联合创新中心，未来双方开展矿物微量元素在猪营养领域的应用研究均将在涿州动物试验基地完成，这为进一步挖掘矿物微量元素营养价值和提升兴嘉生物的科研实力奠定坚实的基础。



昕嘉技术 通过“四大安全质量管理体系”审核



2022年7月16日，昕嘉技术四大安全质量管理体系（ISO9001/ISO22000/FAMI-QS/GMP+）初次认证开启初审，7月20日-23日正式开始质量体系外审。



四大质量体系认证初审、外审会议现场

昕嘉技术铜官工厂厂长洪双胜全程陪同参与并要求公司各部门积极配合审核员开展现场审核工作，希望通过本次现场审核工作及时发现质量管理中存在的问题、找出质量管理流程上的不足，针对不足进行改进完善；同时将此次现场审核认证作为使公司的质量管理体系更加完善、管理水平再上一个台阶的重要环节。

在历时5天的审核中，审核组通过审查各部门资料、个别谈话、深入现场等方式，审核了公司“四大安全质量管理体系”运行情况。通过审核，审核组一致认为我司安全质量管理体系总体

情况运作良好，全面贯彻和落实了公司的质量方针和质量目标，质量管理体系运行有效，绩效明显。



审核组在生产现场审核

贯彻实施质量管理一直是我司的一项长期工作，虽然昕嘉技术是初次认证，但集团公司兴嘉生物有多年的质量管理体系运作的经验，且很好的传承到了子公司的管理运作上。

针对审核组提出的改进建议，品控部门将组织各部门深入研究分析，查找问题根源，做好持续改进。所有员工将继续加强对“四大安全质量管理体系”的学习和认识，将质量意识和质量目标时刻铭记脑海，使公司的质量管理工作更加高效、严谨，工作流程逐步科学规范，促进工作业绩和工作效率更上一层楼。

第二届“黄允基教授专项学科奖学金”评选揭晓暨 兴嘉生物&湖南农大毕业生就业基地成立



兴嘉生物第二届“黄允基教授专项学科奖学金”评选结果已揭晓，本届奖助学金项目设置较往届更为丰富，经个人申请、黄允基教授基金管理委员会最终评定，首先向两位辛勤施教的教授颁发了奖教金；十二位同学凭借个人突出表现，以及按照帮扶方向分别获得定向奖学金、一等奖学金、二等奖学金、优秀学生干部奖学金和助学金等。

旨在奖励湖南农大动物医学院优秀教师及出色的在读研究生，激励更多优秀青年学子踊跃投身于专业的学习和研究，学以致用、勇于创新，以黄允基教授等老一辈科学家为榜样，将自己的人生抱负与学校、社会和国家的发展和需求紧密连接，为农业产业的高质量发展与人民的高品质生活奉献自己的知识和力量。

兴嘉生物经过近二十年的发展和积淀，深知技术创新和迭代的重要性，深知技术创新离不开人才培养，而教育是人才培养的源头。除设立奖学金以外，公司更携手湖南农业大学成立高校优秀毕业生就业基地，吸引更多行业内的高精尖人才与兴嘉生物一起共同为微量元素行业的健康良性发展添砖加瓦。



兴嘉生物集团携手浦发银行长沙分行开展 “和谐共建，银企互联”篮球友谊赛



为丰富员工业余生活，增强员工体魄，加深银企间员工的交流与互动，增进双方的友谊，增强员工之间的企业凝聚力和自豪感。近日，兴嘉生物集团携手浦发银行长沙分行开展了“和谐共建，银企互联”篮球友谊比赛活动。

本次比赛赛前，双方运动员都做了充分的热身准备。本着友谊第一、比赛第二的原则，双方运动员互相握手致意，表示互相鼓励。

随着裁判员的一声哨响，紧张而精彩的比赛迅速拉开序幕。场上的运动员们迅速进入状态，你来我往，使出浑身解数，各种突破上篮、中远投等让人看得目不暇接；场下的啦啦队和观众们也高声呐喊，为队员们欢呼助威。各类声音此起彼伏，现场气氛十分活跃，比赛也在这样一种激烈却不失和谐的氛围中圆满结束。

本次比赛，赛出了友谊，赛出了风格，将体育竞技精神与企业文化完美的结合。双方运动员的敢打敢拼，充分体现出银企优秀青年积

极向上，锐意进取的精神面貌，展现出了兴嘉生物集团与浦发银行长沙分行员工们朝气蓬勃的青春气息。

通过本次银企互联篮球比赛，既切磋了双方的球技，加深了银企间的合作与友谊，又进一步丰富了双方企业文化建设的内涵，探索了银企间交流对话的新形式。双方领导均表示，希望能通过本次互联活动促进业务的发展，共同打造银企合作共赢的新局面。



缅怀革命先烈 传承红色基因

专题

为深入了解革命先烈的优秀事迹，学习优良传统，进一步增强党支部的凝聚力和号召力，8月1日，兴嘉生物党支部组织全体党员及入党积极分子、发展对象来到资兴市三都镇流华湾村原苏维埃政府旧址开展主题党日活动。

流华湾是资兴红色革命的摇篮，在1928年湘南起义中，资兴县第一次党员大会和工农兵代表大会在这里召开，并成立了中共资兴县委，县苏维埃政府，工农革命军资兴独立团，村中有40余人参加湘南起义后上了井冈山。

在资兴市苏维埃政府旧址，党员同志们和入党积极分子、发展对象通过参观展出的图片资料回顾了资兴的红色革命历史，真切地感受到了革命战争年代先烈们大无畏的革命精神，汲取了前进的力量。

支部开展丰富多彩的主题党日活动，进一步增强了支部党员的归属感和使命感。大家纷纷表示，在今后的工作中将继续发挥党员的先锋模范作用，不忘初心，牢记使命，努力工作，为兴嘉生物成为微量元素领导者做出积极贡献。



2022年7月份全国饲料生产形势

一、生产情况

据样本企业数据测算，2022年7月，全国工业饲料产量2458万吨，环比增长5.4%，同比下降6.8%。从品种看，猪饲料产量983万吨，环比增长4.0%，同比下降11.1%；蛋禽饲料产量246万吨，环比下降1.1%，同比下降8.7%；肉禽饲料产量743万吨，环比增长6.0%，同比下降9.0%；水产饲料产量344万吨，环比增长16.6%，同比增长11.8%；反刍动物饲料产量116万吨，环比下降0.3%，同比增长4.5%。

2022年1—7月，全国工业饲料总产量16111万吨，同比下降4.7%。其中，猪、蛋禽、肉禽饲料产量分别为7014万吨、1792万吨、4857万吨，同比分别下降7.4%、4.7%、7.1%；水产、反刍动物饲料产量分别为1434万吨、841万吨，同比分别增长18.7%、3.1%。

表1 2022年7月全国工业饲料生产情况

项目	产量	配合饲料	浓缩饲料	添加剂预混合饲料
2022年7月（万吨）	2458	2291	108	49
环比变化（%）	5.4	5.6	2.2	4.7
同比变化（%）	-6.8	-6.8	-8.2	-7.7
2022年1—7月（万吨）	16111	14961	759	328
累计同比变化（%）	-4.7	-3.9	-17.4	-9.2

表2 2022年7月不同品种工业饲料生产情况

项目	猪饲料	蛋禽饲料	肉禽饲料	水产饲料	反刍动物饲料	宠物饲料	其他饲料
2022年7月（万吨）	983	246	743	344	116	9	17
环比变化（%）	4.0	-1.1	6.0	16.6	-0.3	-6.9	2.1
同比变化（%）	-11.1	-8.7	-9.0	11.8	4.5	18.2	-12.0
2022年1—7月（万吨）	7014	1792	4857	1434	841	62	112
累计同比变化（%）	-7.4	-4.7	-7.1	18.7	3.1	6.6	-23.1

注：饲料产量与畜禽存栏的长期变化趋势总体一致，但畜禽市场行情、存栏结构和饲料产品价格等因素会影响工业饲料的饲喂量，加之经销商和养殖户库存等因素影响，饲料产量与畜禽存栏的短期变化可能不一致。

二、饲料产品价格情况

2022年7月，主要配合饲料、浓缩饲料产品出厂价格环比以降为主，添加剂预混合饲料产品出厂价格环比以增为主。由于主要原料价格与去年同期相比仍处高位，推动配合饲料、浓缩饲料产品出厂价格同比继续增长。

三、玉米和豆粕饲用消费情况

2022年7月，饲料企业生产的配合饲料中玉米用量占比为30.3%，同比增长7.4个百分点；配合饲料和浓缩饲料中豆粕用量占比15.6%，同比增长1.6个百分点。

注：本数据为截至8月10日样本企业测算值，全国饲料产量以年度公布为准。



中国饲料行业发展趋势：行业整合进行时，未来哪些变化需重点关注？

近期，随着工业饲料行业产业结构的调整，在市场监管日益严格的背景下，工业饲料行业进入整合提升阶段，产量增速有所下降。

根据中国饲料工业协会数据显示，2021年全国饲料总产量2.93亿吨，其中，配合饲料产量27017.1万吨，增长17.1%；浓缩饲料产量1551.1万吨，增长2.4%；添加剂预混合饲料产量663.1万吨，增长11.5%。

分品种看，2021年，我国猪料、禽料、水产料合计销量占比90%以上。其中，猪料产量13076.5万吨，增长46.6%；蛋禽饲料产量3231.4万吨，下降3.6%；肉禽饲料产量8909.6万吨，下降2.9%；反刍动物饲料产量1480.3万吨，增长12.2%；水产饲料产量2293.0万吨，增长8.0%。

饲料行业集中度提升，年产百万吨以上39家，其中6家超千万吨

2006年以来，我国饲料企业数量整体呈下降趋势，行业集中度逐步提升。据中国饲料工业协会数据，2021年全国年产超过50万吨的企业共计14家。而年产百万吨以上规模饲料企业集团39家，其中有6家企业集团年产量超过1000万吨，比上年增加3家。从品种类别来看，水产料行业整合趋势愈加明显，大企业发展加速，竞争优势明显；猪料企业存在一定梯队差距，但竞争格局并不稳固；禽料虽然头部企业市占率较高，但行业竞争格局仍表现分散。

猪料：头部企业纷纷试水下游养殖

从猪饲料市场竞争格局来看，行业集中度不高，2020年销量市场CR5在25%以上。现阶段，从销量上看，虽然我国猪料头部生产企业存在一定的梯队差距(从千万吨左右级别到百万吨，甚至十万吨级别)，但是由于大部分企

业产品差异性不大，以及经营重心的变化(饲料企业做产业链的延展，尤其是向下游养殖延展)，现有猪料行业竞争格局并不稳固，大多数销量头部企业并不具备绝对优势。

禽料：行业仍存较大整合空间

从禽饲料市场竞争格局来看，头部企业市占率较高，但行业竞争格局仍然分散。2020年新希望禽料销量1519万吨，市占率12.13%，海大集团紧随其后，以853.74万吨的销量占据6.81%的市场份额。由于禽料产品同质性较高，竞争激烈，除头部企业以外，多数企业市占率较低(市占率在5%以下)，行业有较大整合空间。

水产料：行业整合趋势显现

从水产饲料市场竞争格局来看，行业呈现“2+N”竞争格局，2020年，海大集团水产料市占率18.20%、通威股份12.95%、新希望6.17%、粤海4.57%，CR3占比37.09%。在市场竞争不断加剧以及下游水产养殖整合推动下，水产料行业整合趋势已经显现，大企业的发展不断加速，部分规模小、技术管理落后的企业逐渐被淘汰，行业集中度逐步提升。

饲料行业未来发展需关注四大变化

随着养殖业规模化、专业化水平的不断改善，未来饲料行业发展将面临四大变化：一是饲料行业将进入高成本时代；二是行业将全面面临信息革命；三是为了提高抗风险能力，越来越多的企业将不断尝试向产业链下游延展，产业链将成为头部饲料企业的主流选择；四是饲料行业的第三产业将会得到迅猛发展，这是产业发展的自然要求，也是六和等先行者成立“担保公司”“专业化养殖服务公司”等举措带来的示范效应。

专访高全利

猪周期博弈主体已变，饲企发展模式需调整

进入2022年上半年，不断上升的通货膨胀、高涨的能源价格、疫情反复、供应链中断和劳动力短缺，使得饲料原料价格暴涨，进而导致畜禽饲料价格上升。与此同时，猪价却依然不涨，蛋价持续低迷，养殖端亏损严重，整体产能下滑。在这种内外交困的情况下，饲料与养殖企业都苦不堪言，大洗牌正在行业中激烈上演，整个行业都陷入低迷，企业运营面临的困境比以往都要大。中国畜牧饲料产业已经到了百年不遇的大变局的紧急关头。

面对疫情，养殖效率低迷和饲料原料价格高涨的多重挑战，企业该如何顶着巨大的压力生存并走得更远?农牧前沿特对禾丰集团常务副总裁高全利就一些行业热点问题进行专访。作为禾丰高管之一，高全利深谙战略制定和营销策划，对行业的发展趋势卓有洞见，他的思考与观点值得研读。

饲料企业迎来新机遇



2018年发生非洲猪瘟以来，饲料行业与以往相比呈现出新的局面，那么在您看来，饲料行业的发展出现了哪些变化？

高全利：

风险和机遇并存，先看非瘟给行业带来的机会，促进了养殖业快速整合和发展，饲料大集团纷纷进军养殖业。他们一方面是寻求新的赛道，试图抓住养殖业红利期实现自我升级与突破;另一方面则是迫于现实的经营压力，试图通过转型升级打通产业链，让企业有一个更好的成长空间。

但这两年，受非瘟和新冠疫情等多重因素影响，很多进军养殖业的饲料企业又重新回归饲料行业。二个方面原因：一方面，饲料行业更加平稳，相对来说更成熟，企业在这方面有一定的竞争力之后，就能够获得比较稳健的利润；另一方面，他们发现新的赛道需要更多的经验和沉淀，同时需要更多的资金，风险也更大，所以不能急于求成，要稳步前行。第三、它们需要饲料业务继续创造更多的利润，帮助它们养大新业务。因此他们要回归，不能放弃饲料主业。

这几年来，由于养殖业的结构性变化，饲料产业也出现了高速增长的情况。这种高速增长不是养殖量增长带来的变化，而是产品结构变化带来的影响——从预混料和浓缩料更多的转向全价料。另一方面，饲料粮等资源严重紧缺，这个趋势对饲料企业的冲击很大，要求饲料企业具备较强的降低成本的调控能力。



目前饲料行业发展低迷，增产不增益的现状让很多企业苦不堪言，您认为饲料行业怎样才能高质量发展？

高全利：

新形势下，对于饲料企业来讲必须要提升以下几方面能力。首先是产品制造能力。基础设施配套要满足最基本的需求，比如散装料生产能力和配送能力、生物安全系统能力以及原料多元化应用技术的快速反应能力与再开发能力。

第二是与养殖企业的技术互动能力。对规模化养殖场而言，要从代工走上定制这个过程必须要根据规模化养殖场的生产流程、生产水平和运营状况，来做他们所需要的营养与饲喂方案。

第三是原料的产品加工能力，比如膨化、预加工和生物发酵等加工方式。在未来，它们的空间也会越来越大，因为这不但影响到原料的应用空间和方式，并且由此改变产品的品质即消费者的认同感，因此应该重视，生物技术及无抗技术的应用也变得越来越重要。



高全利：

我相信只有那些真正懂得客户的企业才能走得更稳，才会更有竞争力。同时，饲料添加剂、动保企业能力的提高也会对饲料行业有一个很大的助推作用。



我们在市场走访中也发现，越来越多的饲料厂正在往专业化工厂发展，您如何看待专业化工厂的出现？

高全利：

专业化工厂之所以出现是因为客户的需求是不一样的并且是在逐步升级。一方面，在产品的质量上，大规模猪场和普通商户的要求明显不同。另一方面，大规模猪场还需要配套专门的产品物流系统和生物安全防控系统。第三方面是为了防止原料的交叉污染。第四方面，专业化也是饲料企业实现高效率，低成本，高品质的重要途径。

客户结构的变化导致饲料企业更加专业化。企业在越来越大的同时也会变得越来越专、越来越精、越来越细。这样才能在市场中保持企业自身的竞争力。



您刚刚提到要从代工走向定制，那您认为代工厂有未来吗？

高全利：

代工和定制是不一样的。代工只是替你生产，技术是你的，我只负责按照你的要求再加工。定制是设计符合客户要求的产品来满足需求。

一个真正高水准的产品和企业，最终会走向定制。代工涉及到一些敏感问题：一是成本问题，二是技术保密的问题，客观上还存在一个信任的问题。从理论上讲，代工只对过程负责，不对产品结果负责；而定制是必须对使用结果负责。两者最大的区别有两点，一个是设计的区别，一个是对什么负责的区别。我个人更看好定制的合作方式。



面对原材料价格上涨、资金压力加大、技术储备不足等多重挑战，您觉得对于中小饲料企业来说，他们还有机会吗？

高全利：

我认为机会不在大小，而是在于你掌握这种符合未来趋势的能力。在每一次机遇变化面前都会淘汰一批企业，而且淘汰的企业中还有很多大的企业，同样也会有一批成长出来的企业。行业是永久的，企业是变换的。

新的猪周期已变



猪周期的讨论很火热，您认为上一轮猪周期和新一轮猪周期有哪些区别呢？您如何看待新一轮的猪周期？

高全利：

仁者见仁，智者见智。猪周期肯定是客观存在的，但是每个人对待猪周期的态度是不一样的。在我看来，每一次猪周期都是优秀企业超越普通企业的一次契机，同样也是一些做出错误决策的企业被淘汰或者弱化的一个分水岭。

很多企业在上一轮的猪周期中出现很大的问题，不是他们没有认识到有周期这件事，而是错判了周期，这种错误是群体性的。

现在这一轮猪周期，我称之为新的猪周期，因为它会跟上个猪周期有非常大的差异——我认为会在行情变化博弈上有很大的区别。

为什么会在行情博弈上有很大差异？因为这一轮猪周期博弈主体发生了非常明显的变化。养殖端的60%以上甚至80%以上的散户会陆续主动选择退出，目前代表养殖端的已经变成了大集团、规模猪场。大集团有很大的市场部，他们对市场供需关系非常了解，他们会带领着这个行业同需求方代表(屠宰场)之间展开博弈，但是博弈的双方的力量对比发生了根本性的转变，优势方从过去的屠宰场正在转变为养殖方，因此行情的波动方式会有所变化。

当然，这一轮周期过去以后，可能下一轮又会发生一些重要的变化。其实这就是市场的魅力，往回看一切有迹可循，往前看都是变化莫测。



大集团现在以自养为主，放养为辅，请问您如何看待自养和放养两种养殖模式？

高全利：

禾丰集团目前两种模式都存在。在我看来，放养和自养各有利弊。第一，从养殖人员来看，自养是员工给老板养；而放养是和散户签合同后，散户给自己养，这样来看，养殖的责任心也是不一样的。第二，从管理角度来看，自养需要的养殖人员很多都需要培训，需要进行团队协作，这要花费很长的时间和精力；而放养的养殖人员基本上经验丰富，员工成熟度高。因此放养的合作模式比较简单，对于自身养殖系统能力偏弱的企业还是不错的。第三，从疫病的防控角度来看，自养比放养更具优势。大集团的疫病防控能力要远高于散户，风险调控能力也远强于散户。

整体而言，两种养殖模式各有利弊。我认为两种模式都能挣钱，但是挣钱的前提是养得好，养成功了，才能挣钱。

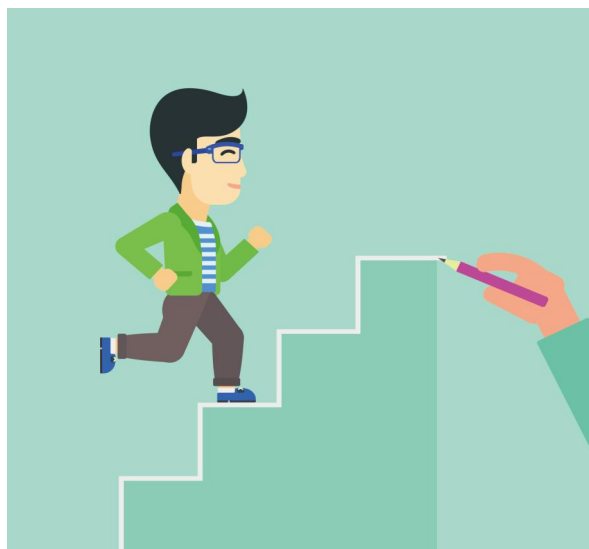
“经营”与“管理” 学习感想

■ 生产与质量管理中心 / 孙毅

什么是经营？什么是管理？最开始自己跟大部分的人认知都一样，“经营”这个话题应该是老板或公司去战略规划的题目，“管理”才是自己和部门有所关联，理解为怎么把职责内的事情完成。通过向总一个季度的梳理和诠释，才深刻地明白不管是公司、部门、个人，还是单一的项目，都是需要用经营与管理的思维逻辑去完成目标。

定位自身的岗位需找经营目标，其实就是寻找跟自己关联的客户。这是如何让自己成为一名合格的职场人，必须思考的问题。我们很多的时候希望自身被更多的人欣赏和认可，却又对安排的工作任务和团队合作敷衍了事，这样就丧失了经营好自己的有效途径，同时也失去了自己在组织中存在的价值与意义。

那如何有效地定位自己的岗位经营目标？那就要从公司大目标开始分解，先找到部门子目标；部门子目标再分解，成为个人岗位小目标。这就能让自己找准目标，与公司或项目最大目标保持同频。我们在经营目标的同时，要具备排兵布阵的能力。我们时刻要想到“上级主管”是可以“拉”自己的人，能确保不偏移目标，要主动与主管沟通，过程汇报，需求指导纠正。“相关跨业务部门”一般都是“撑”自己的人，我们要学会自到与匹配好相关部门共同目标，建立合作机制，相互配合，相互欣赏。本部门人员是“顶”自己的人，要通过本部门人员分工协作，建立其成就感。最后总结，一个经营目标管理达成，更要学会团队合作，优势互补。



作为智能制造中心浏阳工厂生产部的管理人员，除了岗位经营管理目标，还需要提升自己几大能力：第一学习能力，学习能力是保证执行好上级决策的根本。我们需要经常更新自认为的观点和经验，遇到问题，敢于去学习突破，旧的观念转变，可能会产生一些核裂变。第二要有危机意识，我们身处一个变化迅速、日新月异、竞争残酷的环境里，必须让自己和团队保持高度的危机感，时刻关注公司重要决策，及时调整内部管理，才能在强大的外部竞争压力下不断奋进，为公司做出有质量的工作成果，保持优势。

经营与管理的课程，虽然上半场已进行学习与讨论，下半场的实践才刚刚启程，我们唯有坚定目标、保持初心，方能行稳致远，拿回成果。

浅析“经营与管理”的运用

■ 营销中心 / 聂琼

初闻“经营与管理”，平凡岗位的各位感觉不着边际。而，有幸我们是一名兴嘉人，经历了兴嘉独有的文化，置身于兴嘉独特的工作氛围，《经营与管理》之大道是适用于我们每个岗位，用于我们的工作和生活的。相较于常规理论和逻辑，这节课带来的是全新思路和理解模式。

浅析目前我所属营销部门的岗位，对于“经营与管理”的理解与运用：

一、经营：经营就是找对客户，对接需求。将自身的需求与客户的需求相匹配。

1、客户：围绕自身当期目标多维度寻找客户，找到要达成目标“撑”、“拉”、“顶”你的人。

第一大客户：营销主管→“撑+顶”你的人

第二大客户：公司的重点客户→“撑”你的人

第三大客户：应用技术、生产、采购岗位负责人→“撑”你的人

第四大客户：上级领导/外部资源/高手→“拉”你的人

第五大客户：部门团队→“顶”你的人

2、需求：需求是双向的；需求是要分层次、排序的；需求是有敏感指标的；需求是需要反复沟通达成共识的。关注客户表象需求，挖掘和引导隐性需求，同时输出自己的需求，达成双方的需求共识并兑现。

二、管理：管理服务于经营。清晰自己要经营的目标，组织一系列资源排兵布阵对接客户的需求，输出自身需求，双方达成共识。

（一）明确经营目标：“经营”起源于目

标，凡是目标必有关键指标→找到目标中的关键、敏感指标。

1、销量目标：关注产品结构、客户结构、合理价格、应收货款

2、规矩规范：制度、费用结构合法合规

3、团队构建：团队队形，团队的梯队层次，团队规则规矩，团队技能→服务于公司未来的业务规划

（二）组织资源、排兵布阵：以“经营目标”为核心，寻找到与之匹配的资源，通过排兵布阵将需求精准对接。

1、打造工具（数据库的建立等）、撮合及调动资源，跟踪并支持营销主管将客户开发行动计划落地并实现销量

2、联动财务内控部门，建立和推行制度与规定，推进公司业务的规范化

3、目标管理与计划推动：配合营销主管督促计划制定（客户、销量、行动步骤）+追踪过程反馈+组织总结计划会+绩效激励核算兑现等，促进营销目标点达成、营销队伍的技能提升、团队融合。

明道者简言通透，高手能给我们的是方法、是逻辑思维。每个人终其一生，有意义的是知道自己需要什么，成为什么，然后去经营好自己的需求，成为自己想成为的样子。

一切成于行动，在于自己。

经营与管理心得分享

■ 生产与质量管理中心 / 刘伟



前段时间公司核心团队开展了经营与管理的学习分享活动，学习分享的时间跨度之长、PK的激烈程度之大使我颇感震撼，两者纸面上的理解很简单，经营就是围绕年度目标找对客户，找准需求，确定目标项目，给予目标分层次（可完成目标+有难度目标+需重点开发目标），然后提炼敏感指标；而管理就是从子目标提炼敏感指标，匹配到相应部门和责任人（拉撑顶），匹配的时间节点和执行责任人。简单的话语却导致我们绝大部分的管理团队成员在多次的PK中“阵亡”，是里面蕴含的内容太复杂吗？还是我们的能力太低下？究其原因还是我们自己将问题复杂化。

首先是管理的老八股作祟：特别是像我们这样，有一段或多段“不良从业史”的人更甚，以往的从业经历更多是讲究岗位职责、行政架构、论资排辈为出发点，很少有跨部门沟通、跨业务能力的说法，讲究的就是我的主管让我怎么做我就怎么做，别的部门主管不要插

手来指指点点等。企业管理也需要随着科学管理越来越成熟而不断成长，只有纵向的行政管理而没有横向的业务管理，目标可能会达成，但绝对不会高效，而纵向和横向管理的推行，就会衍生出很多的客户，在众多客户中就需要判断客户的重要性，从而对接需求、提炼敏感指标，匹配上责任人和时间点，从而快速完成目标。

第二是我们改变的意愿度：人一旦在某一个舒适圈里待久了，就会恋上这种舒适度，不愿轻易改变，总是对新事物说不，长此以往，新事物就跟自己绝缘了。其实遇到这种机会，我们应该持以开放的心态，去包容新事物，尝试去理解消化它，尝试去实践运用它，最好的办法就是边理解边演练，通过反复的演练后，新事物就会成为我们自己的技能，而不能够一次接一次的指正性的批评后找不到方向，迷失了自我。

最后是我们贡献的意愿：大河有水小河满，这是亘古不变的真理，其实还有一个对应的真理是所有大河的水都是小河的水注入的，大海的水也是大河的水注入的，企业是大河、是大海，而我们每一个员工就是各个不同的小河，只有我们“辛勤劳作”地将“水”注入到大河、大海中，才能让大河、大海“焕发”盈利能力，大河满了才会回馈小河，非常生动地将企业实际运行简单进行呈现，在日常工作中只要每位员工愿意付出，经营与管理还难吗？

到兴嘉生物已有十六个年头了，作为“核心忠诚老员工”，不能说待了十多年没挪窝就是忠诚，也不能说暂居总监职位而说是核心，而是在公司亟需注入新的能力之时，我们这些“核心忠诚老员工”还能够跟上公司的节奏，与公司腾飞同展翅，承接公司的大目标，将大目标分解成各个小目标，通过经营与管理的逻辑，找到关键敏感指标，在各个时间节点上和不同的客户一起努力完成它，这才是我们这些“核心忠诚老员工”应该做的事情，愿自己还能这样保持“初心”再奋斗“十六年”！



胜利只是结果 奋斗才是过程

■ 财务部 / 郑英

公司的企业文化旨在大家能够一起共同创造出一个“学文化、思文化、用文化，你追我赶、奋勇争先”的氛围。“管理为经营服务”——我个人的理解是经营是目标，是我们一切工作最大最核心的结果，而管理是为达成结果服务的所有手段及过程之和，过程论和结果论是相辅相成的，缺一不可。简单地说，过程好结果自然而然好，只一味追求结果不去关注平日一步一步的过程，结果可能是白费力气。

就我所在的资金管理岗位而言，最大的客户是领导也是年度资金需求：足额获取公司经营活动的必要的资金保障；从银行贷款的角度来说，先要确定我们的需求，包括我们需要的资金是长期资金还是短期资金，资金到位的速度、资金使用的方式和贷款额度等，再根据各银行的特点，找到能与我们合作的相应银行。

我们都知道银行大致可分为几类，有国有银行、股份制银行和地方性银行等，每一类银行都有其特点和优势，国有银行授信额度大、成本低，地方性银行灵活等各取其长，要与各银行反复沟通，达成共识，建立合作。

管理，要先确定管理的目标，与银行合作的总目标是与银行建立战略合作伙伴关系。我们可以将总目标分解为几个子目标，包括与银行各层领导的关系维护、授信额度、授信方式、成本管理、贷后管理等。这些子目标分解后，分别确定每个子目标的具

体责任人。贷款申请的提交，资料的准备、信用等级的评估、银行信贷调查、信用额度的获取等过程，每一项都需要我们做实、做到位、不得有半点疏忽；各责任人对各自目标进行严格的管理，随时发现并解决管理过程中发现的问题，只有把这些过程做好做完美，工作目标才能实现；总目标负责人需监督整个推进过程，并对最终银企合作情况进行考核。

企业管理的范围与内容十分广泛，银行管理是其中的一个重要环节。通过加强与银行的合作关系的管理来提高企业的经营管理水平，提高企业竞争能力，是保证企业旺盛生命力的重要血液。融资工作的结果极具唯一性，足额获取公司经营活动的必要资金保障，正是我经营和管理岗位的核心内涵。



始于经营 成于管理

■ 采购部 / 乔梅

非洲猪瘟、新冠疫情、俄乌战争……近几年黑天鹅、灰犀牛事件，一件一件地出来，所有的一切都存在不确定性，也让我意识到，每个企业越来越不需要等着发工资、按部就班的员工，需要的是能够主动发现问题，创造价值的经营者。

针对我们在日常运营中反复提及的词汇“经营”、“管理”，结合近几个月的学习与实践，主要心得体会如下：

一、经营的理解

（一）经营目标—做正确的事

众所周知，正确的方向比努力更重要，公司目标是部门目标的导航，部门工作的开展，必须围绕部门年度目标展开。脱离经营目标谈管理、谈工作，只是在做重复的无用功，就算付出90%的努力，结果也可能是“0”。

（二）经营客户—客户的需要，就是自己存在的价值

找对客户是经营客户的前提，基于采购部部长岗位要求，从“拉一撑一顶”3个维度去寻找客户，六大客户主要如下：



第一大客户总经理，

总经理是公司目标的制定者，部门目标是公司目标的承接者，且采购部隶属于总经理直管部门，总经理是采购业绩的评估者。

第二大客户生产+销售，生产是采购的直接用户，生产用的90%左右的物资，如原料、设备、机物料等都是采购供应；销售是采购原料利润的转化者，没有销售，性价比再好的原料，也只会沦为呆滞品。

第三大客户供应商，供应商是采购从业者价值体现的载体，管理好供应商，在一定程度上不仅可以缩短供货周期，更能降低管理成本，加快库存和资金周转。

第四大客户财务，财务不仅是采购资金的提供者，更是采购业务规范化的管控和指导者。

第五大客户部门同事，部门同事是部门目标的承接者，今年重点关注新员工的成长，通过帮他们找活干，教方法，让其尽快融入到采购团队，增加采购部的新血液。

第六大客户自己，新岗位，新责任，对业务能力、管理能力都提出了更高的要求，老方法出不了新结果，作为部门长，提升业务，专业能力，用科学的管理方法，带领团队成长也是岗位需求之一。

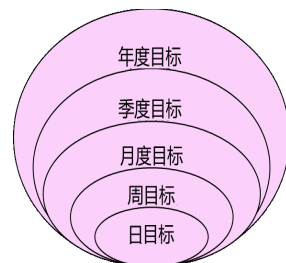
（三）经营需求—找不到需求，就找不到管理的方法

需求是动态的，是双向的，更有表象、隐性、被迫需求之分，我们在寻找需求时需通过国家政策+市场行情+客户分析→发现需求→判别需求→筛选需求→描写需求→表达需求→成交需求。

二、管理的理解—流程管事，制度管人

（一）管事

1. 管目标：用“剥洋葱法”，将年度经营敏感指标进行分解，转化成具体的可量化、可执行、可评估的子目标，按季度、月、周、日进行复盘→千斤重担人人挑，人人肩上有指标。



2. 管过程：关注流程中的关键和异常指标，及时纠偏，防止目标偏离。

3. 管结果：建立检查考核机制，对工作成果进行检查与评估。

（二）管人

管人主要强调排兵布阵、资源调动的能力，即在正确的时间找到正确的人，把他们放在正确的岗位上，教他们用正确的方法，把事做正确。并能够根据下属的优劣势和业务的特性调动上级及相关业务部门的资源，扬长避短、层级对接、分工协作，协助团队达成目标。

综合上述，经营在前，管理在后，管理为经营服务，经营重点，决定管理方向，经营阶段，决定管理重点；经营与管理相辅相成，如果撇开管理只抓经营目标无法落地，反之，如果管理扯后腿，经营就会原地踏步甚至倒退。



用心经营 务实管理

■ 运管与人力资源中心 / 陈小飞

今年通过对公司品牌运营工作进行系统性的梳理，我的收获甚大，大到什么程度呢？对我来说，可能价值百万。梳理工作时意识到的一些问题，给了我当头一棒，结合公司组织的多期以“如何做好自身岗位经营和管理”的分享会，我一直在反思这个问题：人一旦形成一种惯性，就会产生某种路径的依赖，不管是好是坏，都很难跳出来。那路径依赖会产生什么样的结果？就是我们会大量简单、机械、重复的行动，感觉自己非常努力，但这种浮于表面的努力除了产生非常多的疲惫外，结果也没有任何实质性的突破。我在想，是否有一种可能，因为这几年我的身份没有变化，工作环境没有变化，每天面对的问题几乎都差不多，让我逐渐习惯了“差不多”。经过几期分享会，我突然意识到，缺乏经营与管理意识，是个很危险的信号。

从品牌的维度谈经营与管理，经营是工作首先要方向，这个方向就是找对客户→对接需求，通过沟通达成“需求共识”。我的第一大客户是受众，第二大客户是主管，其次是应用研发、运管中心、营销和合作方；如何站在品牌的维度经营好几大客户的需求？竞争对手进步加速，价格竞争趋势明显，公司利润承压，如何驱动品牌成为公司的成长动力？今年我们所有宣传将围绕产品来宣传，从产品理念和爆品出发构建平台，引导行业对微量元素营养价值的认知，展示兴嘉技术应用的先进性、差异化；树立行业门槛和标准→区隔竞争对手。

而品牌管理则是找到“岗位需要”，提炼“敏感指标”，用正确的策略和杰出的创意→实现需求。一次又一次的重复积累，在受众认知中形成一对一的品牌联想。比如我们经常说自己是微量元素的NO.1、市场领导者，但在客户、政府机构或者受众心里我们是不是这样一个角色，竞友的一些动态为什么会让人有危机感，这时就需要我们去建立品牌自信度，公司核心团队去理解并能够传递转型，和受众同频共振。

因此，实施路径将从技术论坛、行业会议、网络直播、展会、区域技术推广会、行业网站、公众号等多种形式排兵布阵，调动资源来宣传产品理念、爆品产品故事、应用研究成果、产品优势及客户使用案例、技术软文等。今年以专题讲堂形式打造的“让微量超越想象”宣传爆品，包括理化性质分析视频以展示产品差异化，展示公司在制造、品控、研发、专利等方面的综合实力；亦包括建立行业对微量元素营养价值的认知等；当然，还有新业务电商板块。

公司销量目标的实现才能让员工有更好的收入和生活，如何感召利益相关者共同前进；当产品已具有价值，我们该如何塑造出比客户认知价值更高的价值，让客户主动做出一个有利于我们的购买决定？客户虽不具备火眼金睛，但爱憎分明，这些都需要我们用心去经营和管理，才有可能让产品卖的更多，卖得更好，卖得更有价值，让客户持续不断的购买，愿意购买一个新的品牌新的产品，这就是品牌经营和管理带来的价值，路阻且长，做个有心人。

NASEM2021—奶牛微量矿物质需求的 变化情况

■ 研发中心

关于微量矿物质，NASEM2021纳入了两个重要参数。微量矿物质需要量（Req）：定义为满足50%健康动物某阶段需求的平均摄入量。适宜矿物质摄入量（AI）：在试验数据有限的情况下，由专家小组定义的每日平均摄入量。AI在Req无法确定的情况下使用。NASEM2021指南中考虑了9种奶牛必需的微量矿物质：铬（Cr）、碘（I）、钼（Mo）、钴（Co）、铁（Fe）、硒（Se）、铜（Cu）、锰（Mn）和锌（Zn）。与NRC2001相比，NASEM2021指南中Cu、Mn和Zn的推荐量发生了很大的变化，Cr、I和Co的推荐量有微小变化，而Fe和Se的推荐量保持不变。

铜（Cu）的推荐量Cu是多种蛋白质的组成成分，包括细胞色素C氧化酶、胞质超氧化物歧化酶、赖氨酰氧化酶和酪氨酸酶。此外，Cu是血红蛋白合成和铁代谢所必需的成分。对于哺乳动物而言，当日粮Cu含量处于低水平时，Cu的肠道吸收率会上调，反之亦然。

然。在NASEM2021指南中，商业通用的Cu添加剂的AC被设置为0.05。在这种情况下，用户采用除硫酸铜以外的添加剂，需要根据特定产品和情况修订该值。在NASEM2021指南中，奶牛Cu的维持需要含量增加了近一倍（0.0145mg/kg BW vs. 0.007mg/kg BW），泌乳需要由0.15mg/kg大幅降低至0.04mg/kg产奶量。

锰（Mn）的推荐量Mn是多种酶和蛋白质的辅助因子，是脂类、碳水化合物和氨基酸正常代谢所必需的成分。在NASEM2021和NRC2001指南中，Mn添加剂的AC的相对差异相同。然而，与NRC2001相比，实际AC值减少了一半。氯化锰和硫酸锰的AC改为了0.005（NRC2001为0.01），基础日粮的AC改为了0.004（NRC2001为0.0075）。此外，基于RBV研究，碳酸锰和氧化锰的AC分别为0.0015和0.003。在NASEM2021中，泌乳牛和干奶牛Mn的需要量都大大高于NRC2001。



锌（Zn）的推荐量Zn在众多营养物质代谢、免疫功能、基因和激素调节以及细胞信号传递中起着重要的作用。此外，Zn还是200多种酶的关键成分。在NRC2001中，氯化锌、硫酸锌和碳酸锌的AC为0.20，NASEM2021采用了该数值。然而，对于氧化锌，根据RBV研究，其AC值改为了0.16。在新版NASEM2021中，采用析因法来确定日粮Zn的需求量。泌乳牛和干奶牛日粮的Zn含量需要分别达到60和25mg/kg，才能满足需求。

钴（Co）的推荐量在反刍动物中，Co是瘤胃中维生素B12或钴胺素合成的前体物质。日粮中的Co，部分可以以离子的形式被吸收。NASEM2021中Co的计算公式： $Co(AI, mg/d) = 0.2 \times DM(kg)$ 。在典型日粮中，不额外添加Co的含量约为0.1ppm，因为需额外添加0.1-0.2ppm的Co。日粮中Co的含量超过0.4ppm，也不会影响奶牛体内维生素B12或钴含量。

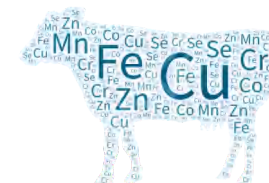
碘（I）的推荐量I的大部分来源都很容易吸收，常用的是Na、K和Ca的碘化物。在NASEM2021指南中，I的计算公式为： $I(AI, mg/d) = 0.216 \times BW^{0.528} + 0.1 \times \text{产奶量}(kg/d)$ 。

铬（Cr）的推荐量Cr是一种含Cr小肽的组成部分，负责改善胰岛素的功能。在奶牛方面，Cr的适宜需要量尚未量化。目前，美国只批准了丙酸铬作为奶牛养殖中的添加剂，最大添加量为0.5mg/kg DM。尽管由于缺乏研究，尚不能确定泌乳牛Cr的适当摄入量。然而，日粮中添加0.01mg/kg BW的Cr，可提高奶牛泌乳早期的产奶量，且能改善奶牛和肉牛的免疫功能。

铁（Fe）的推荐量成年奶牛中，Fe缺乏非常罕见。NASEM2021有关Fe的建议与NRC2001相同。对于一头体重650kg，产奶量25kg/d，妊娠205d，干物质采食量20kg/d的奶牛来说，每天可吸收Fe的需要量为41mg。日粮Fe的AC设置为0.1，那么日粮Fe的含量需要达到20mg/kg DM才能满足需求。在奶牛的不同生理阶段，哺乳犊牛是唯一需要额外补充Fe的阶段。在犊牛生长阶段，日粮Fe含量50mg/kg DM，足以维持生理代谢功能。

钼（Mo）的推荐量Mo是黄嘌呤氧化酶、醛氧化酶和亚硫酸盐氧化酶的辅助因子。有关Mo缺乏没有相关报告，也不建议额外补充Mo。由于Mo对铜吸收的拮抗作用，Mo中毒的临床症状与Cu缺乏相似。提高日粮中Cu的浓度，通常可以解决Mo中毒的临床症状。硒（Se）的推荐量在NRC2001指南中，所有阶段奶牛的Se的推荐量为0.3mg/kg DM。关于Se的推荐情况，NASEM2021指南中没有变化。目前，美国食品药品监督管理局(FDA)将Se的添加量限定为0.3 mg/kg DM，足以维持大多数奶牛的Se平衡。

新版NASEM2021指南基于适宜摄入量，对奶牛微量矿物质的需求进行了关键性更新。了解日粮以及各种原料中微量矿物质的含量，对于精准制定日粮非常重要。与NRC2001相比，为了确保奶牛微量矿物质摄入量适宜，Co、Cu和Zn的推荐量变化尤为重要。



有机铁、锌对母猪繁殖性能、脐带血及乳中微量元素含量的影响 ▶

■ 研发中心

选 取妊娠85 d的二元杂交母猪20头，随机分成2组，每组10个重复，每个重复1头母猪。对照组在基础饲粮中添加硫酸亚铁和硫酸锌（65 mg/kg 铁和 17.5 mg/kg 锌），试验组在基础饲粮中添加羟基蛋氨酸铁和羟基蛋氨酸锌（65 mg/kg 铁和17.5 mg/kg锌）。试验期51 d。

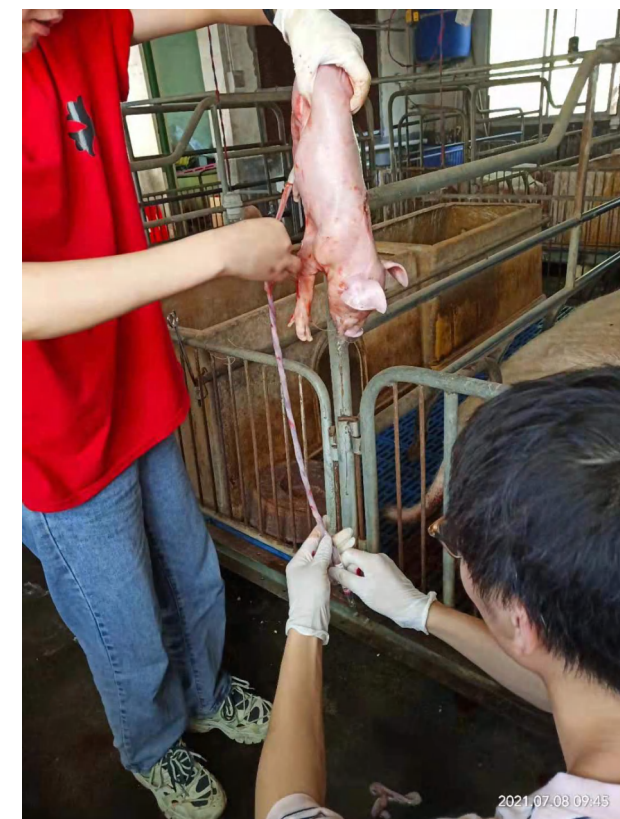
结果显示：

试验组的畸形数+死仔数比对照组显著降低57.0%，仔猪初生均重提高7.04%（ $P>0.05$ ），试验组健仔率显著高于对照组（ $P<0.05$ ）。试验组母猪脐带血血清中铁、锌含量比对照组提

高19.3%和15.0%（ $P>0.05$ ）。试验组仔猪第2 d血清中铁含量有比对照组增加的趋势（ $P>0.05$ ）。试验组母猪第1 d初乳中铁含量较对照组具有升高的趋势（ $P>0.05$ ），试验组常乳中锌含量比对照组提高22.29%（ $P>0.05$ ）。

研究表明：

母猪妊娠后期和哺乳期饲粮中添加羟基蛋氨酸铁和锌可显著提高健仔率，有效降低畸形数+死仔数；具有提高仔猪第2 d血清和母猪第1 d初乳中微量元素Fe含量的趋势。



“铜”说“锌”语

■ 采购部 / 傅旭

一、行情回顾

2022年1-4月，受俄乌冲突带来的风险溢价，铜价呈现震荡上行的走势，沪铜主力合约一度受伦镍挤仓行情影响上冲至77000元/吨一线。从5月份开始，随着美联储开启强势加息，大宗商品均有不同程度的下跌，沪铜主力合约最低触及53000元/吨左右，6-8月走出V字行情。



二、影响因素分析

1、欧洲央行和美联储加息抑制通胀：受能源问题、极端天气以及美联储连续激进加息外溢效应等多重因素影响，欧元区能源和食品价格持续飙升，美国6月份CPI更是高达9.1%，处于1981年以来的最高水平。欧美央行为抗击通胀，先后采取紧缩货币政策，7月底，欧洲央行超预期加息50基点，为自2011年来首次加息，同时为2000年以来最大幅度的加息。美联储不断释放出鹰派的信号，表明未来控制通胀的决心，加息幅度也在不断加码。2022年已加息四次：3月加息25个基点，5月加息50个基点，6月和7月分别加息75个基点。联邦基金利率已经调升至2.25%—2.5%区间。2022年余下时间，美联储还将召开3次会议，分别在9月、11月和12月。美联储官员坚持“以抗击通胀为首要任务”的态度令经济衰退风险骤升，也成为近期乃至下半年市场交易的主要逻辑。

2、美元指数持续走高，给大宗商品带来压力：随着美联储激进加息，美元指数4月突破100，且持续走高，以美元结算的大宗商品如原油、黄金、铜等纷纷下跌。6月中旬以来铜价从70000元/吨急跌至55000元/吨左右，导火索就是美联储6月15日大幅加息75个基点。

3、供应端产量未大幅增长：2022年以来，智利、秘鲁作为前两大铜矿供应国，饱受抗议、干旱、病毒等因素扰动，铜矿产量的释放远不及预期。在国内疫情期间，全球铜矿的显性库存并未随

着国内需求的萎缩出现大幅累库，且随着五月下旬国内疫情的好转，再度转为去库。全球显性库存水平仍处于历史相对低位，低库存也是8月份铜价反弹的基础。

4、全球经济面临巨大的衰退压力：铜作为大宗商品中最重要的品种之一，其生产和消费与宏观经济运行密切相关，被视为宏观经济的“晴雨表”之一。铜价的持续下挫显然表明投资者对全球经济前景的负面看法。中国是全球最大的铜消费国。今年上半年以来，国际环境复杂严峻，国内疫情多发散发，经济下行压力明显增大。故需求低迷也是拖累铜价的原因之一。

三、行情展望

7月下旬以来，随着美联储激进加息计划逐渐被市场消化，同时中国随着疫情好转且经济刺激政策的效果开始显现，经济呈现恢复趋势，令市场风险情绪好转。铜价反弹至60000元/吨以上。

全球央行紧缩周期、西方经济体陷入衰退仍是决定铜价中长期熊市的主要原因，而中国稳增长政策预期和历史低位库存提供下方支撑，铜价或以宽幅震荡为主。

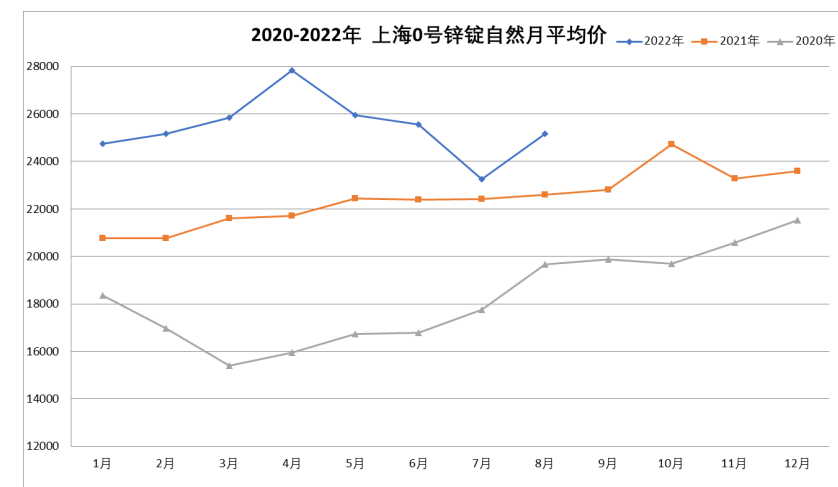
一、锌价的行情回顾

2022年1-4月，沪锌表现大幅上涨的态势，主力合约季度累计涨幅逾9.35%，期间受伦镍大幅拉涨带动，一度突破近年高点28000元/吨。5-8月沪锌也走出了深“V”反弹的走势。



二、影响因素分析

1、地缘政治风波为锌提供风险溢价：随着冲突持续，西方国家与俄相关的制裁与反制裁不断加码，欧洲天然气一直处于偏紧的状态。此外，受高温干旱等异常天气影响，欧洲此前大力发展的水力、风能也面临供应不足的风险，未来无论是地缘政治还是用电需求的刚性均意味着欧洲电费将在三、四季度维持高位。8月中旬



全球最大的锌冶炼企业之一Nyrstar称，将从9月1日起关闭BUDEL锌冶炼厂。而此前，Nyrstar已在去年10月份将其在欧洲的三家锌冶炼厂(荷兰Budel、比利时的Balen以及法国的Auby)的产量削减了50%。欧洲地区锌冶炼产能占比约全球的18%，如果进一步减产则将对供应造成重大影响。

2、供应端产出不及预期：今年上半年受疫情、拉美罢工、干旱、矿山品位下降等因素影响，海外锌精矿供应量出现意外下滑，原预估的全年增量20-30万吨可能无法兑现，而中国也因本土疫情和部分地区炸药限制等因素，上半年产量同比下滑近4%。冶炼方面，在今年加工费低迷的背景下，6月、7月因锌价大跌导致冶炼企业大面积亏损，计划外检修增多，精炼产量也不及预期。

3、需求端逐渐恢复：上半年受到多重因素扰动，国内消费出现大幅萎缩。疫情导致汽车等行业开工不足，房地产频频暴雷，商品房销售大幅走弱。随着疫情好转，国内稳经济、稳增长等政策频出，市场对于下一轮拉动经济的主线有较强的一致性预期，主要是基建的进一步加码和房地产触底反弹。基建占到锌需求的50%以上，未来基建开工的强烈预期将使得锌将成为工业金属里基本面支撑较强的品种。

综上，在市场宏观情绪稳定，消化美联储加息进程后，增长的动能仍需要等待稳增长政策的进一步加码和兑现。从库存端来看，目前几大交易所的库存均处于近几年的偏低水平，低库存意味着短期行情高弹性的可能。

三、锌源添加剂的行情回顾和展望

氧化锌和硫酸锌的原料都是次氧化锌、锌渣、烟道灰等含锌物料，这些物料价格均与锌价关联，因此，氧化锌和硫酸锌的价格走势与金属锌价趋同，但波动幅度略有差异。

今年1-8月氧化锌经历了从18000元/吨逐步上涨至20000元/吨，又回落到17000-18000元/吨，主要是受锌价涨跌，和需求端如轮胎、陶瓷、饲料等行业低迷影响，随着旺季来临，预计后期稳中有涨。硫酸锌受出口不佳影响较大，1-8月的价格在震荡中下行。由于7-8月厂家多有停产检修以消化库存，故在旺季来临需求增长的情况下，硫酸锌面临触底反弹态势。



高温慰问送清凉 情系一线暖人心

■ 彭湘平

骄阳似火，酷暑难当，连日来的高温天气，为坚守岗位的一线员工带来了严峻的考验，同时，也牵动着兴嘉生物领导及工会的心。

7月26日，兴嘉生物副总经理周长虹、陈光伟一行代表公司及工会先后在铜官、浏阳生产基地以及天华动物试验基地为奋战在一线的员工送去了防暑物品，在带去一股清凉的同时向他们表达了亲切的慰问和诚挚的感谢！

奋战在一线的员工收到公司送来的慰问品纷纷表示：虽闷热难当，但公司在车间配置了

移动冷空调，可以针对性的降温，并在工作过程中增加了休息的时间和次数，在车间各个休息点、食堂均准备了防暑降温药品，提供绿豆粥或凉茶以及每周都会派发冰饮料、西瓜...同时今年员工全部搬进了条件很好的新宿舍，这些都让他们感受到了公司的浓浓关爱。

“一入兴嘉门，即是兴嘉人！”奋斗的兴嘉人一定会积极应对高温天气给生产工作带来的困难，坚守岗位，合理安排工作时间，注意劳逸结合和安全，确保公司有条不紊推进各项工作！



安全无小事 警钟需长鸣

——记铜官工厂叉车事故应急演练

为强化安全生产和落实叉车安全管理制度，预防叉车安全事故的发生，同时检验突发事件后，应急小组的应急响应速度和部门间协调配合以及决策指挥、通讯保障、物资调配、伤员救护、设备使用等工作熟练度，铜官工厂于2022年6月下旬组织了全员叉车安全事故应急演练。

活动一开始，在厂长洪双胜和安环部长许乔峰的带领下，全员签订了安全生产责任状，宣导安全生产，人人有责。演练现场模拟了“一名仓库管理员驾驶载满货物的叉车转弯时侧翻撞倒货位上的货物，导致该仓管员受伤”的突发事件，各人员按照各自的职责任务，迅速到位，通过采用迅速撤离危险物、立即上报、紧急救援包扎、现场秩序维护、及时送医等系列措施，最大限度减少事故对人员、环境的伤害。

整个事件处理过程，现场人员到位及时，履职迅速，现场救援规范有序，有条不紊，真实感强，使员工通过此次安全应急演练，熟悉了应对突发事件的程序，掌握了应对经验和救援知识。

通过此次模拟场景演练，检验了公司员工应对突发事件的及时处理应对能力，更大地激发广大员工提高安全防范意识，时刻拨紧安全这根弦，确保持续安全生产，时刻牢记预防为先。



技能比武展风采 以赛促学强技能

为积极响应“安全生产月”活动要求，以技能比武激发车间员工“比、学、赶、超”的热潮，为切磋技艺、交流技术、展示技能提供平台，6月25日铜官工厂开展主题为“岗位练兵强技能，比武促学提质量”的技能比武大赛，旨在培养一支高技能、高效率、高绩效、高素质的人才队伍，进一步提升员工生产安全和工作效率，确保生产各项工作稳步推进。

为积极响应“安全生产月”活动要求，以技能比武激发车间员工“比、学、赶、超”的热潮，为切磋技艺、交流技术、展示技能提供平台，6月25日铜官工厂开展主题为“岗位练兵强技能，比武促学提质量”的技能比武大赛，旨在培养一支高技能、高效率、高绩效、高素质的人才队伍，进一步提升员工生产安全和工作效率，确保生产各项工作稳步推进。

比赛结束后，厂长洪双胜对本次技能比武大赛作总结讲话，指出：此次技能比武紧贴“安全生产月”活动要求，经过各部门精心筹备取得圆满成功！希望车间以此次技能比武为契机，加强技能培养，不断提升员工技能水平，为批量生产奠定坚实基础；同时全员要强化质量管控，弘扬工匠精神，生产高质量产品，打造行业标杆！

通过此次技能比武，充分展现了兴嘉人积极向上的精神风貌和过硬的技能水平，进而激发了全员相互学习、相互交流的积极性；“兴嘉人”将以更加饱满的精神状态投入到工作中，不仅在“安全生产月”中强调安全，更在日常工作中建立了安全意识，进一步夯实基础管理，确保各项生产任务圆满完成！



开心农场上线 微量引领健康

■ 生产与质量管理中心 / 涂春花

为更好地验证公司微量元素产品对植物营养的价值，也为员工提供一个接触大自然的机会，公司专门开辟了一片10亩的土地，命名为“开心农场”，开始种植各类有机蔬菜瓜果。

是日风和日丽，兴嘉各部门主管团队共同出动，每人承包一块试验地，开始种植蔬菜瓜果，品种包括了空心菜、茄子、辣椒、香瓜、红薯、紫薯等。大家根据自己的喜好选择种植。从翻土开始，然后采苗、种植、浇肥、立牌，在种植和微量元素有机肥专家的指导下，根据每个品类的要求，调整它们的间距、土壤深度、种植数量和施肥等。大家经过几小时热火朝天的“锄禾日当午，汗滴禾下土”，所有秧苗都找好了自己的家。

看着自己亲手种植的一片片菜地，想象着几个月后我们就能品尝自产自足的微量有机蔬果，大家心里充满了喜悦之情。这个夏天，开心农场让我们实现美味和健康双自由，期待来日我们的有机微量农产品能进入千家万户，一同感受微量元素的奥妙。



遇见东江湖

■ 管培生 / 母宛灵

七月的天气，太阳像个大火球挂在天空，刺得我们的眼睛都睁不开。初闻东江湖之行，便好似为这燥热的天气平添一份凉意。从公司出发一路向南前往郴州，一路上，互动游戏、表演节目拉近了我跟前辈们的距离，开启东江湖之旅。

“兴尽晚回舟，误入藕花深处”。第一站的旅行是一个种满荷花的小镇，连片的荷叶和热浪真正让人感受到了夏天的热情。沿着荷花道路前进，与公司前辈交流，好像时间都过得慢了许多，临走还被琼姐塞了一把莲子，莲子好甜，下次再来，必要跟在琼姐的身后吃莲子。

“漂流处、莫趁潮汐”。第二站是东江湖漂流，雾漫小东江，“朝日敛红烟，垂竿向绿川。人疑天上坐，鱼似镜中悬。”诗中的美景大抵也不过如此。漂流时，在杨健队长的带领下，我们南洋水师队吸引了全部的火力，上船一分钟未到便已全部被其他的漂流队伍变成落汤鸡。太阳依旧热情似火，可我们好像也变成了小孩子，玩着水上游戏，乐此不疲。

“一上一上又一上，一上直到高山”。第三站可以算的上是爬山之旅，初以为，这个山看起来也没有那么难爬，可真正到爬山的时候才发现还是想的过于简单。路途中间，皮肤被太阳全方位的照顾，红彤彤的像新鲜的烤红薯，不得不放慢脚步，遇到公司的师哥师姐们也特别关心我的状态，在大家的陪伴下，一起到达山脚。回到大巴车，每一个人的关怀，像一缕清风，吹动了我的心弦。

东江湖之行让我真正地融入了兴嘉这个大家庭，小镇上琼姐的莲子、漂流时队伍的热闹气氛和登山路上的相互鼓励让我真切地感受到了兴嘉的家文化。很幸运能够在刚进入公司就有这样的机会跟公司的所有前辈进行交流学习。太阳又升高了，把万物都染成了灿烂的金黄，一如既往地履行着他的使命。我们一路向北，回到长沙，回到我们最初的起点，然后继续我们奋斗的旅程，奋斗吧！兴嘉人！

兴嘉你好，请多指教

■ 运管与人力资源中心 / 魏渊

愿以梦为马，年轻无畏、勇于尝试；

看朝气蓬勃，敢想敢拼、奋力前行！

他们是兴嘉2022届管培生，是以智慧协作、融入担当之力结成的一股“年轻力量”。

2022年5月以来，为加速业务发展，培养兴嘉未来发展的生力军，公司从优秀高校硕士毕业生中吸纳行业人才，经过多轮面试选拔，最终9名精英加入兴嘉集团管理培训生的组织梯队。

为关注管培生成长，帮助管培生梳理阶段性工作，运管与人力资源中心于7月30日，在集团总部会议室，举行了2022届第一期管培生述职评审会。

伴随着大家热烈的掌声，述职评估会议正式拉开帷幕。述职会议上，述职人员围绕个人介绍、月度工作总结和感悟、工作中存在的问题及改进措施、下阶段工作目标等，汇报了入职以来的成长与收获。

虽然第一次汇报难免有些紧张，但每位管培生都大胆展现了自己的风采。比如：宛灵一登台，即让人眼前一亮。职业的穿着和大方的谈吐以及甜美的笑容无不让人想在心中为她暗暗打call；小徐在客服部历练了两个月，“因为热爱，所以选择，因为选择，所以坚持，因为坚持，所以成功！”如今的她对岗位工作已自信满满；初入职的小付是个大大咧咧的男孩，经过一个月的历练，如今越发自信专业，

汇报时声音洪亮，谈吐台风让人印象深刻。

本次述职，她通过部门和岗位画像，分享了营销后台工作要点以及对营销策略的一些个人见解。作为营销系的生力军，大家跟随她的精彩讲述，仿佛也身临其境，体会到她由职场小白到与营销团队共同协作，解决客户问题、学会与客户沟通中侃侃而谈的那份成就感与快乐。

每个人汇报完毕，人力资源的主管们对各位管培生进行了点评与指导。倪总表示：工作汇报是展示自己的机会，希望大家充分利用好这黄金十分钟时间，绽放自己，相互学习，不断提升。希望每一位来到兴嘉的同仁都能体悟，微量元素是关乎国计民生的朝阳产业，具有持续发展的不息动力。管培生们现在处于最好的时代，工作中加强协作沟通，“腿勤、嘴勤、脑勤”，时刻以职业化素质要求自身，快速融入职场新航道。

期待所有加盟公司的新人给兴嘉创造无限可能。如果你有梦想，亦有目标，就不要在该吃苦的年纪选择安逸；永远不要觉得努力没有意义，时间不会亏待你，人生更不会亏待你。我们有理由相信，流年笑掷，未来可期！



携手共进，快乐前行

■ 管培生 / 徐煥

城市里的我们总是很忙，忙着达成目标，忙着实现价值，忙着融入社会。我们的身体、心灵、幸福、快乐，在无休止的奔忙中都走散了。不定期为生活停驻，留住时间，锻炼身体，沐浴阳光，显得低奢而难得。

山不向我走来，我便向山走去.....

这里有“出淤泥而不染，濯清涟而不妖”的莲花；有空气中氤氲荷香的流华湾古镇；有云雾弥漫的小东江；有“白薇故里，廊梦桃花”的白廊镇；还有被上帝遗忘的丹霞画卷高椅岭。这里是名字意为林中之邑，别称“林城”的郴州。

有幸追随公司参与此次团建，在这“福地”以成员的身份进一步对热情似火，奋斗不息的“兴嘉人”有了新的定义。

作为一名“新兴嘉人”，此次团建无疑大大缩短了我与公司同事由陌生到熟悉的时间。当然，我们需要的不只是生活里的熟悉，更需要的是由此而产生的工作默契，或许是工作思路的熟悉，或许是1+1>2的成果飞跃，或许是团队协作的力量.....

此次团建，我们参与了激情的东江湖漂流；浪漫的晨游雾漫小东江；以及登顶高椅岭等一系列活动。其中，最令我印象深刻，意犹未尽的，当属漂流活动。

首先是目标，在漂流之前我们就确定好工

具，攻击范围及攻击目标。以便及时对所有情况做出合理的反应。没有方向的团队就如同随时都可能迷失方向的船，遇到什么风都是逆风，没有助力，团队形成不了合力。反之，全体成员围绕一个目标，不论是漂流打“水仗”还是解决工作中遇到的任何困难，都更容易形成强大的团队力量。

其次是明确的分工。因为队伍中男女掺杂比例不一，且行船过程中容易被动处于“腹背受敌”的局面，我们通过及时调整个人位置，即把合适的人放在合适的位置并给以他最大的动力来应对。类比到工作中，则是合理调动资源、分工明确，从而最大程度上提高团队效率，实现目标成果。

此外，团队和个人密切相连。于个人，我们应该本着“穷则独善其身”的理念加强自身功力修炼，努力为团队出力。于团队，则应秉承“达则兼济天下”的心怀。因为团队离不开个体之间的支持和帮忙，没有完美的个人，只有完美的团队。

此次活动中大家团结协作、不放弃不抛弃的精神鼓舞人心，奉献精神和为他们着想的服务意识更受益终生。很庆幸自己能够快速融入活动中，也愿我们能多些耐心，关照一粟一蔬一羹汤，勤靡余劳，心有常闲，用心待工作，用心待生活！



让动物更健康
让环境更友好
让生活更美好

让微量超越想象



微量元素的领军企业，世界的兴嘉！

公司自2002年成立以来，充分挖掘和遵循微量元素的价值规律，从微量元素的“安全性”、“稳定性”、“有效性”、“环境友好”四个维度，构建研发体系、技术体系、制造体系和品控体系，不断推动行业的技术升级和产品变革，为全球客户提供高品质的微量元素平衡营养方案。

矿物微量元素营养
整体解决方案提供商

www.xj-bio.com

