



同仁报

第69期

总第75期

2020年7月24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

蓄力待发 佳绩可期

南京同仁堂2020年度营销工作半年会胜利召开

灼灼七月,并蒂莲开,南京同仁堂2020年度年中工作会议胜利召开。七月,处方基药事业部、品牌国药事业部、传统国药事业部、特色国药事业部分别带队,在美丽青岛、古都南京、穗城广东三地召开本年度事业部年中工作会议。

处方基药会场

总经理汪占双从销售指标达成、过程管理结果、行业政策走向等方面总结事业部上半年的工作。2020年上半年,在营销公司罗总的英明指导和各职能部门的大力支持下,处方基药事业部基本完成了回款指标,部分省区超额完成。受疫情影响,上半年医疗机构门诊量锐减,感冒发烧药品限制处方,处方基药事业部顶住了压力,利用各种渠道积极应对,尤其是受疫情影响最大的湖北省区,在汪泉经理的带领下攻坚克难,依然完成了任务,汪总对非常时期大家的不懈努力表示肯定。

品牌国药会场

品牌国药事业部从“零起步,零团队”走到今天,是一条磨砺意志的长征之路!事业部总经理陈雪峰与大家共同回顾品牌发展的艰辛历程,上半年受新冠肺炎疫情的影响,市场疲软,成绩有所下滑。陈总表示,上半年成绩距离预期存在不小的差距,但这并不影响我们对全年业绩的看好,下半年随着疫情后经济的逐步恢复和销售旺季的到来,必将会取得更好的成绩。

传统国药会场

会议伊始,传统国药事业部总经理何瑞学致开幕词。事业部二区总监王智达、一区总监石斌就上半年销售、回款数据进行了深度剖析。两位总监指出,上半年整体销售成绩在逆境中增长,但省区发展不平衡,核心品种基础薄弱,持续力不够。在下半年,随着新厂产能的逐步释放,结合省区实际,提前布局,稳定增长,细化团队,整合资源,找到增长点,为下半年的突破开好头。

特色国药会场

事业部总经理黄胜华从销售数据、回款情况、培训情况、活动开展等各个角度剖析了2020上半年事业部的工作,通过数据精准地分析了上半年各主品销量增减的原因,以此反思事业部1-6月份的工作成效和存在的问题。特色国药事业部一区总监姚光明、二区总监唐均峰分别就“降浊祛瘀颗粒推广方案”、“VIP客户走进南同系列活动”做出详细讲解。培训部经理彭秀莉以活动数据,对培训部上半年的工作做出总结,并倡导根据现有样板活动案例,在下半年的工作中着重推广。



营销之窗 · 第5版

2019年度中国中药企业排行百强榜发布
南京同仁堂位列68位

公司新闻 · 第6版

南京同仁堂党委(纪委)第四次换届选举
暨庆祝建党99周年“两优一先”表彰大会

公司新闻 · 第7版

省人大常委会副主任曲福田一行
莅临我公司开展中医药立法调研

综艺版 · 第8版

行有所思之认识自己&非暴力沟通
好书推荐之“三十岁的成人礼”



白浪逐沙, 只争朝夕

2020年处方基药事业部营销大会



“崂山寻仙人, 峰奇生紫云”2020年7月19-20日, 南京同仁堂处方基药事业部2020年半年度工作会议在奥帆之都青岛隆重召开。

南京同仁堂营销中心副总经理、处方基药事业部总经理汪占双, 商务东区总监柯文瀚, 商务西区总监王明, 医疗推广南区总监谢德政, 医疗推广北区总监强强出席会议。处方基药事业部各省区商务经理、临床经理、招商经理及各职能部门参加会议。处方基药事业部全体同仁总结上半年的成绩与不足, 认真落实下半年工作规划。

汪总从销售指标达成、过程管理结果、行业政策走向等方面总结事业部上半年的工作。2020年上半年, 在营销公司罗总的指导和各职能部门的大力支持下, 处方基药事业部, 基本完成了回款指标, 部分省区超额完成。受疫情影响, 上半年医疗机构门诊量

锐减, 感冒发烧药品限制处方, 处方基药事业部顶住了压力, 利用各种渠道积极应对, 尤其是受疫情影响最大的湖北省区, 在汪泉经理的带领下攻坚克难, 依然完成了任务, 汪总对非常时期大家的不懈努力表示肯定。江苏省区止咳化痰颗粒受非基药政策影响销售下滑, 现场也给予分析并提出了有益的建议。汪总提出下半年要围绕“提单产”、“开市场”、“强促销”等几方面部署各省区工作, 尤其针对重点品种排石颗粒、乳宁颗粒, 积极应对在大环境下中成药面临的困难, 抓住排石颗粒基药政策落地窗口期, 做好市场开发和销售促销工作。

各总监对前期工作情况总结分析, 并对重点工作内容做了详细的部署, 将各省区的指标任务进行细分, 将责任落实到人, 对各省区下半年的工作给出了明确的任务和目标。

部分省区经理做了工作汇报, 分享销售亮点, 总结销售不足, 通过几个省区的典型案例, 共同探讨共性问题, 大家群策群力给予建议。汪总和各位总监也逐一给予点评和指导。

市场管理中心孙立娟经理通报了乳宁颗粒论文征集专项的进展, 直播平台、新媒体平台在处方基药事业部的应用, 下半年的学术活动等。市场管理中心孔莹玥、郁胜楠分别进行了产品培训, 针对产品的基本信息、

临床运用和产品优势进行了讲解。政府事务部王佳卉就产品招投标、医保、基药等内容作了工作汇报与对接。处方基药事业部内勤秦和燕对内务工作、资料合规等事项向参会人员讲解交流。在热烈的会场气氛中, 事业部对2020年季度考核业绩突出的省区经理给予表扬与奖励, 并希望大家向先进学习, 再接再厉。

通过紧张而又充实的会议, 大家认真总结上半年的得与失, 表扬先

进, 鞭策落后, 看到成绩的同时, 找到差距与不足。同时对下半年细致规划, 提出了整合资源开拓市场、争取外围突破和主品发力几项促进措施。会议结束后, 全体同仁开展了为期一天的团建, 共同树立克服困难、突破极限的决心。

“提单产 开市场 强促销 困难终将过去; 守承诺 看行动 拼结果 胜利定会到来。”受疫情和不断变幻的行业政策影响, 处方基药事业部面临了

前所未有的困难时期, 但是大家不畏惧, 不退缩, 始终跟着南京同仁堂并肩作战。像横幅中所说, 困难终将过去, 没有一个春天不会到来。不负韶华, 只争朝夕! 团结一心加油干, 越是艰险越向前!

让我们共同努力, 期待着年底总结的时候依然能看到雨后蓝天, 白浪逐沙的美丽景象!

(市场管理中心: 郁胜楠)



“星火燎原”

2020年品牌国药事业部营销大会



七月是生机盎然的季节, 七月承载着火热的希望。

时光荏苒, 岁月如梭, 转眼2020年半年已逝。当前, 国内外疫情防控和经济形势正在不停地发生变化, 品牌国药事业部2020年半年度总结大会的召开, 无疑提振了大家的信心。

时至盛夏, 万物勃发, 群贤荟萃, 和谋与共。2020年7月13日, 南京同仁堂品牌国药事业部的家人们齐

聚“六朝古都”——南京。

7月13日早上9点, 随着激昂的敬业誓言宣读完毕, 品牌国药事业部2020年半年度总结大会正式拉开帷幕。培训推广部部长王璐主持本次会议, 南京同仁堂医药营销有限公司总经理罗时璋, 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, 销售总监赵已宁, 公司各职能部门领导和事业部各省区经理出席本

次会议。

不忘初心 长征精神

会议伊始, 品牌国药事业部总经理陈雪峰, 就“品牌发展之路”, 做“历经风雨求变生存”主题讲话。品牌国药事业部从“零起步, 零团队”走到今天, 是一条磨砺意志的长征之路! 陈总与大家共同回顾品牌发展的艰辛历程, 上半年受新冠肺炎疫情的影

响, 市场疲软, 成绩有所下滑。陈总庆幸在这“折戟沉沙”的环境中依然坚持过来。陈总表示, 上半年成绩距离预期存在不小的差距, 但这并不影响我们对全年业绩的看好, 下半年随着疫情后经济的逐步恢复和销售旺季的到来, 必将会取得更好的成绩。

(下转第3版)

(下接第2版)

奋力拼搏 逆势而上

品牌国药事业部总监赵已宁,总结了事业部上半年的工作业绩,通过详实的市场数据分析业绩下滑的原因,指出上半年的工作亮点与不足,针对当前存在的问题进行指导和工作部署。赵总指出,疫情只是市场问题及矛盾的催化剂,在此期间暴露了很多问题和不足,如“人员、费用、管理”等。赵总分析当前市场发展新形势,明确下半年的计划和工作重点“三大战役”,即“养血恢复战役”、“安宫牛清心开发战役”、“佣金发展战役”。

随后,品牌培训推广部部长王璐对品牌上半年培训推广工作进行总结,全面解读分析养血业绩下滑,安

宫业绩上涨的原因。回顾上半年市场亮点与经验,如“多元化直播培训”,寻找市场推广的不足;强调下半年要以“严管理,促培训,保增效”为工作重点。

互动分享 同心共进

有学习,才会有成长。上半年品牌管理变革,多数人员转为佣金管理,品牌江苏作为优秀管理省区,江苏省区总经理魏训方分享佣金管理的经验,大家一起交流沟通,共同进步。分享完经验后,品牌国药事业部总监赵已宁为大家讲解新晋黄金品种“牛黄清心丸”的产品卖点,让大家全面的了解产品知识,掌握卖点,在一线市场上更好的为客户服务!

紧接着,各省区总经理对各自市

场进行了工作汇报。针对目前市场存在的问题,事业部与市场部、业务部、财务部等职能部门进行了沟通交流,寻找解决方案,群策群力,携手共进。

无惧风浪 锐意前行

会议最后,市场管理中心总经理高明贤指出,目前事业部存在“费用使用”、“人员管理”等问题,希望大家找问题补短板,知耻而后勇,在反思中进取,在进取中成长。

公司总经理罗时璋站在长远发展的高度,深刻剖析了当前形势现状,为大家鼓劲加油。罗总对品牌国药事业部下半年的工作业绩给予厚望,希望大家一起重新出发,迎接挑战。罗总坚信,在新的挑战面前,

事业部将攻坚克难,奋勇追进。

春山可望 未来可期

乘舟破浪扬帆起,蓄势腾飞正当时! 2020年上半年是困难的半年,但也正因为此次“突发状况”,“实力者”的能力在其中彰显出来。机遇承载使命,挑战考验担当,新征程的号角已经吹响,南京同仁堂品牌国药事业部的将士们必将全力以赴,攻坚克难,努力完成全年各项目标任务,以实际行动助力品牌浴火重生。

(市场管理中心:殷铭)



齐心协力,共创辉煌

2020年传统国药事业部营销大会



七月流火,半年时间转瞬即逝;酷暑盛夏,各地同仁齐聚广州白云。在7月20这一天,共赴一场“营销”大会。

上午八点,随着敬业誓词铿锵落地,“2020年传统国药事业部半年度营销大会”正式拉开帷幕。传统国药事业部陕西省区总经理韩盛超主持本次会议。南京同仁堂医药营销有限公司总经理罗时璋、传统国药事业部总经理何瑞学、传统国药事业部一区总监石斌、传统国药事业部二区总监王智达、市场管理中心总监陈孟基和事业部各省区经理及精英出席本次会议。

会议伊始,传统国药事业部总经理何瑞学致开幕词。事业部二区总监王智达、一区总监石斌就上半年销售、回款数据进行了深度剖析。两位总监指出,上半年整体销售业绩在逆境中增长,但省区发展不平衡,核心品种基础薄弱,持续力不够。在下半年,随着新厂产能的逐步释放,结合省区实际,提前布局,稳定增长,细化团队,整合资源,找到增长点,为下半年的突破开好头。

随后,事业部总经理何瑞学针对上半年工作进行总结并部署下半年工作。何总全面解读了安宫牛黄丸在上半年出现大幅度增长的主要原因,同时对六味地黄丸如何抢占市场、连锁开发商的问题进行了全面分

析。事业部各省区经理围绕如何完成本省区各项考核指标阐述了本省区工作规划。何总提出:“销售技能提升、团队争做榜样”,把南京同仁堂的文化贯穿下去,方能齐心协力提升业绩。

次日,事业部二区总监王智达就“大中型连锁开发上量”、一区总监石斌就“逆势增长”这两个问题作了详尽钻研、分析,同时提出相关应对处理方法。事业部湖南培训经理厉莉从“如何抓住活动及培训的关键点达成更好的效果”角度分享了端午活动培训成功经验、事业部江苏省区副总经理兼市场经理何桐萱就“如何做好一名省区副手”向大家分享了自己的工作经验。

会议最后半天,传统国药事业部、特色国药事业部共聚一堂,进行经验交流。营销公司总经理罗时璋发表重要讲话,分享工作心得,与在场将士共叙百年南同大业。

2020注定是不平凡的一年,时代在进步,科技在发展,社会在更新,把握机遇才能全面发展。南京同仁堂传统国药事业部必将顺势而上,在2020年书写新的篇章。

(市场管理中心:贾颖)

(下转第4版)

(上接第3版)



阔步向前,破茧重生 2020年特色国药事业部营销大会



7月,时值盛夏,湛蓝天空中的太阳犹如光明的希望,特色国药事业部半年度会议在南粤大地——广东广州盛大召开!

大会第一天,随着敬业誓言被庄重地宣读,特色国药事业部总经理黄胜华开始对2020年1-6月的工作做出细致总结。黄总从销售数

据、回款情况、培训情况、活动开展等各个角度剖析了2020上半年事业部的工作,通过数据精准地分析了上半年各主品销量提高、下滑的原因,以此反思事业部1-6月份的工作成效和存在的问题。特色国药事业部一区总监姚光明、二区总监唐均峰分别就“降祛祛痰颗粒推广方案”、“VIP客户走进南同系列活动”做出详细讲解。培训部经理彭秀莉以活动数据,对培训部上半年的工作作出总结,并倡导根据现有样板活动案例,在下半年的工作中着重推广。优秀省区经理就上半年省区工作开展情况作出经验分享,并针对“地办团队的管理和特色国药的连锁开发”两大主题,以论坛的形式,进行了深入的讨论分析。

大会第二天,根据议程安排,培训部总监周海权,以自身数十年的

连锁工作经验为导向,以连锁动销为核心,就“连锁实操指南”进行了经验分享,为连锁开发上量的工作做了充足的铺垫。河北省区经理刘雅琳就省区上半年出色的线上推广活动作出经验分享,为其他省区的线上推广活动的推进工作做出贡献。紧接着,在黄胜华总经理对下半年的工作做出部署后,来自传统国药事业部的广西、湖南省区经理受邀,并分别就“传统广西团队打造及产品推广经验和传统国药湖南省区安宫动销活动”做出成功经验分享,为特色国药的连锁开发提供了丰富的经验借鉴。

相聚匆匆,特色国药事业部借此半年会契机,整顿队伍、强调执行,也许下直面挑战、阔步向前的诺言。

(特色国药事业部:彭秀莉)



21日下午,南京同仁堂传统国药事业部、特色国药事业部齐聚一堂。南京同仁堂医药营销有限公司总经理罗时璋发表重要讲话。罗总就上半年企业销售情况做了总结分析,肯定营销将士的辛苦付出,激励同仁再接再厉,把握新机遇,为全年销售业绩的达成奋斗。

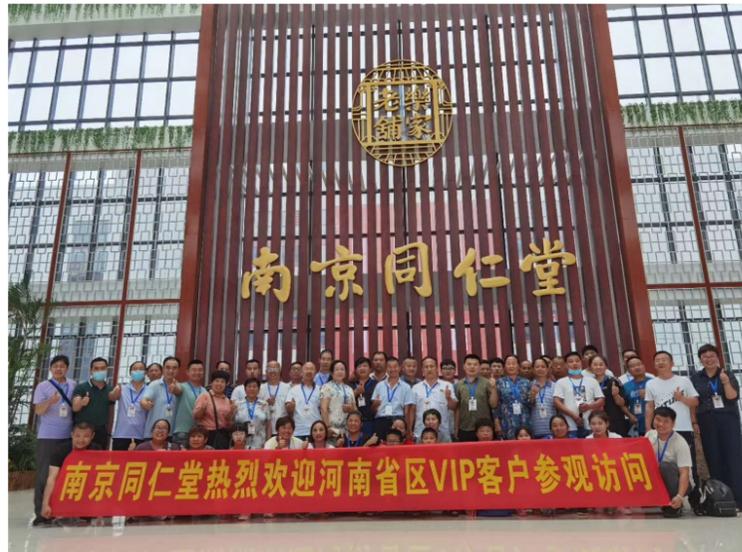
羊城旧路,问讯桃花,2020年匆匆过半,会议尾声,面对到场的营销将士,畅聊中罗总谈到了自己的职业生涯。多年前罗总来到南同,营销巨匠与传奇老字号相遇,能创造什么样的奇迹?如今,畅想百年老字号南京同仁堂,与在座同仁共话南同未来,一切似乎都有了答案。

(市场管理中心)

金陵五日游活动

南京同仁堂特色国药事业部

热烈欢迎河南省区VIP客户团来宁



“走进六朝古都,感受金陵魅力”。7月,特色国药事业部启动了VIP客户走进南同活动。2020年7月12日,第一支“金陵五日游”团队在河南省总赵松龄的带领下,自河南开封出发,历经600余公里来到南京,走进南京同仁堂。六个多小时的车程并未让大家感到漫长和疲惫,因为一路有南同工作人员的照顾和对未来几天活动的期待。抵达入住酒店,特色国药事业部的工

作人员早已恭候,并精心为每位来宾准备了欢迎卡片及新鲜水果,热情温暖的招待让每一位客户倍感亲切。特色国药事业部总监唐均峰代表事业部全体人员,向来访的河南省区团队表示欢迎,大家都说:同仁一家亲,来到南京同仁堂,就像回到了家。

活动第一天,特色国药事业部特邀南京中医药大学教授鹿竞文,为大家讲解中医文化、传播岐黄精髓。鹿教授以

通俗易懂的表达和真实直观的案例,为大家生动讲解了常见疾病如何辨证施治。讲座结束后,大家围在鹿教授身边,详细询问中医知识和病症调理办法,鹿教授热情耐心地为大家一一解答。

第二天,团队在特色国药事业部总监唐均峰和河南省总赵松龄的带领下,来到了位于江北新区医药谷的南京同仁堂药业新厂区,走过大气古朴的厂区大门、走进中医药文化氛围浓郁的企业文化展厅、走入洁净而富含现代科技感的药品生产车间……在这里,来自河南的朋友们了解到了百年同仁堂的历史韵律、了解到了何为“炮制虽繁必不敢省人工,品味虽贵必不敢减物力”的传承精神、感受到了高新科技的机械化生产与传统手工中药炮制迸发出的新生命力。这次难忘的参观,让我们的VIP客户团更深层次地了解了南京同仁堂,也对南京同仁堂生产的产品更有信心。

随后,团队来到南京热门

景点参观游览。秦淮河畔欣赏桨声灯影、江南贡院了解科举考试的名人轶事、中山陵与明孝陵欣赏古代建筑艺术、总统府感受民国历史沧桑、大屠杀遇难同胞纪念馆寄托对遇难同胞的哀思……南京城像一部厚重沧桑的史书,又像一间充满现代气息的古董铺子,令客户团流连忘返。最后,特色国药事业部以晚宴的形式在此表达对河南VIP客户们的欢迎和感谢,期待大家下次再来。

第一期“VIP走进南同活动”圆满结束,此次通过专业老师的授课、新厂房的参观、南京旅游系列活动,大大提高客户对我们南京同仁堂的认知,极大增强客户和我们业务员的粘合度,对实际销售有非常大的帮助。目前,第二期、第三期活动正在策划中,事业部将会持续进行,后续活动敬请期待!

(市场管理中心:邱语)

中药企业百强榜

南京同仁堂位列“2019年度中国中药企业排行百强榜”第68位

年中七月,社会各界翘首期待的“2019年度中国医药工业百强系列榜单”盛大发布。南京同仁堂位列第68位,连续多年荣登“中国中药企业排行”百强榜,实力加持,克难勇进。

“中国医药工业百强系列榜单”是由米内网牵头,组织中国医药工业百强排行榜专家委员会协商评审的公益活动,秉承公平、公开、公正原则,在业内颇受关注。其中,“中国中药企业排行榜”单元,包含的企业涉及中药饮片、配方颗粒、及含凉茶在内的中药大健康产品,享有业内权威。

南京同仁堂在中医药行业排名中稳步前进,百年老字号企业再创辉煌

(市场管理中心)

60	特一药业集团股份有限公司
61	山东宏济堂制药集团股份有限公司
62	深圳海王药业有限公司
63	哈尔滨市康隆药业有限责任公司
64	九信中药集团有限公司
65	湖南汉森制药股份有限公司
66	广东太安堂药业股份有限公司
67	万邦德制药集团有限公司
68	南京同仁堂药业有限责任公司
69	贵州三力制药股份有限公司
70	贵阳新天药业股份有限公司
71	重庆华森制药股份有限公司
72	精华制药集团股份有限公司

南京同仁堂党委(纪委)第四次换届选举党员大会暨庆祝建党99周年“两优一先”表彰大会顺利召开

7月1日下午,南京同仁堂召开党委(纪委)第四次换届选举党员大会暨庆祝建党99周年“两优一先”表彰大会,隆重纪念建党99周年,公司全体党员参加会议。

大会在庄严的国歌声中隆重举行。党委书记何畅同志代表第三届党委(纪委)向大会做了题为“融入中心,求真务实,为推动企业发展保驾护航”的工作报告。对第三届党委(纪委)五年来在组织建设、队伍建设、企业文化建设以及党风廉政建设等方面所做的工作进行了全面回顾与总结;部署了党委(纪委)今后几年围绕浩健总经理提出的南京同仁堂新时期发展“二五”规划,以生产经营为中心的工作新思路、新任务与新要求,希望全体党员以只争朝夕、奋发有为的工作姿态和勇挑重担的精神,以实际行动践行初心使命、践行战略文化、践行责任担当。

大会审议通过了本次换届选举的《选举办法》及监票人、计票人名单、党委(纪委)候选人名单,经全体党员差额选举,产生了中共南京同仁堂药业有限责任公司第四届委员会委员:王业盈、江亚东、何畅、周勤文、程龙(按姓氏笔画为序排列);选举产生了中共南京同仁堂药业有限责任公司第四届纪律检查委员会

员:江亚东、何畅、奚永兰(按姓氏笔画为序排列)。

随后,大会举行了党内“两优一先”表彰,党委委员、副总经理周勤文同志代表公司党委,宣读2019-2020年度优秀党支部、优秀共产党员和优秀党务工作者表彰决定。第一党支部获优秀党支部荣誉称号,郑义、张学桃、王瑞林、王维、叶施杰、胡佩东、谭陈晨等七位同志获优秀共产党员荣誉称号,王业盈同志获优秀党务工作者荣誉称号。

颁奖仪式后,部分获奖代表进行了交流发言。优秀党员获得者营销公司处方基药事业部王维在发言中结合自己从车间操作工成长为销售省区经理的工作经历,分享了实际工作中及新冠疫情背景下,如何不畏困难、积极主动工作,当先锋,打头阵,一分耕耘一分收获的工作感悟,号召全体党员为公司创造价值的同时,关注自身成长;优秀党员获得者生产技术中心工艺员叶施杰分享了自己进入南京同仁堂以来的学习工作情况,尤其是参与新厂GMP认证及搬迁过程中的进步与成长,希望自己在专业上更进一步,为企业的发展作出贡献;第一党支部书记朱明蕾以车间试生产、搬迁及人机磨合阶段遇到的实际困难为例,分享了如何发挥党员先锋模范,组织突

击队,党员打头阵,用实际行动带动影响身边人,齐心协力,急公司所急,为尽快达产达效所做的工作和团队砥砺前行的决心。

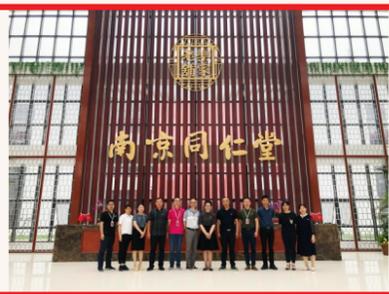
最后,何书记代表公司党委向受表彰的党员、党务工作者和党支部表示祝贺,何书记表示:伴随时代进步,在党的方针路线指引和行业政策指导下,公司从九十年前的京都乐家老铺分店到如今在中医药行业令人刮目相看的品牌企业,这一切来自于几代南同人的不懈奋斗,南同的发展史上镌刻着每一位为此付出真诚和汗水的人,希望大家继续在不同的岗位上以党员的标准严格要求自己,认真履行党员权力义务,在新一届党委(纪委)的领导下,紧紧围绕企业发展大局和中心工作,求真务实,凝聚高质量、健康可持续发展的力量,持续改进工作作风,筑牢廉洁自律思想防线,为企业、为社会做出更大的贡献。

会后,全体参会党员在公司新厂大楼前合影,留下这值得纪念的时刻。此次党员大会在全体党员共同努力下,圆满完成各项议程,是一个团结、振奋、开拓进取的大会。

(办公室:宗实)



会议·记录



省人大常委会副主任曲福田一行莅临我公司开展中医药立法调研

6月5日上午,省人大常委会副主任曲福田一行来到南京同仁堂药业有限责任公司开展省中医药条例(草案)立法调研,公司党委书记何畅率公司高层热情接待。

在崭新的办公楼大厅里,工会主席王业盈向来宾们简要介绍公司发展历史、发展战略以及江北新区厂区的基本情况。

随后,曲主任一行来到丸剂车间,参观了公司现代化的丸剂生产线。在大蜜丸生产线上,公司党委书记以及公司副总向来宾着重介绍了公司主营产品之一安宫牛黄丸的制作过程,从选材、下料、研配,到搓制、裹金衣、吊蜡与盖金戳。一系列反复的过程严格遵循古法炮制,充分体现了老字号企业产品“配方独特、选料上乘、工艺精湛、疗效显著”的特点。

结束生产线参观后,来宾莅临南京同仁堂的中医药文化展厅。从中医药历史文化、炮制文化到企业文化,曲主任一行深入了解百年老字号的发展之路,并与公司领导就中医药历史文献、炮制技术以及中医药现代化发展与老字号传承等方面开展热烈而深入的交流。曲主任强调:中医药在传承经典的同时,要利用现代技术进一步创新中医药,使其焕发出新的生机。

参观结束后,曲主任表示:中医药方剂在抗击新冠疫情中大显身手,重新唤起人们对中医药产业的重视,南京同仁堂要充分发挥中医药老字号企业优势作用,坚持中医药传承精华、守正创新,满足不同层次人群的中医药服务需求,推进中医药事业、产业、文化高质量发展。

(办公室:宗实)



严字当头,勇于担当

严字当头,勇于担当:全面实现2020年经营目标

——《中层核心管理技能之自我管理》培训报道



如果说,高层管理人员是公司的大脑,引领公司的发展方向,那么中层管理人员就是公司的骨骼,是支撑公司发展的中坚力量。拥有出色的中层管理团队,才能更好地带领团队开展工作,达成公司绩效目标。值此公司全面完成新厂搬迁之际,经过精心组织,公司于5月29、30日开展了一场主题为“严字当头 勇于担当 全面实现2020年经营目标”的中层核心管理技能之自我管理培训。

本次邀请了曾任国内多所知名高校客座教授、同时又有丰富的管理实战经验的张国银老师担任培训师,公司工段长、主管、中层等49人参加培训,总经理浩总、党委书记、副总经理何书记也拨冗出席,给予本次培训很大支持。

张国银老师将中层管理核心技能之自我管理分为“角色认知”、“时间管理”、“有效沟通”、“情商修炼”四部分,用两天时间,以风趣幽默的语言,让大家正确认识到了中层管理者在公司中扮演的角色;了

解了时间管理的原则和六项法则;掌握了沟通过程的“三环节”,在工作中做好“对上、对下、同级”沟通;进一步修炼自身情商水平,做一个高情商的管理者。

张老师以分组积分的方式,激发大家团队作战、勇争第一的热情;培训过程中,不断抛出一个又一个问题,引导大家跟随课程内容,积极思考,更深刻地理解、掌握各个知识点。

课程最后,何书记为在培训中勇得第一的小组颁发了小奖品以示鼓励,对张老师精彩的分享表示感谢,对大家培训中的良好表现予以表扬鼓励,并通报了公司第二季度的销售额及产量,全场在欢呼声中,士气大增。为期两天的课程在热烈气氛中落下帷幕。

2020年,充满了挑战,更带来了机遇,面对新设备、新环境,大家一定能真正做到学以致用,时刻牢记“严字当头、勇于担当”的管理理念,全面实现2020年经营目标。

(人力资源部:杨晓茜)

非暴力沟通

“也许我们并不认为自己的谈话方式是‘暴力’的,但我们的语言确实常常引发自己和他人的痛苦。”
——《非暴力沟通》

著名的马歇尔·卢森堡博士发现了一种沟通方式,即“非暴力沟通”,依照它来谈话和聆听,明了自己的观察感受和愿望,诚实清晰的表达自己,又尊重与倾听他人,培育彼此的尊重。一开始以为这本书是讲说话的技巧,读完才意识到,沟通的本质不是在于如何去说,而是语言背后的思维,如何去想,如何去体会自己和对方的感受。这本书我认为非常实用,不仅可以用在家庭,也可以用在工作中,尤其是当你在一个协同的运营部门的时候,关注需求远比评论来的更快。由于缺乏了解,我们常常意识不到自身的暴力,我们认为只有打人,鞭挞,杀人以及战争等才算是暴力,而这类事与我们无关。

非暴力沟通的第一要素,感受。分离情感和想法,因为想法带来的“都是你的错”。人们认为感受是无关紧要的,我们被鼓励服从权威而非倾听自己,渐渐的我们习惯于考虑“人们期待我怎么做”,然而,体会和表达并不容易。表达内心的感受不仅可以促进亲情还可以改善工作并且示弱也有助于解决冲突。非暴力沟通第二要素,请求。分离请求和命令;命令导致对方不是服从,就是反抗。在表达观察感受和需要之后我们请求他人的帮助。提出具体的请求,越具体越好,避免使用抽

象的语言。明确谈话的目的。对自己的认识越深刻,表达越清楚,就越可能得到称心的回应。使人们相信提出的是请求而不是命令。例如:请求:帮我打开窗户好吗?命令:他应该把房间整理干净吧。全身心的倾听,给予反馈。全身心地倾听他人,放下已有的想法和判断了解他人,观察、感受、需要和请求,给予反馈。体会他人的感受 and 需要。给予反馈。在倾听他人的感受需要和请求之后,我们可以主动表达我们的理解,如果我们已经准确领会了他们的意思,我们的反馈将帮助他们意识到这一点,在交流中保持持续的关注为对方充分表达创造条件。当我们痛得无法倾听他人时我们需要体会自己的感受 and 需要,大声提出请求,换一个环境。非暴力沟通的第三要素,需要。分离需求和回应。说服,陷入自我辩护,也会带有指责,非暴力沟通强调,感受的根源在于我们自身,我们需要和期待以及对他人言行的看法,导致了我们的感受,把需要看作有助于生命健康成长的要素而不是具体的行为。听到不中听的四种选择:责备自己、指责他人、体会自己的感受 and 需要、体会他人的感受 and 需要。对他人的指责,批评,评论以及分析反映了我们的需要和价值观。如果通过批评来提出

主张,人们的反应常常是辩驳反击;反之,如果直接说出我们的需要,其他人有可能做出积极的回应。对大多数人成长分为三个阶段:一、“情感的奴隶”——我们认为自己有义务使他人快乐。二、“面目可憎时期”——此时我们拒绝考虑他人的感受 and 需要。三、“生活的主人”——意识到对自己的意愿、感受 and 行为负有完全责任,但无法为他人负责,并且无法牺牲他人来满足自己的需要。非暴力沟通的第四要素,观察。分离事实和评价,评价导致地位不平等,自己高高在上,我们仔细观察正在发生的事情并清楚的说出观察结果,不区分观察和评论,人们倾向于听到批评,并反驳我们。

非暴力沟通的应用——爱自己;非暴力沟通最重要的应用也许是培养对自己的爱。我们成长在学校教育和社会化的影响中,对于大多数人来说,培养自己在各种环境中都专注于生命的需要,以及价值观也许太迟了,然而既然我们可以用心体会他人的评论所反映的需要,我们一样可以了解自己所反映的需要。每个人如果能够记住非暴力沟通要点,学而时习之,自觉地在每个关键时刻都深吸一口气,真诚地倾听、反馈,相信会发现人生境界豁然开朗。
(财务部:李兵)

认识自己

古希腊神庙上刻着一句箴言:认识你自己。我是谁?从哪里来?到哪里去?这是人类的永恒话题。屈原在《天问》中对人的本源发出了追问:“遂古之初,谁传道之?”千年之后,达尔文用进化论做出了科学有力的回应。但是,认识你自己,不仅是一个科学问题,更是一个哲学问题。

每一个人,在不同的人生阶段,都有可能迷茫困惑,可能利令智昏,可能眼红耳热,忘记了自己的使命,丧失了自己的初心。孔子说:“吾十有五而志于学,三十而立,四十而不惑,五十而知天命,六十而耳顺,七十而从心所欲,不逾矩。”孔子的话为后人提供了一种理想的范式:不同的人

生阶段,对应着不同的人生体悟,收获不同的人生境界。这是一种对自我的高度洞察,对人生目标的高度自觉。这种境界,虽不能至,然心向往之。但我们可以把自己的人生也放在这样一个坐标系上去体会认识,三十岁、四十岁、五十岁,我是否成为了更好的自己?是否实现了年轻时的梦想?人生的下半场该如何奋斗?

认识你自己,要有谦虚的灵魂。作为全希腊最有智慧的人,苏格拉底说过一句话:“我知道自己一无所知。”近代自然科学的奠基人牛顿在临终前说:“我好像是一个在海边玩耍的孩子,不时为拾到比通常更光滑的石子或更美丽的贝壳而欢欣鼓舞,而展现在我面

前的是完全未探明的真理之海。”人生是有限的,而智慧是无穷无尽的。拥有谦虚的灵魂,在自然面前保持敬畏,对生命常怀感恩,这是一个能够认清自我的人应该做的事情。如果前秦主帅苻坚多一分谦虚谨慎,少一分妄言要投鞭断流,清醒地看到淝水之战前双方的真实实力以及北方各族势力的暗流涌动,兴许不会一战而败,南北朝的历史也就因此改写。如果大清帝国不再妄自尊大,看清楚自己的国家早已不是世界的中心,停止闭关锁国政策,早日开启民智,兴许就不会被坚船利炮一次又一次地留下屈辱印记。但是,历史没有那么多早知道。在纷乱的时局中保持清醒的头脑,

并不是一件容易的事情。《坛经》中记录了一个小故事:时有风吹幡动,一僧曰风动,一僧曰幡动,议论不已。惠能进曰:“不是风动,不是幡动,仁者心动。”无论是幡在动,还是风在动,都来自于内心对于外物的认知。要保持清醒的自我意识,还得时常听从自己的内心,叩问自己内心最真实的声音。

认识你自己,从来就不是一件容易的事情,而是一种人生修为,一种人生境界。多一分清醒,少一分盲目;多一分克制,少一分冲动;多一分谨慎,少一分狂妄,慢慢打开认清自己的这道大门。

(财务部:韦明月)

因为孤独,所以旅行……

《三十岁的成人礼:搭车去柏林》

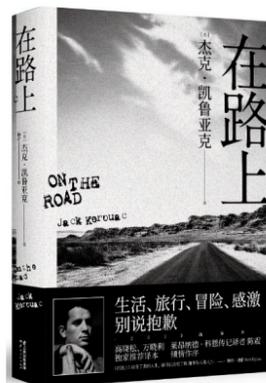
“有些事现在不做,一辈子都不会做了。如果你真想做成一件事,全世界都会来帮你”。三十,是个让人困惑的年龄,于是有人选择去旅行中找寻自我。该书同名纪录片曾在旅游卫视创下最高收视率。



一位美籍中国小伙(谷岳),一位纪录片导演(刘畅),在2009夏天一路只依靠陌生人的帮助,从北京到德国柏林,用招手搭车的方式前进,共搭车88次,完成了一次史无前例、艰辛又浪漫的旅程。

《在路上》

美国“垮掉的一代”作家杰克·凯鲁亚克创作的长篇小说,首次出版于1957年。这本书关于生活、旅行、冒险、感激……总之,时至今日,去品读,总能从中觅得一份感悟。



《在路上》主人公萨尔为了追求个性,与迪安、玛丽卢等几个年轻男女沿途搭车或开车,几次横越美国大陆,最终到了墨西哥,一路上他们狂喝滥饮,高谈东方禅宗,走累了就挡道拦车,夜宿村落,从纽约游荡到旧金山,最后作鸟兽散。