

# 新文化 心分享

## 让文化成为京新的标识

9月10日,在药品制造公司综合办组织下,制造公司全体干部在206车间会议室进行企业文化宣贯,讨论。会议首先由公司陈总进行企业文化宣贯解读,最后由参会各干部从自身岗位出发分享对新企业文化理解、行为准则的理解,以及本部门的工作中体现实际案例进行了分享。通过研讨企业文化有了更加深入理解好理解,对如何贯彻到工作中理清了方向。

首先,一流的企业管理靠文化,二流的企业管理靠制度,三流的企业管理靠人。本次企业文化的梳理和更新后,体系更完整、系统,

从企业的未来是什么到哪里去,成为什么样的企业进行精确阐述,同时行为、理念进行了规范,明确了什么事情可以做,什么事情不可以做进行完整界定,足以支撑2028年成为医药工业50强的目标实现,对制度无法约束的地方有了行为准则和选择的依据。

其次,再好的文化,再好的制度需要落地执行,体现在工作行为中去,才能真正服务于企业发展。如何有效执行贯彻到工作中,每个人需要去思考和策划。除了通过标杆树,对标企业文化,全天候无死角覆盖企业文化,我们更多是需要我们每个管理人员及时通过身

边的人和事,及时对标,让每一个员工在任何时候任何地点均能发现符合企业文化的行为的活动,同时从制度设计、劳动福利等能体现企业文化,从战略布局、投资决策能体现出企业文化。追求务实,创新、包容、共赢的价值观,从上到下言行一致,说到做到。

最后,干部作为企业核心首先要先从我们自身出发,以身作则,起到表率带头作用,及时纠正与企业文化冲突的行为,第一时间教育培训,不久的将来京新文化一定体现在每一个京新人的身上,成为京新人的标识。

(周世祥)

## 我对生产理念“提质量 强服务 赢客户”的理解

提质量,理念中首先是“提质量”,强调的是质量第一的理念,“提质量”,个人理解有两层意思,一是合规性即法规符合性,二是高质量的产品,就是说我们必须要用合规的工艺、规范的操作,生产出高质量的产品。在规范监管日益严格的大背景下,质量必须放在生产活动的第一位。质量是质量中的“1”,效率、成本等是后面的“0”,没有前面的质量的“1”,其他一切提高效率,降低成本都是没有意义的,都会变成真正的“0”,甚至是负。

强服务,以前我们讲得更多的是其它辅助部门怎么样为生产部门服务,以保障生产供货,这里“强服务”,强调的是生产部门怎么去服务其他部门或客户。我想我们生产部门的服务对象至少有销售、研发、客户或者患者等。对销售我们就是后勤保障的辅助部门,保

障供货,获批的新品种第一时间生产上市就是我们的服务项目。对研究院,我们首先要明白“产品力就是我们公司未来的核心竞争力”,而产品力的提升必须研发先行。我们对研究院的服务要体现在对研发项目的支持,调配生产资源,第一时间安排试产、验证等研究工作,使研究项目最早上市,尽快获批。对客户或者患者的服务更是我们的终极目标,主要体现在提供高质量的产品,减少质量方面投诉。

赢客户:赢客户是公司生存与发展的基础。做到上述两点,合规的高质量产品及好的服务是赢得客户的必要前提,但还不够充分!要想赢得客户还有一个价格因素。讲到价格就关系到生产效率和成本,生产管理离不开效率和成本,虽然我们的生产理念中没有

有直接提到效率和成本,但我认为这个包含在了“赢客户”中,效率和成本还是生产管理的永恒主题之一。高成本高价位的普通药品就算质量做得再好最终也很难赢得客户,药品不是奢侈品,可以不计成本,药品是必需品和消费品。随着药品带量集中采购政策的铺开,企业间拼的就是两点,质量与成本,缺一不可。集中采购,价低者得,不会给你太大的利润空间,假如两家企业,A公司生产成本1.0元,B公司成本0.8元,集中采购价就是0.9元,A公司做,做得越多亏损越多,B公司做就有利润,显然B公司赢客户,生存并发展。因此要想赢客户,就是在合规的前提下做出高质量且有成本竞争优势的产品,我们生产部“需要更多的努力与创新!”

(徐小军)

## 浅谈“精心造”

### 浅谈务实与创新

务实就是讲究实际,实事求是,是我们工作生活中的一种态度,一种作风。

一个务实的人往往是脚踏实的工作,老老实实地做人,作为制药企业生产车间,严格在GMP体系下按照文件规范生产,这是守则,崇尚合法、一切从实际出发的心态,如果没有务实做事的态度去认真投入工作,如何去完成我们“精心守护健康”的使命?在小的方面说,做好工作,是一种责任,是应尽职责;在大的方面说,做好工作,就是一种奉献,是为健康事业添砖加瓦,为人类的健康负责。

在务实的前提下进行创新,不断自我更新,用新思路、新方法、创造性的解决困难,不断的完善同年自身的劣势,追求生产效率更高更快。例如,202车间铝塑包装大多与外包装设备不连线,需人工整理板块再将该块传递到外包,造成了大量的人力物力资源浪费。所以车间群策群力,在保证产品质量的前提下,想了多种方法改善这个现象,对设备本身进行改造、考察评估旧理机与外包装连线的实用性;外包装时,收集各部门意见,进行外包,将外包装大箱子每箱200小盒变为每箱400小盒,节约成本等创新方法的出现,都是我们企业核心价值观的体现。

创新是企业发展的前提,创新是企业壮大的必然条件。只有创新才能导致变革,只有创新才能使变革富有成效。

(张小明)

“京新药,精心造”是公司的质量理念,精心造就是生产出符合预定用途和注册要求的好药品,如何达成“精心造”的好药品,放心药品,谈几点看法:

精心造,要深化理念教育,提升全员的质量意识。

如果我们希望员工做出正确的结果,那么他必须要有正确的思想。精心造,不是统一少数管理人员和少数部门的思想,而是要统一每一个参与药品研发、技术、采购、生产、检验、包装、销售各个环节全体人员思想,从公司管理层面宣贯质量理念、质量方针,到部门质量提升的建设活动,再到质量管理部定期的质量例会……如何让员工意识到精心造不仅仅是公司的事,也是我们每一位员工的事?如何提高质量意识不仅仅停留在口号上,而是深入每一位员工内心,深入每一位员工的日常工作,体现在每一个工序的操作细节?答案只有一个:全员上下统一质量文化,人人关注质量,人人重视质量,通过企业文化建设和活动平台,将质量文化融入员工行为,真正使质量的各项理念形成员工的工作习惯。

精心造,要有明确的工作目标。

公司有道理通过欧普官方审计的事实证明,我们有理由相信团队的实力,相信京新的前

景。我们需要清晰地认识到,不仅公司,部门需要目标,每一个岗位,每一项工作都应该有目标或标准。统一目标,执行力更容易提升,在达成目标的同时,团队的信心也在不断增强。如果员工不清楚自己岗位的职责和目标,就不会发现现状;如果一名管理人员不清楚管理者的角色,不清楚自己管辖范围的质量目标,不知道自己领导的团队执行力薄弱是管理者自身的培养问题……就不会采取积极应对,各类踢皮球、抱怨等负能量也就不断地在我身边蔓延。

精心造,要正确对待出现的各类问题。所有现实与目标的差距就是问题,解决问题就是我们存在的价值。人无远虑,必有近忧。作为管理者,我们要以身作则,引导大家正确对待工作中出现的问题,学会从自身找原因,找对策,在预防和解决问题中充分体现自我价值。对待问题我们需要立即行动,防止问题蔓延影响目标的达成,如果不及及时解决,这些问题就会越积越多,导致无法预计的后果。

同时,我们要思考如何利用考核机制,对高绩效、善于发现和解决问题的人员和部门给予奖励,通过表扬、沟通,打造有统一价值观、高凝聚力的团队,形成预防问题、解决问题的良性竞争氛围,最终实现共同的质量目标。

(刘卫雷)

### 第一党支部

## 企业文化落地生根体会

务实,吸入制剂项目,这是董事长朋友推荐并入股的项目,大部分企业这种项目简单评估一下就行了,但公司从各个方面做出挑战,做了非常详细的价值评估经济性分析,项目价值充分论证,项目在立项会通过,体现了务实的精神;洪滨、魏项目分享了体会,战略部工作应有自己的风格,拿出去的报告资料要像战略部的样子,尽力将自己的工作做好,做到位,站在不同的角度,满足各方需求。项目价值充分的分析论证,拿客观经济性数据论证,充分说明为客户决策层的务实精神。项目的核心聚焦是否为客户和股份创造价值。

创新:对战略部而言创新是思想上的变革,大家讨论时多发表自己的观点,阐明支撑自己

观点理由,提出好的问题引发大家思考,通过彼此思维碰撞产生不一样的观点;另外,去年战略部以视频形式讲述年度规划填写,是一个比较好的创新点,公司层面以视频宣贯内容是比较好的案例,创新的方式有很多种,比如创新性的沟通、创新性的管理,创新性的识别价值和创造价值。小思想大创意。

共赢:该案例来源于部门领导洪滨。当时上海所组建,缺乏关键人员,主动请缨,后来项目管理部缺人,又主动承担责任,再后来又去投资部,这些都是自我成长的机会,企业某种岗位合适人选也不能确定你是否能胜任的情况下,主动承担,既是我自我提升的机会,企业也能获益。

(朱会明)

文化不是口号

加入公司已经6年了,在这几年里我看到了京新高速发展的历程,看到它从年营收9亿成长为年营收35.5亿的集团公司,也非常荣幸在今年见证了京新企业文化

的变迁。

加入公司后,给人最深的印象是务实的氛围。拿到工作证,背后的“认真做事,踏实做人”诠释了深耕于这家企业的文化;在公司里,不管是企业的领导者、执行者还是离职的老同事,都践行着最本真的文化与旗帜。

可是时代在发展,市场的大环境在变革,要想在市场中突破重围,稳定发展,企业也要与时俱进。从引入狼文化到PK文化,再到今年的文化重塑,新版企业文化

的诞生是漫长的,而勇于经历变革的阵痛,京新人会更加理解“务实创新包容共赢”的内涵。

不管是“精心守护健康”的使命,还是“成为中国精神神经、心脑血管领域的领先者”的愿景,要想真正达到2028年,进入中国医药工业50强的目标,光喊口号是没用的,口号不仅是口号,只有切实执行“务实创新包容共赢”的价值观,形成以企业文化为核心的凝聚力,才能起到增强企业凝聚力的作用。

务实是继承,是对公司历史的承认和发扬,是一代代京新人不变的执着。特别是在伴随京新成长的一代代京新人身上,我们能学到很多,来自车间一线的老师傅、老阿姨,他们踏实肯干,做事兢兢业业,一天做好一件事不准,一个月做好也不准,一辈子做好一件事很难。

创新是发展,特别是行业的需求。我们可以看到,各大医药公司都投入巨额研发费用,想在创新药市场中占得先机。当然对企业来说,首先员工需要在工作中有创新的思维,一成不变只会导致越来越小,只有勇于创新,不管是产品,还是工作思路、工作方法,都需要新的方式来替代固有的习惯,创新路上肯定是崎岖的,我们乐于接受并挑战。

包容是信任,是合作。小到同事间性格的包容、与车间的互补补进,大到与客户的和睦共处,共同成长,都有包容的影子。雨果说:“世界上最宽阔的是海洋,比海洋更宽阔的是天空,比天空更宽阔的是人的心灵。”积极且正确的包容心态带来的是身处地,心怀他人的品质。

共赢是对他人的尊重,单打独斗只是一个独行侠,而团结以团结的力量,大家先一起把蛋糕做大,才能分得到更大的蛋糕。个人可以和公司实现共赢,兄弟公司之间可以合作共赢,公司和客户可以共赢。感谢公司这个平台,给了我们年轻人才机会,公司在成长,而我们也获取了经验与事业。

文化不是口号,喊喊容易做起来难,我们能做的是从自身出发,内化于心,外化于行,承担起作为京新人的一份力量,传承发扬,衷心希望公司能借此做立高海,精心前行。

(梁苗清)

## 将文化融入采购实际工作

通过校企合作文化,让我对公司未来的战略目标更加清晰,更加认同;同时价值带给我们的更多是思考! 2028年,进入中国医药工业50强!作为采购部我们如何紧密围绕目标,结合京新企业文化开展好我们的采购工作?如何创造价值?

首先,要了解他国的运作模式、管理模式、人才培养机制,如何创造采购的价值以及对未来的布局。

其次,光学不用,照抄照搬是没有用的,要将学习到的,结合京新的战略目标、企业文化,转化为京新采购内在的东西,在工作中不断学习,不断转化,不断实践,不断创新,将过程转化为实现京新战略目标的结果。

京新采购要时刻记住如何创造价值,采购创造价值既有当下的价值,也有未来的价值。当下的价值比如:我们如何降低我们的采购价格,提高我们采购的质量,如何提高我们签订的响应速度等,未来的价值比如:我们在与供应商谈判时合作愉快,有排他性,有对京新的供货,市场有保护等,都是在创造价值。只有我们无时无刻的记住,我们的工作是在做什么,是以客户为中心,为实现京新战略目标的,是为客户创造价值的,是为公司创造价值的。

采购部结合公司战略目标,未来核心工作:采购成本管理,采购质量控制,战略合作伙伴的建立,采购结合市场的响应效率,大项目与紧急采购的效率,供应链金融收益(供应商金融+单指收益,其实在过程中结合了)我们如何建立战略合作伙伴,如何体现我们京新文化的共赢。

(刘钰)