



海南亚洲制药集团董事长、总经理兼党委书记楼金

1、打造“传世之作”引出的话题

2010年7月6日，海南亚洲制药集团在大手笔建设的杭州生物医药科技产业园内，举行了园区主体工程——两幢高大宏伟、风格别致的大楼和裙楼工程的结顶仪式。

结顶仪式既简洁也不算隆重，却无损于亚洲制药集团一座新的里程碑已经崛起，即将大功告成的事实。

这座伴随着亚洲制药进军高科技应运而生的创业基地，是亚药集团董事长、总经理楼金先生和同仁们运筹多年、立志做成“传世之作”的产物。它是以造型独特、最高达38层130米的“双子塔”楼为主体的建筑群，坐落在钱塘江边，同江边坡绿化带、奔流的江水及桥头景观连成一片，被称为杭州市的标志性建筑之一。可为入驻的创业团队提供企业办公、经济活动、技术交流、成果交易、专业研发实验、检测、科研物资供应等高品质服务，具有规模大、品质高、差异化、专业化等优点，将成为集研发、管理、金融、服务等功能于一体的大型生物医药产业孵化器。

千古春秋，华夏传人，历来有一种难以割舍的“高楼情结”。看到亚洲制药集团经典之作的这处高楼和配套设施，不禁触景生情，浮想联翩……

1983年10月4日，一条持续了三年多的轰动性新闻持续升温：中国当时的最高建筑——南京金陵饭店正式开业。37层的金陵饭店，楼高110.4米，被称为中国“里程碑式”的建筑，不但因为它结束了24层的上海国际饭店作为中国第一高楼“长达半个世纪的统治”，而且它在我国旅游饭店的管理史上从零起步，表明中国开始有意识地迎合西方人进入中国的需求进而融入世界发展潮流。

1972年，美国国务卿基辛格到上海继续尼克松访华的中美联合公报谈判时，指着窗外一幅突出的高楼问是什么建筑，周恩来告诉他，那是上海最高的大楼——国际饭店。再追溯到1933年，年轻的贝聿铭目睹了国际饭店高层的建设景后，心中产生了改变他人生命的一个念头：“我被它的高度深深吸引，从那一刻起，我开始想做建筑师。”1935年，贝聿铭未等读完上海圣约翰大学，便远涉重洋去美国攻读建筑学，最终成为享誉世界的“国际建筑大师”。

楼高838米的上海国际饭店，由中国当时的四大银行共同投资兴建，是中国商人自己筹资建造的第一幢“摩天大楼”，也是20世纪30年代亚洲最先进的酒店之一。

从1933年到1983年，漫长的50年，中国社会及至全人类都发生了天翻地覆的巨变，“摩天大楼”式的高层建筑，早已在全世界鳞次栉比；“摩天大楼”的概念和内涵，也已在不断变化和升级，可中华泱泱大国却历经整整两代人的漫长时光，一直未曾离开新街落后、战乱频仍的1930年代初的建筑史。

难怪1989年南京新街口要建一座超100米高楼的消息传出后，在南京乃至全国引起的轰动，完全可以用“震撼”二字来形容。不但国内的新闻报道数不胜数，包括英、美、日、加拿大、新加坡等海外媒体也纷纷加入“炒作”。从规划到开建、竣工乃至开业，每个细节都让诸国人民过目不忘。

金陵饭店建成后，与其说是饭店，不如说是景点，尽管它的外观造型现在看来早已是过时的火柴盒式。这个热潮一直持续了好几年，乃至于前来入住的外国观光者，反而成了被当地人前来“瞻仰”大楼的中国人围观的对象。

金陵饭店是中国首次利用外资兴建而由中国人自己经营管理的饭店。筹建者们回忆，“金陵饭店是当时海外人士测试中国人信心和经济实力的标尺，他们也通过这个指标寻找开拓中国市场的机会及数量。”当时的日本《朝日新闻》论称：“中国人能不能管理好这个现代化的饭店，是中国四个现代化成败的试金石。”

海南海棠田，时势巨变，改革开放的中国迎来了惊人的生机与活力，短短三十余年创造了比以前几百年创造财富的总和还要多的财富。不仅是曾开新中国最高楼的金陵饭店，上世纪八九十年代出色国际化的物业管理也为国内的赞誉，而且中国各行各业包括海南亚洲制药这样的企业，都已从不同的角度回答了海外提出的中国版的“试金石”问题。

海南亚洲制药集团在时代的潮流中不断发展壮大——这个由集团董事长、总经理楼金从半个世纪前艰难创业、开掘源头的企业，至今已经发展成为集医药生产、销售、科研、教育、投资为一体的企业集团，拥有各类企业和科研单位20余家，产品覆盖全国各省、直辖市、自治区，部分产品进入国际市场；集团总资产10亿元以上，每年在海南、浙江两地上缴税金8000余万元。业务涉及医药生产、药品经营、药物研发、医疗器械、生物技术、化工、房地产、旅游开发等产业。旗下4家制药企业全部通过国家GMP认证，海南快克药业和浙江康宁医药等销售公司通过国家GSP认证；杭州生物医药科技园和3家药物研究所，吸纳了一批优秀科技人才专门从事医药产品的研究开发、技术交流，并建成了覆盖全国30多个省市自

特别报道

治的营销网络，拳头产品“快克”在国内第一个荣获“中国驰名商标”，成为国内感冒药领先品牌，享有极高的知名度、美誉度。

亚洲制药集团主产品“快克”经过20年的磨砺，已形成了享誉业界的八大优势——处方优势、剂型优势、胶囊优势、原料优势、工艺优势、包装优势、标准优势、品牌优势。去年12月全国第64届药交会的颁奖典礼上，与会的亚洲制药集团海南快克药业有限公司总经理何天立、副总经理王志坚，满怀豪情地接过“最受欢迎感冒用药‘快克’”奖牌和“最具成就企业奖”。何天立在演讲中庄严陈辞：“品牌竞争力就是企业核心竞争力最持久的外在表现！”

自从亚洲制药集团董事长、总经理楼金当年自筹资金创办浙江迪耳药业及至亚洲制药源头企业或前身企业半个世纪以来，不仅从未要国家一分钱的投入，而且以每年交纳的巨额税金和“供给好药、服务社会”的卓越作为，为经济社会发展及人民大众的需要，做出了有目共睹的重要贡献。亚洲制药集团打造的杭州生



海南亚洲制药集团第一副总经理郑志勇

海南亚洲制药集团副总经理郑美琪

医药 2010：从营销之变引领企业之变

□ 本报记者 邹声都 邹韵 王长才 特约记者 吴汉能

编者按

当代产业经济，几乎所有的生产要素都在激烈竞争的市场魔方中重新排列组合。在发展是硬道理事实上已演变为市场是硬道理的当今时代，品牌已成为企业制胜市场最鲜明最有力量最强悍的武器和标志，营销创新、结构调整已成为另辟新路以弘扬推广品牌、从而跳出同质化低层次竞争的“红海”以进入转变发展方式和盈利模式的“蓝海”，进而引领企业提升发展层次和水准以迈向新境界的必然选择。总部设在杭州的海南亚洲制药集团自其位于浙江金华的投资企业自间市场求生存谋发展以来，企业创办人楼金等主要经营管理者和两三代亚药集团员工付出了无数心血、智慧和汗水，终于在开辟海南等多省市的新战场中，培育出了在感冒药中独树一帜的“快克”品牌，并将其发展壮大成为全集团的支柱产业、全国感冒药中唯一的“中国驰名商标”，成就了感冒药领军企业的地位。仅仅在2010年，快克的销售额即以一年净增一个多亿的罕见业绩，创下了残酷厮杀、激烈竞争的感冒药市场乃至整个OTC类药品销售中的一大奇迹，也具体而真切地诠释了以营销模式之变引领企业发展之变的当代市场经济特征。

生的阵痛尤其是商业贿赂成为社会常态的销售市场，提出并历来强调亚洲制药“供给好药、服务社会”企业宗旨和“诚、勤、学”企业精神的楼金董事长坦陈，我们企业不求最大、但求最负责任，不但要将产品做成一流品牌，而且要将亚洲制药的人做成一流品牌。

亚洲制药在乱象纷呈在生的药品市场销售中当然也难以“免俗”。虽然他们一直非常注重和渠道实现共赢，但在现实市场中，由于快克的产业体系过于庞杂在往往存在一个市场九龙治水的局面。而在同一地区中，几家渠道相互竞争，而这种竞争主要又体现在价格的竞争上；一方面，渠道间终端让利，另一方面，渠道又向快克公司要求促销费用，结果造成市场价格混乱，以至于快克作为中国市场上具有最高品牌价值的感冒药一度沦为新店开张或者药店搞促销时的价格战筹码，甚至将快克



2010年12月第64届全国药品交易会颁奖典礼上，海南亚洲制药荣获“最受欢迎感冒用药‘快克’”奖和“最具成就企业奖”。图为海南快克药业公司总经理何天立(右)领奖。

拉到了最低层次的竞争之中。

自从1959年科学家塞特发明金剛烷胺，1964年戴维斯在临床观察中意外发现金剛烷胺抑制病毒增殖，美国将其宣布为第一个防治流感的抗病毒药物后，医生对感冒的治疗有了历史性转折；金剛烷胺能减轻感冒症状、缩短病程，成为感冒治疗史上第一次时代的科技进步。1990年9月，亚洲制药“快克”复方烷胺胶囊产品正式投产，引领了感冒药的潮流。其后为了解决“小孩吃大药”的问题，亚洲制药又根据小儿的生理特点，以草莓为口味，于2003年研制推出了“小快克”，而且还在包装上作了精准化设计。

“快克”成为了“复方烷胺胶囊胶囊”处方的创作者和该处方质量标准起草者，随着其“第一品牌”地位的确立，跟风模仿者蜂拥而至，目前全国已拥有同地方的批文305个。但快克却从未被超越，它以其大用度，确保了自己始终高屋建瓴地处于竞争的高地上——“快克”用的空心胶囊，是采用目前国内唯一不使用毒剂和防腐劑生产产品的空心胶囊，它的采购成本是其他厂家的四倍多，快克每年为此要增加成本近千万元。快克胶囊中有5种成分，其中4种是国际统一标准，唯独延緩病毒抗药性的人工牛黄是国家标准的。不少感冒药企业是用牛羊胆酸代替，成本是市场上现成制品的两倍以上。更让人所诟病的，是快克的包衣采用双层铝塑膜，有效地避免了药品在储存和运输过程中因受潮和光照引起化学反应导致药效降低或变质。

快克胶囊模仿却难以被超越的一个根本原因更在于：虽然企业要追求利润最大化，但楼金和同仁们却始终认为只有为消费者用药安全、药效达到最大化，企业才能有利可图，这个产品才有生命力。因而，为了捍卫“供给好药、服务社会”的企

业宗旨，亚洲制药从来都不吝惜成本——为了保障消费者的利益，保证“快克”消费人群的用药安全，快克先后在包装防上又进一步调整了十几次，并为此投入巨资，引进世界最先进的电话防伪系统，给每一盒出的快克都设置了唯一的防伪码，消费者只要通过全国的电信网络及专设的800免费电话，就可以查证自己购买的快克产品的真伪。

这个做法，在全国感冒药中至今仍属独一无二，但亚洲制药仅此每年却要为之额外增加成本超百万元。据浙江省有关药检专家介绍，“复方烷胺胶囊胶囊”国家规定的有效期为3年，而“快克”复方烷胺胶囊胶囊“留样”产品5年后检验还照样有效，并且在含量范围和微生物检测等方面都高于国家标准。这位专家说，这就是“快克”以配方科学、质量标准高为基石的产品竞争力的真实体现。

面对中国医药市场的大变局，亚洲制药集团与同行企业一道经历了一场血与火的洗礼，也促成了营销思路的转变。海南快克药业有限公司总经理何天立在谈到快克销售时回顾说，几年前我们就进行了几十次反反复复的讨论，以求从集团和快克药业的层面上改变营销思路、营销模式。他说目前国家反商业贿赂，虽然主要是医院系统搞得比较多，在OTC商业渠道及药店终端、药监方面还没有完全监管起来，但们也要自觉行动，严格要求自己，在历来反对商业贿赂的基础上，坚决杜绝礼品销售一类行为，以免走向带金销售泥路上去。

为解决海南快克药业近十年业绩徘徊、难以提高的大问题，经过亚洲制药集团主要领导楼金、郑志明、郑美琪和快克公司总经理何天立等领导者的长期思考，他们认为只有与工商合力才能摆脱目前混乱的局面，也才能找到工商共赢的共同出路，并因此才找到一个大力度变革的契机——与著名的吉上吉咨询公司合作，导入吉上吉的“合力营销”，变革亚洲制药正在前进的道路和方向！

“合力营销”是吉上吉公司以邱波总经理为首创立的一个营销理念。邱波曾经荣获“第六届杰出营销人金鼎奖”、“杰出营销总经理奖”，成为了改变中国医药营销第一人。合力营销的核心思想，是以消费者为中心，与企业、媒体和客户形成四位一体格局。从即将消费者、企业、媒体和客户之间的利益捆绑，形成实现价值提升的共同体。并且吉上吉已经聚集了来自医药、保健品、快销品业300多人的实战队伍，专门为医药、保健品企业提供免费战略分析、营销诊断、整合营销、终端建设、队伍建设、产品规划、新品上市、团队植入等贴身服务，从而形成了吉上吉与其他咨询公司最大的不同点、最大的可操作性。

“合力营销”的主旨在于解决四者之间现实利益与长远利益的平衡，以突出做

把企业文化再造与业务流程再造结合起来，坚持构建自觉驱动、科学考核机制来建立强大的执行力。同时调整营销策略，不但在行业内进行各种场合的宣传、演讲来提高企业在业内的知名度，还对广告方式做了策略调整，以往“空中轰炸”(电视广告)的基础上起用魔术明星刘谦代言等多种宣传方式，给消费者们留下了良好的形象，为快克的魔术上量奠定了坚实的基础。

刘邦夺得天下后置酒洛阳南宫庆贺，留下了这样一段史料——上曰：“初侯、诸将毋敢隐朕，皆言其情。吾所以有天下者何？项氏之所以失天下者何？”高起、王陵对曰：“陛下使人攻城略地，因以与之，与天下同其利；项羽不然，有功者害之，贤者疑之，此其所以失天下也。”上曰：“公知其一，未知其十。夫运筹帷幄之中，决胜千里之外，吾不如子房；镇国家，抚百姓，给饷餉，不绝粮道，吾不如萧何；连百万之众，战必胜，攻必取，吾不如韩信。三者皆人杰，吾能用之，此吾所以取天下者也。项羽有一范增而不能用，此所以为我所禽也。”群臣皆说。

刘邦和朱元璋为中国历史上仅有的两位平民出身的皇帝，最终之所以登上大位，全是因为他懂得人才的重要性并善于用人所长。在现代人类发展进程中，人才已成为社会文明进步、人民富裕幸福、国家繁荣昌盛的重要推动力量。当今世界正处在大发展大变革大调整时期，世界多极化、经济全球化深入发展，科技进步日新月异，国家要全面推进经济建设、政治建设、文化建设、社会建设需要人才；企业要在激烈的市场竞争中获得生存和发展，同样极其需要人才。亚洲制药集团在长期大发展的同时，不断将各类人才置于旗下，成为集团发展壮大的一项重要推动力量。如今为了实施“快克小浪底工程”，集团摒弃传统的“伯乐相马”而力行“赛场选马”，开始了一场真正真格的人才选拔赛。

快克药业公司去年设立23个省区经理和31个推广经理，竞聘岗位共54个，其中辽宁、河北、陕西、江苏、浙江、广东、云南省经理由所在大区经理兼任，按照严格的规定和程序，所有竞聘者应具备相应的条件，才可填写申请表，呈报书面方案，内容包括对快克小浪底工程及相应战略的理解、针对岗位要求竞聘者个人的SWOT分析和个人职业生涯规划；区域市场零售终端资源分析及以零售终端工作拓展的措施、办法；对终端代表培训管理的认识以及自身的管理思路。

截至去年1月15日，快克药业共收到竞聘简历、资料106份，经快克公司初审，从中选择了30名服务区公开的竞聘者，于元月18日至20日在杭州举行了现场复试，然后于25日至28日公开竞聘，三人竞争一个岗位。参加竞聘人员既有从事营销工作几十年的老将，也有后起之秀的佼佼者，但都无一例外必须过五关

省经理，提出经销商、分销商要像动车组一样编组带动，目标一致、协作高效、取长补短，各尽其能去完成任务。舒文胜是江西省经理竞聘原岗位，笔者同他参加竞聘时，紧张不紧张、压力大不大？他说：“我在江西省经理多年，组成了团队，打下了基础，也取得比较好的业绩。倒是实现公司今年给我们增长40%的目标任务，感到压力很大，但是我有信心有把握去完成。”

凭着笔者在竞聘现场几天的耳濡目染，深深感到“山外有山，天外有天”，不管是不是本公司的，还是“吉上吉”推荐来的，以及独自来竞聘的业经理，无不都颇有才气，他们口若悬河，滔滔不绝，有理论有实践，以其精彩的表现、精辟的回答，给人留下了深刻的印象——

竞聘者桂大路：当领导要胸怀博大、乐善好施、挑战自我。竞聘者徐豪峰：作为经理必须身先士卒，迎难而上。竞聘者张志远：对公司的忠诚度，好比战士上服从命令为天职。

……竞聘者侯铁国是职位业经理，一张俊俏的脸蛋，一身时尚的打扮，一口流利的京腔，一看便知是位久经沙场的精英。她对终端人员招聘条件颇有研究，要勤奋，有热情，沟通能力强，对市场洞察深，关键要对工作忠诚和有良好的心态。她说倘若使竞聘成功，将集中我所有智慧、所有热情、所有精力去完成目标任务。

继之，海南快克药业于2月2日至4日在北京和散府宾馆举行了华北、西北、东北大区推广经理竞聘会，2月24日在这三大区召开了海南、广西、广东、云南区“小浪底工程”人才选拔会。何天立总经理、王志坚副总经理在去年一小试牛刀初有斩获的基础上，分别题写了“凤凰涅槃，浴火重生”和“2010，让生命更有精彩”。展示了他们“背水一战勇者胜”的坚定决心，和加强OTC终端队伍、完善医疗终端队伍，扩充商务队伍，以三支队伍协同作战，大力提升营销业绩的思维和作为。

5、总攻“小浪底”：推行合力营销，不断给力终端

面对市场的反复无常及企业的疲态应对，如何在市场的变中求变，又如何能在变中寻求不变，探索发现变与不变的营销规则及其内在联系，从而打破“快克小浪底工程”这场营销变革的攻坚战，成为了自营销大革命以来亚洲制药人奋战市场

营销之变

经济的重头戏。以楼金董事长为首的领导团队主导的这场营销模式变革，在吉上吉顾问公司邱波合力营销理念指导下，以“一个中心两个基本点”为策略，抓住以消费者为中心，以消费者的心智占领及距离消费者的手最近的终端开展铺货、陈列、促销等工作，并对营销队伍进行调整、培训，大力推进终端建设，从工商价值链的上游进行了利益链的梳理、整合，从而脱离了中国医药市场打价格战的红海，解决了商业经营品牌理念不赚钱甚至亏损的困局，共同走上了工商共赢的康庄大道，获得了理念、方法、行动三位一体的效果。

事实上，在群雄逐鹿的激烈竞争中提升快克感冒药的销售业绩，是发扬亚药集团提倡的想尽千方百计、踏遍千山万水、吃尽千辛万苦、走访千家万户、说尽千言万语的“五千精神”所取得的。广大快克销售人员坚持渠道工作下沉，终端工作下沉，坚持由单兵作战向团队协作转变，在终端的日常工作中细致上狠下功夫；做好价格维护、陈列铺货、POP展示、宣传单页、海报、产品样盒、台卡、挂件、气球、地贴、吊旗、产品架等，品牌宣传、消费者健康教育……以及其他与销售人员虽然没有直接联系但却有利于树立企业和产品形象以间接促销的大量基础性工作。从而自去年年初开始，留下了他们践行“合力营销”、奋战市场终端的一份份艰辛的体会与深刻的感受——

北京服务区郑林涛：为努力实施公司“小浪底工程”的变革，整合渠道，规范价格，加强终端开发，扩大消费需求，通过前期的工作，整合了渠道，现在的工作重点就是开发、维护终端市场，加强针对消费者的产品宣传，提高消费需求。

山东服务区张安林：终端营销必须有耐心，不断地拜访，必须从客不迫，察颜观色，客不生气时，切勿泄气，要进一步努力说服客户，并设法找出客户拒绝的原因，再对症下药。

江西服务区郭晓明：吉安市推广代表罗细秋为宣传快克找到位于吉安市中心城区广场步行街的如意大药房合作，开展了一场针对消费者宣传感冒健康知识以及如何正确选择感冒药的科普知识宣传活动，让消费者能够进一步了解“快克”为广大消费者的身体健康所做的努力，得到了如意大药房工作人员和吉安推广大众的认可。

吉林服务区王立斌：2010年春季以来，我们在长春市几十家药房做了快克感冒药的陈列，现在已初见成效，我们在做好实货陈列的基础上，一定坚持把这些具有广告效应的工作做下去。

北京服务区赵新茹：公司一直以“勤、诚、学”作为我们做人做事的主导思想，终端工作就是我们的舞台，需要我们勤奋进取、脚踏实地去精耕细作，认真地完成每一次拜访，想办法解决遇到的每一次困难，我们的每一份努力和收获，都是对公司发展的一份支持及对个人成长的一种认可。

陕西服务区左莉娜：从刚入职的懵无头绪的打街、跑店，到现在定拜访路线，定拜访时间，定拜访地点，定拜访内容，定拜访目的，我是为着解决困难去工作，越是困难的地方越是要每天去攻克，每天带着任务投入到全天的工作中，每天带着劳动成果进入甜美的梦乡。

(下转 B2-B3版)



海南亚洲制药集团杭州科技园内建的“双子塔”大楼