



# 同仁报

第32期

总第38期

2016年09月2日 星期五

主办：南京同仁堂药业有限责任公司

承办：南京同仁堂药业同仁报编辑部



www.njtrt.com

修合无人见 存心有天知

## “共合作，创巅峰”

# 南京同仁堂海南西普会荣获品牌锐榜

2016年8月22日，以“再定位——决胜C资源”为主题的2016西普会(中国药品零售产业信息发布会)在海南博鳌亚洲论坛国际会议中心(BFA)隆重举行。南京同仁堂秉承百年老字号的悠久历史文化，以传统精美的特色展位、优质丰富的产品、别致有趣的互动游戏，受到了本次会议的广泛关注。

值得一提的是此次会议南京同仁堂传统经典名方安宫牛黄丸在众多品牌中脱颖而出，以优质高效的品质，百姓信赖的口碑，高速的市场发展，荣获品牌锐榜。

南京同仁堂医药营销公司总经理罗时璋、副总经理兼处方基药事

业部总经理孙成、市场管理中心总经理高明贤、传统国药事业部总经理助理、北区总监何瑞学、特色国药事业部总经理王青松、品牌国药事业部总经理陈雪峰、品牌发展部经理陈孟基及各营销事业部大区总监近20人应邀参加此次盛会。南京同仁堂作为一块医药行业内的老字号金招牌，近几年的品牌提升及销售突破，让企业发展迎来了新篇章，此次参与西普会，不仅是传递品牌信息，更是为广大客户搭建直接沟通交流平台，寻求品牌共赢。

会上，从代表南京同仁堂百年文化特色的精美展位，到磅礴大气、吸引眼球的大型展板，南京同仁堂

进行了全方位的品牌展示。展会现场，深入的客户洽谈、热闹的微信现场互动，成为西普会的一大亮点，充分展示了南京同仁堂“百年老企，历久弥新”的形象，受到了终端客户的关注和充分肯定，许多客户在大会现场表达了合作意愿，并进行了深入交流。

22日晚，2016“健康中国·品牌榜”系列榜单盛大发布，该评选活动迄今已开展9年，利用“4D-BES”评价体系进行综合评估，选出质量过硬、市场旺销、口碑优良的优秀药品品牌。最终南京同仁堂药业有限责任公司生产的产品安宫牛黄丸荣登品牌锐榜，可谓实至名归。南京同

仁堂致力于充分挖掘老字号潜力，依托安宫牛黄丸、养血补肾丸等核心主品，运用精准而独特的品牌营销，使南京同仁堂的品牌价值与品牌号召力得到有效提升，销售业绩节节攀升，企业发展更登高峰！

此次借助西普会这个工商聚首的平台，以南京同仁堂百年品牌、优良产品等优势，与医药零售终端进行深度沟通，进一步推动了公司品牌的全面升级，扩大了南京同仁堂在全国优秀医药终端中的影响力，为工商战略合作打下了坚实的基础！

(市场管理中心：马鑫)



04-06版

### 南京同仁堂：感恩你我，百年同行

在市场经济竞争日益激烈的今天，每个公司比任何时候都需要与公司共命运的人，只有员工齐心协力、同舟共济、共同担当，公司才能不断前行、基业长青。7月29、30日公司与南师大商学院培训中心合作，举办了公司及子公司骨干管理人员“感恩你我、百年同行”主题文化特训活动。

07版

### 擦亮金字招牌 振兴老字号企业发展

8月25日，南京市老字号协会及所有成员在江苏饭店隆重集会。与会企业都具有悠久历史传统、深厚文化底蕴、和自主知识产权的老字号行业。南京同仁堂作为百年金招牌，在会上得到广泛关注，南京副市长在展位处与企业代表进行亲切交谈，为老字号点赞！

02-03版

激情四射工作，快快乐乐生活

传播健康，弘扬中医药文化

如何成为一名合格的培训推广经理

# 激情四射工作,快快乐乐生活

——“星火燎原”会议有感

“宁同”,“养血补肾丸”,“星火燎原”,昨天还是一个名词,但是经过几天会议内容的深入熏陶,在企业整个团队正能量的感染下,感觉这些词汇已经慢慢融入到了我的血液里,团队慷慨激昂的精神面貌点燃了我心中已然燃起的熊熊烈火,真正体会到了心灵最深处的呼唤,这就是我要的“菜”,我的选择没错!

通过几天的交流,大家的情感在默默的加深,在默默的升华,没有排斥与隐藏,有的是感动,是喜悦,更是希望……

会上,我了解到公司近几年的快速成长和发展历程,了解了公司长期战略目标和部门的核心战略,体会到了公司和品牌国药事业部对一线市场和团队的鼎力支持和帮助,引导和扶持,更体会到了高层管理者对团队更多的鼓励和鞭策,相信通过大家的齐心协力,品牌国药事业部未来更加璀璨和美好!尤其是“宁同模式”和“四川效应”,不仅能帮助后续试点树立标杆,同时激励大家一起快乐团结拼搏,一起快乐的成长!身为即将加入宁同的一员,能够在此得到成长和蜕变,深感荣幸!下面简单描述一下个人的一些不成熟的感触。

组建团队是目前京津冀市场急需解决的第一要务,没有狼性团队任何语言都很苍白!近期的核心目标为快速建立京津冀团队。但从另一层面我深深体会到,经营和管理一个团队更加重要。团队的核心“自燃人”会直接影响执行结果。自燃人源源不断的激情与战斗力是发自内心的,不需要过多的外界因素去激发和引导,而是深深渗透在血液里的

不断创新、不断学习是优秀省区和优秀团队的真实体现!

相信在日常工作生活过程中,通过反思,沟通,相互的协访学习,特别是不断升级的竞争压力,逐步再细化市场,将品牌国药事业部的“标准化”和“试点模式”落实到市场推广中,通

随着公司的不断发展和壮大,市场的特征凸显,通过先期布局河北,着力推行“宁同模式”,后期通过打造京津“新安宫牛黄丸”的市场拓展,通过不断的摸索和历练,通过部门“稳、透、大、活、强”的终端战术,打造部门重点推动的“亮剑突击队”等京津冀分市场的核心优秀团队,不断推陈出新,不断推动宁同品牌产品的广覆

时光飞逝,短短几天的培训,受益匪浅。在此特别感谢领导给予我学习、成长、反思和历练的平台和机会,相信这段经历会是我一生最珍贵的财富!在这几天里我感受到品牌国药事业部是一个“有温度”、“有态度”“有执行力度”的快乐团队,让我

一种自然和本能的反映,这是团队的内核,也是一支有战斗力、有执行力、有创造能力团队的关键。往往一个团队里由于个体的差异,会有可燃人和不燃人集中状态。通过陈总的讲解,我体会到了通过自燃人带动可燃人,淘汰不燃人的方式不断的优化团队,打造卓越团队!

井无压力不喷油,人无压力轻飘飘。看到兄弟省区的快速蜕变和进

## 核心:迅速搭建团队

## 落地:全面实现推广

过“贴地飞行”、“引爆店员”、“驻店促销”、“标杆打造”具体行为,不断培养团队的“培训之星”、“陈列之星”、“POP之星”;打造“标杆店”,“核心动销店员”,“早衰咨询中心”,开展品牌事业部开展的“爱心药盒赠原品”、“爱心用户回访再营销”、“拉新半价”

## 蜕变:开拓网络试点

盖,广传播,形成“百花齐放百家争鸣”的局面,打造宁同北区核心主力军。虽然未来有很多挑战和困难,相信有这支主力军,宁同京津冀的未来会越来越棒!

“养血补肾丸”作为网络推广新产品,在公司的整体规划里,是新的推广渠道,与实体零售相比,是不同的工作思维,不同的工作方式,不同

## 成长:创造京津冀奇迹

激情满满!相信在南京同仁堂以及兄弟省区各位前辈的支持和帮助下,我将竭尽全力和京津冀团队一道突破各种困难、不断迎接新的挑战,不断创造新的奇迹。京津冀,我们来了!

相信宁同有我更精彩!通过自

步,我心中尤为着急。虽为试点市场,但是看到每天微信群内的晒单分享,真心高兴的同时也有无形的紧迫感和高昂的战斗激情在燃烧,通过对市场的深入分析,我向陈总领取了300万的目标任务分令旗,外加先进试点省区的支持和帮助,相信京津冀团队能够全力达成目标!

等尝试活动!差异化的体现出了宁同品牌的独特优势和服务能力,在市场中极好的树立企业、品牌形象!为迎接市场的广告投放,做好全方位的承接准备,有效落实先进市场推行的“宁同模式”在京津冀市场的落地与推广!

的工作环境,新的目标,新的市场特征。虽然工作挑战非常大,但感谢领导给予的信任和帮助,相信通过“主题活动营销”、“双十一”、“会员营销”等促销方式,尝试线上用户体验试点,与线下地推、区域广告等共同打造组合拳,让用户360体验,360选择,不断提升口碑效应,良性循环,构建网络营销新局面!

己几年的工作体会,不断迎难而上、不断突破、充满激情的工作过程是一种享受,是一直勇往直前、勇于承担的巨大动力!再次感谢公司和部门领导给予我学习和修行的机会!京津冀,首战用我,用我必胜!

(品牌国药事业部:刘红亮)

星星之火  
可以燎原

精血双养·肝肾同补



养血补肾丸

9克/袋×8袋/盒×4盒

百年经典·十大名药

# 精血旺 防早衰

## 养血补肾丸

OTC

南京同仁堂



扫一扫 加关注

精血亏空易早衰 要养血补肾

- 头发白 脸色差 力不从心
- 常头晕 易疲劳 状态不好

客服专线: 400-828-0737      网 址: www.njtrt.com

## 如何成为一名合格的培训推广经理

南京、南京！南京自古代起，就是兵家必争之地，而在医药行业中，也有这么一家历史悠久的中华老字号，南京同仁堂，在新时代下重新崛起，焕发出勃勃生机。

7月的南京，正处于酷暑时节，大地万物迎着骄阳似火的夏日。也是这个时节，我们迎来了公司半年度会议。为期三天的会议日程，让我们在理念、信心、方法、学识等各个方面有了很大的提升。每一次的会议，对于自身来说都是一次提升，不要放过每一个让自我学习提高的机会，这是我入职以来一直所坚守的。经过三天的学习过程，也让我明白，如何成为一名优秀的培训推广经理。

在其位、谋其职、尽其责、做其事。作为一名培训推广经理，最为基础的就是我们的培训工作。培训工作的好坏，完全建立在我们的学识基础之上。一场好的培训，需要我们

多方面的推进。培训前期的准备工作，培训中的注意事项，以及培训后的跟进工作，都是不可或缺的。从简单基础的知识讲解，到销售技巧方法的灵活应用，只有我们自身升华到一定的高度后，才能更合理地将知识传播至店员店长、医生、老板。培训的最终效益是与我们销售业绩不可分家的，只有两点同时提高，才能更好地服务于市场，服务于我们的一线团队。在三天会议交流当中，我也深刻地认识到，在培训方面专业知识的匮乏，我需要更多地去学习，去了解。只有不断发现短处，才能更好地补充。

作为一名培训推广经理，除去正常的培训工作外，活动推广也很重要，在活动推广方面，就河南省区来讲，要比培训工作，做的更加到位。动销乃销售之根本，只有合理消化库存，消化市场压货，才能产生良性的

循环。本次会议中，我们也学习到了其他省区的优秀经验。学习只是一方面，重要的还是要将所学习到的用在本省区的发展当中。学以致用，才能赢得市场。只对于本省区的活动推广，在下半年工作会议部署上，我将拿出合理方案进行实施。只有不断开展活动，带动省区销量，才能在市场中站稳脚跟。同时活动的推广，也是一名培训推广经理所必备的技能之一。

时间是磨刀石，我们只有不断磨练，才能适应各种可能发生的情况。一名合格的培训推广经理，不仅仅要做好培训工作，活动的推广也不能减少。齐头并进，方显英雄本色。下半年的工作已经开始，为了一个新的高度，一个新的神话，为了同仁堂的事业，去奋斗吧！

(河南:何桐莹)



## 传播健康 弘扬中医药文化

2016年7月25日，在南京召开了培训经理的专题会议。返回市场已有一段了，现在回想起来，当时的所有感触以及震撼都还可以清晰地感受到。

三百多年的历史传承，三百多年的风雨飘摇，同仁堂仍屹立在金陵古城。经得起岁月的洗礼，饱经沧桑的老字号培养了一代又一代的同仁堂人，以她宽广博大的胸怀让每一位同仁堂人成长与进步。陈总对企业文化的深入解读，让我对同仁堂三个字又多了一层新的理解。同仁堂注重人才培养，所以，才会有这场培训会。

周老师，一直以来都只听过名字的传奇人物，这一次，终于有机会得以见到周老师在讲台上的风采。幽默、诙谐、又不失严谨的培训风格，轻轻松松地就可以让听课的人记得很牢固。想做到这样通俗易懂的培训，并不是一件容易的事儿。

首先，专业知识必须过关；其次，要十分了解药品销售；再来，还要对药品销售有独特的见解。巡店，一直以来都有在进行，可是并没有抓住重点，不知道怎样抓住重点，走走看看，并没有起到巡店的目的。而今，终于知道该如何与店员交流，如何得到自己想要得到的讯息。厚积薄发，只有把自己的能量蓄积到一定程度，才能释放。面对自己的不足，唯有继续努力才能弥补！

传统国药部培训团队中还有一位奇才，那就是我们湖南培训经理冯大师。这个称号，他当之无愧！海报制作之优美、培训风格之独特、思维之敏捷。对不同人群的心理分析，对现场气氛的把控，幽默风趣中却能说出真理。就是这样一个才华横溢的大师，从与众不同的角度讲解了养血补肾丸，令人耳目一新，顿觉原来培训也可以是这样的！在并不死板，并不无趣，并没有冗长的让人想瞌睡的专业知识讲解中，大家轻松、自然、不经意间就把该记住的重点记住了。

通过此场培训，我也深刻意识到：培训，不应该是脱离销售的。我们的培训就是应该教会店员如何销售药品，如何更好地销售药品。只有把传播同仁堂的健康理念作为核心重点，才能让同仁堂的御用药品为更多的老百姓服务，为更多的老百姓带来健康！我们，不只代表健康，我们更是传播健康的使者，我们有责任也有义务把同仁堂的中医药文化发扬光大！不是所有的中医药都叫同仁堂！“尊肘后，炮制虽繁，必不敢省人工，”“辨地产，品味虽贵，必不敢减物力”这两句质量古训深深地刻在每一位同仁堂人的脑海中！

(安徽:姜慧琳)



## 半年会学习心得

**机会难得，学习气氛浓厚**

参加这次培训我很珍惜，难得的学习机会，在很短的时间学到了很多，认真、虚心、诚恳地接受培训，态度端正、学习专注，如饥似渴地接受着新鲜的理念。感觉到机会是如此的难得，学习气氛十分浓厚，仿佛回到了学生时代。

**异彩纷呈，讲解全面系统**

各位省总及周老师的课，就像是一顿丰盛的大餐，精美地呈现在我们面前，真是“听君一席话，胜读十年书”。大家毫无保留地把自己在学习和工作中的经验拿出来与大家分享，深入浅出，可谓是异彩纷呈。省总们的分享，使我们懂得了如何协助地区经理如何做好产品动销；周老师的讲解使我们不仅了解了产品知识，更对如何做好连锁培训及开发有了新的思路，更重要的是懂得如何让店员去主动销售。做

好培训及健康讲座工作，需要脚踏实地，持之以恒，不能存有侥幸心理。半年会的学习使我对职业人才培养模式、影响因素及培训课程改革走向有了新的认识，理解了什么叫接地气。

**学无止境，更新学习观念**

以后的工作中，我还要多学习药品的药理、药效，以便在讲课中使用。

还要多了解药店及店员需求，培训要做到让店员收益，让店里认可，老板才能更愿意和我们合作。

在以后的工作中我要不断地学习，每天进步一点点，使我的培训能够更上一层楼。最后感谢公司给予难得的培训机会，感谢老师及同事们的分享。

(河北:杨淑凤)

# 南京同仁堂：感恩你我，百年同行

——记2016主题文化特训活动



## 【编者按】

在市场经济竞争日益激烈的今天，每个公司比任何时候都需要与公司共命运的人，只有员工齐心协力、同舟共济、共同担当，公司才能不断前行、基业长青。7月29、30日公司与南师大商学院培训中心合作，举办了公司及子公司骨干管理人员“感恩你我、百年同行”主题文化特训活动。

## 活动现场报道

2016年07月29日、30日，在南师大商学院培训中心的支持帮助下，公司党委书记何畅带领公司骨干一行近70人，共同参与了为期两天的《感恩文化特训营》活动。

开营仪式上，公司党委书记何畅、骨干人员代表安全环保部经理江亚东、特色国药事业部北区总监刘力鹏，分别致辞发言。

温暖、团结、进取、精彩、感动……是本期特训营的主旋律。

通过参与团队活动，石斌、王青松、余先灵、陶翔分别代表红队、绿队、黄队、蓝队分享活动心得，各团队都顺利完成了原本看似不可能的挑战。相信自己、相信团队、相信我们在一起可以创造任何奇迹！

感商TQ创始人、南京师范大学张利军老师以丰厚的理论根基、详实的切身案例和连珠的诙谐妙语，与公司骨干管理人员进行了推心置腹的探讨交流，以期大家了解并掌握什么才是职场的大智慧。张利军老师坚信：赢得一切的根本是赢得人，赢得人的根本是感动对方的心，感动的最高境界是心悦诚服。真诚、付出、不索回报，福报自来。带领大家深切感受到了感动的力量，也让大家感受到了感商修炼的必要性，这对于自身及企业长足健康发展有着重要的意义。

“每天睡觉前一定别忘了向自己发问：今天是否充满热情地在工

作？今天是否全力以赴地在工作？今天是否完成了既定的目标？今天是否又有了新的突破？今天是否离愿景又近了一些？”张利军老师饱含激情地勉励诸位，“开始！从这一刻就开始修炼！改变命运从改变自己开始！”张利军老师诙谐幽默、激情澎湃的授课风格赢得了好评如潮，最好的教育方式莫过于口传心授、以身作则。

此次举办的特训营活动取得了圆满成功，通过体验式参与及课堂内训的方式，强化了团队成员感恩之心。感恩企业，提供了自己发展的平台；感恩上级，报答机遇之恩，从普通到优秀曾经给予过的指导；感恩同事，无私的帮助及相互的体谅；感恩对手，激励自己更快地进步；感恩挫折，锻炼坚忍不拔的毅力，从困境走向成功。从而为大家带来：调整心态，常怀感恩之心享受工作，将身心融入到集体中，促进团队融合，在今后的工作中更高效地达成组织目标。

百里老山，千年银杏，万只白鹭的一方净土——大吉温泉度假村，借大吉之地，行大吉之势，特训营让大家彻底赶走疲惫、放松身心、释放自己，蓄积能量，满怀信心与公司一起走得更远更高！

(人力资源部)

## 员工代表发言

尊敬的各位领导、各位同仁：

你们好！

今天很高兴参加公司的感恩教育活动，也很感谢你们给我一个和你们交流的机会，下面就这次活动和对感恩谈谈我自己的看法。

我是1986年来到南京同仁堂药业的，时光荏苒，岁月如梭，弹指一挥间，不知不觉自己已经在我们的企业工作了三十年的时间了，时光击打着我的傲气，岁月磨平了我的棱角。回首过去，虽然没有什么辉煌业绩值得去骄傲，去留恋，但细细想来，毕竟有了经历，有了过程，也不觉得有什么遗憾。追忆往事，时光如同一部历史

剧，永远铭刻在我的心头；蹉跎岁月，怀着的一颗感恩企业的心，把企业当成自己的“家”；风雨兼程，与企业一同走过坎坷，走向辉煌；回想往事，心潮澎湃，是企业哺育了我，是企业教我成长，是企业使我变得更理性、更成熟了。

“感恩的心，感谢有你”唱出了多少浓情厚谊，人间浓情，同样也唱出了我们共同的心声：感恩父母，是他们赐予了我们生命，给了我们良好的启蒙教育；感恩师长，是他们用知识和智慧使我们变得强大，变得聪慧；感恩同事，感恩朋友，茫茫人海、芸芸众生，是友情将我们的手相牵，使我们有了从相遇到相知的缘分。然而

## 珍惜

“有活干是幸运的，干好活是幸福的”，我们要常常想起这样一句话：“感觉自己穿鞋的时候，要想到有人还没有脚”，知足是一种境界，要好好珍惜！

作为一名企业员工，要懂得珍惜，珍惜自己手头的工作，珍惜自己的岗位，珍惜自己生于斯长于斯的企业。要珍惜大家和谐相处、与人为善的这个缘分。

在企业里，也许我们的努力和付出很微不足道，但是我们要把自己的努力看作是我们企业凝聚力必不可少的部分；一滴水只有投身大海才不会干涸，一棵草只有投入大地的怀抱才能装扮春天。只要我们怀着一颗感恩的心，为企业付出了，把

我们的聪明和智慧，回报给企业了，这就够了，也就无怨无悔了。在企业里，个人的力量确实很小，但是，如果我们企业的每一位员工，都能把企业当作自己的“家”，工作的时候再认真一点，尽心一点，尽责一点，我们的企业就会跃上一个新的台阶。

在企业里，我们需要的就是要尽职尽责地干好自己的本职工作，去回报企业。“工欲善其事必先利其器”，为了适应时代发展的要求，我们必须不断地学习新知识、接受新事物。只有勤于学习，才能造就人才。“勤能补拙是良训，一分辛苦一分才”，只有勤于动手，我们才能走向成功。

## 感谢

今天，我们能拥有一份踏实而稳定的工作，应该感到幸运和自豪，要知道，还有多少人在奔波，在烦恼，在为找不到理想的工作而彷徨。我们要为自己是我们企业大家庭中的一员而感到自豪；要为自己能拥有一个实现自我人生价值的工作岗位而感到高兴；要为企业能为我们提供各种展示自我能力的舞台而感到幸福。我们要感恩我们自己的企业，要对我们的企

业说一声“感谢”，只有这样才能激起我们心中的无限感激之情和深深的报恩之意。

回顾过去，感恩现在，才能拥有美好的明天。企业给了我们很多，很多，最需要我们感恩的是我们的企业。我们只有怀着一颗感恩企业的心，努力工作，才能对得起哺育我们的企业，对得起企业给予我们的那份收入。让我们带着感动，带着爱心，带着真诚，珍惜我们现在所拥有的



## 感恩企业

七月底,企业给我们开展了为期两天的“感恩你我,百年同行”的特训营活动,虽然特训活动只有两天,但是能感受到企业的良苦用心,让我们的身心得到兼修,特别是张利军老师的感商课程更是给我的内心带来强大的震撼,感触颇多,更加感恩我们的企业,感恩企业给予我们的一切。

我在企业工作了九年,从一线操作工开始做起,后来有幸能进入管理岗位,我特别珍惜这份工作,珍惜每一次岗位提升的机遇。工作再忙,压力再大,我都不会去抱怨,因为我一直没有忘记我的初衷,努力工作,快速成长,报答企业的培育之恩,不辜负领导的知遇之恩。然而,听了张利军老师的感商课之后,我却有了不一样的动力,

也规划出了努力方向。

老师将感商的最高境界定义为:真诚付出,不索回报。我一直以来都很用心地工作,用心地去做每一件事情,可谓是真诚。然而,我具备付出的能力吗?我用什么付出?是每日里认真完成工作就算付出吗?我想这都不算真正意义上的付出,付出应该是能够给企业创造价值,为企业带来利益的行为。所以我只有充实自己,修炼内在,提高自己的能力,才能有资格、有能力付出。

老师课程最后一段是:知与行要合一,虽然这是老师最后一个说点,时间紧,只是很快的说了一下,但是我觉得这点才是最关键的,前面花了几乎所有的时间讲解剖析感商,但是仅仅懂得道理有用吗?

## 真诚付出 不索回报

光阴似箭,一路风雨,南京同仁堂品牌国药事业部在公司领导的关怀及各部门的支持下,已经半岁了,从十月怀胎到呱呱落地,从咿呀学语到蹒跚起步,我们成长的每一瞬间都饱含着公司的爱心和期待。

提笔瞬间,唯有感恩!当初一切从零起步,现在完成江苏、四川两个根据地的建设,一路激流勇进,披荆斩棘,回想至今,唏嘘不已!

作为事业部的负责人,我想我是幸运的;幸运的是有公司领导无限欣赏与激励,各部门同仁家人的关心与支持;幸运的是有那一帮有着共同愿景,带着使命,光复宁同金字招牌的兄弟姐妹;幸运的是有老东家、老领导给我14年的戎马生涯的磨砺;幸运的是那些在最危难关头支持我们、相信我们的客户,让我能带领团队在这场残酷的战争中,杀出一条血路,迎接黎明的曙光与崭新的未来!

自古以来,人类都喜欢仪式感,从祭祀到登基,从婚礼到葬礼,都是在表达一种美好的意愿及期望,当然我们也不例外,在南师大商学院的支持与鼎力相助下,“感恩有你,百年同行”南京同仁堂感恩文化特训营活动开展得如火如荼!

无论是何书记及同仁家人开场慷慨激昂的发言,还是南师大毛老师让人振奋的“卓越团队”体验式的教学;无论是运和道人传授高深莫测的呼息纳气心法,还是感商创始人张利军老师倾心极致的感

动力课程,我们投入其中,不断用心去体会,去感受。有几个关键词“真诚”“付出”“不索回报”在我的价值观、人生观、世界观的体系里荡起涟漪。

稻盛和夫,东方的德鲁克,堪称活着的管理大师,一年不到的时间内将濒临破产的日本航空扭亏为盈,创办了两个世界五百强企业,京瓷与KDDI,他的思想之前一直就存在于我的体系这中,与张利军老师讲的体系几乎惊人得相似,是的,万法归一,这是一种经营哲学。

人生就是一场修炼,与经营企业一样,当我们在作出举动与经营判断时候,一方面我们要扪心自问:“作为人,何为正确?”坚持把作为人应该的正确的东西以正确的方式做到底。另一方面,立足于宇宙的本源及人心的本源来展开经营活动。宇宙中充满着“气”或“意志”,人的本性中充满着“爱,真诚与和谐”,所谓“爱”就是祝愿他人好,所谓“真诚”,就是为社会为世人尽力,所谓“和谐”,就是不仅让自己也要让别人生活幸福。这与今天所说的真诚付出,不索回报有着异曲同工之处!

是的,每一个人都想出人头地,拥有比其他人更好的生活。但人生就像存折,当你平时只存了100元,想到柜台前告诉营业员,我要取100万时,人家只会认为你是一个疯子。为什么?那是你没有向里面储存100万!你就存了100元钱,你还想要更多的回报吗?而还有一些人是存了一些款,

不将你懂得的道理执行起来,不采取行动,不实施改变,和不知道道理有什么区别,就如同没有学习、没有变化。行动才是那个有实质意义的1,前面所说的所有都是他后面的0,只有行动了,0才有他的价值和意义。

所以,我要开始学习,多看,多思考,多总结,提高自身的修为,让能力得到提升;而不能再像以前,仅仅只是认真工作,工作中需要的时候才去学习。现在,我要主动地去学,有方向地去学,掌好我的舵,向我的目标起航。

没有国、哪有家;没有企业,哪有什么发展的平台;企业给予我们机遇并培养我们成长,我们会投以全心全意予以回报!

(二车间:刘燕平)

但并不坚持,一旦付出就急于要求回报,这样你的人生永远都没有那100万的存款。

正如我相信咱们的产品的地道药材,特殊工艺,显著疗效。我深信它能给那些中年有早衰现象的人带来福音,给终端药店带来客源。遇到任何人,我都会向他介绍养血补肾丸。我坚信经过我们的不懈努力,这个产品一定可以让一亿人年轻起来,让三千万家庭幸福起来!我们是在做一件功德无量的好事,一定就能成为行业内最受尊重的百年老字号!发自内心的相信、真诚与热爱!感动了自己,自然也就感动了他人,感动了我们的客户!难道不是吗?九州通打破公司常规,零起步新产品给我们预付款的时候,不正是看到我们的决心与坚定、看到团队全力以赴的付出吗?

我们讲的不索回报,与不求回报是两码事,“索”是什么,是索取,是要求,是要挟,是强取!让一切自然流淌吧,这个宇宙永远是能量守恒的,真诚地付出了多少,自然就会回报多少!当你付出不亚于任何人的努力工作时,创意、思路、信心自然而然就会随之而来。

活着,就要感谢,我在墙上的感恩字条上留了几句话:“栉风沐雨,来之不易”;“千里之行,始于足下”;“同仁同心,感恩有你”!伟大的百年企业南京同仁堂,我愿意尽我最大的努力,与您一起同行!

(品牌国药事业部:陈雪峰)

## 精彩集锦

赢得一切的根本——赢得“人”,人是世界的主宰、规则的制定者、制度的执行者、决定自己及其所掌握资源的归属。

赢得人的实质是——赢得人心,真诚、付出、不索回报,福报自来。

人生五大遗憾:闻良言不听、知良籍不读、遇良师不学、见良友不交、得良缘不握。

感谢张老师的生动授课!我是初涉管理的新人,很多的管理也是空有其形,通过本次课程,尤其是诸多老师亲历的案例,很生动或者说是深刻地讲解了一些感商知识,虽然认识不深,但也算是有了一些思路,我也很喜欢老师的实例教学模式,希望有机会多学习学习,再次感谢张老师!

张老师,下午好,这次听了你的课获益良多,曾经的锋芒竟然在岁月里被打击、磨砺地所剩无几,未到四十却有严重的老气横秋之态,慢慢竟然有了小和尚撞钟的痕迹。对于曾经的夙兴夜寐,宵衣旰食的工作状态,已经满满麻木,总觉得自己的冲劲慢慢被各种现状搅得心烦意乱,而消极应对,这次听了你的感商课后,仿佛很多观点都是特意说给我听的。真是不胜感激,尤其又一次看了《康熙王朝》后,里面的周培公、姚启圣、李光地等,才不可谓不高,但却也是受尽冷落、折磨,正如你数次大声疾呼的那句:任你才高八斗,人家不给你机会就是无用!此次培训后,我想我将克服困难,勇往直前,做一个拥有积极、阳光、感恩心态的人!

感谢老师今天的精彩演绎!您把最低俗的人性剖析得淋漓尽致,最终把低俗的东西抬升至至高的境界,您的一天课让我觉得能学到很多有价值有意义的东西,在家庭生活和工作中心能受用。在回去的路上我就在感悟您说的话。到家虽然很晚了,但是我仍坚持把今天所学所感记录下来,因为我知道,如果今天不写,明天这种感觉就会渐渐忘却!写完感触后,我还是很激动,特别感谢老师!人事能够遇一良师,可终生受益。

您领我们入门,我要努力修炼自身,哪怕是学到您的一点皮毛,仍会受益终生,感谢您张老师!

## 安全台账 抓好企业安全管理的基础

安全生产台账是企业安全生产管理过程中的记录,是抓好企业安全管理的基础工作。它为解决安全生产中存在的问题、完善安全操作规程、修订安全生产管理制度提供了有效依据。认真做好安全管理台账是企业的基本要求及企业管理人员综合素质的具体体现。

安全生产台账是安全生产工作开展情况再现的手段。安全生产的各项工作是一个动态过程,做过的工作一晃即逝,只有将安全生产工作的活动过程,通过台账的形式进行详细反映,从而得以再现安全生产活动中

各项管理活动的具体情况,才能知晓我们在安全管理过程中的对与错,才能总结经验,不断提高安全生产的管理水平,才能杜绝或减少安全生产事故的发生。

安全生产台账是积累安全生产工作经验的需要。安全生产管理是一门综合性的学科,涉及的内容非常广泛,譬如我们公司,就需要有危险化学品、生产性粉尘、职业卫生、消防安全等知识,因此,安全管理人员就需要掌握较为宽泛的知识,而且要不间断积累工作经验、不断更新知识才能跟上安全管理的发展步伐。新知识

可以从书本上学习,结合本企业实际的安全生产工作经验,就需要我们长期记录的安全生产台账去提供,从中寻找出安全生产管理的规律性来。

安全生产台账是企业安全生产标准化的需要。随着社会经济高速发展,国家对安全生产工作越来越重视,安全生产标准化工作已在各企业实施多年,安全生产标准化的13个一级要素,43个二级要素,就要求我们必须整个生产经营活动中做好安全生产台账,将安全生产中的各类资料进行有序归纳,为企业安全生产工作持续开展提供基础。

安全生产台账是事故调查分析的需要。安全生产管理的工作就是要防止各类事故的发生和减少事故损失,但任何人都不能保证不发生事故,企业一旦发生事故,开展事故调

查的手段之一就是查阅安全生产台账,从而了解企业内部安全管理、安全设施等相关情况,为事故原因分析提供资料,找出发生事故的原因,杜绝同类事故再次发生。

安全生产台账是我们抓好企业安全管理的基础工作。做好安全生产台账不是一个人的事情,也不是哪一个部门的事情,而是全公司每一个班组、工段、车间的事情,只有大家认真扎实做好各种安全生产台账,真实地反映、记录安全生产中各环节,才能提高公司的安全管理水平,才能为公司安全生产打下坚实的基础。

(安全环保部:王为鸣)

## 擦亮金字招牌 振兴老字号企业发展

8月25日,南京市老字号协会及所有成员在江苏饭店隆重集会。与会企业都具有悠久历史传统、深厚文化底蕴、和自主知识产权的老字号行业,涵盖了南京市餐饮、食品、酿造、商贸、文化、医药等行业,最“年长”的老字号品牌已经有三百多年的历史,这是老字号协会成立以来最大的一次盛会。这次集会,对重整老字号资源,保护和振兴老字号品牌,弘扬民族文化,传承历史技艺,发展优质品牌,将起到积极地促进作用。

值得一提的是,这次集会还邀请到了分管工业、科学技术、环境保护、民营经济、信息化建设和智慧南京方面工作的南京副市长黄澜参会。

在会议中,黄市长走到南京同仁堂的展位前,认真听取了同仁堂的代表汇报。

“北京同仁堂和南京同仁堂的区别?”

“黄市长你好,北京同仁堂和南京同仁堂原属一脉相承,在民国十五年也就是公元1926年,随政府迁至南京,一直到现在。其经营理念和核心企业文化还是遵循祖训,未曾有任何改动。”

“南京同仁堂经营现状如何?老百姓眼中的南京同仁堂是啥样的?同仁堂的拳头产品有哪些?”

“南京同仁堂经过几轮的改革,从机制到文化,再到营销思路都有了全新变革,重新展现勃勃活力,企业顺应时代要求,结合市场需求,从研发到生产再到营销,从定位到策略再到实施,形成了一个崭新的局面,企业的销售额从曾经十几年徘徊不前到如今近三年年增量分别为264%,

144%,123%,从三年前1.5个亿规模到今年年底有望突破8亿大关,南京同仁堂真正做到了‘百姓身边的同仁堂’。此外,南京同仁堂有很多优秀的产品,极具代表性的有安宫牛黄丸,乌鸡白凤丸,六味地黄丸,养血补肾丸等。”

黄市长听完张代表的介绍后,喜笑颜开地寄语道:“南京同仁堂作为南京老字号的常务副理事长单位,应该在未来继续发挥先锋作用,继续发扬老字号的品牌作用,顺应时代潮流,结合互联思维,拓展海外市场,让南京同仁堂的旗号在每一个有华人生活的地方都知道这个品牌,让每一个华夏儿女都为南京同仁堂的产品骄傲并且使用它!”

(投资公司:顾梓涵)



南京市副市长在南京同仁堂展位与公司代表亲切交谈

## 战高温斗酷暑 保设备维检进度

七月南京如火炉,接连遭遇高温酷暑天气,十八日南京同仁堂高温假正式开始,也宣告同仁堂迎来了一年一度的设备维护检修。这对处在没有空调甚至露天的施工作业现场的工程部人员来说无疑是严峻的考验。被高温炙烤的南京同仁堂看似少了往日的喧嚣,走进却到处是热火朝天忙碌的景象。

一车间管道维修,提取罐的安装;二车间洗衣房、蜡丸组改造;三车间真空干燥烘箱的改造、净化地面铺

设,公用工段新空压机安装、净化空调过滤器更换等等,工程部的各位员工按拟定的工作计划奋斗在各自的工作岗位上。部门领导身先士卒,走在施工一线,施工现场遍布着工程部部长忙碌的身影,大家始终贯彻“当天任务当天完成,保质保量严要求”的工作方针。

不仅是施工现场,五金库一边为一线快速准确地提供备品配件忙碌,同时为确保公司资产的准确清晰,相关人员利用工作间隙进行了仓库盘

点。高温下,领导不忘关怀各位员工,为大家准备了丰富的补给品,给炎炎夏日带来一阵清凉。

历时四周的高温大修,既为南京同仁堂接下来的大生产提供了硬件保障,也为公司员工改善了工作环境。工程部将继续发扬能吃苦,能战斗的工作精神,战高温,斗酷暑,自觉坚守工作岗位,确保各项检查检修任务顺利完成,更为之后的生产提供有力保障。

(工程部:纪方、季林)



# 脚下有路,走出精彩人生

“

有一个追求优秀、成就卓越的恒定信念,你用行动表达“高增长、高效率”的真正内涵。面对压力,你迎难而上;面对竞争,你强者心态。你始终相信:只有想不到,没有做不到,你是真正的人中龙凤。

2015年营销大会的一段颁奖词,将“卓越省经理”的荣誉称号颁给了周凤龙——企业内冉冉升起的一颗销售之星。”

2014年底,周凤龙受处方基药事业部总经理孙总的号召,感知南京同仁堂百年老字号优良的企业文化和巨大的发展潜力,毅然决然地加入南京同仁堂销售队伍。从2005年进入医药行业,最初在兰州做OTC和商务代表,之后辗转江西、天津、东北等地,近几年稳定在了浙江。在这过程中积累了丰富的销售和管理经验。进入南京同仁堂担任浙江省基药经理以来,带领浙江省基药团队,开疆破土取得了一个又一个骄人业绩,将浙江基药从几乎零销售上升到50万的平台,也因此获得了2015年卓越省经理称号。问到感想时,周总表示,能完成公司下达的各项指标是他加入南京同仁堂后遇到的最有成就感的事情,南京同仁堂给了自己实现自我价值的平台,未来还将保持这股冲劲,勇争第

一,因为数字最能说明一切。

谈到工作心得,周总说,责任心是做任何事的第一要素,有责任心才会积极主动完善地处理问题,而不是敷衍,有责任心才会提前规划,把公司的事情当做自己的事情去操作。其次,最看重的是怀着一颗感恩的心工作的人,做事即做人,对业务员、客户一向秉持先做朋友、再做生意的原则,这样可持续性地维护合作关系,而对于那些没有合作成功的,买卖不成仁义在,由此也能结识许多良师益友,可谓人生乐事。

现阶段,虽然已经担任了浙江省总这一重要职位,但在周总看来,最需要自我提升的还是管理方式和方法。他谦虚地表示自己还有很大的空间去完善,目前也在学习中,得空就会向领导请教,并细心观察他们的管理方法。在一

定的管理和业务能力的基础上,同时要具备良好的自身修养素质,务实工作,有方法,有计划,有目标。未来的规划中,周总强调需要努力工作,好好学习,不断提升自我的管理经验和业务能力。

当问到这份工作让自己得到和失去了什么,周凤龙说,得到的东西太多了,事业上的成就感、结识好友的欢乐等等,但其实最重要的不是这些。人生几何,譬如朝露,去日苦多,如能造福他人,人之大幸也;而要是说到失去了什么,不得不说,因为不定期出差,失去了很多陪家人的时间,周凤龙非常感谢家人对他工作的支持。

未来的路就在脚下,相信只要心中有梦,必将一往无前。



他说

1、在从事医药销售过程中遇到最大的问题是什么?您是如何克服的?

没有困难。我说没有困难,并不是我这一路顺遂,可以说我也遇到过很多难事,可是现在回想起来,天空飘过五个字,“那都不是事”。就算是鸿沟一样难以跨越,首先我自己是非常自信去跨越的,一切皆有可能,而且我坚信我不是一个人在战斗,团队给我很大的力量。

2、您有没有偶像?是谁?他(她)对您的影响表现在什么地方?

我的偶像是摩托车赛车手斯通纳,我欣赏他面对挑战时激进勇敢的态度,同时又细腻的作战方式。工作中我的偶像就是孙总,我深深折服于孙总的洞察力与远见,还有做任何事无懈可击的方式。

3、谈谈您对南京同仁堂的认识?

“炮制虽繁,必不敢省人工;品味虽贵,必不敢减物力”,“修合无人见,存心有天知”,南京同仁堂品牌正如这两句古训,兢兢业业,精益求精,值得老百姓信赖。也鞭策着我在工作中自律,追求卓越。

(市场管理中心:孔莹玥)

## 如何延续的同仁堂古训

都知道同仁堂的古训“炮制虽繁,必不敢省人工;品味虽贵,必不敢减物力”,能够传承这么些年,并且保持着这份谨遵之心,是为什么呢?同仁堂的职工多数非亲即故,一般都是三四代在同仁堂做事,也从未发生什么劳资斗争,这又是为什么呢?

有这么一位职工,他叫李荣福,曾在另一药铺鹤鸣堂干过活,据他描述,鹤鸣堂掌柜的名叫孟金甫,他的儿子叫孟华田,当时在北京市药行流传一句顺口溜,就是:“宁受十年苦,不帮孟金甫;宁愿十年闲,不帮孟华田”,就是形容孟家用人太狠,对职工又非常刻薄吝啬,而同仁堂不是这样。

为什么都愿意来乐家?起码说,别的铺子都是散铺,你天天都得拆铺、搭铺,同仁堂这儿都是死铺,

一人一位置。

什么叫散铺和死铺?当时药店都有一个前柜一个后柜。别的药店在前柜的栏柜和柜里都搭上铺,早上一开门,就得把这铺都拆了,把铺卷扛走。可是乐家有屋子,给你固定睡觉的地儿,有你的位置。你来了以后有你的住处、有你的衣食保障,你说他能不跟你一心吗?

所以职工们的向心力相当强,乐家说要精细制药,那大家就绝不敢马虎大意,都愿意好好干。

同仁堂乐氏家族第十三代嫡传乐笃周从小对此耳濡目染,创办南京同仁堂后,待职工们也很好,职工们有时到上海去,也全部是他安排人招待,连生孩子他都管,1937年间,日本侵略军占领南京后,南京同仁堂员工流离失所时,他即在报纸上刊登启事,召留、安排去上海工作

,并安排居住在自己家中。

职工们对南京同仁堂也就形成相当强的向心力,所以在进货、生产的各个环节,便小心翼翼,一直挂在心上,这都成了文化了,就这么一代代传了下来。有一次,一个刚进厂的小伙子被安排值班,要看着烘干箱,这边要控制时间呢,他坐着就要打瞌睡,边上老职工看见了,气可大,一巴掌拍下去,就开始骂,骂这小子不长心,做事不认真。

这一丝不苟的精神就这么的在南京同仁堂传承下来了,同仁堂的古训“炮制虽繁,必不敢省人工;品味虽贵,必不敢减物力”可以说既是祖上的骄傲,亦是鞭策,时刻警示着南京同仁堂一代又一代,今时今日,南京同仁堂内还流传“谨遵祖训,药德为魂。兢兢业业制药,堂堂正正做人”的敬业誓言,同仁堂古训也已深深地印在了职工们的思想,融入了血液里。这精神,南京同仁堂还将继续延续下去!

(市场管理中心:马鑫)

### ◆ 知识链接

#### “修合无人见 存心有天知”是怎么来的?

宁波乐氏第二十六世乐良才在明朝永乐帝朱棣迁都北京时到北京行街串巷、行医卖药,后经乐良才之子乐廷松(二十七世)、二十八世乐怀育,到二十九世乐显扬在1644年清军入关时当上太医院吏目,乐家就此步入宫廷为皇室治病。乐显扬“喜读方书,善辨药材疑似”,认为“古方……修合未工,品味不正,不能应症。”遂于1669年开办“同仁堂药室”。其子乐凤鸣(三十世)在康熙四十五年(1706年)剞劂成书《乐氏世代祖传丸散膏丹下料配方》,在序言中提出“遵肘后、辨地产,炮制虽繁必不敢省人工,品味虽贵必不敢减物力”,树立“修合无人见,存心有天知”的意识——这幅名联即诞生于此,成为同行开铺做药的共同道德标准,延传至今。