

鲁南制药:以优秀文化实现跨越式发展

一个国家、一个民族的强盛,总是以文化兴盛为支撑。同样,一个企业的日益壮大也总是以优秀的企业文化为基础。鲁南制药实施承包经营30周年的发展,以“不怕困难,挑战困难,战胜困难”的鲁南精神为核心,创新发展为驱动,党建文化为引领,以人为本的共享发展理念为目标,形成了内涵丰富、特点鲜明的企业文化体系,在实现跨越式发展中发挥着巨大作用。

鲁南精神 历久弥新

创业艰难、“96决战”、科技攻关、将士出征……鲁南制药的发展史可以说是一部不断遇到困难、不断克服困难、战胜困难的战斗史诗。30年的风霜磨砺,“不怕困难,挑战困难,战胜困难”的鲁南精神逐渐积淀和升华为企业文化核心。

作为鲁南精神的典型代表,2016年被中宣部授予“时代楷模”称号的鲁南第一任董事长、党委书记、总经理赵志全用生命诠释了它的内涵。赵志全作为新时期共产党员的优秀代表,是践行社会主义核心价值观的时代楷模。他的先进事迹充分体现了改革创新、勇于担当、敬业奉献、造福社会的价值追求和精神风貌,是新时期沂蒙精神的生动写照。现任鲁南制药集团党委书记、董事长、总经理张贵民表示,鲁南制药人要学习赵志全同志坚定的理想信念,勇于担当、造福社会的家国情怀。按照他指引的道路前行,不断丰富鲁南精神的内涵,为民族医药事业的振兴、促进国家经济发展做出更大贡献。

天津:创新医养结合 一体化养老模式

养老机构如何与社区医疗对接,让老人们充分享受到贴心服务,健康快乐地度过晚年生活,一直是百姓关心的问题。天津市滨海新区通过多种方式探索创新医养结合模式,近5年来,养老床位总数由1800张增加到3500张。其中,许多养老机构建立了“医养结合”模式,打通老年人健康养老的最后一公里。

今年5月,位于天津滨海新区官港森林公园附近的爱心医养院正式成立。这也是天津市首家由行政审批局批准成立的集医疗、养老、保健一体的综合机构。医养院共有床位127张,院内除了养老区外,还设有可同时对周边居民开放的社区医院,含内科、外科、儿科、妇科、中医科等主要科室,并配有彩超、化验等医疗设施,设有26张急诊常备床位。并为每一位入院老人建立健康档案,根据老人身体状况制定治疗康复方案。

“前两年老伴儿患上老年痴呆症,每天都要寸步不离地照顾,我也力不从心了……”年过八旬的梁大爷告诉记者,他的子女都在外地工作,难以照料他们的生活。听说已经开业的爱心医养院内还设有医院,他赶紧去给自己和老伴儿报了名。如今,梁大爷带着老伴住进医养院后,仿佛换了个人,整天乐呵呵的,“这里风景好啊!医生和护士24小时守护着,还能帮我老伴儿做康复治疗呢。”他说。

记者了解到,除了在养老院内设社区医院的尝试,滨海新区部分养老机构还和当地医院建立医生派遣、急救信息合作,为入院老人打通“老年就医”的最后一公里。今年3月,滨海新区第一养护院投入运营。养护院运营后就和泰达医院建立深度合作关系,为入院老人提供医疗保障。

“住进来后,我对这里的设施、服务、伙食都特别满意!”70岁的侯大爷是第一批入住第一老年养护院的老人,记者在侯大爷住的房间内看到,与其他养老院不同的是,这里的摆设布置更加温馨。标间内进门处是卫生间,往里走是客厅,沙发、茶几、电视、冰箱一应俱全。再往里是主卧,有两张床。最里面靠窗位置是阳台,还有洗衣机,健全的设施让人更有了家的感觉。侯大爷告诉记者,这里还有老年大学、活动中心、医院,不出养护院就可以看病拿药,很是方便了。“当时挑选养老院时,医疗服务也是我们考虑的主要因素。”

记者了解到,截至目前,滨海新区已运营的各类养老院21家,其中有3家机构内设医疗机构,有15家机构与医疗卫生机构签约,养老床位总计超过3500张,是5年前的近1倍。汉沽福利院是国办养老院的代表,多年前建立起内部的一级医保定点医院,老人可以刷医保卡看病取药,经过多年的实践,福利院医疗和康复职能逐渐凸显。

“可以说70%以上的入住老人都有不同程度的老年性疾病,也就是半失能和失能,这些老人要是采用过去那种生活护理方式是不行的。”汉沽福利院院长刘麦生说,医养结合不是简单的左手一个医院,右手一个养老院,养老院的医疗机构要不同于社会的医疗机构,不能局限于按点上班,按座上班。因此汉沽福利院就建立了全天候的医疗模式,将医护人员全部下沉到各班组,也就是老人床头。

“近年来,滨海新区在新建一批高标准医养院的同时,还对现有的养老院进行功能改造。采用养老机构与社区医疗服务站对接的模式,通过多种形式实现‘医养结合’的养老服务是社会的期盼,也是发展的趋势。”滨海新区民政局社会福利处处长赵光宇介绍说,预计到2019年,滨海新区养老护理床位将突破7000张。

(刘长海)

革故鼎新 前行不辍

“创新是最好的改革,发展是最好的继承。坚持以科技创新为核心,全方位推进以企业机制创新、营销创新、管理创新、文化创新为基础的全面创新,以全维度创新撬动市场。”这是张贵民给企业定位的发展方向。

当前,创新发展已融入鲁南制药血液,不仅仅体现在优势明显的技术领域,同样也在营销、机制、管理、文化方面显现出能量——“创新引领、服务推动”的观念落实在行动中,使业务人员的思想面貌、市场的增长方式发生了根本变化;在创新机制方面,通过制度保障体系、活动组织体系、激励机制、宣传表彰机制的建立和完善,形成了一套行之有效的方法,员工参与创新的热情不断高涨,创新成果不断涌现;在管理创新方面,以“创新引领、服务推动,提高质量,提高效率,多快好省”为指导方针,促进企业管理工作的全面创新升级;文化创新方面,继续深入践行企业文化精髓,丰富企业文化底蕴,努力拓展企业文化内涵和外延,充分调动员工的积极性、主动性、创造性,逐步建立以企业员工为主体的新文化体系。

党旗飘扬 红色引领

多年来,鲁南制药集团党委把“以党建凝聚人心,以党建推动发展,以奉献赢得和谐”作为党建工作重点。紧紧围绕企业中心工作,动员和激励广大党员带领群众为实现共同的目标而奋斗;以明确的指令,要求广大党员承

担任务,以主动积极的工作、规范有序的言行,为职工做出榜样;激励党员成为岗位尖子、技术能手,以一流的业绩展现价值;以企业文化为灵魂和指导,培养以创新为己任的新风气。

据鲁南制药集团党委委员、工会副主席李兵介绍,近年来,鲁南制药稳步推进基层党组织建设,充分发挥党员干部的先进模范作用,强调奉献和进取精神,全方位提高企业的工作效率,各个部门都涌现出创新模范个人,形成你追我赶的良好竞争势头。在充实企业文化的同时,重点打造以创新精神为核心的竞争思维,强调树立员工牢固的主人翁意识。积极围绕基层党组织,不断建立健全企业民主评议制度,提升企业决策的科学性、用人管的合理性,为企业创新注入了新的活力,全面提升了企业凝聚力。同时,开展学习型党组织的创建,提升员工自主学习的积极性,形成符合市场要求的创新理念。

“鲁南制药能够实现跨越式发展,一个很重要的原因就是创新基层党建管理模式,使其与现代企业管理模式相得益彰,将创新基层党建工作贯穿于企业科研、生产、经营的各个环节和方面。”张贵民说。

以人为本 共享发展

在鲁南制药采访期间,每当谈到企业发展目标,记者听到最多的不是“我希望”或“我期待”,而是“我相信一定”。令人惊叹的自信背后是以人为本文化筑牢的安全和底气。

鲁南制药企业文化中明确提出,企业经

营的最高目标是培养和造就人才。围绕这个目标,鲁南制药殚精竭虑,为员工的生活、成长、发展创造了良好的环境。

30年来,鲁南制药利用自有土地建房4000多套,解决了住房难问题,建幼儿园解决员工子女入托问题。企业还利用每年暑期设备检修期,让职工享受带薪休假1个月,组织外出旅游、参观、学习,并发放旅游补贴。企业还专门设立了爱心基金用于特困职工家庭的救助。

近几年,鲁南制药先后投资上亿元,用于文化体育场馆建设,并设立专门的文体活动基金。鲁南制药先后获得“全国群众体育先进单位”“山东省劳动关系和谐企业”称号,还获得了“全国五一劳动奖状”。

金秋是收获的季节,也是鲁南制药的文化活动季。从国庆集体婚礼开始,乒乓球邀请赛、厂庆文艺晚会、歌咏比赛等陆续开场。这些活动展现了员工们健康向上的精神风貌,增强了凝聚力和向心力。

栽好梧桐树,引来金凤凰。鲁南制药优秀的企业文化吸引着各类专业人才在这里扎根立业。目前,鲁南制药已引进包括30多名博士、1000名硕士在内的专业技术人才近万人,组建了一直朝气蓬勃、奋发进取、团结战斗的员工队伍。

优秀的企业文化是企业发展的根本支撑。鲁南制药的企业文化正在引领全体鲁南制药人朝着国内领先、世界一流的医药科研生产基地和国际化企业集团,向着国际知名品牌、百年企业进发!

(鲁翼)

从一块月饼 看“供给侧”改革

■ 于佳欣 翟永冠 沈洋 赵婉微 毛一竹

自2012年八项规定推进以来,月饼经历了一场价格和包装的“瘦身”,也体验了一次品质和品类的“加码”。月饼市场的“加码”之间既折射了作风建设的进展,也成为企业供给侧改革的写照。

今年中秋节前,记者走访发现,各地月饼价格普遍在几十元到几百元不等,相比过去动辄三五百甚至上千元的价格,“天价”月饼难再寻。在多地超市里,大部分品牌的月饼礼盒都在200元以下,包装也多是简单大方的铁盒、纸盒。前来购物的消费者以买散装月饼的居多。

江西老字号企业乔家栅食品有限公司创立于1979年,是江西本土最大的月饼生产企业。公司总经理助理王芬告诉记者,八项规定实施以来,每盒300元以上的高端月饼销量大幅下降,目前占比还不到1%。

经过“瘦身”,月饼市场曾一度销量大降,但不少商家却在提品质增品类上做“升级”加法。以全聚德为例,今年中秋月饼的供应量比去年有所增加,共推出35种口味的礼盒月饼。

业内人士表示,月饼从高价豪华礼品,变为飞入寻常百姓家的平价健康食品,既是“反四风”净化社会风气的结果,也是企业顺应消费升级、推动供给侧改革的努力。

全聚德公司副总经理宁灏说,面对2013、2014年月饼销售额40%的下滑,全聚德在各项成本增加的情况下,通过顺应市场进行转型,使得近两年销售基本趋于平稳。

“今年我们的一大特色是把110克月饼调整为85克,可以更方便消费者食用,避免浪费。”北京稻香村营销策划部部长高飞说,稻香村今年还推出技艺传承人谢道云大师月饼礼盒,沿袭古法手工制作,同时创新推出芸沙紫苏、蔓越莓等年轻人喜欢的时尚口味。

中国国际电子商务中心市场分析师源子涵说,近些年月饼原材料价格上涨,食糖2015年平均价格为5500元一吨,去年涨到6800元一吨,加之人力成本也在提升,但月饼价格却趋于稳定,这本身就反映了商家在转型升级上做出的努力。

中国贸促会研究院国际贸易部主任赵萍指出,随着消费升级和人们生活水平提高,月饼市场从高端走向低端,由奢华转为大众消费是必然趋势,“反四风”的推进加速倒逼月饼生产销售企业进行供给侧改革,更好地满足大众消费需求。

记者调研了解到,近年来,各地过度包装、奢华浪费、公款送礼等问题得到有效遏制。节庆文化的重新回归“平实”,也有利于推动月饼行业的健康发展。

“对于月饼企业来说,生产好吃又好看的月饼才是‘正道’。”宁灏说,“目前作为刚性需求的月饼产品需求量在萎缩,消费正在越来越注重产品的绿色与健康。我们也要顺应这一趋势,努力将品牌月饼打造成消费转型的绿色健康食品。”

赵萍说,应让回归节庆美食和传统文化“本源”的月饼市场成为常态,这就要求商家将主要精力用于月饼生产本身,加大传统工艺、口味创新以及品牌文化创意建设,不断推出更符合现代消费者健康需求、更具传统文化内涵的优质产品。

“济薯”特色品种 撑起地方特色产业

在山东诸城南部山区桃林镇下曹家沟村,德友甘薯种植专业合作社社员马志现家种的三亩多五彩甘薯刚刚开市,便迎来了四面八方的买家:“一开市便以2元钱一斤的价格卖了800多斤,顾客们反响很好,推荐了好些买家来。”68岁的马志现告诉记者,初步预计,他家种的彩薯亩产3500斤左右,照目前价格算,收入是传统作物的3倍还要多。更令马志现欣喜的是:刚开始进入收获季,来年的订单已不期而至。如此发展好势头,摘掉“穷”帽子不成问题。

“年初,山东省农科院专家来为村里的土壤‘把脉’,这里的土壤适合种植甘薯。引种五彩甘薯更是脱贫致富的‘重头戏’,引进了‘济薯26号’和‘紫罗兰’等三个优质品种的彩薯苗子共27万棵,带动村民腾出了65亩地种植五彩甘薯。”下曹家沟村驻村“第一书记”臧运祥如是说。

在下曹家沟村推广的“济薯26”是山东省农科院育成的鲜食甘薯品种,2014年通过全国甘薯鉴定委员会鉴定,它和“紫罗兰”都是“好吃好看又好卖”的鲜食甘薯品种,很受市场欢迎。

国家甘薯产业技术体系岗位科学家、山东省农科院张立明研究员介绍,该院甘薯创新团队立足山东省,涵盖安徽、河南、河北、福建等加工型甘薯主产区,创立了“龙头企业+科研+基地+农户”的产供销一条龙的产业化发展模式,在各主产区建立了示范基地100余处,总面积300余万亩。截至目前,“济薯”系列高淀粉和优质鲜食专用型甘薯新品种累计推广近2000万亩,新增经济效益近百亿元。

江苏阜宁上演“千人鱼宴” 食客连呼过瘾解馋

10月16日,江苏阜宁金沙湖首届渔文化旅游节揭幕。民俗渔具展示、观看鱼鹰和施网捕鱼、举行头鱼竞拍、品尝巨锅“金沙八鲜”以及千人鱼宴……渔文化活动精彩纷呈,让来自四面八方的游客和当地居民大饱眼福,连呼过瘾又解馋。

图为巨锅“金沙八鲜”。
宋从勇 摄影报道



水巷子·小青花 荣获全国十大明星小酒第二名



■ 张玉兰 本报记者 何沙洲

在消费者选择产品的时代,消费者无疑真正成为了市场经济活动的主体,一切经济活动都围绕着消费者的需求进行运转,消费者对产品的态度极大程度地决定着产品的市场竞争力及企业的兴衰成败。

近日,经过长达一个月的2017全国十大明星小酒网络评选,宜宾金喜来酒业的【仙临水巷子·小青花】获得广大网友的支持和青睐,荣获全国十大明星小酒第二名。

好的产品才能赢得消费者“口碑传播”。金喜来酒业秉承“为国人喜乐生活喜上添喜”经营理念,用“心”做中国“喜乐”文化白酒,在发展中努力将自身的技术优势与社会发展需求紧密地结合,将产品和服务的价值进行增值,全新推出明星产品——【仙临水巷子·小青花】,其造型古典优美,坚持非转基因纯粮酿造,是结合传统古法工艺与现代科技创新的全新结晶。

金喜来酒业有关负责人表示,此次投票结果是行业内对【仙临水巷子·小青花】的全面肯定,也将对【仙临水巷子·小青花】这个金喜来的明星产品的传播度、美誉度起到推动作用。同时,也将激励金喜来更积极地去发现或挖掘消费者需求,坚持一如既往地以产品品质、以产品差异化、以产品品牌内涵和服务来回报他们。

金喜来酒业有关负责人表示,此次投票结果是行业内对【仙临水巷子·小青花】的全面肯定,也将对【仙临水巷子·小青花】这个金喜来的明星产品的传播度、美誉度起到推动作用。同时,也将激励金喜来更积极地去发现或挖掘消费者需求,坚持一如既往地以产品品质、以产品差异化、以产品品牌内涵和服务来回报他们。

山东大妈卖馒头3年 年销1000万元



● 图为做好的花饽饽造型逼真,栩栩如生。(图据视觉中国)

2014年11月,她创立了自己的品牌,专门经营胶东花饽饽和喜饼。截至目前,林红已先后从农村招聘了40多名固定员工。随着品牌形象越来越好,林红利用电子商务在线销售,生意一天比一天火爆。如今,每天都能从网上接到许多来自全国各地的订单。花饽饽

可爱的造型特别讨人喜欢,这也是深受全国各地消费者欢迎的主要原因之一。搭上了网络销售的快车,林红的花饽饽事业发展迅猛,很快就卖到了全国各地。短短3年时间,在全国已有36个加盟商、200多个代理商,年销售额超过1000万元。

(钟辛)