

企业家日报

中国品牌

Chinese brand weekly

东裕·汉中仙毫协办

ENTREPRENEURS' DAILY

今日 4 版 第249期 总第9920期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:赵敏 责编:袁红兵 版式:黄健 全年定价:450元 零售价:2.00元

2020年11月1日 星期日 庚子年 九月十六

鲁南制药: 走转型之路 塑百年品牌

■ 谷会媛 孔然 杜永武

10月23日至24日,“‘四新’经济看鲁南”鲁南制药集团建厂52周年全国主流媒体采风活动举行,来自中央、省、市40余家主流媒体记者一起探寻鲁南制药这家老牌药企的转型之路。

“科研上,从速度型转变成效益型,科研产出要落实到安全、质量、环保、能源和生态上。生产上,由手工操作向自动化转型,注重精益和全成本管理,做到生产规模最大化、批生产周期最短。业务上,由服务型向学术型+服务型转化,推进全方位战略合作。”在鲁南制药“千亿时代的转型之路”2019干部集训营上,鲁南制药集团党委书记、董事长、总经理张贵民为科研、生产和业务模块指明了转型的方向。

作为一家老牌药企,面对行业竞争压力和国家政策性转变,企业转型广泛而深刻。转型,不是一蹴而就的,需要用非常之力、恒久之功。

2020年的10月1日,对鲁南制药人来说是个特别的日子。因为,鲁南制药首家线下大药房——首荟大药房正式开业。以“造福社会,创造美好生活”为己任,鲁南制药集团始终致力于传递健康生活理念,为用户提供智能化、便捷、优质的医疗服务。借助首荟大药房,鲁南制药集团开启“医+药+社区+互联网”新服务模式,提供从生产端到服务端的全路径健康服务。

“治未病,从首荟开始”,首荟大药房是鲁南制药首荟系列的重要成员之一,是鲁南制药产品的展示窗口,是服务百姓的便利窗口,是“治未病”理念的宣传窗口,是鲁南制药改革转型、创新服务的窗口。首荟通便胶囊、首荟伴侣已经上市销售,首荟商城即将上线,首荟健康管理中心也正在筹建之中。

与首荟大药房相呼应的是,鲁南制药集团办公楼前的鲁南制药中药文化展。“大力发展中药”“传承精华,守正创新”“治未病,从首荟开始”三大板块层层递进、步步相扣,数千年的中药芳华在这里绽放。

以中药起家的鲁南制药匠心传承,大力发展中药,致力于打造“治未病”新时代的健康模式,将文化传承与现代工艺相结合,建设中药基地,锻造拳头产品,中药制药共性技术国家重点实验室发挥人才与科技优势,带动开发多种中药产品。现拥有中药批准文号85个,中药口服液体制剂(口服液/合剂)、片剂、丸剂、栓剂、颗粒剂、胶囊剂、注射剂……剂型齐全,方便惠民。

守正创新,大力发展中药,寄托着鲁南制药人对健康生活的向往,承载着鲁南制药集团奔向千亿的希望,正在开启转型升级的道路。

互联网时代,鲁南制药积极布局互联网销售,建立互联网销售部,与京东、阿里健康、好药师等电商单位合作,推广公司OTC产品,取得了可观的销量,对于提高产品品牌知名度、公司知名度起到了重要作用。

春种一粒粟,秋收万颗子。52年来,鲁南制药匠心耕耘,为百姓健康谋福祉,迈出的每一步都铿锵有力,落下的每一笔都浓墨重彩。产品品类涵盖15个药物系统,80多个品种,200多个产品,先后获得何梁何利基金与技术创新奖1项、国家技术发明二等奖1项、国家科技进步二等奖7项、山东省技术发明二等奖2项、山东省科技进步奖25项、中国专利金奖1项、山东省省长质量奖1项。

52年,鲁南正青春。

别把社群运营做成客服

◎别把社群运营做成客服 ◎社群运营的核心目的 ◎社群运营的具体手段

| 新一轮产业变革形势下车企与用户共赢之道 | 系列报道之十

纪士丰:做人交心,做事讲品

——宁夏冀海工贸物流公司总经理纪士丰的人物印记



◎宁夏冀海工贸物流公司总经理纪士丰

■ 本报记者 赵健

来银川打拼十多年后,1977年出生的河北藁县人纪士丰成为了新银川人。新近买的万科房产已经交付,他爱人正在忙前忙后紧锣密鼓的购置家具物品,准备乔迁。纪士丰依旧不停忙着公司的事,尽管离市场旺季还有一个多月,但是,面对经济下行压力,加上新冠疫情影响,公司下一步发展的许多工作,都需要他和同事们积极想办法应对。

素有“塞上江南”之称的银川早已成为了纪士丰的第二故乡,这里有他为之奋斗的青春记忆,这里有一帮志同道合的兄弟朋友,有自己呕心沥血打拼出的事业,更有他憧憬着的美好未来。

吃亏是福,在舍得间开阔眼界

老话说,在家靠父母,出门靠朋友。纪士丰用自己的实践,让这话淋漓尽致地表现出来。

2003年,因为老家有钢厂,他们找了关系,可以为钢厂提供焦炭。于是,纪士丰和几个河北老乡一起来到了内蒙古乌海市。“那个时候乌海的煤炭开采十分红火,生意也好做”,纪士丰回忆着,三年以后,他们便在乌海成立了一家贸易公司,专门从事煤炭制品、焦炭、焦粉、焦粒的贸易。

后来,有了一定的经济积累的他们酝酿着自身不断发展壮大。于是,他们有了构建“建设大型煤炭基地,打造一流煤炭企业”的美好愿景。经过多方考察和综合论证后,他们来到了宁夏自治首府银川,决定以煤炭板块为发展重点,立足煤炭,实现多元化发展。

当然,理想很丰满,现实很骨感。对未来自事物的美好想象和希望,不是建在空中的楼



阁。对此,纪士丰有清醒的认识。他对记者说:“一个企业是否做好、做大,关键看在其资源链上的整合能力。其中最大,也是最需要的是人脉资源的整合。世人都说,一个好汉三个帮。我们从河北过来,先用心来交朋友,用感情来维系关系。不管你需要了解什么信息,办什么事的时候,朋友们都会来帮你。广交朋友,对自己,对企业都是有帮助的。”

纪士丰在银川的朋友很多,遍布各行各业。他有些自豪的说,在他居住的小区附近的餐馆几乎都被吃了个遍。因为,那是他和朋友们聚会、交流的场地。他的朋友甚至为此一次购买几吨的酒存放着,供其聚会时享用。

这或许是北方人实在和西北人好爽的性格使然。但在纪士丰眼里绝非什么人都可称为朋友的,正所谓道不同不相为谋。他认为,人与人之间的信任最重要。对待朋友必须真心,要为自己着想,为朋友付出,甚至为朋友吃亏,但是吃亏是福呀,换来的是朋友真诚相待。只要以诚相待,都会遇到能交心的朋友,一个人人品好,待人诚恳,有责任心,有理想,那就是值得真心交往的朋友。

也正是有了这些好朋友,在他自己或公司有事,这些朋友都会鼎力相助,他也会力所能及的帮助朋友。甚至在他公司里,哪怕司机做错了事,违了章,出来事故,他几乎没有训斥过司机,罚过司机的款。他拿他们当兄弟,当朋友。大家以心换心,将心比心,司机们都被他感化。

于是,他公司的司机都十分自觉的干好自己的工作,不仅在于能拿到高薪,主要还是得到了相应的尊重。纪士丰说:“管理的精髓还是在于调动人的主观能动性,我真诚的对待大家,大家也会尽心尽力的做好工作来回报我”。



2014年,他购买了三台陕汽德龙重卡。有一段时间都在一个企业里拉煤炭,别的公司也有19辆其他车辆在拉同样的货物。没想,他的3个司机不仅苦干,而且巧干,一个月下来,硬是比19辆车的货物总量还多,三个司机3辆车干赢19辆车成为当地业界佳话。

纪士丰说,只要发挥人的主动性,什么奇迹都会出现。

品质之选,助力事业发展格局

如果说纪士丰做事只靠感情,那会是一种片面误解。

纪士丰知道,要成大事,特别是要成大事,必须得有品质来做保证。也就是说,良好的人品、优质的产品、最好的信誉是成事立业的基础。

如今,冀海工贸不仅仅是煤炭贸易,业务已经延伸煤炭加工、销售,乃至仓储和物流等等。纪士丰说,面对企业的发展需要,必须坚持以人为本、诚信立业的经营原则,将生产能力与生产质量放在首要位置,走品质发展道路,才会在激烈的市场竞争中保持良好的竞争力,实现企业快速、稳定地发展。

当然,每个人的经营思路不一样,采取的企业发展战略也各不相同。在公司的物流运输方面,纪士丰主张不断地发展自有车辆,加强企业的精细化管理,不断完善管理制度,在提升车队管理及司机驾驶水平,降低油耗和运营成本,提升运输效率和整体运营收益;同时,将供应链管理等先进理念引进企业的生产经营流程,提高了企业核心竞争力。

所以,他特别注重运输车辆的选择。经懂行的朋友推荐,纪士丰采购了第一批3辆陕汽德龙X3000系列重卡,没曾想,其中有一辆

车在刚装上煤炭驶出不到80公里,发生了发动机烧缸的严重质量问题。

正所谓,好事多磨。当他心急火燎的赶到现场时,陕汽厂家和经销商,以及维修人员也到了,提出马上更换发动机的解决方案。当时,纪士丰碍于朋友的情面,没有提过多要求,便连夜返回。早晨醒来电问驾驶员车修得咋样了,驾驶员告知他,车修好了,货都已经卸完。纪士丰当时相当震惊,不到14小时,更换发动机这样的大修都已做完,他对陕重汽的服务和品质有了深刻的认识。

“我现在在公司已经有陕重汽24台德龙重卡了,总体来说还是陕汽德龙的车硬、皮实、耐用,小毛病几乎没有,驾乘舒适,密封性好,司机都比较认可,特别是陕汽的服务,对我们来说相当满意,可以用完美来表示。”纪士丰陕汽产品和服务有着十分的肯定。

他说,目前冀海物流的运输业态是点对点的运输,从目前使用的陕汽德龙重卡来看,性能、质量等各方面已经很好了,售后和维修、服务也有保障。所以,下一步随着公司的发展,物流运输的车辆要不断“大”,初步形成二三百辆的规模,方便公司的规范化管理,陕汽德龙重卡肯定是公司增加和更换车辆的不二之选。

不难看出,与其说是纪士丰在承诺着什么,倒不如说,是他对陕汽重卡品质的高度认同。

通过和纪士丰的接触虽是短短几个小时,记者对他的人物印象倒是十分深刻:他乐观豁达,不管朋友有什么事,他都倾力相助;他待人诚恳,即便是公司司机违章出事故,他也不是罚款训斥,而是动之以情,晓之以理,感化人心。

他为人正直,和家人出行驾车在路口,遇到不慎摔倒的骑车妇女,他马上下车去搀扶,让朋友都惊呼:你胆肥呀,不怕被讹上呀,他只是呵呵一笑,不怕,我只是做了我自己觉得正确的事!

他不会过多计较得失,他说,舍与得,不只是一个心态的问题,更是一种品德,有舍才有得,做人简单一点,实在一点更好。

有人说,和人相处,最自然和最放松的方式就是彼此都舒服。这点,和纪士丰在一起就有这种感觉。

聚焦陕汽CVP头部客户价值工程
陕汽重卡 品质成就未来
陕汽重卡 http://www.sxqc.com

打造化妆品产业新高地 “浙货美妆”助推国货品牌崛起

■ 张洁君

近年来,浙江省化妆品产业发展迅速,生产企业数量、产品数量、产值等方面均排全国前列。化妆品生产企业数从2011年的400余家发展到2020年的560余家。

日前,“品质生活·美在浙里”——“浙江美妆”全国媒体看浙江采风活动正式启动,近20家媒体组成的采风团奔赴杭州、湖州、金华等地,围绕浙江美妆发展情况,从疫后复苏、加强监管、高质量发展等方面进行集中报道,探浙江美妆的发展之道。

道,探浙江美妆的发展之道。

提升浙江美妆行业影响力 讲好品牌故事

说起化妆,相信任何爱美的女生对毛戈平这个名字都不陌生,说起国货美妆品牌,毛戈平首次把化妆艺术和化妆师从幕后推向台前,推动中国国民化妆意识的觉醒,成为一个时代的印记,自品牌2000年创立一直致力于民族文化的传承与创新,打造中国高端的美妆品牌。

2019年,毛戈平 MAOGEPING 美妆品牌获故宫文创授权,推出了故宫文创合作的“气蕴东方”系列彩妆,在为消费者制造品质匹敌国际大牌的彩妆国货的同时,不忘传播中国历史文化精髓,匠心独运。

文化能为品牌赋能,文化往往是通往人心的,是最能得到共鸣的。

珍珠,作为欧诗漫立足于市场的核心,也是其区别于其他化妆品品牌的根本。欧诗漫匠心打造珍珠产品,延伸产业链,深化落实珍珠文化遗产的保护与发展,在农业文化传承、

农业可持续发展 and 农业功能拓展等方面起到了很好的带头作用。

在德清的欧诗漫珍珠小镇里,欧诗漫珍珠博物院展示、宣传、推广世界珍珠文化,为全球珍珠产业的研究、展示与发展提供交流平台。作为国内最大的以“展示、宣传、推广中国淡水珍珠文化”为核心的博物院,叠加珍珠文化长廊、GMP生产车间等文化空间,总面积超万平方米。欧诗漫通过珍珠博物院的方式,把珍珠知识与文化潜移默化地植根到消费者心智中去。

[下转 P4]

广告

越奋斗·越年轻

茅台不老酒·樽

客服热线
400-620-9996

贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司出品

双汇熟食
SHUANGHUI DELI

三鲜·更入味

新闻热线:028-87319500

投稿邮箱:cjb490@sina.com

企业家日报微信公众平台
二维码中国企业家网
二维码

東 | 漢 | 中 | 心 | 仙 | 毫

CHINESE GREEN TEA

『东裕汉中仙毫』获第31届巴拿马国际博览会金奖

陕西东裕生物科技股份有限公司
招商热线:029-87809659

劍南紅

电话:028-83388900

四川 劍南紅 酒业有限公司
地址:成都市科华北路62号力宝大厦北塔21楼