

“山东省生态肥料研发中心”在山东宝源生物有限公司挂牌成立。

“瑞雪迎春到,金虎贺岁来”,在山东宝源生物有限公司董事长刘宝德铿锵有力的致辞中,迎来了“宝源生物 2010 经销商年会”。年会以“创新营销、锐意进取、合作共赢、跨越发展”为主题,迎来了 320 多名各地经销商。本次年会上,宝源生物与众多经销商分享了 2009 年实现新跨越的喜悦,与中国农业大学签订了战略合作协议,组建成立了“山东省生态肥料研发中心”,与山东鲁花集团有限公司签订了鲁花集团各花生基地专供肥料协议,与齐齐哈尔鲁源绿色产业基地签订专供肥料协议。

2009,画上完美句号

2009 年,是山东宝源生物有限公司继往开来、稳固基础、抢攻市场的关键年。一年来,公司高层始终密切关注市场的新变化,积极抢抓新机遇,努力开拓新市场。在国内化肥市场疲软的情况下,公司的产销量仍然保持了 50% 以上的增长幅度,营销网络也得到了快速拓展。

德州地区乐陵市的“双宝”肥料代理商张汝鹏介绍,2009 年初,在宝源公司农化人员和商务经理的全力配合下,分别在小枣区域、苹果区域、大田作物区域共建示范田,组织起了近百场农业知识讲座,讲解作物种植技术,讲述“双宝”肥料与普通氮磷钾复合肥的区别。在成功建起示范田后,又深入到田间地头,经销商、宝源公司人员、老百姓打成一片,组织小型现场观摩会,放大示范效果,在小范围内搞轰动效应,提高“双宝”知名度,起到了很好的效果。这一年来,在宝源公司的正确指导和商务人员的大力帮助下,通过农化讲座、建立试验田、示范田和现场观摩会等有效推广措施,“双宝”肥料在乐陵地区开了花、结了果,有了逐步稳定的市场。

在山东宝源公司的老市场上,双宝品牌知名度大幅度提升。2009 年在众多的



雄关漫道真如铁，而今迈步从头越！

□ 本报记者 王旭波
实习记者 刘海涛

山东宝源：做大做强生态肥料产业

品牌复合肥竞争中,“双宝”肥料在栖霞市场销量创历史新高,全年销售 8000 余吨,实现了老化肥品牌都没有达到的新数字。在栖霞农户中成功塑造了“双宝”肥料品牌,使之成为农民心目中的名牌产品、质量信得过的产品,成为农作物优质、增产、增收的首选放心肥料。

2010,新项目提供新机遇

“争创中国名牌,打造中国有机-无机肥行业第一品牌”,董事长刘宝德在经销商年会上表达了公司发展的近期发展目标。2009 年,公司的新项目已经开始投建。

2010 年,宝源公司将进一步深化与科

努力奋斗!”

沧海横流,方显英雄本色。宝源人有着善于在挑战中寻找机遇、在困境面前沉着应战的优良传统。从优秀到卓越是一个过程,企业的终极目标是基业长青,宝源公司将与经销商协手,以海纳百川之气魄,风雨同舟,荣辱与共,一路前行!



山东宝源生物有限公司董事长刘宝德与中国农业大学签订战略合作协议现场。



山东宝源生物有限公司副总裁任宝春与山东鲁花集团有限公司签订专供肥协议现场。



山东宝源生物有限公司副总裁任宝春与齐齐哈尔鲁源绿色产业基地签订专供肥协议现场。

山东昌邑市孙斋军：

我们围子镇主要种植作物是大姜。宝源公司和我们在镇上 3 个村各挑选 20—30 个示范户技术人员并结合我们当地的施肥习惯,针对不同的生育时期,合理调配不同的品种,制定一套科学合理的“双宝”施肥套餐。使原来每亩投入 3200—4000 元降至 2200—2500 元,成本上节省 700—1000 元。然后是跟踪服务,他们注重抓田间管理,勤跑,多看,发现问题及时帮助农民处理。到了 10 月底,大姜收获阶段,我们的示范户大幅度增产,个别示范户的鲜姜亩产量还突破了 16000 斤,创造了 2009 年度昌邑市境内大姜的最高产量!这些大姜示范户个个都喜形于色,也自愿给我们做宣传推广。

山东乐陵市张汝鹏：

从我自身感受而言,双宝肥料带给我合理利润空间的同时,最让我欣喜的是通过双宝这个品牌,成就了我个人的事业,这是我能够战胜竞争、独占鳌头的根本原因。大家都知道德州、乐陵市场是二铵、尿素的老市场,尤其是今年二铵、尿素价格低廉,所以我预计在销售旺季到来的时候会受到严重的冲击,销量会锐减。但是,事实证明,我的担忧有些过于悲观,在战略上犯了“右倾”错误。因为真正销售旺季到来的时候,凡是 2008 年使用过双宝肥料的大部分客户又回来了,并且又给我带来很多的新客户,使我的终端客户比 2008 年增加了一倍多,说实话这是我始料未及的,也是我今年销量增加的主要原因。这也充分说明双宝肥料是经得起市场检验的。一句话,推这样的产品,我放心,并且有信心;农民用起来很舒心,我们大家都很开心。

山东栖霞市朱彩华：

自 2004 年我们就与宝源公司建立了良好的合作关系。在公司领导的支持下,经过几年的风风雨雨,起起伏伏,“双宝”肥料在臧家庄的市场越走越宽,越走越远,销量亦是逐年稳步增长。“双宝”肥料已经被越来越多的果农认可,只认“双宝”品牌的果农,村村可见。因此,我总结出经营“双宝”肥料的“三乐”:宝源乐、果农乐、我们也乐!我们每年都定期聘请知名果树专家讲课,培训果农 6000 多人次,让果农逐步认识到科学合理施肥、配方施肥的重要性,走出以往单一、大量使用无机化肥的误区。同时,我们积极地扩大村级网络建设,一户带几户,一村带几村,以点带面,相互激励,相互督促。合理调配品种分布,在激烈的市场竞争中保证立于不败之地。事实证明,这也是最为快速的推广方式。

山东沂水县夏志海：

我从 2009 年春季开始在沂水县代理“双宝”系列产品。通过一年的努力,“双宝”肥在沂水市场逐渐生根发芽,并获得老百姓的信任和推崇,今年我取得了七百多吨的销售业绩。总结下市场经验,大致营销手段如下:一、春季:不拿利润拿市场,先惠农再求利;二、夏季:以高促销高激励,支撑高价位操作;三、秋季:顺应需求,灵活组织参观旅游,顺势拓展网络;四、冬季:顺应行情,乘胜追击,抢占备货先机。差异化的产品、以服务为导向的灵活的营销组合,必将是化肥流通企业突破发展瓶颈的唯一出路,让我们与宝源公司携手,与时消息,与时偕行,抢抓机遇,共谋发展,以取得更好的市场业绩,为中国绿色农业的发展而努力工作。