

把儒学精髓融入企业的经营管理之中

■ 任武贤

《论语》渗透于中国人的骨髓,处处散发着人文关怀与德性魅力。制药作为特殊的行业,关乎人民生命健康,关乎国家的兴旺发达,更关乎民族千秋万代的传统,更需要以人为本,以德为先,绝不能把利润的追求放在第一位。本文试从制药文化、制药理念、制药道德和制药市场四个角度谈谈《论语》在今天对制药业的指导作用。

一、制药文化——道德为先,义利并重

《论语》对企业文化的影响体现最明显的是在日本。不管我们怎么不喜欢它,这个小国家在“二战”后国力恢复中爆发出的惊人能量,与儒家文化在日本的完好存续是分不开的。当年蒙古人统一华夏时,日本人就认为中国已亡,便以儒家文化的“正根”自居。而儒家仁、义、礼、知、信、忠、勇等要素,在日本国民得到了很好的保存。以日本“工业之父”涩泽荣一以《论语》作为培训工业企业管理人员的教材。村山孚的《新编论语》一书,更是专从企业经营角度研究《论语》的专著。

医和药是分不开的。中国古称行医为“悬壶济世”,制药业的功绩可见一斑,而对其要求之高自然也在情理之中。

第一个要求是以德为先,重视道德在企业文化中的作用。韩国高丽大学前校长洪一植曾在韩国《经济人》周刊撰文说:“道德性是优秀企业文化的绝对标准,立足于道德性树立企业文化,是成为世界一流企业的首要条件。因此说,树立企业道德是比开发尖端技术和改善企业体制更重要的事情。那么如何树立企业的道德性呢?在这方面,我们拥有丰富的有价值的民族遗产。我们民族自古以来就有高度的道德文化,但是在西欧现代化的浪潮中被忽视了……道德是体现真正生活价值的基础……我们希望我国的企业创造性地继承和发展韩民族固有的道德性,成为真正世界一流的企業”。

中国的儒家哲学完全可以与现代管理熔为一炉,对员工进行道德教育。松下电器商业学院通过学习《大学》、《论语》、《孟子》、《孝经》这四部儒家的经典,来确立“商业之道在于德”的思想,以此建立人性管理模式。每天早晨,全体学员集合,各自面向自己的家乡,

张家港联合铜业通过“三标一体”认证

■ 吴铜俊

张家港铜业公司顺利通过了中国质量认证中心质量、环境和职业健康“三标一体”体系审核,并获得中国质量认证中心颁发的新版体系认证证书。标志着张家港铜业公司企业管理向“制度化、规范化、标准化、科学化”又迈进了一大步。

通过获得质量管理体系、环境管理体系和职业健康安全管理体系公正独立的第三方认证,对于提升企业综合管理水平和市场形象,增强企业核心竞争力将起到积极的推动作用。

2013年5月19日至20日,中国CQC质量认证中心高级审核员一行11人审核组对公司认证、质量和职业健康“三标一体”运行情况进行了为期两天外部审核。审核老师通过查阅相关管理资料、现场检查后,认真地对公司“三标一体”管理体系的运行情况进行了详细分析。一致认为张家港联合铜业公司自2000年9月18号程序文件发布实施以来,公司做到不断更新与完善,着重在管理方面做了大量改进,取得了明显的成果,公司的管理体系运行正常,完全符合“三标一体”认证条件,一致同意通过审核。

2012年6月,公司开展“三标一体”的贯标工作,公司上下高度重视,制定详细计划,分阶段进行,保证认证工作的持续推进。认证小组通过集中培训、现场授课、试卷问答等多种形式进行宣贯。组织各部门进行了环境因素和危险源辨识评价,确定了重要环境因素和重大危险源,建立了法律法规清单台账,完善了管理实施方案和应急预案,完成了“三标一体”管理手册和39个程序文件的编写工作,对标准执行及流程管理进行认证。在实行过程中坚持做到固化流程,完善标准。半年来公司通过管理制度和程序落地、管理循环闭合,使企业的规章制度能够有效贯彻落实到企业管理和生产运营中,提高了执行效率。通过有效的监督考核机制,对管理流程的每个环节进行全过程监控,使管理工作深入推进,确保公司员工熟练掌握流程、明确标准、清晰职责。

“三标一体”整合工作,是公司落实科学发展观、构建和谐铜业、创造企业健康发展环境的举措。公司“三标一体”整合工作通过认证,标志着公司在制度化管理方面又迈上了一个新的台阶,对进一步促进公司的管理向“制度化、规范化、标准化、科学化”迈进,对公司管理水平、经济效益、安全效益、环境效益和社会效益的提高,以及管理工作最佳化及公司整体运营节能环保都将发挥重要的作用。

遥拜父母,心中默念《孝经》:“孝,德之本也”,“身体发肤,受之父母,不敢毁伤,孝之始也。立身行道,扬名于后世,以显父母,孝之终也”。然后,每一个成员,正襟危坐,双手合十,口诵“五观之偈”,进行自身反省。其五偈为:一偈:“此膳耗费多少劳力”;二偈:“自己是否有享用此膳之功德”;三偈:“以清静寡欲为宗”;四偈:“作为健全身心之良药享用此膳”;五偈:“为走人之正道享用此膳”。

第二个要求是义利并重,回报社会,依法纳税,承担起相应的社会责任。《论语》是中华民族优良的传统道德,日本曾借用《论语》,得出“《论语》+算盘”的经营模式。涩泽荣一提倡“一手拿《论语》,一手拿算盘”的儒家式经营理论,其基本精神就是“义利合一”。“义利合一”有两层含义:一是以公益为利,则利即是义,义利不分;另一层含义是承认工商谋利活动有其正当的价值,但必须用道德对其进行规范指导,使其符合伦理的目的。同仁堂在2003年SARS病毒的非常时期坚决不趁势涨价,并加班加点尽量保证药品供应,体现出强烈的社会责任感。作为回报,在香港乃至全球股市低迷的情势下,“同仁堂”在港创业板上市后,每股获得二十多倍的超额认购,为香港股市大增人气。

二、制药理念——用心做药,以人为本

制药业的特殊性决定必须以人为本。这有两层含义:一是在产品上以人为本,更好地为百姓服务;二是在管理上以人为本,关心员工的成长和利益。《论语·乡党》“厩焚。子退朝,曰:‘伤人乎?’不问马。”圣人在处理人与物的轻重关系上是极为妥当的。这一则也历来作为圣人以人为本的范例而被广泛引用。

在制造和经营药品的过程中,要把消费者的健康和员工的成长利益放在重要位置。被誉为日本“经营之神”的松下幸之助的名言是:“松下生产人,同时生产电器”。他建立了一个庞大的培训中心,每年可以轮训五万员工。学院遵守的信条是:和亲合作,全员至诚,一致团结,服务社会。学院把儒家经典《大学》中的“明德,亲民,止于至善”作为学员研修的目标,并作出了创造性的诠释:“明德”就是“竭尽全力,身体力行,实践商业道德”;“亲民”就是“至诚无欺,保持良好的人际关系”;

推进宣传思想文化建设,努力推动茅台销售转型

■ 丁娜

自国务院要求中央各部门要把“三公”经费向社会公开后,市场上多年来“只涨不跌”的一些名烟、名酒价格陆续有了不同程度的下调。从今年以来的经济运行状况看,我国经济增长阶段转换的征兆更趋明显。茅台集团董事长袁仁国在接受记者采访时表示,目前中国的白酒行业正处于调整阶段,去年整个行业的产能是1200万吨,已经形成供大于求的态势,但是茅台作为中国白酒的旗帜性产品,依然有很多机遇和优势,只是需要转变消费群体,实行销售转型。

这意味着茅台现在处在了一个改革发展时期,如何发挥好企业思想政治工作的积极作用,建设一个和谐的企业环境,打造一支更稳定的职工队伍,为企业生产经营活动提供精神动力和思想保证,增强凝聚力和向心力,实现公司的平稳转型,全面完成公司年度销售目标,成为了茅台集团宣传思想工作即将面临的重要课题。

日前,在茅台集团公司召开的宣传思想文化工作专题会上,集团公司党委副书记、副总经理房国兴,集团公司总经理助理彭云,公司党委宣传部、党办、组织部、工会、《茅台酒报》报社、企业文化处、团委、信息中心等部门负责人,就如何从战略的高度上思考和谋划,做好宣传思想文化工作,增强宣传思想工作这种软实力,依靠企业的软实力,促进企业的硬发展,开创公司宣传思想文化工作的新局面等问题进行了认真的分析和探讨。在会上,笔者听到了很多宣传思想工作的一些建议和意见,结合本人从事的相关工作及平时与生产一线员工的一些交流,对当前经济形势下,如何些做好宣传思想文化工作,打造一支稳定的员工队伍工作方面的也有一些积极的思考。

企业宣传思想文化工作与公司的发展息息相关。宣传思想工作,是在经济高速发展中统领员工思想的一个重要武器。在现目前价值缺失,信息高效发布的社会,宣传思想工作更起到了增强员工责任感,凝聚人心,增强企业向心力的重要作用。

从总体上看,公司大部分员工对自身有一个正确的认识,大多数员工在工作中能够尽职尽责,有积极的工作态度和工作热情,对待工作有正确的世界观、价值观和主人翁责任感。员工们普遍对当前的经济形势都有一定的了解,有一定的忧患意识,员工的危机感和责任感很强,应该说与前些年相比,今天的职工除了关注个人的工资收入,也非常关心公司的生产经营、关心市场的需求,以及公司未来的发展了。对公司的转型问题态度积极,

“至善”就是“为实现尽善尽美的目标而努力”。松下就是用这样的方法来塑造人性,培养人的至善仁德的。松下公司通过学习孝道和儒家推己及人的思想,培养员工的仁爱之心,促进企业的有效管理,实现自己的企业思想。天津东亚公司的宋裴卿先生生命人在公司大楼的山墙上写着:“己所不欲,勿施于人”,“你愿怎样对待你,你就怎样对待人”几个赫然在目的大字,作为东亚公司的广训。他把“己所不欲,勿施于人”作为经营管理的格言,实质上是以自我管理来达到全系统的管理,用东亚公司的另一句话来说,就是“自己作自己的管理人”。东亚公司用孔子的话作为广训,既适合中国人的传统习惯与心理,又起到了管理作用,把外在的“他律”变成了内心的“自律”。大家知道,孔子的名言“己所不欲,勿施于人”,已经在国际联盟(今联合国)的《人权宣言》和1993年世界宗教领袖们通过的《世界伦理宣言》中作为基本原则为各国接受,成为普世价值。

三、制药道德——诚信为本,谨慎负责

1、质量第一。坚持严格的材料来源审查。300多年来,同仁堂始终把“炮制虽繁必不敢省人工,品味虽贵必不敢减物力”作为永久的训规。徽商胡雪岩以资助左宗棠而得“红顶商人”美誉,被清政府授衔,赏紫禁城骑马、穿黄马褂。这在清朝商人中绝无仅有,其事业之成功也不言而喻。他创办杭州胡庆余堂,选药极为讲究,黄芪等药材非淮河流域不取。今天仲景制药的广告“药材好,药才好”也非常经典。所以,质量监督员在这方面掌握着生杀大权,如果质量不合格,哪个领导批条子都不行,圣人教诲——“当仁不让于师。”

2、新产品上市要慎之又慎。药品直接关系到人的生命安全,故不可不慎。新品上市之前,相关部门的审批固然是一个许可。但作为研发部门,药企务必尽可能地向患者说明其毒副作用。这是药企的义务,更是药企的良心。《论语》里屡屡出现“敬忠而信”、“敬其事而后其食”的教诲。患者是药企的衣食父母,对待他们,不可不慎重,于是对待自己的工作,也就不可不尽心尽力,负责认真。

3、有的制药企业给产品换个名字,拿到批文,产品价格便扶摇直上,实有欺骗消费者

之嫌。其初衷显然是为牟取暴利,可惜最终却未必真能如愿。这种不仁之行钻的是政策的空子,可能得利于一时,却不可横行于一世。反不如踏踏实实地搞好产品开发,稳扎稳打。须知苍天有限,福报皆为自造。有道是“仁者安仁,知者利仁”,仁者以仁心立世,以诚心行世,也必将由此获取更大回报。

4、有的不良药企不断在广告上制造新名词新概念,误导消费者。有些病其实根本就不是病,也就根本不需要治。“人而无信,不知其可也。大车无輹,小车无軌,其何以行之哉?”(为政)药企类似的行为只能起到反作用,不但不会带来长久利润,反而会因声誉问题而影响自己其它合格产品的正常销售。

四、制药市场——勇于开拓,共存共赢

1、坚忍不拔,开拓市场,寻求发展契机。日本丰田公司创办人丰田佐吉经营管理的座右铭为“天、地、人”。其子丰田喜一郎的座右铭为“天地人,智仁”。其孙丰田幸一郎又增为“天地人,智仁勇”。“天地人”来源于《孟子·公孙丑下》:“天时不如地利,地利不如人和”。此外,中国古代商人也曾强调“因天时,乘地利”,考虑市场的变化,因时因地制宜。“智仁勇”是儒家的“三达德”,来源于《论语·子罕》。孔子曰:“智者不惑,仁者不忧,勇者不惧”。也来源于《礼记·中庸》:“好学近乎知,力行近乎仁,知耻近乎勇”。“智、仁、勇三者,天下之达德也”。药企既要有敏锐的眼光,善于发现市场缺口,又要担当社会责任,满足社会需求,还要有“君子敏于行”之勇,果断出击,开拓市场。这样一个兼具“智、仁、勇”三德的药企,其发展自是不可限量。

2、当今市场竞争是激烈的,但并不一定要拼个你死我活。“攻乎异端,斯害也已!”(《为政》)如果将竞争对手视为异端,必欲除之而后快,那就大错特错了。制药业的生产 and 流通领域完全可以实现和平共处,共同发展,即如《论语》所言“己欲立而立人,己欲达而达人”。自己希望企业事业强大,实力雄厚,也得允许同行生存发展,毕竟它们也得养活大量员工,而每一个员工都要承载一个家庭的生活希望。双赢共存,既符合双方利益,又有利于创造一个清平和谐的社会生存环境。

(作者系全国人大代表、亚宝药业集团董事长)

推进宣传思想文化建设,努力推动茅台销售转型

多数员工认为当前公司改革转型已势在必行,希望公司能尽快提出具快的举措。同时,经过多年的企业文化宣贯,员工对茅台的品牌价值也有很高的认同和自信心,具有积极向上的工作态度,对茅台的明天,对公司领导班子充满信心。这是一个可喜的现象,在必然的趋势下,若职工理解,就能使改革在稳定中平稳过渡。

但是在基层中走访也发现,员工思想状况比较复杂,员工们在工作和生活、人际关系中诉求较多,其中也不乏一些合理的意见和建议。有少部分职工对一些相关的问题,尤其是敏感性问题,如对领导的信任问题、干部的廉洁自律问题,由于客观条件与主观的愿望的反差太大,许多员工表现出了一种消极的思想趋向。在和一些基层员工聊天时,发现他们对公司的一些负面信息并不是亲身经历,而是道听途说的,但是因没有及时的了解员工们的思想动态,对他们的疑问没有进行及时有力的解释,就导致员工出现了这些消极情绪。如果这些不良心态不能得到调适,就会产生严重的负面影响,甚至有可能成为公司改革发展中的阻力,影响改革发展稳定的大局。因此我们要通过文化整合、环境影响、舆论引导、提高信息公开披露力度等措施,使员工克服负面情绪,化解心理矛盾,进一步加强员工爱厂如家的主人翁意识,发扬“爱我茅台、为国争光”的企业精神。在一定范围内,我们应拓宽员工反映心声的平台和途径,有要求答复的问题能给答复的,要尽快做出明确的答复,能解释的给予合理的解释,减少来访,宣传政策,解除员工的疑虑。

公司党委宣传部,是负责公司的政治工作和理论宣传的主要工作部门,但是工作人员比较少,而且宣传贯彻的资源有限,导致公司的政治工作方面对上级政策的宣传贯彻工作力度不够。公司员工对一些政策法规法律规,经济形势等的了解大部分只是一般性知道,如何实现改革并没有具体的想法。在当前的形势下,员工对转型都普遍表示支持和理解,但茅台的长久以来在市场上的强势表现,以及对当前消费环境的幻想还是始终停留在员工的脑海中,导致员工还存在着很强的依赖心理,“等靠”思想严重,员工的市场意识和风险观念依然不是很明晰,因此转变思想观念,也成为公司在进一步深化改革中保持队伍稳定的关键。转变员工思想观念,加强员工转变思想观念的宣传教育,需要把我们公司的企业文化宣贯工作和政治工作有效的结合起来,这也需要我们的相关宣传部门通力合作,联合发力,保证企业改革发展和稳定大局。加强对党的路线、方针、政策、公司生产经营、企业

管理、改革发展的贯彻和宣传工作是当前宣传思想文化工作的一项重要工作任务,建立对上级指示和政策贯彻落实的监督机制,不但要采取有效的措施贯彻政策,还要有贯彻落实情况的反馈,要采取不同的形式了解职工对政策的掌握情况,要发挥各种会议的作用,以及我们的《茅台酒报》、国酒电视台、内网信息平台等内宣媒体的作用。

在大力发挥我们内部宣传媒体的实施正面灌输的同时,还要注重加强基层党支部书记干部队伍素质从而带动员工队伍素质的提升。基层党支部是基层政工工作的直接领导者和实践者,与员工直接面对面,员工对他们的言行比较了解,是员工最直观的榜样。支部书记提高自身素质、发挥带头作用、树立良好形象、改进工作方法,能更直接、有效的地调动职工的积极性。加强对基层党务工作者的能力与素质培训,一是要加强素质教育和个人修养,二是加强管理能力的学习培训,三是加强业务知识的学习。通过创建学习型企业工作的开展进一步探讨出新的激励培训机制,提升我们中层管理人员的素质,在员工中发挥积极的带头引领作用,进而再进一步提高员工队伍的整体素质。提高员工队伍的整体素质是一个更加艰巨的工程,不仅要加强员工业务技能培训教育,还要注重员工政治教育、集体主义教育等。全面营造一个和谐的集体环境,培养员工集体责任感和激发职工的对工作的热情和对企业的关心,是基层干部结合单位的各种实际采取各种有效的方法调动职工积极性的思想基础。营造一个和谐的集体环境,紧紧依靠员工群众与公司协调发展有机结合起来,兼顾公平与效率,充分发挥员工的主动性和创造性,才能保证茅台继续在白酒行业中勇立潮头,继往开来,继承创新,实现跨越式的新发展。

(作者单位:茅台集团党委宣传部)



黄河之水天上来

——写在河套酒业成立六十周年

连载 90 汉明 著

文明的形成是一个积累的过程,张庆义 的搜集视野非常广泛,从时间跨度上,他把千年的河套烧酒文化积淀加以开掘,从地理跨度上,四川、贵州、台湾等著名白酒企业的经验,美国、日本的企业经营理念,统统进入张庆义的视野里。

张庆义有接近55年的企业生涯经历,这使他保持着与时代沟通的能力,跨时代积累优秀因子,成为河套酒业优秀基因的来源。

百年企业

如同中国山水画,表面上老旧,但暗含无限生机,这就是张庆义管理企业的童心文化。在河套酒业,我们看到了仿汉代风格的古雅高楼和美丽花园,看到了河套酒业如日中天,而张庆义的兴致不仅如此,他很有童心,他像一个手握飞镖的男孩一样还在为未来做准备,浓香型酒、发酵奶酒和芝麻香酒能否击中酒业时尚的靶心,他对此十分着迷。

河套酒业荣誉榜

1973年,“河套白酒”荣获“内蒙古自治区优质产品”。

1978年,河套白酒被评为“内蒙古自治区一类产品”。

1986年,“醉春秋”荣获自治区酒类其他香型第一名,“河套陈缸”荣获第二名。

1992年,52°河套老窖获法国巴黎国际食品博览会金奖。

1993年,河套牌53°河套老窖、河套宴酒荣获“中国驰名商标精品奖”。

1995年,张庆义同志获全国劳动模范称号。

1996年,白酒十七组被中华全国总工会授予“五一劳动奖章”。

1997年,河套酒业顺利通过中国方圆质量认证委员会ISO9002质量体系认证,河套老窖、河套宴酒通过ISO9002产品体系认证。

2002年,河套酒业集团被自治区人民政府认定为“自治区20户重点企业集团之一”。

2003年,河套酒业工会被中华全国总工会授予“全国模范职工之家”称号。

2004年,公司被国家工商总局评为全国守合同、重信用企业。

2004年,“河套”商标被国家工商总局商标局评为“中国驰名商标”。

2004年,御膳春通过GMP认证,成为“自治区唯一获得GMP认证的保健酒企业”。

2004—2006年,河套酒业集团连续三年位列国家统计局和中国食品工业协会发布的“中国白酒工业经济效益十佳企业”行列。

2005年,罗维同志获全国劳动模范称号。

从2005年开始,河套品牌连续六年被世界品牌实验室授予“中国500最具价值品牌”称号。2005年品牌价值为7.46亿元,2010年提升到26亿元。

2005年,河套酒业被全国工农业旅游示范点评定委员会评定为全国工业旅游示范点。2007年,被全国旅游景区质量等级评定委员会评定为国家级AAA级旅游景区。

2005年,河套酒业被中国国家标准化管理委员会认定为AAAA级标准化良好行为企业。

2006年,商务部授予河套酒业“中华老字号”称号。

2006年,河套白酒和保健酒被中国酒文化专业委员会评为“中国文化名酒”。

2006年,年产5000吨河套王原酒生产基地被中国酿酒工业协会命名为“中国北方第一窖”。

2007年,百吉纳奶酒顺利通过国家绿色食品认证。

2008年,百吉纳奶酒公司被国家农业部认定为“国家乳品加工技术研发专业分中心”。

2008年,河套酒业被国家农业发展银行授予“黄金客户”信誉称号。

2009年,河套酒业被中央精神文明建设委授予“全国精神文明建设工作先进单位”。

国药准字H46020636

快克®

复方氨酚烷胺胶囊

适用于缓解普通感冒或流行感冒引起的发热、头痛、四肢酸痛、打喷嚏、流鼻涕、鼻塞、咽痛等症状,也可用于流行感冒的预防和治疗。

请在医生的指导下购买和使用

海南亚洲制药生产

海南快克药业总经销