



# 金正大报

2013年第9期（总第35期）  
2013年7月26日 星期五  
农历癸巳年六月十九

## 公司隆重召开2013年秋季大会战动员会

**本报讯 宋伟报道** 为打好秋季销售这场硬仗，让广大员工统一思想、认清形势、提升士气，确保各项经营目标的顺利实现，7月18日，公司隆重召开2013年秋季大会战动员会。

公司董事长兼总裁万连步，党委书记张晓义，工会主席杨艳，副总裁解玉洪、高义武、陈宏坤、罗文胜、颜明霄、李现秀、胡兆平、崔彬等公司领导及各子公司、各系统和部门的主要负责人、科级以上员工近800人参加了此次会议。会议由公司副总裁陈宏坤主持。

会议在总部设立主会场，并在菏泽公司、贵州公司、安徽公司、郸城公司、驻马店公司、云南中正公司、德州公司、辽宁公司等子公司设分会场，各生产基地以同步视频的方式参会。

会上，公司副总裁解玉洪、高义武、罗文胜先后在会上作了发言，从新产品开发、管理优化与营销突破三个方面，明确提出秋季大会战的目标，部署了秋季大会战的各项任务，动员大家全力以赴，通力合作，扎实推进各项工作，争取圆满完成秋季大会战任务目标。

营销系统与子公司相关负责人以及来自营销一线的代表分别发言，他们表示，将按照集团的方针政策、按照公司的要求部署，继续做好营销开拓、渠道管理、产品推



广、农化服务、计划调度等方面的工作，以饱满的热情、昂扬的斗志努力工作、攻坚克难，以更好的业绩、更好的工作表现向集团15周年献礼。

最后，公司董事长兼总裁万连步作重要讲话。他首先肯定了公司当前工作，认为全公司上下顶住压力，抢抓机遇，按照年初既定的目标与方针，攻坚克难，逆势而上，取得了较好的业绩，上半年基本实现了“时间过半、任务过半”的目标。万总深刻分析了公司目前面临的机遇和形势，对本次秋季大会战活动进行了全面的安排部署。他强调，随着公司新建项目的投产，公司的产能不断扩大，营

销突破已成为集团发展任务的重中之重。这次动员会，目的是围绕营销突破这个主题，号召、动员大家一切为营销服务，发动全员营销，争取营销取得新突破，使市场推广与产能扩张相同步。

万总指出，在秋季大会战中，要厘清营销突破的重点与关键点，使营销突破工作实现新跨越；要围绕“技术先导、服务领先”的战略，使新产品开发实现新进展；要加强对标管理，高度重视安全生产、质量管理工作，使管理优化工作开创新局面；要把对外战略合作作为一项重点工作来抓，将集团的技术优势、市场推广优势与上游企业的资源优势结合，最终通过大联合实现大发展。

万总还强调，各单位要对照目标找差距，对照问题强管理，对照职责抓落实，对照结果定奖罚，并对目标进行层层分解，明确责任，细化、落实工作措施，加强调度和考核，保证达到实际效果，确保秋季大会战取得圆满成功。

秋季会战的号角已经吹响，相信在公司领导和全体员工的共同努力下，秋季大会战一定能够达到预期目的，公司上下也将团结一心，众志成城，圆满完成全年既定的各项任务，为集团成立十五周年献上一份厚礼！

### 中国民营科技促进会领导莅临公司参观指导

**本报讯 张勇报道** 7月20日，在“全国民营科技协会联席会议”在临沂召开之际，国家科委原顾问、中国民营科技促进会名誉会长谢绍明，国家行政学院党委委员、纪委书记杨文明，科技部原副部长、中国民营科技促进会名誉会长韩德乾，国务院国资委监事会原主席、中国民营科技促进会会长段瑞春，全国政协委员、中国高新技术产业开发区协会理事长、中国民营科技促进会名誉会长张景安等领导在临沂县委书记任庆虎，县委副书记、县长程守田的陪同下到公司参观，公司党委书记张晓义接待了联席会议领导一行。



领导们首先驱车参观了公司的生产园区，随后到公司生产调度中心及国家缓控释肥工程中心实地了解公司生产经营及技术创新等方面的情况。

在国家工程中心展厅，工作人员向领导们详细介绍了国家工程中心及公司发展经营情况。领导们听取汇报后，对公司在发展过程中坚持走“转、调、创”的道路所取得的成绩表示认可，认为公司坚持自主创新与转型升级的做法对民营企业发展具有引领与示范作用，希望公司继续积极探索技术创新的新路径，走出一条更具特色的民营科技创新之路。

### Livnat公司领导到公司参观交流

**本报讯 通讯员匡焜报道** 7月19日，Livnat公司领导来公司参观交流，公司董事长兼总裁万连步，副总裁陈宏坤、罗文胜、胡兆平、崔彬等接待了来访客人。



Livnat公司领导兴致勃勃地参观了公司生产园区、国家缓控释肥工程技术研究中心。

座谈会上，双方就相关情况进行了热烈讨论与交流。万总对Livnat公司领导的到来表示热烈欢迎，希望他们多到金正大参观交流，进一步扩大交流的领域和深度，推动双方共同发展。

Livnat公司在交流会上对该公司概况和主要产品作了介绍，他们表示到公司参观交流十分高兴，认为公司在科技创新、产品研发、营销网络和农化服务方面十分有特色与优势，并期待能与公司进一步深入合作。

### 中华全国供销合作总社农资局局长杨建平到公司调研

**本报讯 宋伟报道** 7月19日，中华全国供销合作总社常务理事、农资局局长、中国农资流通协会常务副会长杨建平，中华合作时报社社长、总编辑查迎新，中华合作时报社副总编辑、中国农资传媒总编辑曾峰到公司参观调研，公司副总裁陈宏坤接待了杨局长一行。



杨局长一行先后参观了公司生产园区、国家缓控释肥工程技术研究中心和科研展厅，现代化的生产线、规模宏大的生产园区给杨局长留下了深刻印象。在公司科研展厅，杨局长观看了公司宣传片，详细询问了公司技术研发、产品创新、推广应用等情况。

杨局长对公司着力实施“技术先导、服务领先”的战略，通过遍布全国的农化服务体系，将先进农业技术送到农民手中的做法十分认可，希望公司与中国农业生产资料流通协会加强互动交流，共同为我国农资行业健康可持续发展做出新贡献。

### 临沂市人大常委会副主任孙丰刚一行到公司调研

**本报讯 宋伟报道** 临沂市人大常委会副主任孙丰刚一行到公司调研，临沂县委书记任庆虎、县政府县长程守田陪同调研，公司董事长兼总裁万连步接待了领导一行。



孙丰刚一行依次参观了公司生产园区、国家工程中心、科研展厅。期间，领导们观看了公司宣传片，了解了公司生产管理、产业布局、技术创新、科研成果等方面的情况。

孙丰刚对公司以科技创新带动企业发展方面取得的成绩给予了高度评价，希望公司在今后工作的发展过程中继续走技术创新之路，不断巩固技术优势，将国家工程中心打造成国内一流、国际先进的研发中心和产业化示范基地，为地方经济、社会和谐发展做出新的贡献。

## 万连步总裁在2013年秋季大会战动员会上的讲话（摘要）

为实现秋季大会战的奋斗目标和全年经营目标，经总裁办公会研究，我再强调几点要求。

### 一、认清形势，再鼓干劲，全面打响秋季大会战

今年以来，宏观经济下行压力显现，原料价格下滑，市场波动较大，市场竞争更加激烈。集团上下顶住压力，抢抓机遇，按照年初既定的目标与方针，攻坚克难，逆势而上，取得了较好的业绩，基本实现了“时间过半、任务过半”的目标。

在上半年的经营中，也暴露出我们自身存在的一些问题，主要如下：

一是对集团产能释放带来的压力认识和准备不足。随着临汾公司、安徽公司、驻马店公司等新建项目的相继投产，公司的产能迅速扩大，但公司现有的营销组织、品牌、渠道以及队伍等均没有充分适应产能的快速释放，生产开工不足及产品积压等现象比往年更为突出，营销成为集团发展最大的压力所在。这也正是今年开展秋季大会战与以前的不同之处。这次动员会，则是突出营销突破这个主题，号召、动员大家一切为营销服务，发动全员营销，争取营销取得新突破，使市场推广与产能扩张相同步。

二是对新产品开发、管理优化和营销突破三项工作的重要性认识不足。年初我们确立了这三条工作主线，并积极推进，但在实施中出现前紧后松的现象，许多工作未能按照计划实质性的推进，没有采取切实有效的措施，三项工作远未达到预期的目的与效果。希望引起三个工作小组的高度重视，在下一步工作中弥补不足，迎头赶上。

三是集团的战略、平台、机制和技术方面的优势没有充分应用。集团众多的国家级研发平台及其所具备的技术优势，在营销与资源整合过程中没有发挥出与之相对应的效应，今后一定要加强这方面的工作，积极与上下游相关企业开展合作，通过大联合实现大发展。

这些问题既需要我们保持清醒的头脑，做到居安思危、未雨绸缪；又要求我们积极转变观念和作风，以踏实勤勉的作风做好今后的各项工作。

### 二、突出重点再发力，工作全面创佳绩

基于以上的分析与认识，经总裁办公会研究，我们提出了秋季大会战的工作思

路，确保秋季销售收入目标和全年经营目标的实现。除了继续以新产品开发、营销突破与管理优化三项工作为主线之外，还将积极推进行业战略合作，实现大发展。我们将重点围绕以下几个重点开展工作。

一是营销突破工作要有新跨越。营销突破是我们的中心工作。当前，集团最突出的问题就是不断释放的产能与市场开拓不匹配带来的压力。因此，我们必须采取强有力的措施尽快扭转这种局面。一要厘清营销突破的重点与关键点。要对营销突破的核心目标进行聚焦，找准切入点与突破口，全力做好渠道建设、销量提升、品牌形象打造、队伍建设和客户关系管理等关键环节，制定切实可行的措施，强力推进，力求实效，力谋突破。二要加快推进顾问式营销工作。通过开展顾问式营销，集中展示集团在产品、技术、品牌、规模、研发平台、企业荣誉等方面的优势，确立集团世界级高端肥料供应商的形象与地位，不断提升集团的影响力与竞争力，促进销售工作上台阶、上水平。三要加大核心客户扶持力度。要积极探索新型的厂商战略合作关系，建立起长期而稳固的“利益共同体”。要加大金正大文化的输出，让经销商感受金正大的温馨与魅力，从而提高经销商的忠诚度，建立起具有共同价值观和服务理念的“文化共同体”。四要加强对营销队伍的建设。要高度重视营销队伍建设，通过加大营销人员招聘与培养力度，加强考核、激励与管理，真正打造一支与集团发展相适应的业内最优秀的营销队伍。

秋季大会战，重点在营销，出路在营销。因此，各职能部门要牢固树立“一切为营销服务”的理念。围绕全员营销这个中心，各职能部门要积极主动与各大区、销售公司联系沟通，开展结对帮扶活动。通过结对帮扶，根据各大区、销售公司实际需求，深入一线，为帮扶对象提供力所能及的支持、帮助与服务，为夺取秋季大会战的全面胜利和营销突破贡献力量。会后，营销部门和各部门要无缝对接，列出服务营销的具体措施与细则，集全集团之力聚焦市场前沿，全力服务营销一线。

二是新产品开发工作要有新进展。新产品开发过去、现在和未来都是集团的核心竞争力，我们的目标是保持在行业内的技术与新产品开发的领先优势。当前有些单位负责人没有认识到新产品开发的重要性，对新产品开发重视程度不够。今后，各单位一定要高度重视新产品开发工

作，不折不扣地抓好落实，要围绕“技术先导、服务领先”的战略，坚持产品开发的控释化、硝基化、水溶化原则，高度重视功能性肥料的开发，积极开展与国内外的交流合作。要积极引进国外的先进农化知识、技术，加快金正大国际化品牌的塑造。要通过与国际上最权威的专家和掌握核心技术的机构合作，努力将三大主导产品做到全国、全球最大，不断提升集团竞争力，树立金正大世界级高端肥料供应商的形象。

新产品开发工作在推进的过程中，营销系统、研发系统与生产系统这三个关键部门要做到通力配合、无缝对接。

### 三是管理优化工作要开创新局面。

当前，管理薄弱仍然是制约集团发展的重要因素，特别是在集团“大投入、快发展”的情况下，管理粗放成为集团未来快速成长的短板之一。围绕权力下放、责任到人、效率提高、费用下降和管理提升这一目标。一要加强对标管理。随着集团的快速发展，尤其是随着集团通过新建、收购、租赁等方式组建的异地子公司越来越多，各种不同的思想理念和文化差异，以及基于自身认识和管理水平的不同，各公司的基础管理工作迫切需要进一步加强、改进、规范。二要高度重视安全生产、质量管理工作，要加大对管理人员和操作人员的培训教育，加强现场管理，加强风险排查，确保全年无重大安全、环保、质量事故发生。三要扎实推进营销系统公司化运营工作，10月底要完成省级销售公司的组建，使其成为独立的销售中心、利润中心，促进集团战略目标的实现。四要围绕秋季大会战的目标，制定实现目标的激励方案，确保考核、激励及时到位。

四是通过大联合实现大发展。要实现集团的增长方式由“滚雪球”式发展向跨越式发展转变，必须借助外部力量，整合各方资源。从第四季度开始，集团将把对外战略合作作为一项重点工作来抓。要围绕集团的全国布局，积极推进与上游资源型企业建立起资本为纽带的合作，实现优势互补，共同发展；要充分利用国家科研平台，与其他工程中心及其依托单位建立起产品开发与市场推广一体化的合作模式和机制，针对某个产品、某个市场精耕细作，做专做深；要借助农化服务和市场开拓的需求，积极寻求相关农业公司的合作，建立利益共同体，形成以农化服务为核心的营销突破口；要积极探讨国际合作，引进国际知名公司在技术、品牌、营销等方面的先进理念和做法，建立起业务

或资本层面的合作，做大市场份额。

### 三、增强责任破难题，强督硬促抓落实

当前的秋季会战，正处在百米冲刺的关键阶段，需要有一鼓作气、舍我其谁的勇气和魄力。志可长而不可消，劲可鼓而不可泄。要始终保持决战决胜的姿态和昂扬向上的斗志，采取有力措施，确保秋季大会战和全年经营目标的实现。

一是对照目标找差距。各单位要按照“找标杆，定赶超目标；找潜力，定主攻方向；找差距，定缩小措施；找难点，定破解之策”的工作思路，重新梳理工作目标和进度，对照节点，抬头看目标，回头看进度。要找出内外部学习标杆，内部要认真学习、借鉴河南大区的成功做法，对外，要认真研究六和的成功经验，在四季度工作计划中，各单位各部门必须要明确向这两个标杆学习的重点，要采取有效措施，确保学有成效。

二是对照问题强管理。各单位要自我加压，自我紧逼，做到每周一小节点，一月一大节点，节点内完不成的，要找出原因，制定赶超措施，奋力赶上。对工作推进慢，问题迟迟不能解决的，要实行督办措施，要求相关单位和责任人限期整改到位。

三是对照职责抓落实。各单位负责人尤其是销售大区负责人一定要拿出破釜沉舟的胆识和舍我其谁的气魄，自我加压，主动担责，将各项目标任务进行分解，明确达到的成果和奖惩措施，扎实推进各项工作的落实。各职能部门、各部门要深入一线，对帮扶对象的工作多了解、多支招、多帮助。

会后，各单位要围绕本次动员会精神，认真制定、修改、完善四季度工作计划，要求做到目标清晰、责任到人、措施到位、结果可控。集团将对各单位经理级以上人员的工作计划进行严格审查。切实做到不留死角、不留盲区、不走过场，以更加“严、细、实”的作风，忠实履行职责，确保秋季大会战圆满成功。

四是对照结果定奖罚。要进一步加大对计划推进情况的跟进、督促与考核，各单位要对目标进行层层分解，确保目标到人、责任到人、考核到位。要利用考核评比，对重点工作和考核结果进行公示。对工作进展好，成绩突出的要及时进行表扬；对工作作风不实，工作靠不上，服务跟不上造成不良影响的，要及时进行严肃处理。

（2013年7月18日）

### 临汾公司召开安全生产月总结表彰大会

简报

本报讯 通讯员刘陵柱报道 7月11日，临汾公司召开2013安全生产月总结表彰大会，会议对安全生产月活动中表现突出的先进集体、先进个人进行了表彰，7个安全先进单位、3个安全装卸优秀班组，28名先进个人获得了奖励。



7月11日，临汾公司召开2013安全生产月总结表彰大会，会议对安全生产月活动中表现突出的先进集体、先进个人进行了表彰，7个安全先进单位、3个安全装卸优秀班组，28名先进个人获得了奖励。

### 安徽公司召开安全月总结表彰会议

本报讯 通讯员时利卫报道 7月14日，安徽公司召开2013年安全月总结表彰会议，安徽公司总经理李华波等领导



和各部门、分厂、车间200余名员工参加会议，会议对安全月活动开展情况进行了总结。

### 公司荣获临沂市“花园式单位”荣誉称号

本报讯 何磊报道 近日，从临沂市政府召开关于表彰2012年度市级花园式单位会议获悉，公司被临沂市政府授予“花园式单位”荣誉称号。

近年来，公司积极响应市开展提高城市生态环境、创建园林化城市及单位庭院和居住小区绿化达标活动的号召，广泛发动，全员参与，认真做好公司绿化工作，公司建立了完善的环境管理体系，走出了一条经济效益好、环境污染少、资源充分利用的新型工业化道路，实现了良好的经济效益、社会效益与生态效益。

项目建设



为保证贵州项目按期投产，为集团15周年献礼，贵州公司全体员工发扬艰苦奋斗的企业精神，团结一心全力推进项目建设，全心投入确保项目安全与质量。

图一：贵州公司项目建设近况；  
图二：严格把关，工作人员仔细检测阀门，确保部件质量；  
图三：工作人员仔细检测电缆铜含量，确保材料质量。

培训工程

2013金正大商学院全国营销体系夏季特训营隆重开班

6月27日-29日，2013金正大商学院全国营销体系夏季特训营在公司隆重开班。来自临沂、菏泽两大事业部的优秀经销商、业务人员共计600余人参加了培训。此次特训营内容涵盖了2013届营销精英班第三阶段培训课程、营销网络学习平台推广启动会、5121经销商培训、全国销售经理夏季轮训、顾问式营销业务主任认证培训、营销新兵导师认证培训、河南大区学习交流等7大主题，是营销系统培训规模最大、活动主题最为丰富的一次培训活动。

(人力资源中心 陈苗苗)



金正大商学院网络学习平台上线运行了

随着公司快速发展，为适应新形势下的培训需求，金正大商学院网络学习平台于6月27日正式上线，该系统突破了传统课堂面授方式受师资、场地、资金、受训人员、地域等多方面条件的限制，授课更加灵活且范围更加广泛，同时将公司长期发展中积累的经验，跨部门、跨地域、跨层级长期保留下来并通过该系统传授出去，满足公司人才发展战略所提出的全面提升员工综合素质的要求。

金正大商学院网络学习平台共搭载了企业通识、产品知识、农化技术、营销技能、通用与专业素质类、领导力类等6大类2200门课程资源，1200部电子书，实现了知识管理、教学管理、统计报表、课程资源管理、考试中心、学员学习档案服务、互动问答等

七大功能。作为商学院学员，只要登录企业内网就可进入该平台并从中找到适合自己的课程，教学内容丰富，课程深入浅出。

据悉，商学院网络学习平台应用目前最先进的web4.0技术，全面支持各种手机、平板电脑、笔记本等其他无线设备，并配有个性化的可下载客户端，更加方便学员在任何时间、任何地点选择合适自己的培训课程。

目前，该系统主要应用于营销系统的员工，下一步将继续完善系统功能，丰富课程资源，扩大用户范围，并为分散在全国的经销商、合作伙伴、生产研发及后勤部门的学员提供培训支持和技能训练。

(人力资源中心 元文凯)

技术比武



技术比武 “武” 出精彩

近日，临沂公司生产一分中心第一届技术比武大赛在南园举行。此次比武形式多样，既有包装拆线、套袋、系袋口、盖戳等基本的个人技能比赛，也有产品包装、封袋、打球一整套工艺流程的团队比赛。

这些工作技能的比拼，充分展示了生产系统基层员工熟练的操作技能和可贵的团队协作精神，在各分厂掀起了“学习提素质、竞赛强技能”的热潮，同时也为建设一支高素质、高技能的员工队伍奠定了良好基础。

(临沂公司硫酸钾车间 王超)

岗位比武促提升 技能竞赛展身手

为更好地做好仓储服务工作，临沂公司仓储部于6月份举行了技能比武大赛。活动包括点垛标识竞赛、电脑操作技能竞赛、公司规章及安全管理知识竞赛、装车码垛竞赛、现场管理提升竞赛6大项目，共有40个装卸小组、85名仓储人员参加。

(临沂公司仓储部 刘佃菊)

辽宁公司开展岗位大练兵

近日，辽宁公司针对各部门、各岗位的实际工作情况，积极开展职业技能培训、考核，有针对性的进行岗位练兵，切实提高员工的自身素质和业务水平，为即将到来的秋季生产打下了良好的基础。

(辽宁公司仓储部 李庆华)

一线风采

扎根在一线

化学专业本科毕业的班彦华，2011年4月份作为公司第一批管培生进入公司。

当时为了响应公司号召实施‘密集分销’战略，他进入营销系统，配合销售人员密集的市场开发。从市场调研、广告策划，到售后服务，短短的三个月时间让他由一个大学生变成一个真正的金正大人，也充分认识到了金正大的发展前景。

选择岗位时，他选择了车间，因为他觉得这是锻炼人、成长人的地方。进入车间后，他最早在十车间学习。如今，他已经成长为十一车间二班的班长。

在十车间期间，他放下大学生的架子，以严格的标准要求自己，并亲自动手实践。在投料岗位学工艺技术，从如何解袋子开始到如何根据配方表安排人员投料；在热风炉岗位和造粒岗位学工艺，从添炭、扒炉渣到控制烘干温度和造粒整齐，一步一个脚印慢慢学习。他坚持这样一个简单的道理：任何事情只有真正动手做了，才能把理论变成自己的东西，否则就是纸上谈兵。

由于工作需要，他转入十一车间，面对不同的设备、不同的工艺，一切又要从头慢慢学起。面对心中许多的疑问，他虚心向别人请教，然后

再记录下来作为以后工作的参考。作为公司的基层班组长管理人员，他深知质量是企业生命线，质量没有保证的企业就无法得到发展，所以他把紧抓质量作为班组工作的重点。他经常提前到岗，并到其他班组学习生产工艺，交流班组管理经验，也经常与重点岗位人员交流提升质量之法。由于不懈地努力，在今年开始的几个月里，他们班组的产品的质量合格率均达到100%。

生产一线上，安全无小事。班前班后会上，他总是不厌其烦地向大家通报各岗位出现的安全隐患，还多次组织班组的安全培训，在班组形成了“人人讲安全”的氛围，真正实现零违章率、零安全隐患的目标。

扎根一线，服务基层，这让我们看到了班彦华内心深处可贵的一面。班彦华说，选择了车间作为自己的岗位，他从后悔，他相信，三百六十行，行行出状元，只有扎根一线，自己的所学才能更大程度地发挥，才能真正体现自己的价值。

(临沂公司生产二部 季安娜)



“最美大姐” 庞桂荣

接待中心有一位大姐，大家见到她，都会亲切地喊一声“庞姐”，她就是我要说的“最美大姐”——庞桂荣。

庞姐是2007年进入公司工作的，至今已五年有余。作为服务部门的一名工作人员，她做的都是职工公寓楼、商品部的一些普通的工作，每天面对的大都是一些卫生、服务等琐碎的事情。而庞姐一直都是以一个主人翁的心态，将这些点滴的小事一件件处理好。庞姐不光对工作细致入微，而且对同事们非常亲切，时常关心他们的生活，仅我所了解，就有很多关于她的感动故事。

有一天，庞姐在前台偶尔听到住在流动宿舍的小宋身体不舒服，她便马上来到宿舍，询问小宋的病情，得知他从昨天晚上就开始拉肚子，身体状况非常差。庞姐马上跟部门经理汇报，并联系好车辆，及时地将小宋送到医院。庞姐还把自己的丈夫叫到医院帮助一起护理小宋。午饭的时间到了，庞姐从家里带来了热气腾腾的稀饭和煮好的鸡蛋，小宋看到后，很是感动：“作为公司的一名营销人员，常年出差在外，这次是回公司办理业务的，没想到这次生病还能得到家人般的照顾，金正大就是我的

第二个家！”

住在公寓楼六楼的小杨，是刚入职不久的一名新员工，她来商品部买东西，正好庞姐值班，通过对话，庞姐发现小杨的鼻子好像很重。下班后，庞姐来到厨房准备了姜片和红糖，亲自送到小杨的手里，小杨惊讶地看着庞姐，感动地说：“谢谢庞姐！真是没想到，我平时在家也都是娇生惯养的，来到金正大，还像在家里一样，让我时时刻刻感受到家的温暖，这个公司真是太好了！”

这些事情对于接待中心的工作人员来说，都是我们应该做的。我们都是“金正大之家”的一员，我们都是“金正大之家”的主人，为了这个大家庭，我们每一个人都在尽心尽力地工作。正是因为大家的努力，接待中心已经不仅仅是公司客户和职工吃饭、住宿的地方，更是他们的第二个“家”。接待中心也正是因为有了许多像庞姐这样的优秀员工，“金正大之家”家的味道更浓了！

(临沂公司接待中心 袁杰)



读书台

学会积极主动

感谢公司组织“职场加油1+1”活动，为我们营造了“多读书、读好书、好读书”的学习氛围。读完《高效能人士的七个习惯》这本书，我感到受益良多。

这本书以清晰的逻辑思维，通俗易懂的语言和生动的故事，介绍了“积极主动”、“以终为始”、“要事第一”、“双赢思维”、“知己知彼”、“统合综效”、“不断更新”这七个习惯，七个习惯是相辅相成的一个整体系统，作者以人本，将人的成长分为依赖期、独立期和互赖期三个阶段，而三个阶段需要有不同的习惯和素质，通过系统的学习，为我们未来的成功之路做了系统指引，帮助我们养成良好习惯。

期间，我们临沭公司财务部共组织两次学习，大家用PPT的形式，以自己的理解向大家分享一个习惯。其中让我感触最深的习惯就是“积极主动”，它的含义就是一个人要对自己的人生和选择负责，要聆听自己内心深处的声音，设定自己的人生目标和行为准则并为之努力，它是所有其它习惯的基

础。不积极主动就不会有明确的目标，容易被家人、朋友和社会所左右，就只能让别人来安排你的命运。

在目前激烈竞争的大环境下，如果墨守成规，按部就班，我们就跟不上快速发展的节奏。这就要求我们必须积极主动，积极主动是一种态度，是行动的指导。我们倡导为营销服务，但很多人并没有真正理解这句话的含义，感觉做好本职工作，每天辛苦加班干活，就是为营销服务了，其实远远不够。真正的为营销服务，要求我们从内心上去体会服务的含义，做到换位思考，超越简单的完成任务的心态，不断地从合格走向优秀，从优秀走向卓越，创造性地工作与学习，贡献出更高的岗位价值。

从现在起，我要让“积极主动”成为我生活、工作中的习惯，然后将《高效能人士的七个习惯》慢慢地融入到我的生活。相信学习了这本书，是我收获成功的开始。

(临沭公司财务部 何晓)

“七个习惯”助我成长

读完《高效能人士的七个习惯》，我自己最大的收获是深刻地认识到要提高自己分析和解决问题的能力，必须从改变自己内心深处的价值观、对事物的认知方法以及对竞争环境的理解入手，也就是提高自身的素质，同时辅助一些必要和实用的有效方法。

我们在家庭生活中、工作中、人际交往中或多或少的会出现这样那样的问题，只要我们学会运用这些习惯，将这些真正内化为自己的习惯，我们的生活和工作会变得快乐而有意义。

公司一直倡导创新、突破、推陈出新，而我们在工作中却执行的不够到位。关键是什么？是思想上还没有真正转变，感觉日常工作就是那些琐碎的事情，没有什么可以创新的。而这本书，在思想上让我们对工作有了全新的认识，书中关于思维定式的三张图片，给我很大的启发。我认识到，关于周报、月报的制作，要与时俱进，将本月中出

现的新问题、新方法融合进去，而不是千篇一律，当然包括制作形式也是同样的，杜绝视觉疲劳。“要事第一”原则让我回忆起曾经一个关于“时间安排”的专题培训，内容是把每天的工作分为“紧急重要”、“重要不紧急”、“紧急不重要”、“不紧急不重要”四项，首先要完成紧急重要的工作，抓大放小，这与“要事第一”原则不谋而合。实际工作中，在接受工作任务时，一定要确认时间及重要程度，以免出现“我以为……”的情况，影响工作进程。

书中的道理令人赞叹，故事引人深思。读书的根本目的是学习他人的经验教训，是为了把握更多有用的知识和技能，只有把从书中学来的东西用到实践中，才能真正达到读书的目的。我要在工作生活中不断学习运用这七个习惯，循序渐进地进步，争取成为一名高效的合格员工。

(临沭公司质管部 孙得芳)

辽宁公司举办拓展培训活动



6月13日，辽宁公司在大连鸿缘温泉山庄举办了为期两天的拓展训练，辽宁公司共87名员工参加了培训。

拓展训练活动包括信任背摔、有轨电车、穿越火线、高空断桥、毕业墙等经典项目。通过拓展训练，学员们建立了突破自我的自信和勇气，塑造了果敢的执行力，磨练了战胜困难的毅力，经历了全新洗礼。

(辽宁公司 李庆华)

瞻革命圣地 感红色情怀

值中国共产党建党92周年之际，公司组织红色旅游活动，以瞻仰红色圣地，缅怀革命先烈。我们参观了全国六大山地抗日根据地之一的茅山风景区。这次活动让我们接受了一次爱国主义教育，让我们感受到现在美好生活的来之不易。

我们来到苏南抗战胜利纪念碑前，导游向我们介绍了纪念碑的建造历史，还有就是“碑前放鞭炮，空中响军号”这绝世界一绝。我们在石碑前祭上一串鞭炮，仿佛重现一幕硝烟弥漫的战场；“嘀嘀哒，嘀嘀哒”军号声也立马响起，声声不断，有如当年炮火轰鸣中先烈们冲向敌人的集结号。当你用满腔热血去倾听，那炮火声声的岁月，那从上而下的波涛，一波翻腾着过去，一波激扬着未来！

随后，我们参观了新四军江南指挥部纪念馆。在参观过程中，我们认真听取讲解员讲解革命历史，仔细观看历史资料。那一张张珍贵的图片，一件件当时所用的实物，再现了先辈们浴血奋战、



艰苦奋斗的革命历程。他们在艰苦卓绝的战争年代，用鲜血染红溧阳这片土地，打下了悲壮的塘马战役、安中里战役、清水塘战役，用生命谱写了一篇恢宏的历史篇章。

一路学习下来，大家纷纷被老一代革命者坚定的革命信念、舍身忘我的革命精神所感动，大家深深感叹于革命先烈不屈不挠的斗争精神、艰苦卓绝的奋斗历程的同时，也立志认真学习抗日军民的革命精神，艰苦奋斗，扎实工作，为公司的发展、社会的进步贡献自己的力量。

(研发中心 陈日远)

家有小女初长成

夜深了，借着窗外透进来的灯光，看着臂弯里甜甜入睡的女儿，心中感慨万千。

家有小女初长成，女儿八岁了，悄然无声成长着，感谢上天送给我的这个小精灵，她给了我无比的快乐与满足，她的一举一动都牵动着我心中最柔软的地方。

孩子的爸爸远在贵州公司工作，我平时工作也忙，遇到周末女儿就经常一个人在家独处。女儿活泼好动，玩儿起来就不管不顾，她的安全问题成了我最揪心、最

头疼的事情。于是渐渐地，平日里说话还算简洁的我，在女儿面前变成了“婆婆嘴”，“家里的插座可不要动啊，手机电量不多了等妈妈回家给充。”“在楼下玩儿的时候，一定要注意点车，可不能出小区大门啊。”“一个人在家的时候，有人敲门可不能给开啊。”……

调皮的女儿把我的嘱咐当成了她必须完成的任务，这也算是女儿给我的安全承诺吧。女儿还算懂事，一个人在家的时候经常给我打电话，汇报她在家的

一些情况。

千叮咛万嘱咐换来了女儿强烈的自我保护意识，有一次家里卫生间水管漏水，我联系物业星期天到家里给处理一下。结果到了那天，公司临时有事，把女儿安顿好以后，我就急忙去上班了。直到物业人员给我打电话，说到我家门口了这才记起来。可是当小区物业人员让女儿把门打开，但是女儿就是不开，说妈妈不在家谁来也不开门。最后，我只好给物业人员表达了歉意，另约了时

间。下午下班回到家，我奖励了女儿一个长长地吻，因为她懂得了坚持原则，信守承诺，相比之下，我这个做妈妈的反而是不合格了。

儿女都是父母的心头肉，如果你暂时没有儿女，但你肯定会是父母的儿女，亦或者你既是父母的儿女又是儿女的父母，请给他们一个庄重的安全承诺，为了我们的孩子，为了我们的父母，请注意安全，珍惜生命，好好生活。

(临沭公司建材分厂 张冬梅)

## 践行企业文化 繁荣农资产业 公司主办的“第四届中国农资企业文化建设论坛”在临沂召开



会议现场



企业文化研讨会会议现场



“金正大杯”中国农资企业文化建设征文颁奖仪式

**本报讯 何磊报道** 7月20—21日，由公司与中华合作时报社、中国农资传媒联合主办的“沂山问水·弘道沂蒙”第四届中国农资企业文化建设论坛暨2013中国农资产业媒企发展研讨会在风景秀丽的临沂举行。

中华全国供销合作总社常务理事、农资局局长、中国农资流通协会常务副会长杨建平，中华合作时报社社长、总编辑查迎新，中国农资传媒总编辑曾峰，中国科学院研究生院管理学院教授、博士生导师徐艳梅，中国企业文化研究会副秘书长王建以及来自全国各地的农资生产和流通企业的70多位专家学者与企业代表，就中国农资企业文化的现状与未来进行了深入探讨。公司党委书记张晓义，副总裁陈宏坤、李现秀应邀出席研讨会。

此次论坛以“践行企业文化，繁荣农资产业”为核心主题，采用“主题报告+专题讨论+实地考察”的形式，积极探讨现代企业文化建设形态，探讨如何在新时期打造特有的农资行业企业文化。

会上中华合作时报社社长、总编辑查迎新，公司党委书记张晓义分别致辞。

中国农资传媒总编辑曾峰在会上发布了农资行业的企业文化发展报告。随后，中国科学院研究生院管理学院教授、博士生导师徐艳梅，中国企业文化研究会副秘书长王建分别作了企业文化方面的报告。专家的报告深入浅出，内容深刻且生动，让论坛增添了理论高度与学术氛围，与会人员学习到了新鲜内容，引发了大家的思考与共鸣。

公司副总裁陈宏坤作了“文化演绎魅力金正”的主题报告，从企业发展情况、企业文化建设和未来发展规划三个方面进行了详细介绍。陈总的报告引发了大家的热烈讨论，同时得到了专家的一致好评。中国科学院研究生院管理学院教授、博士生导师

徐艳梅在点评中表示，金正大积极践行企业文化的行为具有自主与自觉、理论与实践相结合的显著特点，切实将人文关怀落到了实处，这种文化建设与经营管理紧密结合的做法十分难得可贵。

中华全国供销合作总社常务理事、农资局局长、中国农资流通协会常务副会长杨建平在会上作了讲话。他在讲话中期望通过参会的专家、企业家、媒体工作者以及广大同行的共同努力，不断创新论坛形式，丰富论坛内容，将其打造成行业共同的精神家园，为推动行业共同发展做出更大的贡献。

会上隆重举行了由公司冠名的“金正大杯”中国农资企业文化建设征文大赛颁奖仪式。

在下午专题讨论中，与会代表针对农资行业的企业文化建设提出了许多建设性意见与想法。与会代表指出，随着农资行业的日益发展，企业文化逐步成为企业核心竞争力的重要组成部分，为推动企业健康持续发展提供了思

想保证、精神动力和智力支持。同时，与会代表在全面分析产业环境的基础上对农资文化的未来充满信心，普遍认为农资文化已经迎来了一个迅速成长的良好机遇期，农资企业应当在这种机遇之下，把企业文化放在核心位置，创新发展、与时俱进。

会议结束后，与会人员参观了有着“鬼斧神工”之称的溶洞王国——山东沂水地下大峡谷。

最后，与会代表参观交流了公司企业文化建设情况。与会代表们参观了公司生产园区、生产调度控制中心、科研智能温室、国家缓控释肥工程技术中心，对公司文化建设有了具体而翔实的了解与认识。他们纷纷表示，此次参会不虚此行，通过实地参观学习感受到金正大文化成果丰硕，回去后将会把在会上以及在金正大所学到的、看到的经验及做法结合自己公司的实际，不断完善各方面的工作，推进文化建设工作再上新台阶。



与会代表参观沂水大峡谷



与会代表观看公司企业文化书籍



与会代表参观国家工程中心展厅



与会代表在公司合影留念

### 坚持“

□ 中华全国供

企业文化是什么，我个字，信、守、传。“信人会信你，是大家内心要东西；“守”就是要坚守，不是受到诱惑、挫折就改变；“传”就是这一化，一辈子传承下去，不更换而随意变换，只有能的文化，才是好的企业文化。企业文化不是领导口贴在墙上的，一定要盯住心，要细无声，没有这三表轰轰烈烈、大张旗鼓搞的可能是轰轰烈烈三分钟就只有盯住人，抓住心，细真正有可能把企业文化建

### 立足行业

□ 中

企业文化建设的发展立足于行业传统文化的一脉业自身的管理实践，也要行业的经验和方法，构建特色和企业文化的企业文点建设，第一是全员参与同。企业应该发动广大员业文化建设，集思广益策。全员共建，努力使广主动参与中了解企业文化容，认同企业文化的核心成上下齐心共同发展的良第二是专业设计，营造氛社会化公共文化服务体系

### 文

□ 中国企

企业文化实践的基本路有六点：第一，企业文化化的进程；第二，企业文化业战略制定实施高度融合。一个重要的角色是企业战略战略制定的领导者，如果没阔的情怀，没有一种为国家使命意识，战略制定肯定制第三，企业文化建设和企革相结合，实现文化的重塑第四，企业文化建设要融入设中形成品牌文化，像金新，研发缓控释肥料，对于的贡献，这是一种品牌的彰说，不管是新品牌还是老屈

### 文化

□ 金

公司通过15年的发展，开的一些理念、价值观与制度，展，公司的价值观、使命、标等方面，也提炼了六个方了金正大企业文化的完整体的愿景，我们提出公司要级高端肥料供应商，这个成愿景，那么实践也指明了我展的两大方向，一个是我们是科技含量比较高、附加的，我们制定公司发展战略也是基于我们优势和劣势的

# 嘉宾论道

## 坚持“信、守、传”三字真经

中华全国供销合作总社农资局局长 杨建平

企业文化是什么，我认为三个字，信、守、传。“信”是所有人会相信你，是大家内心要相信这个东西；“守”就是要坚守这个文化，不是受到诱惑、挫折、亏损了就改变；“传”就是这个企业文化，一辈子传承下去，不以领导的更换而随意变换，只有能传承下去的文化，才是好的企业文化。

企业文化不是领导口头讲的，贴在墙上的，一定要盯住人，抓住心，要细无声，没有这三个条件，轰轰烈烈、大张旗鼓搞的文化，都可能是轰轰烈烈三分钟就过去了，只有盯住人，抓住心，细无声，才真正有可能把企业文化建设落到实处。

好看不如好使。现在的企业文化建设确实轰轰烈烈，但最怕就是大家把好看，形式的东西看得重，认为越“先进”越好，调子唱得越高越好。我认为好看不如好使，企业文化一定要把管用放在第一位，一定要结合实际，让大家能够入耳入脑。

企业文化建设不能走远，更不能走偏，也不能走飘。什么是好的文化？不是高远的、高明的、先进的就好，一定要结合企业自身的发展，结合企业员工自身的条件和当地所处的社会环境相适应，好的文化应该是适应、好使的文化，绝不仅仅是好看的文化。

## 立足行业 建设有特色农资文化

中国农资传媒总编辑 曾峰

企业文化建设的发展，既要立足于行业传统文化的一脉相承，企业自身的管理实践，也要借鉴其他行业的经验和方法，构建出有行业特色和企业特色的企业文化。提三点建议：第一是全员参与、集体认同。企业应该发动广大员工参与企业文化建设，集思广益、群策群力，努力使广大员工在主动参与中了解企业文化建设的内容，认同企业文化的核心理念，形成上下齐心共同发展的良好氛围；第二是专业设计，营造氛围。借助社会化公共文化服务体系，组织专门力量对企业文化建设进行专题研究和讨论，在企业文化建设的框架、途径、内容方式等方面做出专业性设计。同时也借助新闻媒体的宣传优势，有计划、多角度的对企业典型文化进行宣传报道，加强企业文化的舆论宣传，形成企业文化建设的良好氛围；第三是不断创新，日益完善。企业文化在不同的阶段，应该有不同的变化和提升，不是一成不变，企业文化的建设，也应该根据企业和行业的发展，不断调整，不断创新，在发展中不断完善。

## 文化建设的基本路径

中国企业文化研究会副秘书长 王建

你品牌后面有良好的文化含义，用文化的力量来彰显品牌的价值，把它做到老百姓的心坎中去，那么这个品牌的价值是无限的；第五，企业文化又要融入到客户服务手段当中，做到精神兼备，农资企业搞服务，一定要有好的服务理念，服务理念指导服务手段，服务理念是形、根本；第六，要融入到队伍建设，进行价值培育。现在社会就是价值多元化，所以我们员工的主题也是价值多元体，想要员工的职业生涯和企业的愿景高度统一起来，这些都不能采取硬性的行政手段，要用文化来整合，培养员工的价值观，不管是新品牌还是老品牌，如果

企业文化建设的基本路径与方法有六点：第一，企业文化要融合国际化的进程；第二，企业文化必须与企业战略制定实施高度融合。企业文化一个重要的角色是企业战略的旗帜，战略制定的领导者，如果没有一种广阔的情怀，没有一种为国家做工作的使命意识，战略制定肯定制定不好；第三，企业文化建设和企业制度改革相结合，实现文化的重塑和传承；第四，企业文化建设要融入到企业建设中形成品牌文化，像金正大搞创新，研发缓控释肥料，对于整个三农的贡献，这是一种品牌的彰显，所以说，

## 文化整合企业发展战略

金正大公司副总裁 陈宏坤

公司通过15年的发展，形成了自己的一些理念、价值观与制度，15年的发展，公司的价值观、使命、宗旨、目标等方面，也提炼了六个方面，构成了金正大企业文化的完整体系。公司的愿景，我们提出公司要成为世界级高端肥料供应商，这个成为我们的愿景，那么实践也指明了我们公司发展的两大方向，一个是我们的产品一定是科技含量比较高、附加值比较高的，我们制定公司发展战略，实际上也是基于我们优势和劣势的分析提出来的

的发展战略。我们要做大肥料，比起一些大的肥料企业在规模、技术、人员、管理上存在一定差距，为此我们另辟蹊径与蓝海，做一些大企业看不上的行业，但是小企业暂时还没有能力去做的，像缓控释肥这种产品，把这些做专、做强、做大，做高端的肥料、走差异化的道路；做一个“受人尊重的农化服务商”，未来我们发展不仅是制造，而是制造加服务，我们通过提供服务来赢得市场和客户，这就是公司的发展愿景。

## 特色与创意是论坛的生命

中华合作时报社社长、总编辑 查迎新

今年的论坛继承了前三届论坛的特色和主要的创意，此外，今年的论坛有两大特色：时机选择的好。目前中国的化肥企业很困难，在如此形势下农资企业如何能够突破困境，如何通过建设自己的企业文化来引领企业的发展，这是企业非常关心的一个话题。

地点选择的好。大家都知道，目前国家的政策与路线都迫切要求农资企业在这种环境中，能够更好地拉近和农民的距离，为农民群众服务，我想这也是企业需要考

虑的问题，是我们企业文化建设的重中之重，我觉得是地点选择的好，因为这块土地是光荣的土地，有沂蒙精神，这也是我们中国农资届一个龙争虎斗、英雄辈出之地。昨天下午在参观过金正大后，虽然时间短暂，但深刻地体会到了金正大在发展企业文化的良苦用心和着实的成效。同时，希望通过论坛这个平台的搭建，农资企业文化的建设，能够更上一个新台阶，媒体和企业之间能够更深层次、更广泛地交流和合作。

## 企业文化贵在实践

中国科学院研究生院管理学院教授、博士生导师 徐艳梅

企业文化不仅是一个词而是一个体系。金正大的企业文化，在我看来就非常漂亮而且落地也很好。企业文化这套体系之所以能出现，实际上要告诉所有的人，包括企业内部和外部，企业怎么样，如何顺应社会趋势，企业主张什么，提倡什么，反对什么，弘扬什么，抑制什么，这些东西是我们必须要回答的，是企业不容回避的，是企业创立之初就应该思考的，这些东西与企业的发展阶段并不息息相关，而是跟原始的创业理念息息相关。所以说，企业文化它是一个只要你做企业，在创立之初就必须面对的不容回避的问题，不存在我现在没功夫，我现在没经历，我现在没资本。因为企业文化最基本的功用，就是能够让员工凝聚在一起，引导大家认同公司的目标，并把自己的人生追求与公司的目标相结合，培训员工理解公司的政策，调节个人与个人之间、个人与团队之间、个人与公司之间相互利益关系，即把初入企业的员工杂乱无序的理念，通过企业文化的导向作用统一起来，最终提升公司的核心竞争力，由无序变为有序，产生巨大的企业凝聚力从而打造公司的竞争优势。

## 企业文化是亮丽的风景

金正大公司党委书记 张晓义

企业文化建设，积极打造和谐共赢的企业文化，努力让员工过上“健康、快乐、超小康”的幸福生活。多年来，通过实施健康工程、快乐工程、培训工程、助学工程、安居工程、帮扶工程等一系列文化工程，大大提高了员工的快乐指数和幸福指数，同时金正大公司积极参与公益事业，勇担社会责任，企业形象和品牌形象大大提升，形成行业独特的企业文化，正在成为企业的核心竞争力，成为农资行业一道亮丽的风景。

文化沟通是人与人之间心灵和情感的桥梁，是加深理解和信任的纽带。中华合作时报社，中国农资传媒等单位连续举办四届中国农资企业文化论坛对促进中国农资行业文化发展繁荣产生了重要的影响，这个论坛也形成了独特的品牌，邀请到了具有广泛影响的文化专家和同行出席，围绕企业文化繁荣发展发表真知灼见，推进行业进步。论坛也是弘扬文化、交流思想、增进友谊、增进合作的一个重要平台。金正大公司自成立以来始终高度重视

## 企业文化当有营销意识

青岛智和智拓品牌营销咨询有限公司董事长 高福平

实际上在企业管理或者是市场营销中，对于企业理念方面，在企业品牌管理上已经囊括不同的企业不可一刀切，应该适应着企业不同的发展阶段，有的企业的，企业内部也需要沟通，这个沟通也需要有“产品”，我们对外边的客户需要销售有形的产品和无形的服务，同时企业内部也要把自己的管理方法、理念、制度与管理治学等方面传达下去，也需要跟员工沟通，这在某种程度上说也是一种销售，一种内

部营销。销售这种东西不仅是一种物质产品，也可以是“文化产品”。但企业文化建设方面，不去。企业的识别也是沟通的工作，所有的识别不仅是企业之间最基础的目前还没做好，就不要去搞轻飘飘的假大空，做所谓理念方面首先要产品的理念做好，产品是企业生存之本，也是品牌的基石，如果没有产品质量的稳定，产品持续的创新，产去，也需要跟员工沟通，这个企业文化是不能带来竞争力的。



杨建平



查迎新



曾峰



徐艳梅



王建



张晓义



陈宏坤



高福平

## “金正大杯”沭河古道景区摄影大赛颁奖仪式在公司举行

本报讯 宋伟报道 7月17日，“金正大杯”沭河古道景区摄影大赛颁奖仪式在公司隆重举行。临沭县委常委、宣传部长武玉芹，县委常委、组织部长、县沭河古道景区管理处党工委第一书记宋国山，县人大党组成员王丙华，县委宣传部副部长张春光，县沭河古道景区管理处副主任、国土资源局局长周洪杰，以及临沭县林业局、县水利局、县环境保护局、县旅游局、县摄影家协会等相关领导，公司党委书记张晓明出席仪式。

公司党委书记张晓明在仪式上公布了获奖名单。本次大赛共评选出一等奖1名、二等奖3名、三等奖10名、优秀奖25名。在欢快的乐曲声中，与会领导为获奖



颁奖现场

者颁发了奖杯和证书。

县委常委、宣传部长武玉芹作了热情洋溢的致辞，她对获奖者表示祝贺，并向大赛组委会和金正大公司表示感

谢。她说，金正大公司在实现跨越发展的同时积极参与临沭经济社会的发展，为活动的顺利进行提供了全程赞助，为临沭县文化宣传工作做出了积极贡献。

沭河古道景区生态优美，是国内少有的野水湿地，被誉为“中国北方漓江”。希望通过本次摄影大赛、颁奖盛典和摄影作品展，使广大游客更加了解和喜爱

沭河古道，并促进景区开发建设取得更大成绩。

本次活动历时6个多月，在广大摄影爱好者的广泛参与下，活动取得了圆满成功。期间，参赛者用镜头记录景区生态景观，谱唱秀美山水赞歌，提交了题材广泛、内容清新、格调高雅的几百幅作品。这些作品反映了沭河古道自然风光，岱洞丹霞地质园区、大官庄水利风景区、松影湖景区、崂山地质公园景区的独特风光与人文风貌。“金正大杯”摄影大赛的成功举办，全面展示了沭河古道景区优美的自然生态、丰厚的旅游资源 and 人文景观，对提升沭河古道景区的旅游品位、扩大景区知名度起到了积极的推动作用。



与会领导参观摄影作品

### 一等奖作品



春：杨柳时节



夏：沭水托蓝



秋：秋染古道



冬：寒江素裹

### 沭河组照 作者：王明善

### 二等奖作品



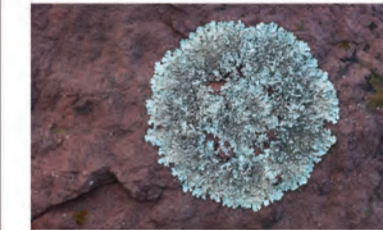
醉美古道 作者：张建军



人民胜利堰节制闸—大官庄水利枢纽 作者：倪天华

### 丹霞生花

作者：刘步云



山花烂漫



三羊开泰



祖国壮美



任重道远

### 三等奖作品



古道晨曲 作者：齐雪玲



夕阳西下 作者：徐淑江



年年有余 作者：许馨方



沭河渔家 作者：阿朗



雪中丹霞 作者：崔斌



长虹卧波 作者：吴建军



古道之家 作者：井磊



真正的清澈不在远方，而在心里 作者：许杰



沭河春晓 作者：伏强

### 沭水情韵 作者：凌宗雁

