

周怀立 李永亮 朱岩婷

经营企业的人都知道,在很多时候,要增加一点利润是非常困难的,更遑论大幅增加了。尤其是近几年,随着市场竞争日趋激烈,多数企业盈利变得更加困难。

然而,却有这样一家企业,偏偏逆势而上,连续创造企业盈利的奇迹。这家企业就是来自株洲市的千金药业集团。

数据显示,2016年至2017年,该集团的规模增长幅度分别为17%、11.09%,可归母净利润却分别激增60.75%、39.04%,创下历史上最快的利润增长速度。

“企业之所以取得如此高速的利润增长,得益于大力推行我们独创的千金经营法式,实现了经营的一次革命。我们千金药业文化积淀深厚,别具特色,独具魅力。可以说,千金的发展,很大程度上得益于企业文化所提供的内生动力。”千金集团党委书记、董事长江端预如是说。

文化建设,已经成为千金药业集团(以下简称千金集团)闪亮的招牌。目前,公司被授予湖南省企业文化建设示范基地,被评为湖南省创新企业文化建设十大品牌。2017年,江端预董事长还荣获“湖南省创新企业文化建设十大功勋人物”称号。



千金员工满怀信心向前走。

## 千金,涵养文化的力量

### ——千金药业集团以企业文化建设推动高质量发展纪实

外化于行,让所有的空间都『文化』起来

窗外寒风刺骨,室内温暖如春。

在江端预董事长的办公室里,听着他对千金文化娓娓道来,我们如沐春风。交谈中,他顺手递来一本貌似普通的《工作日志》。他说,这是公司刚印制的2019年《工作日志》。我们随意翻阅了一下,谁知一下子就被吸引住了。原来,《工作日志》的每一页下方都印有一句“语录”,而这些“语录”的主人正是许许多多的千金员工——

学习是苦根上长出来的甜果——千金研究院 王雪姣  
大胆折腾,百味才是人生——财务部 唐芙蓉

任何业绩的质变都来自于量变的积累——人力资源部 张菊香  
……  
每人短短的一句话,却包含生活的感悟,工作的体验,人生的智慧。

“这只是千金文化的一个小小的点。我们把员工‘语录’作为每一页的主题词,一方面是为了汇集员工智慧,供大家分享,一方面也是想由此激发员工的荣誉感。我就是想告诉我们的员工,人人可以登上大雅之堂,文化是属于每一个人的,我们不分尊卑贵贱。”

江端预这样解释出版《工作日志》的初衷,言谈之间,他的脸上洋溢着暖暖的笑容。企业文化打造,首先要外化于行,在形式上营造企业浓厚的文化氛围。经过多年探索,千金集团已经创建了一套涵盖视听、理念、行为、心态、思维、情感、道义七大维度的企业文化识别系统。

这个系统中的视听识别系统,由企业的基本色彩、千金LOGO、企业旗帜、千金福娃等组成,通过文化墙、《千金人》报纸、微信等媒介精彩呈现。公司还创作出司歌《千金是福》在上下班、工休间定时播放。有了这个系统,可以让员工自然地融入千金的文化氛围里。

与此同时,一套员工行为指引系统也不断完善。公司通过制定《员工行为规范》《员工行为指引》,从形象、言行、人际、安全、健康五个方面,对员工的个人修养进行指引、劝导。这套规范具体细致,甚至细化到了领带怎么打、发型怎么做、站立姿势、商务接待的规范程序,等等。

入眼,入耳,直到最终“入心”。立体的、丰富的、覆盖式的识别系统,使千金的企业文化形象鲜明地树立起来,并由此潜移默化着千金的每一个人,经多年累积,千金人身上散发出不一样的“千金气质”。

### 用“爱”说话,让情义成为人企之间的纽带

自古情义值千金。培育情义,使每一个员工都做一个有情有义的人,是千金药业涵养企业文化的一大特点。

“诚信负责、行善爱人”。培育情义的核心就是一个“爱”字。“这个‘爱’是企业爱员工,员工爱企业。”千金人这样理解他们心中的“爱”。

对员工的爱,千金药业表达得淋漓尽致。为了让员工吃得放心、舒心,公司在市郊建有专供员工食堂的绿色无公害蔬菜基地。在食堂,员工只需3块钱便可享用由“两荤两素一汤”及餐后水果或酸奶构成的自助餐。

公司专门兴建河西基地星级标准单身公寓,并改造了老宿舍,公寓宿舍各式家电一应俱全,附近阅览室、健身房、瑜伽室等设施应有尽有。

此外,举办婚礼的员工,可免费享用厂车及小车接送亲服务。生日的员工,公司会送上蛋糕。员工家里有急事需要帮忙,公司竭力支援。

因为特殊需要,一些生产班组常常要在高温环境中作业,公司为此特地为每个班组休息室都装上空调,配备防暑降温的药品。

2011年,集团把“员工收入翻倍”写进“二次创业”的目标,此后每年都将员工的收入增长作为一项重要的指标列入企业年度经营计划。2011年至2017年,千金员工的工资一直呈稳定增长趋势,明显超过了株洲市的平均水平。

在这里,有领导,但找不到不苟言笑、威

严的“一家之长”。在这里,有规矩,但严格的约束中透出的是浓浓的人情味。在这里,有差异,但绝没有“有色的眼镜”、身份的歧视。

在这里,高层一律与员工在同一个食堂就餐,从不开小灶;员工与领导常常乘坐同一趟厂车上下班。而被员工视为做事高效的江端预董事长,遇到与员工生活相关的事情,也会“婆婆妈妈”起来;员工公寓楼装修,他几次跑到现场,这里说卫生间没装洗漱用品的架子,那里强调淋浴房没搁置防滑垫,甚至阳台上晾衣杆有没有可供衣架搁置的凹槽,他都要一一过问。

在这里,员工有“说话”的地方。公司内刊《千金人》、内部网络平台等,都有“直言不讳”信箱等平台,为的是广开言路,兼容并蓄。在这些平台上,《江端预,你的坏脾气该改改了》、《请先关注中高层的激情投入》、《千金不需要南郭先生》等犀利的文章都可以“原味”刊发。

在这里,公司有硬性规定,凡是涉及员工利益的事情,必须由职代会讨论通过。职工代表提案,必须书面回答。

“关心员工是企业应有的姿态,使员工感受到尊重和温暖。服务员工是企业应尽的责任。千金的文化是有温度的,它总是给人以温暖。”公司一名领导说。

企业对员工的爱,换来的是员工对企业加倍的爱。

今年7月以来,千金药业河东综合车间全体员工主动加班加点,配合营销部实现9月发货1.03亿元的历史新纪录;千金药业河



环境优雅的阅览室。

西制剂车间的员工主动在PUL钢丝管上增加弯头,大大节约成本;千金药业综合车间周卓英一年中5次改进工作流程,降低了生产物料损耗……

在河南销区,地区经理张明岳扎根一线15年,因工作能力突出,当地药企几次高薪“挖”他,但都被他拒绝。他说,千金有情有义,我不能薄情寡义;在广西销区,一位省区驻外会计辞职后在其他公司干了两年,总觉得千金药业更有人情味,于是通过招聘考试再次进入公司,宁愿从基层做起……

一份最新的《千金员工年度甜蜜指数调查问卷》结果显示:99%的员工认同千金,98.1%的员工表示在千金幸福感强,97.9%的员工对千金有“归属感”,97.6%的员工表示在千金有成就感。

多彩的文体活动始终是文化建设的主体内容。文体活动不仅贯穿全年,还要确保月月有、季季新。新春有团拜会、秋季有运动会、“三八”有妇女联欢、“五四”青年共舞,平日有“千金驾到”、“宝贝去哪儿”、“我为千金代言”等主题活动。

在千金,并不只有单纯的文体活动,与工作相关的竞赛比武也常常举办。在车间,有员工操作技能比赛;在车队,有司机驾驶技能比赛;在食堂,有厨艺比比看……

“快乐工作,甜蜜生活”已然成为千金人的共同追求,在充满温馨的氛围里,大家释放着对生活的热爱,也不知不觉补充着工作的能量。



员工签名的专属茶杯上也充满“文化”。

以党建作引领,以活动做介质,以学习为核心,以管理为重点,使千金药业拥有了自己的文化特质,并由此形成了强大的“员工的向心力、团队的战斗力、企业的凝聚力”。

“三力”齐升,其利断金。

近几年来,在激烈的市场竞争中,千金药业不仅始终立于不败之地,更实现了高质量发展。2017年,千金药业销售规模37.24亿元,同比增长11.09%,归母净利润为2.08亿元,同比增长近4成。今年1-9月,千金药业集团实现销售规模26.63亿元,归属于上市公司股东的净利润1.38亿元,同比增长41.89%。

同样重要的是,根据市场的需求,公司正在不断优化产品结构,丰富产品品类,提升产品品质。几年来,公司已先后新成立了千金卫生用品、千金养生坊、千金瑰秘酒业等分公司,经营范围也向着女性酒饮、美容护理、天然洗液、专属香玩等领域不断拓展。目前,公司基本形成包括药品制造、药品流通、药材种植和中药行生在内的医药全产业链业务架构。

“跳出妇科,主攻女性健康;跳出药业,深耕中药衍生”。在这一大战略的指引下,千金药业的高质量发展有了充分保障。

“我们的价值追求是以更好的产品满足客户的需求,以更多的客户铸造千金的品牌,以更好的回报提升社会认同感。”面对未来,江端预董事长信心百倍。

潮涌湘江起,大浪排空来。在这个追寻中华民族伟大复兴中国梦的新时代里,千金药业持续涵养有温度的企业文化,保持定力,行稳致远,其成就令人敬佩,其经验给人启迪。

我们相信,在充满创新、充满活力的“千金文化”的滋养下,千金集团一定能够推动企业攀上更高的海拔,到达更远的彼岸!

### 多姿多彩,让活动成为员工感情的润滑剂

“千金发展,大潮涌动,你们是挺立潮头的朵朵浪花。激情跨越,成就梦想,你们以闯关夺隘的实干,攻坚克难的勇毅,奋力争先的进取,汇聚起千金药业蓬勃向上的强大力量……”

2017年1月19日,在响亮的歌声中,千金药业建厂50周年庆典隆重举行,一台由千金员工们自编自演的大型文艺晚会在株洲神农大剧院上演。

令人吃惊是,这台晚会,不仅使能够容纳

1000余名观众的神农大剧院座无虚席,更由于在场观众的“直播”,吸引23万观众同时观看。

“一家企业能办成这样一台高水准的晚会非常少见,实属不易。”当地一位观看了演出的文艺界人士如是感叹。

“我们企业能够得到这样的关注,出乎我们预料之外。”千金药业的组织者也感叹。

工作再忙,文体活动不能少。压力大了,文体活动更要搞。在千金集团,形式多样、丰富

### 增加“厚”度,让学习成为企业文化的核心

“企业经营的对象是资源,而员工又是企业的第一资源。经营企业首先要经营好员工,而员工是企业的第一客户。”这是千金药业管理层形成的共识。

既然员工是企业的第一资源,那么,企业要发展,就必须使这一资源变成“优质资源”,其途径只有一个,就是学习。用学习加厚每个员工的知识内涵,使学习成为企业文化建设的核心。

近年来,出于学习的需要,千金集团一直坚持为员工量身打造了“七个行动”:健身行动、学习行动、旅游行动、乐居行动、餐盘行动、靓车行动、社团行动。为此,公司成立多个社团组织,设立《大讲堂》,建立微信群,以各种方式建立学习渠道,强化学习效果。

为营造浓厚的学习风气,公司极力制订了一系列阅读计划,引导员工形成爱读书、读好书的习惯,江端预亲自为员工开列书单,要求相关部门经常购买书籍。为检验学习效果,公司

在内刊《千金人》报上经常刊发员工的读书心得。

为鼓励大家通过学习成才,公司制定了详细的培训规划,建立了完善的培训体系保证每个人都有学习的机会。公司高、中、层,通过行业内交流学习、读书活动等,提高经营管理水平;生产、营销团队,通过伙伴特训营、营销规则学习等,提升生产、营销技能。

为激励员工学习的热情,公司还专门建立起职衔和职级相结合的晋升通道。几年来,公司定期实行中层干部竞聘上岗制,用人不拘一格,每位员工都有机会走上中层管理岗位。广东销区经理马斌因学习刻苦、执行力强,工作业绩突出,连升三级,调任千金湘江药业副总裁。

与此同时,公司还定期开展“理念大讨论”、“金点子竞赛”等活动,增强员工的参与感。学习增长知识,学习深化修养,学习改变命运。学习,深刻地改变着每一个千金人。



“为了千金,一起努力!” (本版图片均由千金药业集团提供)

“三力”齐升,让企业在『高质量』中健康成长