



同仁报

第41期

总第47期

2017年06月02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



急救國寶·南同安宮



www.njtrt.com

修合无人见 存心有天知

“我们是五月的花海,用青春拥抱时代;我们是初升的太阳,用生命点燃未来;五四的火炬,唤起了民族的觉醒,壮丽的事业,激励着我们继往开来……”为激励公司年轻同仁不断进取,鼓励大家精研、传承

同仁文化,学习专业知识,发挥青年生力军作用、推动公司不断发展。在公司团委的精心策划和筹备下,开展了

“南京同仁堂2017五四系列活动”。

精研同仁文化 激扬青春风采

点燃五四·彰显青春本色

“五四”优秀青年评选是为大力弘扬“五四”精神,践行社会主义核心价值观,展现南京同仁堂广大青年昂扬向上、奋发进取的精神风貌。经各团支部推荐、投票,党委审议,选出了四位优秀青年代表,他们分别是:一车间崔健、二车间赵帅、工程部刘梦杰、营销公司刘菲菲。在这四位优秀青年代表身上,集中体现了南京同仁堂青年团员认同企业文化、立足岗位精于专研、夯实专业技能,适应企业发展需要的优秀品行;展现出了阳光向上、积极主动,用高昂的工作热情感染身边的同事,营造良好的集体氛围,帮助团队共同成长的优秀素质。他们是南京同仁堂青年的优秀代表,是所有年轻员工的榜样。

企业知识竞赛是公司团委通过青年人喜闻乐见的方式搭建的学习、交流的平台,本次竞赛的组织形式上求新求变,力求吸引和鼓励更多的青年员工共同参与。赛前,采用微信答题的形式,做为比

5月20日“五四”优秀青年表彰如期进行。公司领导为获得“五四优秀青年”荣誉称号的四位青年员工颁发了奖杯和荣誉证书。随后,知识竞赛的现场比赛拉开帷幕。团体比赛精彩纷呈,经过必答、抢答、和心跳题的三轮激烈比拼,由质量部-斗志斗勇队、一车间-必胜队、六支部和工程部联合组成的精英队,分获团队一、二、三等奖。个人赛扣人心弦,经六轮个人一站到底答题的激烈角逐,最终冠军争夺战在质量部孙梦雅和二车间邱富静之间展开。最终邱富

赛的预热和引导。微信答题真正做到了参与度高,参与面广。更值得一提的是,公司生产一线的员工在药品专业知识方面的功力也不容小觑。三车间庄具龙(第5名)、一车间张朝胜(第13名)、二车间严霞、采购物流部周群等一批生产系统一线员工也参与到此次专业

放飞梦想·激扬青春风采

静以一题优势战胜强劲对手孙梦雅,获得了个人赛的冠军。

公司党委书记何畅、副总经理周勤文、工会副主席王业盈参加了本次现场比赛并担任仲裁。周总对青年员工积极参与企业知识竞赛活动,深度精研岗位知识、奋发进取的精神表示鼓励与肯定。对本次比赛的组织形式和选手的认真参与、取得的成绩给予了高度评价,周总激励全体青年和参赛队员:知识是企业发展的动力和源泉,希望青年员工深入学习专业知识,精研同仁文化,激扬青春风采,

性较强的微信答题当中,并且成绩斐然。前30名获奖名单中,一线员工占据了半壁江山。在繁忙日常生产活动之余,一线生产员工并没有放松对自己的要求,依然坚持学习中药企业的各项知识,这种精研岗位知识,奋发向上的精神正是同仁堂最宝贵的财富,也是企业成长最坚定的基石。

在工作中不断学习进步,与企业一同成长。

最后,何书记代表全体公司领导对获得“五四”表彰的优秀青年表示祝贺,同时表达了公司对青年一代的殷切期望:青年是企业的未来,希望全体青年、团员,担负起责任与使命,将几代南京同仁堂人优秀的品质传承下去,发挥专业技能和创新精神,推动企业可持续发展。希望全体青年员工以先进为榜样,将正气、正能量,像阳光一样洒满公司的每个角落!

(研究所:唐颂豪)

营销之窗

周岁相聚 精进北京 品牌崛起

5月分外明朗,品牌国药事业部一岁。品牌国药事业部2017一季度总结分享会在北京顺利召开。

公司新闻

创新求变落地为王 夯实基础执行为上

5月9日,南京同仁堂处方基药事业部在南京召开了第二季度工作会议。来自全国各地的商务线、医疗推广一区、医疗推广二区的各省区经理齐聚金陵。



扫一扫,加关注





在全世界的眼中,你是巨龙的眼睛,你的每一次腾飞,你的每一次舞动,都是全中国的精神力的体现。在我们南同人眼中,你是一座恢弘的城,你是指路的明灯,每一次闪耀都激励我们更前进迈一步。

5月分外明朗,品牌国药事业部一岁,我们用傲人的成绩单迈步入你的怀抱——北京。

昂首阔步 精进北京

在经历了一年的残酷市场洗礼后——我们留存下来,满怀对企业品牌的忠诚,对未来的憧憬,对兄弟姐妹们热情相见。为大力促进之后市场发展之路,我们相约于此共创美好明天!

市场管理中心高明贤总经

养血成势 安宫谋局

会议之初,由医药营销有限公司市场管理中心高总对品牌国药事业部的一年发展做总结。高总对市场布局 and 整体打法做了详细讲解。他强调:“现有团队是品牌事业部的拓荒者,是品牌复兴的中军力量,是抄底的投资者,彼此成全彼此成就。我们坚持企业定位不动摇,坚持做‘百姓身边的同仁堂’。”“我们才刚刚一岁,我们存活下来了,接下来我们要活得很好,以后的路还很长,仍然要‘日进月奔,枕戈待旦’”。高总继续指出,有点无线不成局,有线无面不成局。养血成势,需要点够深,线够韧,面够广,做到有深度

理,人事行政部徐琨经理受邀出席本次会议。为所有与会精英成员就市场定位,新的思路方法和人事要求进行讲解,在品牌国药事业部团队昂首阔步走在继续前行的道路上指明了方向,提供了坚强后盾。

有广度;安宫的成局,定位精准,需要产品自信,需要第三只手,破局新途径,开拓新局面!伙伴们认真聆听,激烈探讨,快速返回市场,快速精进!

紧接着品牌国药事业部各省总对一季度的重点工作和市场问题作述职报告与总结分享。各省总就一季度战果以及成功经验进行分享同时,也阐述市场问题和需要解决的方案。优秀员工的案例和“我与南同的故事”更全方位展现了我们一路走来的艰辛和不易,让所有参会同仁学习到了成功经验和案例,大家收获满满!

◆广东省区域经理——杨柳

重点分享安宫牛黄丸市场开发和上量经验。开发寻找关键人,谈判避开毛利率重点强调毛利额。市场定价要统一,店员销售政策好。内购双赢你我他。

◆河北省区域经理——陈宁

重点分享如何打造单品黄金门店经验。开发寻找客流量大销售额高的门店,重点攻破店员和店长。搞定店长给店员分配任务,每日复盘督促所有店员都可以销售。客情销售两不误。

◆四川省区域经理——丁香

重点分享如何住店促销经验。把自己当作店里销售的一员,我不是厂家卖药的,我是您身边健康顾问。要联合店员一起和顾客推荐,推荐要有不达目的决不罢休的精神。每次驻店促销要给自己下一个目标,不达目标绝不离开门店,既给门店做了销售带头作用,教会店员如何销售,又做好客情一举两得。

周岁相聚 精进北京 品牌崛起



勇往直前 销售必达

分享会高潮一波接一波。品牌国药事业部陈总在大会做重要陈述和总结时回忆到,一年前的今天,南同品牌团队由一人接旗到现在的精英强将,由月纯销售0到过万,由月回款0到过百万,可谓步步惊心。陈总激动地说“感谢有你们,我太爱你们了!”简单的话语中饱含着对团队的感激之情。

此情此景,感慨万千,一年来的过往像过电影一般,情到深处眼含泪花。这是喜悦的泪水,这是感激泪水,我们感同身受,我们

每一位家人都为付出了辛勤的汗水。不论是一路走来支持我们的后勤保障部门、给予我们全力支持的客户亲人们还是服用完产品带来快速身体改善的消费者们开心的笑容,都是一直支持我们不断前行的源动力。

激动喜悦之际,陈总要求大家,一季度已经过去,总结分享是为了迎接第二季度的新的挑战,不忘初心,继续勇往直前,2017销售必达!

星星之火 必将燎原

会议期间,拓展训练也是亮点不断,精彩纷呈。自古有云“不到长城非好汉”,南同品牌核心团队万众一心勇攀长城,拼的是毅力,玩的是勇气,考验的是团队协作一心向前。不抛弃不放弃,勇攀高峰,攀登中相互鼓励,谁都不掉队不拖后腿。拍照纪念到达“好汉碑”的时刻,南同品牌团队个个都是好汉,真汉,硬汉,共同领略中华民族五千年历史留给我们的震撼!

可爱的90后团队更是玩起了长城“养血补肾丸自拍接龙”,广州返程众筹时间,很快疯传朋友圈,让客户感受到了南同品牌

团队不仅继承了百年老字号的优良传统,更是不断创新与开拓的团队。快乐工作,工作快乐,正能量满满!

5月精进北京城,宏图南同品牌美好明天。探寻企业不一样的未来,养血成势,安宫谋局,星星之火必将燎原。现阶段革命尚未成功,还需继续努力,我们的路任重而道远,品牌不忘曾经为何出发,全力以赴,使命必达!加油!加油!加油!

图1:品牌国药事业部全体同仁合影

图2:市场管理中心高总做重要讲话

图3:品牌国药事业部总结会现场

(品牌国药事业部京津冀:刘红亮)

问道青城山

——品牌国药事业部四川省一季度会议暨新广告投放动员会

+

“人间四月芳菲尽,山寺桃花始盛开”。四月的青城山,依然是一副初春的模样,山林幽静,满眼葱郁。4月21日,品牌四川团队区域经理以上成员,作为四川团队的骨干、脊梁,在经历了一个季度残酷的市场洗礼后,满怀对企业的忠诚,对前景的憧憬,对迫切改变现状、大力促进市场发展的一些想法和建议,虔诚的踏上“问道之旅”。

医药营销有限公司市场管理中心总经理高明贤、品牌国药事业部总经理陈雪峰受邀出席本次会议,为所有与会人员注入更多的激情与信心。这次会议,我们一定能探讨出养血补肾丸热销、四川团队迅速成长的“道”!

+



品牌国药事业部总经理陈总会议分享



品牌国药事业部四川团队合影

厚积薄发 畅谈变革再续辉煌

会议之初,四川推广经理蔡云清就四川市场整体开发进度、第一季度重点工作事项、市场及团队现状的一些亮点和不足作出工作报告。目前,四川市场已开发省会成都、17个地级市,凉山州,空白市场仅有甘孜、阿坝两个偏远高寒的少数民族自治州,在已开发市场,达成与当地主流连锁排名前三的重点客户建立合作关系,且动销量呈持续稳定上升态势。自2017年初,加大对县域市场的开发力度,县域现场开发比例超过70%,且成功打造平昌友

邦、中江神龙、蓬溪汇通等一批县级动销标杆连锁。

除此之外,各个区域经理就所辖区域的第一季度的重点工作和市场问题作出述职报告,在总结的经验和教训的同时,也重点分享了优秀案例,深度剖析了失败的案例。

绵阳区域经理-李阳,重点分享了绵阳百姓缘连锁月度纯销800盒的动销标杆连锁的打造经验。李阳经理由衷感叹:只有想不到,没有做不到!

广安区域经理-周芸,重点分享

了如何从县级市场着手,覆盖地市,将总部位于邻水县城的天希康平连锁打造成为川东北绝对的动销标杆,建立深度客情关系,消灭连锁公司内部的动销死角,发动连锁所有门店冲击600盒的月度销售任务。

南充遂宁区域经理-丁香,敏锐地发现市场问题,并在高总帮助下,提炼出养血补肾丸在夏季的推荐话术,尤其是高总的“机器在高温下运行的“比喻和总结,成功地征服了所有与会人员。会后迅速通过朋友圈宣传,深得广大店员的信任。

品牌升级 销售规划明晰方向

为了进一步提升品牌形象,迅速拓展市场,南京同仁堂养血补肾丸新版广告于近日在四川影视文艺频道开播。借电视广告大力投放的东风,四川市场将率先开发养血补肾丸2盒装的流通渠道。四川省总李德围绕养血补肾丸2盒装的流通渠道建设、管理等作出重要工作部署。

“团队是第一生产力,一支优秀

团队的打造是四川市场成功的根本,不断的学习提升,是四川团队每一位能持续进步的根本。”高总表示,广告品种运作初期,终端氛围打造是非常重要的。尤其是从见货率到销售率,到后期额外增长点的关系及中间环节等。

会上,陈总以“敬天爱人”为主题,重点讲解了标准化营销战术和

组织发展战略,并由此引申,对养血补肾丸的标准营销战术做出详细讲解,对四川团队构建和培育提出了明确的要求。

建设品牌核心和实现终端销售爆破,经过这一系列的销售规划及战略实施,品牌国药事业部定能蜕变革新,奠定更加坚实的基础而蓄势发展。

群情振奋 2017使命必达

古之立大事者,不惟有超世之才,亦必有坚忍不拔之志。2017是机遇与挑战并存的一年,也是大有可为的一年。本次会议不仅进一步向四川团队传递了销售战略和营销方针,也为大家在2017年的发展明确了目标,指明了方向。会议即将

结束时,品牌国药四川同仁立下了军令状:誓在7月达成月度纯销过百万的目标!

一诺既出,千山莫阻! 话音落地,行动开始!

4月22日,我们问道青城山。探寻养血补肾丸热销之道,探寻四

川市场大力推进之道,探寻四川团队升华之道! 大道虽无垠,但我们坚信——道虽远,行必至,星星之火,必将燎原!

(品牌国药事业部四川:李德)

精血双养·肝肾同补

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

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

OTC

南京同仁堂

扫一扫 加关注

客服专线: 400-828-0737

网 址: www.njtrt.com



弘扬时代精神 展现技能风采

◆ 质量之星:周敏 ◆

质量管理部公用系统 QA

端正的态度,饱满的热情,善于观察,注重细节,严把每一项工作的质量关卡,是领导对她的评价。在4月份的系统考核中,表现突出。

公用系统 QA,所需专业涉及 GMP 知识、系统设备原理、工程系统知识,对人员的专业知识及操作能力都有着较高的要求。在每天完成工作的基础上,她阅读相关专业资料,再将专业知识吸收、运用到实际工作中,确保专业高效地完成工作。

作为一名新时代的青年人和同仁堂人,她始终以高度的责任心和使命感,勤奋学习,扎实工作。她说:“尽管我的工作岗位很平凡,没有轰轰烈烈的事迹,没有惊天动地的伟业,但越平凡的工作岗位,越能体现一个人的毅力、责任和价值,平凡岗位一样能演绎出青春精彩!我将始终用自己的热情与执着,跋涉着、探索着、追求着……”



周敏

积极、认真、细致的工作态度,强烈的主人翁意识使他在项目办安全员的岗位上兢兢业业、任劳任怨,用实实在在的业绩为同仁堂新厂的安全建设贡献力量。

目前,新厂建设主体工程已经全

善于独立思考,综合判断能力强,富有缜密的逻辑思维及较强的责任意识,在短期工作阶段,快速提高各项业务能力,全面提升综合素质,为公司财务部领导决策提供有力支持。

结合自身工作内容及经验,积极思考,为公司提出以下三项建议:第一

“勤劳”是施师傅给大家留下的第一印象。丰富的工作经验、勤恳负责的工作态度,勤于思考的工作习惯,都令他平凡却不普通。

一车间水提取 MVR 浓缩锅自去年底投入使用以来,大大提高了水提生产进度,但是 MVR 的清场却非常费时,361 根长达 6 米的蒸发列管需要逐



陈勇

◆ 项目办 EHS 专员陈勇:安全之星 ◆

面展开,各单体已陆续起来,“四口五临”、高处作业、施工现场临时用电防护等都是安全工作的重点,他每天下现场巡视,发现安全隐患立即限期整改,不放过每一项安全隐患的整改检查,直到符合安全要求为止;组织施工

◆ 公司财务部专员虞景文:管理创新之星 ◆

项是建议承兑票据贴现前综合分析各项因素,选择最优化方案,维护企业利益最大化;第二项是在企业存款管理上,建议与银行协商提高协定存款利率,既保证资金流动又提高企业利息收入;第三项是建议与金融机构协商,尽快索取银行手续费以及贷款利息的

◆ 一车间机修工施兵:生产之星 ◆

个疏通,给清洁工作带来很大困难,清场耗时耗力。施师傅看在眼里,记在心里,他凭着自己过硬的维修技术,积极想办法出主意,对疏通钢棒进行了小改,通过多次实践和运用, MVR 第二次的大清场仅用了原先时间的一半,大大缩短了作业时间,清洁效率也提高了一倍!



虞景文



施兵

单位进行高空坠落应急演练、消防演练……

他始终坚持把领导对安全工作的不放心变成自己对安全隐患的不放过,用自己的专业、职业、敬业为新厂建设筑起一道安全“防火墙”。

增值税发票,维护公司利益,减少企业的税务风险。

他虽是公司财务部的普通一员,严谨细致的工作作风却展现出个人魅力,财务工作更因他的存在而增添色彩。

默默无闻是施兵同志的代名词,勤劳、刻苦、攻坚是他的个性。为平凡的工作做点有意义的事,哪怕是苦是累,一个字“值”,他用责任、智慧和实际行动赢得了尊重。

(综合管理部:董颖)

燃烧青春·激情五四

——记南京同仁堂“五四优秀青年”

大力弘扬“五四”精神,助力推进公司精细化管理进程,展现同仁堂广大青年昂扬向上、奋发进取的精神风貌,公司团委在“五四”前夕开展 2017 年度公司“五四优秀青年”评选活动。经过各部门推荐和团委的综合考评,授予崔健、赵帅、刘梦杰、刘菲菲为公司“五四优秀青年”荣誉称号。

一车间团支部书记崔健,作为团支部书记,他政治过硬,工作扎实,始终将支部年轻人的事放在心上,工作中他乐于助人,虚心求教。在不断充实自己的同时,帮助支部组织多次团队活动,丰富了年青员工的业余生活,增加了一支部的凝聚力、向心力。团队为先,奋勇向前

他是一支部的排头兵。

二车间机修班长赵帅,以事业心书写成长,以责任心刷新价值,处处为企业的利益着想。即便下班以后,当有机器故障,从企业的利益出发,他主动放弃个人休息时间,保障设备正常运行。工作中,他竭诚服务,甘于奉献。春暖花开今又是,跃

马扬鞭正当时。他是同仁堂机修人的优秀代表。

电力管理员刘梦杰,在此岗位上他始终坚持安全第一,将安全问题、安全规范放在首位。在工作中对公司危化区、配电区等易发生安全事故的区域,做到熟知电路排线开关位置,持续进行安全巡检。以杜绝安全隐患的发生。集体生活中他担任团支部书记,他勤于沟通,礼貌待人,为团队建设做出了自己的贡献,是一位全面发展的好同志。

刘菲菲,参加工作的三年多,通过不断学习提高职业素养。在公司



领导的重视和指导下,编辑出版《同仁报》34 期;独立运营企业微信公众号两年;协助配合团委、工会开展各项活动;积极参加公司组织的各类活动,并获得了“五星员工”、“南京同仁堂之歌歌词征集”三等奖等奖项。

(团委)

新厂建设 激战正酣

走进南京同仁堂项目的施工工地上,施工正忙,一番热火朝天的繁忙景象。现场众多工作人员在加紧工作进度,数名工程指挥者在现场一边指挥着各个施工点,一边对照图纸核查施工质量,大型塔吊、混凝土灌装机快速的运作。

截止目前,在确保工程质量的前提下狠抓工程进度,各个单体进展顺利。提取车间(一)一、二、三层梁、板、柱混凝土浇筑完成;前处理车间一、二、三层梁、板、柱混凝土浇筑完成;综合仓库、综合制剂(一)一、二层梁、板、柱混凝土浇筑完成,部分三层梁、板混凝土浇筑完成;质检办公楼一、二、三、四层梁、板、柱浇筑完成。其他的配套设施垃圾站、试剂库、门房、动力机修车间已经封顶,进行二次结构施工。

项目主体结构掀起大干的高潮,

为快速推进施工进度并实现施工安全和施工质量事故两项为零而不懈努力。为确保施工安全和质量从以下三方面入手:

1.加强监管保质量:各主页工程师到施工现场进行监管,有任何不符合施工质量、不达到标准的材料一律禁止使用,有任何不执行安全制度、不符合设计要求的一律现场进行整改,以强力手段确保施工质量。

2.狠抓质量提进度:可谓是时间紧、任务重、难度高,但是在总带领下各专业小组不等不靠,积极想办法、想对策,现场落实解决困难,为确保项目主体封顶奠定了坚实的基础。

3.强化责任保安全:施工单位在进场之前,项目办组织各施工单位管理人员、现场监理在会议室召开安全会议,详细讲解了安全管理办法,落实责任制,强化安全意识,为确保安



全和质量事故为零注入了有力的思想保障。

项目办各专业组员工都鼓足干劲,抓紧冲刺,在于总带领下各专业小组克服了诸多困难,精心组织、倒排工期、超前谋划、积极做好各小

组的配合协调工作。坚决贯彻“安全第一、预防为主、综合治理”的方针,狠抓施工现场安全管理,保证工程质量,加快施工进度,为后续施工开展,奠定了坚实基础。

(项目办:王发达)

创新求变落地为王 夯实基础执行为上

“金陵风景好,豪士集新亭。”5月9日,在这千里莺啼绿映红的季节,南京同仁堂处方基药事业部在南京召开了第二季度工作会议。来自全国各地的商务线、医疗推广一区、医疗推广二区的各省区经理齐聚金陵,共同总结一季度取得的成绩,并探讨事业部最新改革要点,为二季度乃至全年的工作助力。

会议由处方基药事业部总经理助理侯总主持,南京同仁堂医药营销有限公司总经理罗总,市场管理中心总经理高总,销售服务总监何总,销售财务部总监尤总及各线总监出席会议。会议紧紧围绕“新思路,新模式,创新求变落地为王;凝人心,聚资源,夯实基础执行为上”的主题,对处方基药事业部接下来的营销思路和业务模式作出了新的要求,鉴于前期发展过程中遇到的

一些问题,以及为提高效率、简化流程、防止管理漏洞的发生,处方基药事业部需要转变思路,对原有的业务模式进行适当的调整,从管理层面到执行层面,都需要重视团队建设以及资源管理,全面执行新的政策以求业绩的突破。

会上首先由罗总宣读了处方基药事业部相关工作的调整的决定,对外围市场的销售模式、相关业务流程简化规定等内容进行了讲解。各线总监分别针对医

疗推广线和商务线各区1-4月工作内容进行总结,并同各省区经理针对5、6月份工作进行部署安排。之后,业务部、财务部、政府事务部、医

疗市场部等部门进行了工作对接。在讨论环节,各区域负责人就目前市场工作中遇到的问题讨论分析,寻求合适的解决办法,公司领导也给出了相应的解决方案。

会议最后高总对处方基药事业部各位将士指出“政策清晰,方案明

确,如何落地为赢是关键”。罗总在最后的总结发言中也指出“政策调整目的是为大家减负,使考核清楚,让大家轻装上阵。并要求大家应以本次会议为契机,统一思想、目标一致,抓好团队管理,抓好基础工作,做好国家政策的跟进应对,以实际行动实现自己的目标。”

“新思路,新模式,创新求变落地为王;凝人心,聚资源,夯实基础执行为上”。一天的会议结束,相信各省区经理吸收到了提高效率、简化流程的主旨。真正把各项工作落地执行到一线。2017,处方基药事业部将重整旗鼓,再攀高峰。

图:处方基药事业部第二季度工作会议

(市场管理中心:孔莹玥)



平凡岗位 闪耀金色光芒



把自己的工作当成一种神圣的使命,即便是最普通的岗位,也能以最高的标准,展现自己的人生价值,他以无私奉献与忠诚敬业诠释着“真正的伟大在于平凡”的道理。让青春无怨无悔,让人生绽放光芒!他就是南京市五一劳动奖章获得者邓树清。

邓树清,现任南京同仁堂药业有限责任公司三车间小颗粒工段长。1999年进入公司就职,作为

早年的大专生,他在平凡岗位上工作17年。2002年公司进行首次GMP认证,他积极主动参与新设备调试和试制,同时不断学习各项操作技能提升自己,2003年评为南京医药产业集团“优秀团员”。工作中他始终勤恳敬业,团结同事,互通交流,对新员工积极耐心教导,在制药“传帮带”工作中起到了非常重要的作用。他凭着对工作高度负责的态度和执着敬业的

精神,深深地感染和激励着身边的每一位同志,起到了先锋模范带头作用。多年来,通过改进设备和工艺,提高了生产效率和产品质量。在2016年度被公司评为“优秀党员”。作为车间分工会主席,他关心同事,积极组织各类活动,促进员工之间的交流和沟通,激发员工积极性和创造性,助推企业发展,在平凡岗位上闪耀出金色光芒!

(综合管理部)

端午养生 清热解毒正当时

——南京同仁堂湖南省端午安宫战役启动



南京同仁堂湖南省端午安宫战役启动大会

5月8日,2017年南京同仁堂湖南省端午安宫战役启动大会在长沙拉开帷幕。传统国药事业部南区总监黄胜华、培训部经理王旭、湖南省总李晓明及培训部驻传统,江苏、广西、广东、浙江、重庆、山西、湖南的培训经理共同见证了这一时刻。

启动大会上,传统驻湖南培训推广冯武详细介绍了健康讲座开展过程中应注意的事项;李总就此次活动中的到店会员对地区经理

提出了明确要求;王经理则主要强调了活动中各培训推广经理的行程安全问题,并对工作地区进行了统一安排。黄总在会议最后对大家的付出表示了感谢,希望通过此次战役的打响,为销售的后续发力打下坚实的基础,并预祝此次战役圆满成功!

在汉族民俗中,农历五月俗称毒月。端午正是九毒日之首,也因此这一天有许多喝雄黄酒、插艾草等避邪驱毒的仪式。尤其端午前

后,正是天气炎热,雨水增多,身体的热毒积聚,中老年特别容易发生中风的时节。而在长株潭地区,端午服安宫早已成为一种时尚民俗。相信通过此次在长沙、衡阳、湘潭、株洲地区开展的端午安宫战役活动,南京同仁堂定能以优良的产品品质、专业的健康服务收获更多的市场份额和更好的消费者口碑。

(市场管理中心:刘菲菲)

培训札记

安宫牛黄丸伴您安享晚年

2017年4月的某一天,我接到了一电话,像往常一样,按了接通键然后礼貌性地问好。可电话的那端,并没有要和我寒暄的意思,取而代之的是难掩的喜悦和震惊。电话是安徽省宿州市一个终端经理打来的,他甚至兴奋得有些语无伦次,大声地喊道:“姜经理,你还记得上次来买安宫的那个患者吗?就是一次性买了很多的那个?还记得吗?我们还去她的家里呢!”我细细地想着,可是接触的患者太多了,我并没有什么印象。就在我支支吾吾的时候,电话那端仍然兴奋地和我在讲着:“就是那个老阿姨,之前得过中风的那个,不能走路,还一直流口水的那个。服用了安宫牛黄丸以后,不但不流口水了,还可以走路了,我今天去看她了,你猜最震惊的是什么?她还可以给老伴儿做饭啦!以前想都不敢想的事情,现在居然实现了。”其实,像这样的患者屡见不鲜了,但是每次听到有康复的患者的时候,我也仍然会很开心。

在与我们的终端经理通话后,他把患者的照片发给了我,我的思绪一下子就拉回到了2016年的10月。记忆很清晰,那天下着淅淅沥沥的小雨,我们到了安徽省宿州市夹沟镇。见到患者的时候,她在轮椅上坐着,不停地流口水,而且沟通很困难,我甚至没办法听清她说了什么。她的老伴儿不停地给她擦口水,照顾着她。两位老人家这样的生活已经持续了一年多了,很痛苦,却没有办法。老伯伯告诉我,他们老两口苦了一辈子,为了生活,为了

让孩子好好读书,他们不辞辛苦地工作赚钱。上了年纪了,生活水平也好了,终于可以安享晚年了,却不料阿姨得了脑梗塞,而且还留下了这么严重的后遗症。尝试了很多治疗方法:针灸,按摩,大把大把的西药,可是尽管老伯伯精心地呵护,儿女大把大把地花钱,阿姨的病情却依然没有起色。一次偶然的的机会,老伯伯在药房老板的推荐下了解了安宫牛黄丸。也许是尝试过的治疗方案太多了,两位老人家对安宫牛黄丸将信将疑,为了那一丝希望,他们决定尝试一下。这次的尝试让阿姨的身体逐渐地康复,再也不是满面愁容了,而是挂满了笑容。

像这样的康复患者案例,安徽省还有很多,全国的案例更是数不胜数。安宫牛黄丸不光挽救了很多急危重症患者,还挽救了很多家庭,让这些家庭中充满了欢声笑语。很多患者都说,不知道该怎么形容安宫牛黄丸这个药了,只能说太神奇了。是的,安宫牛黄丸就是很神奇的,让不可能成为可能,创造了一个又一个的奇迹!急救、治疗、预防、养生,四位一体的代表性中药。心脑血管的保护神,生命之宝都是对安宫牛黄丸的美称,而安宫牛黄丸也确实可以担得起这些美称。

南京同仁堂希望每一个患者都尽快康复,希望解决每一个患者的病痛。怕中风,服安宫,一月一粒脑轻松!

(培训部安徽:姜慧琳)

安宫牛黄丸被誉为我国传统药物“温病三宝”之首,自古即有“救急症于即时,挽垂危于顷刻”的美称。

南京同仁堂安宫牛黄丸,百年品牌,脑中风治疗预防第一选择。重则急救,缓则养脑,为中风急救之圣药。在销售最前线,每天都在发生着奇迹……

南京同仁堂创奇迹 安宫丸拯救植物人

脑中风是一组以脑部缺血及出血性损伤症状为主要临床表现的疾病,又称脑卒中或脑血管意外,具有极高的病死率和致残率,主要分为出血性脑中风(脑出血或蛛网膜下腔出血)和缺血性脑中风(脑梗塞、脑血栓形成)两大类,以脑梗塞最为常见。脑中风发病急,病死率高,是世界上最重要的致死性疾病之一。中风的死亡率也有随年龄增长而上升的趋势,由于一直缺乏有效的治疗措施,目前认为预防是最好的措施,因此,加强对全民普及脑中风的危险因素及先兆症状的教育,才会真正获得有效的防治效果。

在2017年春季,脑中风高发时期,吉林敦化一位七旬高领老人不幸发病。在医院手术时并发胃出血,经过两周的ICU重症监护后老人的命虽是保住了,但此次脑中风病发却造成老人失语(脑血管病的一个常见症状,主要表现为对语言的理解、表达能力丧失)、失认(认识能力的缺失,它包括视觉、听觉、触觉及对身体部位认识能力的缺失,是脑中风的症状之一)的植物人状态。

老人全身无知觉,也只能通过鼻饲管进食。在住院期间整体花费

已高达20余万元,出院后又不得不住进高额的护理院。

通过一位在药店的亲属推荐后,开始服用南京同仁堂安宫牛黄丸。作为南京同仁堂传统国药吉林省负责人王洪波王总在2017年5月5日看望老人时,老人手脚已有知觉,都可以抬起,认知能力得到恢复,可以辨识儿女;鼻饲管也不再使用,可以主动进食。

此时老人已经服用5丸安宫牛黄丸,用药时间也不到两个月。手术是把老人的命从死神手上拉了过来,而南京同仁堂的安宫牛黄丸是给这条命赋予了生的希望。老人女儿对安宫牛黄丸也是高度认可,“温病三宝”不光给老人带来生机同时给全家带了一个支撑。

(传统国药事业部吉林:林柏桐)



挖掘文化宝藏 重塑老字号风采

中华老字号因其所传承的独特产品、精湛技艺和经营理念,具有不可估量的历史文化价值。这几年,南京同仁堂能有这么大的变化及快速发展,除了体制变革、销售发力、管理提升外,也得益于对同仁堂品牌、文化的深度挖掘和发扬光大。

◆ 鲜明的企业形象

企业形象的标语,是企业方针的浓缩感性表现形式,透过企业形象的标语,可以向世人传达企业的精神理念。

南京同仁堂以红黄相间的企业

LOGO、风格清新的产品包装、凸显老字号企业历史上曾有的辉煌地位;以古朴大气的国医国药馆展示中医药的独特魅力;以全新的VIS (visual identity system)塑造企业形

象;以生动活泼的MG动画展示企业产品;以定位准确的电视广告服务大众健康。

◆ 悠久的历史文化

良好的企业文化是一个企业的灵魂、精神支柱和动力源泉,对培育职工的自豪感、使命感和主人翁责任感,促进企业文化建设有着不可替代的作用。

南京同仁堂遵循“炮制虽繁,必

不敢省人工;品味虽贵,必不敢减物力”的质量古训,奉行“同修仁德、济世养生”、“修合无人见,存心有天知”的企业准则;以企业内刊《同仁报》为企业文化传承的载体,第一时间宣传报道企业生产、销售、基层工

作的各类新闻,促进企业生产与销售、及各部门、地区的交流互动;同仁堂人共同诵读敬业誓言,兢兢业业制药,堂堂正正做人;共唱《高歌百年同仁堂》,不忘祖训,弘扬国粹,光耀东方。

◆ 丰富的企业活动

为提高企业员工的文化素质和劳动技能,培养员工的创造性和成就感,开展的技术创新活动;丰富企业员工的精神生活,培养企业员工拼搏精神,增强员工对企业的感情,南京同仁堂党委、团委、工会及各级

部门定期开展各类主题活动。

例如:南京同仁堂之歌歌词、敬业誓言征集、卡拉OK比赛、攀登紫金山、司歌合唱、企业知识竞赛、消防演习、真人CS、岗位女明星评选、优秀青年评选、每月之星评选等等

活动。让团队成为企业文化活动的摇篮,发挥各类活动在企业精神文明建设中的作用,从而推动企业精神文明建设工作展开,并不断向更深层次发展。

◆ 全方位的企业宣传

品牌的宣传是企业形象重塑不可或缺的一环,宣传渠道是品牌的有形内容和无形内容传播的载体。在信息冲击的新时代下,南京同仁堂构建出电视媒体(养血补肾丸广告)、专业平面媒体(医药经济报、第一药店报、21世纪药店报)、展会会议(西普会、上海药交会等)、移动新

媒体(企业官方微信)相结合的“立体式”宣传模式。

尤其在新媒体方面,南京同仁堂更是做了大胆突破,因此荣获最具互联网精神十五强医药企业。南京同仁堂官方微信稳居制药企业微信影响力排行榜10强。

未来,南京同仁堂将继续努力

找到自身发展突破口,以崭新的姿态和风采,顺应市场需求,进行改革创新,让‘老字号’有‘新内容’、‘新亮点’、‘新优势’,为中国医药老字号品牌的群体崛起贡献自己的力量。

(市场管理中心:刘菲菲)



安全培训 提高安全生产素质的有效方式

近期,雨花台区安监局根据年度计划,在赛虹桥街道举办了企业主要负责人及安全生产管理人员培训班,培训班上系统组织学习了有关安全生产法规、辖区内安全生产形势及最新事故案例,给参加培训人员增加了安全生产知识,强化了安全生产法制观念,提高了安全生产管理意识,安全培训是提高安全生产人员素质的有效方式。

安全培训就是要提高企业员工的安全生产意识。公司对每一位新进员工都要进行“三级安全教育”,以增强新进员工的安全生产意识,但是随着每天枯燥的重复劳动,新员工变成了老员工,认为天天工作

都是老一套程序,就逐步会对安全生产工作产生麻痹松懈的思想,就会淡薄安全生产意识,所以我们每年都要开展安全生产培训,学习国家安全生产法律法规,企业安全生产规章制度、安全生产考核奖励办法等,以提高他们的安全生产意识,使其重新回到重视安全生产意识的轨道上来。

安全培训就是要增加企业员工的安全生产知识。我们在日常工作中都会强调安全生产意识,但是在实际生产工作中,并不是有了安全生产意识,就能完全遏制安全生产事故的发生,我们还需要具备丰富的安全生产知识,譬如:生产工艺流

程、相关安全生产操作法、机械工作原理及用火用电常识等,才能在工作中避免误操作,杜绝安全生产事故的发生,这些都需要通过专业的安全知识培训才会取得,也只有通过安全培训,让员工都掌握了这些安全生产知识,并运用到日常生产工作中去,我们才能对事故进行有效的控制,确保安全生产。

安全培训就是要提高企业员工排查事故隐患的能力。排查事故隐患是防止发生安全生产事故的有效方法,仅靠公司安全管理人员组织开展年度、季度、月度安全检查是不能完全查出事故隐患的,即使组织专业人员开展专项检查,也不

能排除会有遗漏隐患的可能。所以,排查事故隐患的主力,还是要依靠在生产一线的操作人员,他们对工作场所、设备操作流程非常熟悉,开展企业员工的安全生产培训,就会提高他们的安全生产知识,从而提高他们的工作中排查、判断事故隐患的能力,他们的排查、判断事故隐患能力提高了,事故隐患能得到及时整改,就会减少安全生产事故发生的概率,就能确保企业的生产顺利进行。

安全培训是企业提高安全生产素质的有效方式。综上所述,我们只要系统地开展安全生产培训工作,就能有效地提高企业管理人员、生产操作一线员工的安全生产意识、安全生产专业知识、安全生产事故排查能力,从而全面提高企业安全生产管理素质,确保全年安全生产目标的实现!

(安全环保部:王为鸣)

最美的四月 最美的回忆

四月,是人间最美的时节,姹紫嫣红下散发着阵阵芳香。

“最美不过四月天,最红不过九月枫”。是的,的确如此。2017年4月27日,公司质量管理部与生产技术部共同组织了大家期待已久的产品知识竞赛。本次竞赛活动旨在强调每一位在岗员工都应该对公司的产品情况有足够的了解,并初步了解关于公司产品的扩展知识,以便能够肩负南京同仁堂“传承、发扬中医药精粹,为公众和社会提供专业健康的产品与服务”的企业使命。

在“备战”的日子里,依稀记得大家放弃午休的时间,轻声读着公司产品的相关知识;依稀记得大家利用工作的间隙,去努力回想着背诵的内容,正是这段时间,让我们明白了只有敢于拼搏,敢于挑战自己,我们才能获得应有的回报。

桃花、梨花、杏花竞相开放,一树一树花开的嫣然,芬芳着四月,花开的缘分也是一场自我修行,不畏匆匆,只惧空空,拼搏过,就盛开过,珍惜每一次花开,笑对每一次花落,在那最美的四月天,最美的同仁堂,已悄悄留下了我最美的回忆。

(质量管理部:章跃好)



不可磨灭的功绩 这本书让中医药重振国粹地位

《中国药典大辞典》作为我国近代第一部药学大典,为中华医药的传承做出了不可磨灭的功绩。它的作者陈存仁先生,年少时曾师从姚公鹤、章太炎,尽得两位大师所传,后因妙手仁心的技艺和品格而闻名于上海。

1929年,陈存仁作为赴南京国民党政府抗议“废止中医案”的代表之一,与时任南京同仁堂总经理的乐笃周先生结下了深厚的情谊。两人都有捍卫与发扬中医药文化的远大志向,常常高谈阔论,彻夜不眠。

民国时期,中医药文化所受的诽谤和质疑声不绝于耳,政府的毫不作为,人民的观望态度,让许多中医药从业者都冷了心。尤其是1929年国民政府所颁布的“废除中医”文案,更是让中医药进入了寒冬。生死之间,在陈存仁、乐笃周为代表的仁人志士的努力下扭转乾坤,但中医药遭此劫难已经元气大伤。中医药亟需一个时机正名和恢复元气。

李时珍的《本草纲目》是当时流传最广的中医药书籍,然而三百余年的变迁、语言方式的转变、中医药的进步,使得它已经无法完好地适用于民国时期。曾经办过中国第一份健康养生报纸的陈存仁深知中医药被漠视的最大原因是可作为研读和科普的文稿资料越来越少,他觉

得应该要“以文正典”,遂决定著作药典辞典。他也一直在找寻可以共谋长远的“盟友”。和南京同仁堂的多年情谊,让他深信南京同仁堂就是自己最大的“盟友”。

编纂辞典的工程难度是巨大的,陈存仁先生坚持笔耕不辍,同样,南京同仁堂也未负“盟友”之名,给予了最大的支持。为了论证药材的确切功效和主治方向,乐笃周不惜启封乐家经典秘方,一度又与各房长辈结下矛盾。他们还发现,有的中药名称繁多复杂,甚至相互重叠,使得百姓用的药到铺房来抓常常大相径庭。陈存仁也因此成为了考据癖,乐笃周通过关系寻来了各种朝代的医药著作,在先人的故纸堆中,他们看到了横亘千年却绵延不断的文明,一如我们现在去看待《中国药典大辞典》一般。除了给大多数药物确立中文名外,乐笃周和陈存仁还标明了拉丁文及英文、日文的学名,其中还有142味中药收录了当时已经分析出来的化学成分,为此乐笃周还特地租来分析仪

器,请求金陵大学教授帮助分析和论证。

在漫长的岁月中,陈存仁与乐笃周都是全国各地跑,有时是以中医和总经理的身份,有时仅仅是作为普通的著书人去搜罗资料。慢慢地,越来越多的中医药界的同仁们都自发地加入他们当中,共同为辞典出谋划策,贡献力量。大家仿佛回到了共同奋斗的1929年,那年他们一起为中医药上京请命,如今他们再次为了中华文化的发扬而同心同德。

1935年,共计三百万字的《中国药典大辞典》正式编纂完成,它的诞生标志着中医药文化重新回归主流,也再次重申了中医药文化在中华千年历史中的重要地位。作为当时最具影响力的中药辞典,该书收词目约4300条,汇集古今中外相关资料,极具文献价值与实用价值。

(市场管理中心:许可)

腰腹疼痛 小心肾结石



肾结石是肾脏中形成的较坚硬的沉积物,大小不等,一般在5mm左右。结石在经由肾脏转移到膀胱的过程中可能会造成阵发性疼痛。现在天气转暖,容易导致出汗多、尿液减少,于是草酸钙这些成分就容易在尿液里处于饱和或过饱和状态而结晶,患结石的几率也就更大。

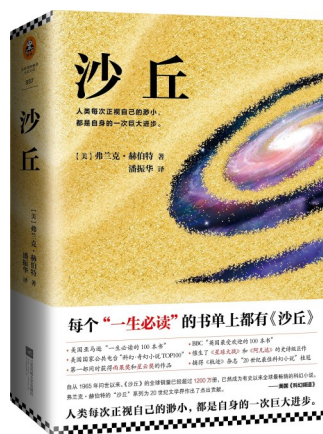
肾结石常见症状有腰腹部疼痛、尿频、尿痛、血尿等,如果情况严重一定要及时就医,相关的专业检查有:血液检查:可反映是否有感染以及血钙浓度;尿检:可检测尿液中分泌物的多少;B超检查:安全快捷,可对肾内有无结石或积水作出诊

断;X射线:检测泌尿系结石结果准确可靠,但不适合孕妇。

确诊有肾结石也不必过度担心,通过一定的治疗可以痊愈。增加饮水即有助于结石排出,同时辅助适度运动、药物治疗等方法可以帮助结石自行排出。肾结石患者应多喝水,减少高钙、高尿酸及高草酸等食物的摄取,部分病情严重的患者需外科治疗。通常小于6mm的肾结石,且没有尿路梗阻的结石患者,可以先采用药物排石治疗,外科治疗方式主要有体外冲击波碎石术(ESWL)、经皮肾镜取石术(PNL)、输尿管肾镜取石术(URL)等。

对于肾结石,预防为主,及早发现、积极治疗也是非常重要的。最简单的饮食建议是多吃梨。梨子富含水分以及钾、镁等结石抑制因素,同时富含与草酸钙竞争的其他有机酸(枸橼酸、苹果酸等),有助于尿路结石的治疗和预防。

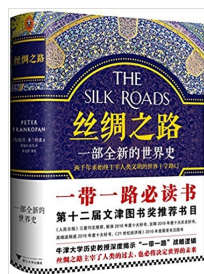
好书 推荐



人类每次正视自己的渺小,都是自身的一次巨大进步。
——《沙丘》

丝绸之路不仅塑造了人类的过去,更将主宰世界的未来。
——《丝绸之路》

只要改变了产生冲突的条件,就能真正解决它们。
——《我们内心的冲突》



南京同仁堂的排石颗粒具有清热利水、通淋排石的功效,用于下焦湿热所致的石淋(即泌尿系结石),症见腰腹疼痛、排尿不畅或伴有血尿。临床应用于泌尿系结石,能够快速排石止痛、有效控制复发,在同

类型产品中,其排石效果得到专家及患者的一致好评,是治疗泌尿系结石的理想选择。

(市场管理中心:孔莹玥)