

昆药集团

KPC PHARMACEUTICALS INC.

绿色昆药 福祉社会



昆药人自己的文化家园

2015 / 第一期 / 总第35期

拥抱·融合·创新

——昆药集团2015主题年会顺利召开



昆明诺泰医药产业并购基金正式签约

昆药集团进入糖尿病领域重大协议在杭州签署

昆药集团正式启动“络泰”的安全性医院集中监测

“昆中药传统中药制剂”入选国家级非物质文化遗产名录



KPC PHARMACEUTICALS INC.

| 绿 | 色 | 昆 | 药 | 福 | 祉 | 社 | 会 |

昆明市高新技术开发区科医路166号

www.kpc.com.cn

2015
羊年新春特刊



Duang !
新包装来啦

新包装 新形象
新高度 新体验



昆药集团产品升级

全新包装陆续上市

专注于制药，致力于人类健康，并将科学、严谨、精确的产品属性延伸到品牌形象！

2015，冲破穹顶，奔跑吧，昆药！



(以上为部分产品包装展示，更多包装将陆续呈现)

绿色昆药 福祉社会

昆明市高新技术开发区科医路166号
www.kpc.com.cn





主办 / 昆明制药集团股份有限公司
Sponsor / KPC PHARMACEUTICALS INC.

Chief Editor 总编辑	袁平东 Yuan Pingdong
Editorial Board Member 编委	孟 丽 Meng Li
	何丽山 He Lishan
	罗 静 Luo Jing
Copy Editor 主编	赵中华 Zhao Zhonghua
Photographer 摄影	王 伟 Wang Wei
	侯文波 Hou Wenbo
Proofread 校稿	罗 静 Luo Jing
	赵中华 Zhao Zhonghua
	罗艺灵 Luo Yiling

Address 地址 昆明市高新技术开发区科医路166号
166 / Keyi Road, Kunming High Tech Industrial
Development Zone

Postcode 邮编 650106

Website 网址 www.kpc.com.cn

E-mail 邮箱 office.kpc@holley.cn

Tel 电话 0871-68319868

- 本刊为企业自办刊物，仅供行业内部交流之用。
- 本刊图文未经本公司同意，不得以任何形式转载使用，违者必究。
- 本刊部分图片文字来源于网络，相关版权归原作者所有，作者可与本刊联系，领取稿酬。



扫一扫
加入昆药集团官方微信平台
了解更多精彩

| Contents 目录

| 创新思维专栏 Internet Thinking

- 03 | 拥抱·融合·创新
——昆药集团2015主题年会顺利召开
- 07 | 危·机
——董事汪思洋在年会上的讲话
- 13 | 何勤董事长在昆药集团2015主题年会上的讲话
- 19 | 组织创新添活力 品牌整合赢未来
——昆药集团2014年度总裁工作报告
- 29 | 昆药集团组织变革创新全面启动
- 35 | 创新的昆药最闪耀



| 昆药动态 KPC News

- 37 | 昆明诺泰医药产业并购基金正式签约
- 39 | 昆药集团荣获2014年度中国医药十大营销案例——年度营销成就奖
- 41 | 昆药集团荣获中国企业未来100强
- 42 | 日本米诺发源制药株式会社宇都宫德一郎社长到访昆药
- 43 | 昆药集团主营产品在工艺改进中喜获专利授权
- 44 | 张建文博士成功入选昆明市2013年“三五工程”和“551计划”人才项目
- 45 | 药物研究院张伟喜获昆明市有突出贡献的优秀专业技术人员称号
- 46 | 昆药集团喜获国家首批企业《知识产权管理体系认证证书》
- 47 | 版纳药业“双姜胃痛丸”荣获云南省重点新产品称号

| 产品研发 Product Development

- 49 | 昆药集团进入糖尿病领域重大协议在杭州签署
- 50 | 临床药学专家到药物研究院开展抗肿瘤药物研发的探讨交流
- 51 | 药物研究院喜获云南省科技厅多个项目的支持
- 52 | 昆药集团喜获复方青蒿搽剂和黄藤素片药品标准颁布件
- 53 | 昆药集团“增效抗疟药复方磷酸萘酚喹的制备方法”喜获中国专利奖优秀奖

| 管理培训 Business Management

- 55 | HRBP是什么？
- 57 | 国家认定企业技术中心首次考核评价案例分享

| 媒体报道 Media Report

- 59 | 走出竹林深处的傣医药
- 63 | 昆药集团正式启动“络泰”的安全性医院集中监测

| 企业文化 Corporate Culture

- 65 | “昆中药传统中药制剂”入选国家级非物质文化遗产名录
- 69 | 昆中药五人被命名为区级非遗传承人
- 71 | 携手抗击疟疾，传递领先科技
——诺华与中国各方合作伙伴共庆携手抗击疟疾20周年
- 73 | 华立集团44周年庆暨第四届“唱响昆药 畅想未来”音乐嘉年华顺利举办
- 75 | 玉兰花开 昆药醉美

| 员工博客 Blogs

- 79 | 规范灵活 注重实效
——昆中药项目设备招标有感
- 81 | 项目经理，要进得去也要出得来
——研发平台项目经理竞聘会参会有感
- 82 | 90后的创新



| 总裁荐书 Recommended Book of President

- 85 | 《海尔转型：人人都是CEO》

拥抱·融合·创新

——昆药集团2015主题年会顺利召开

文 / 综合服务平台 赵中华 图 / 王伟



这是最好的时代，也是最坏的时代，最为关键的是，这是属于我们自己的时代。要想在这样一个瞬息万变、超级互联的时代把握好市场的脉搏、开拓全新的领域，做时代的领军企业，需要我们大胆创新、勇于变革，因为这个时代没有传统的企业，只有传统的思维。不主动拥抱变革，只能坐以待毙，未来一定是属于那些既能深刻理解传统商业本质，又具有互联网思维的企业。

2014年公司进行了组织架构的变革，为更好地总结过去和规划未来，2015年1月20-21日，昆药集团在七彩云

南温德姆至尊豪廷大酒店召开了主题为“拥抱·融合·创新”的年会。公司董事长何勤、董事汪思洋、总裁袁平东、经营管理委员会各成员及各部门、各子公司代表等共计470余人参加了会议。此次年会还特别邀请了昆明银诺医药技术有限公司合伙人王庆华博士及科泰各成员企业高管参会。此外，今年参会的青年员工除了金枪鱼学员及管培生外，还邀请了一批基层青年员工，这样不仅扩大了年会参会人员范围，更为新员工们提供了一个了解企业、感受企业文化的绝佳机会。



组织创新添活力 品牌整合赢未来

此次年会是昆药集团完成组织架构变革后的第一个年会，因此年会上讨论的问题不仅仅是总结和展望，更多的是新组织架构下的昆药，如何发挥最大的组织优势，积极应对市场的挑战。当下移动互联网与传统行业碰撞与融合已经发生，传统企业的核心竞争力如何在互联网时代发挥出来，是我们跟上时代必须面对和解决的问题。

两天的年会，以报告+论坛的形式展开。除董事长、总裁及络泰、天眩清事业部的工作报告外，各事业部还以论坛的形式探讨了“新形势下企业产品布局及实施路径”以及“互联网时代传统营销渠道的变革”。

会上，袁总作了题为《组织创新添活力 品牌整合赢未来》的主题报告，报告中盘点了2014年医药行业的情况、对昆药2014年主要指标完成情况做了分析，总结2014年中存在的不足，并对2015年工作计划做了详细的规划。

在何董的工作报告中，通过分析昆药现状，他明确指出了昆药2015年重点执行的几项工作：事业部营销改

革必须尽快落地、营销的精细化管理措施、科泰如何在最短的时间融入昆药、企业并购、如何保持中药厂的高速发展等，并着重从组织架构、机制创新、销售队伍的建设与管理、学术推广、工程管理、电商发展、人才引进、自动化和机器换人、信息系统建立与应用、国际化布局及投资并购等方面指出了昆药现有的问题及未来发展的计划、措施。

在营销领域，何董强调，营销队伍的建设与管理上必须持续创新、营造氛围、人人创新，除了设立基本的授权底线，其他规则都可创新，销售队伍的建设再次被提到了战略的高度；何董提出企业应该把员工的主人翁意识发挥出来，企业的“人流、资金流、信息流”只有尽快建立并充分运转，事业部的独立运作才能真正有据可依。在科技创新方面，何董向大家介绍了从工业1.0到4.0的发展进程，指出我国的医药企业大多还不到3.0的水平，而昆药工业自动水平尚处于较低阶段，我们应该跟进时代的步伐，借鉴德国等发达国家的先进理念及技术，尽快制定机



器换人的行动方案。在电商领域，何董通过分析医药电商的现状，指明了昆药电商未来的发展之路，以心脑血管研究为重点，打造覆盖全国的品牌形象。此外，何董还重点分析了昆药信息系统建设存在的问题，强调没有信息化，就没有独立核算，就没有事业部的发展基础。在未来的国际化发展规划中，何董分步骤地阐述了企业的国际化之路，指出昆药应着重聚焦植物药、生物制药、化学药、新药研发、移动医疗、医疗机器人、新医疗器械、新型医疗服务等投资界高度认可的领域。

昆药董事汪思洋先生为年会做了会议总结。汪总着重从企业面临的危机、行业趋势、国家政策及未来机遇等方面，剖析了昆药目前发展的现状。汪总强调，在互联网时代，思维不变，思想不变，迟早要被社会淘汰。我们必须要有危机意识，危机不是即将到来，而是已经到来。互联网对医药行业的影响和冲击势不可挡，在这样的大趋势下，只有对昆药的战略定位界定清晰，才能在研发投入、人才储备、产品及品牌推广、电商渠道、国际化及投资并购等方面有的放矢。在管理上，一切以客户需求为导向，

昆药的文化和组织架构也要具有互联网思维，支持创客，员工之间平等对话与沟通，不以职务和头衔作为判断标准。同时，汪总强调，昆药的企业文化中应融入“狼性文化”的思想，昆药人都要学习这种野性的拼搏精神，对工作、对事业要有“贪性”，永无止境地去拼搏、探索。对困难要有毫不留情克服、消灭的勇气和力量，同时发扬“狼性团队精神”互助合作，团结一致，最终夺取事业的胜利。

值得一提的是，此次年会还特别邀请到了90后天使投资人吴幽到现场为大家做了互联网思维的培训，没有PPT、没有手稿、吴幽就这样走上了昆药年会的舞台。这位中国企业家杂志最年轻的封面人物，两年内投了14个项目，其中两个项目估值过20亿人民币。所投项目包括豆盟、京拍档、社区001、麒翼科技、蓝鲸财经、幸福9号、华夏家博会等。这位天生的演说家，在短短两个小时内，将自己对互联网和移动互联网的深刻理解，对新业态、新趋势的超强把握展示得淋漓尽致，向大家展示了一个90后的自信与抱负，令台下的观众肃然起敬，听得津津有味。



创新微信互动 轻松玩转年会

此次年会还有一大创新点，便是微信在年会上的全程互动。参会人员必须通过微信完成签到，才能查看年会议程、交通及用餐等信息，并利用微信在现场参与“摇摇乐”及“砸金蛋”等趣味互动。同时，在年会过程中，参会者还可通过微信平台与台上嘉宾互动，提出自己的见解或对嘉宾进行提问。年会结束后，参会者还可通过微信平台进行年会满意度调查，对年会打分并提出自己的改进建议，这是一个“客户至上”的时代，年会服务做得好不好，现场参会者说了算。

微信的启用，极大调动了年会现场的气氛，新颖、丰富的形式及奖品，给参会者带来惊喜的同时，更让参会者改变了以往作为听众的被动性，拒绝沉默，主动参与进来。这就是互联网时代，当我们还在质疑“互联网思维”这些概念是否靠谱的时候，大数据、APP等已经在不知不觉中渗透到我们生活的方方面面。创新让我们的工作与生活增添了无限乐趣，也让这个时代变得充满希望并更具挑战。

既然是年会，怎能少了抽奖环节。今年的年会不仅中奖比例高于往年，奖品设置也更丰富多彩。打破传统思维从细节体现，此次年会抽奖嘉宾均由现场随意选中

的参会者担任。创意音响、蓝牙车挂耳机、1TB的移动硬盘、意大利云毯以及大奖ipad的相继抽出，令现场气氛高潮迭起。在一片欢声笑语中，昆药集团2015主题年会顺利结束。

时间是如此的匆忙，2014年的时光就这样悄悄地流逝，大数据、可穿戴设备、互联网医疗成为了2014年最时髦的词语。在互联网时代，积极变革，勇于创新，才能拥抱未来。不积跬步无以至千里，不积小流无以成江海，我们总是在变革中成长，而新时代总将在质疑、反复、挣扎、努力中到来。移动互联网的“风”已经吹起，让我们乘风飞翔，“拥抱、融合、创新”，迎接新时代的到来！



危·机

——董事汪思洋在年会上的讲话

(删节版)

我是大股东代表，同时也是昆药最普通的一员，我会与昆药共同成长，昆药是我奋斗的事业。



一、危机已悄然而至

在2013年昆药半年会上，我就给各位提出危机离我们不远，在年度会议上时，我又提出了同样的观点。在意识到危机来临，但不及时采取措施，企业将会受到毁灭性的打击。

昆药2014年的经营业绩印证了我之前的担忧，主导产品络泰的销售有下滑趋势，主导产品天针和血软的增长速度也在放缓，净利润的增加主要来源于理财收益、政府补贴，以及三七原料价格下跌带来影响等原因。昆药的危机已经到来，在企业还处于增长的时候发现危机，并采取措施，效果是最好的，一旦出现下滑，再来补救，那会付出惨重的代价。

2014年国家陆续出台一系列医药改革的政策，比如说药品取消限价、招标的新规等就是风向标，可以预见2015年将是医药企业受大巨大冲击的一年。医药行业以前是一个相对闭塞的行业，但在互联网时代，已经受到“野蛮人”的入侵，以互联网巨头BAT为代表，腾讯、阿里还是百度，早已开始布局互联网医疗，进军大健康产业。阿里推出的APP“阿里健康”在几个月前已经上线，建议大家下载到手机上体验一下，也可以在网上查看测评及体验报告，感受下是市值3000亿美金的大企业对未来大健康产业的探索及尝试。当前整个医药行业呈

现出“山雨欲来风满楼”的态势，风潮涌动，一是整个医药流通行业将会发生重大变革，另一个是药品扭曲的价值链将会被调整到科学、正常的水平，国民医药支出、药品结构也将被调整到合理、正确的水平。流通行业的变革是革谁的命？这个变革对我们药企的影响，正是我们要思考的。流通环节的变革会使得产品的销售模式、学术推广方式发生重大的变化，就好比当年，淘宝对实体店的冲击，很多在线下销售很差的产品，顺应了新的游戏规则，在线上取得了很好的成绩。

分级诊疗将是未来一大趋势，中国医疗最突出的问题不是中国医疗资源远远不够的问题，而是在有些区域，医疗资源分布不均衡的问题，这个问题，国家一定会去解决。因此，未来发展的大方向是“调结构，理顺价值链”。“调结构”会影响到药企的经营模式、营销模式、学术推广模式，最终会影响到产品结构，做产品也不再是以前那样，让产品进入医保、基药目录，留给一定的空间销量就可以做上去，现在拼的是产品的核心竞争力以及用户（患者）的体验。

危机二字，一起就意味着“危险”和“机会”并存，危险出现的同时也伴随着机遇的到来，大股东在意识到昆药危机的同时，也看到机会出现在昆药的面前：



1、优质药品需求上升，医保支付的持续投入

理顺药品的价值链、药品科学结构后，整个国家对优质药品的需求一定会再度上升。国家医保支出和和国民药品支出在两个地方被浪费，一是被中间环节消耗，二是因为药品结构不科学、有些效果一般的药品因给出的空间高而被滥用，这两个空间被拿出来的话，那对优质药品的需求肯定是上升的，而且国家医保支付也在不断持续投入，这是一个很好的机会。

2、昆药集团产品资源丰富

未来的市场是留给产品有核心竞争力、注重用户体验、持续研发投入的药企。昆药、昆中药、贝克诺顿都是有历史底蕴的老药企，拥有的独家产品、有独特疗效的中成药非常多，但是大部分销量很小，这就是我们的

机会，从产品的角度来看，我们比很多企业要强。

3、互联网时代弯道超车

互联网对医药行业产生了巨大影响，而且这个大趋势是不可逆转的，只有主动拥抱互联网，才能跟上时代的脚步。从大股东的角度来讲，我们对互联网的重视是领先于其他药企的，从2013年开始，总部就开始提拥抱互联网，华方也从2014年开始布局移动医疗，昆药也参与投资以移动医疗、高端医疗器械为标的的基金，构筑昆药生态圈，在这方面，不论从顶层意识，还是从我们在做的事，制造了一个在互联网大背景下弯道超车的机会。

危险伴随着机会，前提是我们要快速行动，否则就是温水煮蛙，死于安逸。

二、运筹帷幄 迎接挑战

1、战略定位要再度清晰和确定

什么是昆药的战略定位？第一、做高端的制药企业，依托于植物药，兼做化学药，择机进入生物制药；第二、以心脑血管为绝对核心领域，逐步扩展到其他慢性病病种；第三、昆药集团新LOGO的全面启用，希望成为一家具有国际化视野的现代化药企，这也是核心的诉求。之所以要改成“昆药集团”，就是为了破除地域的局限。不过，在国际化之前，首先要全国化，营销中心将要设在北京，研发中心设在上海，投融资团队在上海，并购的药厂在全国各地，仅部分的管理和生产在云南。昆药在全国布局的速度不够，对全国性人才的储备还是太慢，全国化是国际化的前提条件。而国际化，首先要具备国际化的视野，有一定的国际交流，第二步是国际研发项目的合作，第三步是国际化的投资和并购。支撑我们能够应对危机和挑战的一定是对战略定位的清晰和坚定，否则，不可能走远。清晰而坚定的战略定位能够使这个庞大的组织正常运作、减少很多资源的损失、减少很多无用功。是否符合战略定位将成为做选择的重要依据，也为品牌、研发、产品、并购等工作指明了方向。例如，GLP-1符合择机进入生物制药的战略定位，与科泰的合并，符合国际化的诉求。战略的坚定，可以少走很多弯路，减少无谓的损耗。

2、改变自己的“精、气、神”

组织架构相当于人的骨骼和脉络，文化就是我们的精、气、神。2014年下半年花费巨大的精力对组织架构

进行了调整，这只是第一步，未来的路还很长，会逐步进行微调，找出最适合昆药的组织架构。

如何来改变我们的精气神？

首先要改变的是自满的情绪。要意识到我们已经落后，经过了08年-14年的高速增长，业绩年年被刷新，部分管理者认为昆药已经很不错，但事实恰好相反，前面已经讲过昆药的危机，徐总昨天的报告中分享了昆药的市值排名从188位上升至72位，这个成绩要归功于整个医药行业的高速增长，如果计算昆药对于医药行业的相对增长速度，那会很低，这个现状，大家一定要认识到。我们要想度过危机，一定要摒弃优越感，未来的路还很长。



第二、狼性文化。就昆药的企业文化来看，是比较朴实、踏实、宽容、民主的，不是说这种文化不好，但是整个医药行业的竞争已经进入新常态，未来需要有狼性文化来带动，因为空白市场越来越少，将进入竞争白热化的新常态。商场如战场，竞争对手无时无刻不在对我们设置障碍，无论是在局部市场，还是在政策及准入门槛方面。这种白热化下的战争如何打？需要狼性文化来支撑，尤其是营销团队必须要有拼个你死我活的决心，而现在的我们大多数时候还处于被动的防守，见招拆招的状态，我们的思路和风格应该更加主动，更加具有狼性。另外，近3000人的昆药，业务队伍只有300多人，有多少人愿意上前线去打战？我们内部也需要狼性文化，适当地引入竞争和淘汰，物质和精神的双重刺激和奖励，通过外部招聘和内部“征兵”的方式，让更多的人到前线去。这就是狼性、血性。在这个生死存亡的关头，没有狼性，就不会成功。

第三、创客文化。我们一直在提创客文化，但是，这个文化是否真正建立起来？对创客是否包容度，有容错的心境？原来作为管理者的傲慢、过度迷信经验的现象是否消除一点？这是一个最好的时代，也是变化最快的时代，还是经验和惯性思维成为包袱的时代，这个时代要呼唤出创客。经营管理委员会和平台负责人不可能坐在办公室就发号施令，他们的实令是否符合最新的市场变化规则和最新的产品发展方向？昆药未来被颠覆，一是被竞争对手颠覆，因为对手反应更快，另一个就是被自己颠覆。被自己颠覆，破茧重生，取决定于能否真

正把创客文化建立起来，把“721”文化建立起来，颠覆自己的项目很可能来自于那20%、10%的人员和资源配置。所谓“721”文化，简单来说就是七三法则，鼓励员工70%的时间、精力、资源投入到公司绝对明确的工作和项目中，剩下的30%让员工在相对宽泛、符合公司发展大方向的前提下，自由发展，让各个平台上的创客成长起来。这样一来，往往将100%的时间用于任务工作，而利用业余时间来做创客，这就是创客带来的能量。创客文化的建立是一项系统的工程，最终我们创造出孵化创客的土壤，让每个员工成为企业的主人翁，一个真正有主人翁意识的员工不会太计较工资、加班，只会时刻思考为企业创造价值，有可能创客的成果就能支撑企业未来十年、二十年的发展。

目前有几方面的工作可以让创客尽快成长起来：（1）电商（2）有潜力、销量低的沉睡产品（3）产品研发（最需要七三法则的地方）、市场。让员工在有限的失控状态下工作，才能最大的发挥他们的想象力，作为管理人员也要有开放的视野和开放的心态允许和理解这样的失控。

3、改变对产品、对营销的决心，保持长期投入

2014年业绩不好，原因在于：一是营销改革精细化推进缓慢，二是长期对产品梯队的重视和投入不够。分析现有产品梯队，会发现中间存在断层，5000万-1亿的产品本部没有，只有中药厂和贝克诺顿有，本部络泰、



天眩清、血软都是过亿的产品，而剩下的产品1000万都不到。如果这两个问题得不到解决，那业绩下滑是必然的，因为有了可持续的核心竞争力。希望昆药从我们的视野来划分产品梯队：3亿以上、1-3亿、5000万-1亿、未来3年上市的产品、未来5年、8年上市的产品，找出断层和空白，这个才是昆药真正的生命线。想办法填补空白，让产品更上一个台阶，让整个产品线实现可持续性，尤其是在未来分级诊疗等政策实施以后，产品才是药企的核心竞争力。产品梯队中的空白就是工作的重点，营销、研发都以此为指导开展工作，自主研发还是并购，方向就会很明确。医药行业是长周期的行业，药企的兴衰变化需要8-10年，只有做好产品梯队，并上升到战略的高度严格执行，才能经久不衰。而往往在做填补空白工作的时候，需要用短期利益来换取长期利益，这样做是值得的。我也会和大家一起，共同把这些长期的事情做好。

4、借助互联网大势，顺势而为。

整个医药行业正在逐步被互联网改造。这里所说的互联网，不仅仅是电商，电商只是互联网其中很小的一部分，互联网还包括更多的内涵。

对昆药来说，互联网意味着三个层面的工作：

第一、电商，怎么把OTC通过电商做起来。电商只是一种渠道，跟实体药店一样，建议利用创客文化去做电商，这是最基础的工作，把我们的药品通过电商销售出去，未来处方药也会开放，当然可能方式会跟OTC有所区别，但是本质是一样的，所以具备这样的意识、建

设这样的团队非常重要。

第二、学术推广、精细化营销的互联网化。传统的学术推广都是靠人，从互联网的角度来看是落后的、人力成本高、标准化低、适应性差，最后通过医院销售拿到的终端数据准确性值得怀疑。这个请营销平台认真思考：学术推广如何通过互联网手段——微信、微信群、APP去实现，对终端、对医生的掌控如何通过移动互联网的方式来变成可能，而不是依靠代理商人工获取信息。

第三、互联网的核心是互联网思维。未来真正能赚大钱的一定是通过互联网思维改造的传统企业，BAT不可能把所有的钱赚走，未来价值有较大提升就是由内而外地经过互联网思维改造的传统企业。互联网思维的三个精髓——价值碎片化（价值整合后，多余的价值分给客户，这是商业模式的核心）、极致的客户体验（医生和患者是我们的客户，药企从未有过客户体验这样的想法，而极致的客户体验将会成为未来药企成功的关键因素）、快（迭代、快速的市场响应，对客户按需求订制的快速响应），这三点就是适用于所有的企业。互联网思维不是一两天就能形成的，而是涉及组织文化、架构的改变，在不断的潜移默化中逐渐形成。最小小到称呼，能不能没有头衔，虽然是很小的一件事，但是跨出了很大一步，取消层级，取消头衔，更尊重人与人的平等对话及沟通，不以职务、头衔去判断一件事的好坏。真正互联网思维应该存在于整个组织脉络里，存在于每一个细节。



5、昆药如何做？

第一、创客文化是“一把手”的工程，经营管理委员会的思想、意识是非常重要的。

第二、创客小微化项目的实施。让每个平台都去找自己的痛点，因为每个人年龄、阅历的不同，不一定都能成为创客，只要有20%的创客就足够了，寻找痛点是个体力活，有了痛点以后，配以一个宽松的氛围，一个有足够吸引力的机制，一定的项目启动资金，就可以成立小微，小微团队也可以获得一定的股份，昆药及华立的所有资源都供小微共享，项目发展到一定程度后，公司追加投资，慢慢地成长为一家人独立运作的公司，昆药作为战略投资人或者紧密的合作伙伴，这就是小微的未来。

第三、做一个除我们以外的生态系统。未来整个商业系统不会像以前那样是相互割裂的，将会是互联互通的，原先看起来没有任何联系的行业，在未来也极有可能产生紧密的联系，对于未来会与我们产生联

系、实现价值整合的企业，我们可以进行投资，构筑松散型的生态圈，心脑血管方面、慢病方面的硬件和软件，有创新意识的医院、不能全资收购可以参股一部分的好的产品或药企、大健康领域的互联网企业，虽然我们自己不一定能做成这些事，我们可以成为战略投资者，最主要是能有看到这样的趋势，至少能抓住未来的一些机遇。所以，上层的视野和意识、创客小微化、投资和业务的生态系统化是昆药走向互联网思维的第一步，第二、第三步需要我们慢慢去摸索，没有最正确的，只有最合适的。

今天的分享就是这些，在巨大的危机之下，要变，不变就是等死。做企业千头万绪，但要抓住主要问题重点解决：战略、企业的“精气神”、核心产品的营销、如何运用互联网在下一轮的竞争中弯道超车。未来很残酷，可能会有一段黑暗的时间，需要我们全体同仁作出巨大的努力，和自我颠覆的决心，这绝不是危言耸听，未来的一切就拜托各位和新加入我们的伙伴！

何勤董事长 在昆药集团2015主题年会上的讲话

(删节版)

希望将汪总报告中提出的关于战略、危机，以及下一步如何改变观念、寻找方法，拥抱互联网思维，寻求突破，并结合我今天所讲的内容，经营管理委员会开会讨论、落实每项工作，最后达到高度共识，协同一致，让昆药未来的发展有明确的战略方针。

一、KPC现状

(涉及相关数据省略)

二、2015年的聚焦

1、事业部营销改革的精细化

精细化管理是未来销售的重要保障。

2、科泰融入昆药

券商、股市、股东都在强烈地关注科泰融入昆药以后未来如何增长，昆药的全体员工也在关注这次的整合是否成功，关系到未来的国际化平台是否有清晰的战略。

3、企业并购

内源性增长不能满足投资者对我们的要求，未来如何定位精准，如何加快并购步伐，是需要深入研究和尽快开展的工作。

4、保持中药厂的高速发展

中药厂在近两年保持着良好的发展，业绩的不断提升离不开刘总、徐总、林总做出的贡献。未来几年中药厂将是昆药发展的核心驱动力之一，寄希望于中药厂未来的蓬勃发展，也许将会在两年内赶上武汉健民总部的发展。

三、持续创新、营造氛围、人人创新

1、设立基本的授权底线，其他规则都可创新；通过引灌，将创新思想从高层向基层推进

创新是一切的源泉，思想没有创新，行为和模式就没有创新，工作和计划也就很难有创新。华立集团去年召开创新大会，对高管进行了至少3次珠峰论坛、引灌思维的密集型培训，同时也引入催化师到昆药进行互联网思维、创新方面的培训。即便如此，创新的力度依然不够，更多的只是停留在表面，而距离实质的创新，能够下沉到事业部、分厂、车间的创新还差的很多。2015年最重要的就是把创新落实到方方面面，这是改变思想、改变行为方式的根本。

2、给予除专业时间以外的创新工作时间，鼓励小微；每个公司出1-2个创客试点；制定创新机制，激发创新动力

目前的体制和机构设置过于官僚，严重压抑着每个人的创新思维，虽然已经成立了事业部，但员工的创新思想还没有激发出来。随着创新思维的深入，希望有更多的创客项目能够涌现出来。同时，公司也将建立新的机制来驱动创新。

四、组织架构倒三角与事业部

2014年组织架构变革，有很多优秀人才从竞聘演讲中脱颖而出，尽管以前也实行竞聘，但这次更多的

员工、更多的年轻面孔参与进来，充分激发了大家工作的热情与活力。事业部的建立也让销售的精细化管理更进一步，但还有待完善。问题在于，事业部授权有没有倒置？基于现有条件不成熟，待事业部的战略定位、模式、机制、组织架构方案确定后，事业部必须具备相应的管理能力才算真正放权，那时的授权才能真正的倒三角。

五、机制创新

1、最大限度的发挥员工主人意识，让员工真正感受到利用公司的平台创业，而不仅仅为企业打工。

2、给予员工10-20%的自由时间考虑改革和创新，提出方案与设想；

3、对新成立的事业部或创新小组给以干股、期权、投资入股、跟投项目的机制，使其成为真正的创业者；

4、对于孵化事业部不仅可以开发沉睡产品，甚至能成为小微企业的孵化器，定位可以更精确；

5、现有的事业部已经有一定的基础，将来应让成熟的事业部有更大的自主权，新创造的业绩中有更大的收益。

6、让新成立的事业部有全新的机制，让每一个机构和组织有更大的创新和挑战舞台。

草乌甲素作为全国医保产品，具备独立成为事业部的条件，一旦有清晰的产品计划，能在全国市场上有巨大的发展空间。其他的小微项目可以考虑露水草、银芩、刚好等，都非常具有潜力，而这些产品目前销量低、销售人员的积极性也不高，如果让贵州的企业来做，都是能做到上千万的产品。另外，自主研发的一类药品在5到8年内是很难上市的，新研发的产品也不一定比现在有的产品好，销售不能仅仅指望研

发的新项目。对于公司来说，卖得好的产品已经赚够利润，导致不愿意在目前收益比较小的产品上投入太多精力和资源。所以我们必须推进小微创业，加大对小产品的支持力度。

六、销售人员管理

销售的精细化管理，最重要的是三个问题：人、资金和信息化！

首先是人的问题，虽然今年大胆的把销售人数目标提高到600人，但依然偏少。一个省仅有两三名管理人员，只能顾及二级以上的医院，不可能管到乡镇医院及第三终端，这样一来想要做到精细化管理是根本不可能的。事业部没有增加人员编制的权利，但是，人力是精细化管理的基础。再说到费用，事业部的费用也是按照预算来执行的，产品销售5个多亿，但学术推广仅投入500万，远远不够。由事业部提出人员编制方案，而且要招能够带队伍的人，财务与人力不能只考虑收入及利润因素，而应该投入更多，足够的人力投入才能带来利润的增长，虽然管理层已经意识到这个问题，但解决的力度还不太够。

再来看二、三级代理商人数问题。近年来，络泰和天眩清事业部对于销售和精细化管理的认识逐渐提高，但是对二、三级代理商的管理远远不够，人数也不能确定，这样的管理不能称之为精细化。加强二三级代理商的管理，是为了防止大代理商层层加价，保证足够的利益到达底层代理商，促进销售及空白市场上量。

希望每个事业部配一名CRM信息分析员，进行终端数据的分析。多年来，大量投入建设营销资源系统，但是目前该系统数据不全面，未达到预期的效果。早在多年前，销售较好的企业就能从系统中分析



出空白市场、上量情况、资金情况，与之相比，我们的仅仅是有数据，还做不到智能分析。这其中涉及的销售人员的使用情况和IT人员对系统功能的优化升级，不仅仅是简单的上传几张表格。根据职位的不同，设置不同的权限，希望未来能够实现系统呈现出的市场情况一目了然。

七、学术推广

目前学术推广状况：管理不到位、市场前瞻性不够、费用不足。OTC企业过去靠广告，现在靠广告加控销，处方药企业靠精细化管理加学术推广，这两种方式都是靠费用支撑的。希望未来学术推广费用增加一倍，这并不是固定的比例，各事业部根据自身产品情况来衡量，目的就是加大市场推广力度。学术推广条件是市场部人员配备、省产品专员到位、二三级代理商确定、学术资料和专家支持。

八、自动化及机器换人

华立集团在2014年明确提出“机器换人是未来制造型企业发展的必由之路”传统产业必须尽快开启这项工作。近几年德国政府提出国家高科技战略计划“工业4.0”，他们认为，18世纪引入机械制造设备的工业是1.0时代，20世纪初的电气化与自动化是工业2.0时代，20世纪70年代开始的信息化是工业3.0时代，现在正在进入工业4.0时代，即实体物理世界和虚拟网络世界融合的时代。希望在座的制造管理层关注

世界制造业的发展趋势。工业4.0是个性化的生产，完全摆脱了从前批量化生产的时代，整个流程是发出订单→产品设计→生产规划与工程→生产执行→用户收货。其中数据驱动的服务将大数据变为“智能数据”，以此为指导进行的生产活动节能30%以上，大大降低了生产时间和成本。未来工业4.0的三大趋势：生产网络、虚拟和现实世界的完美融合、信息物理融合系统。今年到日本考察时，参观了丰田汽车的生产线接近4.0时代。

就医药行业来说，未来最先实现工业4.0的有可能是中药制剂、中药饮片、保健品，可以实现个性化定制。目前我国的医药企业不到3.0，装置系统匹配性、关联性差，装置结构功能设计不完善，加工制造水平低，控制参数及手段不先进，数据采集不完善，在位清洗（CIP）、在位灭菌（SIP）技术不完善，这也是昆药的现状。

“机器换人”分为五个阶段：

第一阶段：部分环节机器换人

第二阶段：整条生产线自动化改造

第三阶段：自动化生产线+工业机器人

第四阶段：实现机器设备联网

第五阶段：实现从产品研发、制造、仓储、物流及辅助系统等全过程联网

目前昆药是在第二阶段向第三阶段过渡。希望开始下一步的工作：

1、争取实现全自动化，与国际接轨，制定机器换人战略纲要；未来几年中国的医药制造业将会飞速发展，产生大批的智慧工厂；

2、高管到发达国家尤其是德国考察制造业的情况；

3、首先实现：植物原料药的全自动生产线、针剂的全封闭生产线、中药的包装全自动化；

4、生产、质量、物流、生产计划、安全、环保信息化管理体系。

九、电商

电商的定位不同，拿的牌照也不同，如果是阿里，拿的是A照，如果是B2B，拿的是B照，如果是B2C，拿的是C照，截止14年11月底网上药店牌照发放情况如下：

牌照类别	数 量
网上药店：C照	255
三方平台：A照	14
商业批发：B照	78
合计：	347

2013年天猫医药馆交易规模达20.4亿元，占国内医药电子交易47.89%，同比增长172%；自主式医药B2C网站的交易规模为16.8亿元，占比达39.44%，同比增长98%。

在这里要强调处方药网售目录内产品或与以下几类密切相关：慢性疾病口服用药、未中标未进院新特药、涉及隐私类处方药、高性价比仿制药。

对于昆药电商，建议考虑建立心脑血管疾病医疗健康管理网，可以从以下几方面着手：

（1）资质获取，连锁药店收购或国家新政的单体药店；

（2）确定产品结构，就以心脑血管植物药为特色组建产品；

（3）争取医保；

（4）O2O关键设备确定；

（5）利用现有大产品的说明书二维码扫描上线或接APP入口；

（6）做国际化视野的平台，引进进口的治疗方案和产品；

（7）后台医生+专家网络；

（8）未来大数据利用；

（9）品牌推广，尤其是昆药，以昆药心血管研究院为品牌，迅速打造覆盖全国的品牌形象。





十、人才的吸引——面包旅行 全球极客招聘令

在这里，我们为每一个员工提供优越的个人职业发展规划；

薪酬待遇丰厚，追平BAT等上市互联网公司标准；

腾讯战略性投资，容纳更多上升空间；

定期的技术分享、团队建设，为员工的第二技能开发提供坚实辅助；

更有每年在海外举行的年会，以及8000元的个人旅行基金。

此外，这里有一大波漂亮MM，根正苗红没干爹，有房好骗等你约~

CEO亲自介绍女朋友，迎娶白富美，走向人生巅峰~

公司坐落于三里屯，舒适炫酷高大上，时尚时尚最时尚！

CEO承诺，每一个员工都将拥有公司期权，未来面包旅行上市，变身土豪不是梦！

如果你喜欢挑战，又能HOLD住千万用户的个性需求；

如果你技术过硬，又对数据挖掘/模式识别等前沿技术足够敏感；

如果你思维开放，又爱好旅行、享受生活；

欢迎你来面包旅行，旅行领域的Google！

这是一个招聘广告，这种语调非常符合90后的口味。用这样特别的方式才能吸引到优秀的人才。用两三千的工资是吸引不到人才的，人才都跑别的企业去了。在这方面，我们应该破除一些陈旧的观念，建立新的体制，用创客、小微、股份合伙人的机制吸引人

才，让进入昆药的人都以昆药作为创业的平台，都觉得不是来打工的，而且昆药可以帮助实现自己的梦想，只有营造这样人才培养的氛围，才能够吸引到人才。互联网时代，年轻人只要3-5年的时间就会很快成长起来。希望人力资源制定更多具有挑战性的目标，更能吸引人才到昆药的机制和环境。

十一、信息系统建立与应用

没有信息化，就没有独立核算，就没有事业部的发展基础。目前信息系统使用存在的问题：系统和应用两张皮，领导不重视、应用性差，几乎没有销售的管理者能熟练应用此系统。希望这些问题能得到解决，让管理人员能够熟练使用，能够实现各事业部提出应用的图表和数据要求。

既然建立了信息系统，就要充分利用，让人流、信息流、资金流在每一个阶段都清晰地呈现出来，这样才能解决换代理商、二三级代理商、学术推广以及其他的问题，才是精细化管理。

十二、国际化

在国际化方面，昆药虽然做了很多工作，但是国际化的整体意识不够，没有高度。国际化已经发展到一定的水平，最近跟着代表团到美国访问，到硅谷、斯坦福等有名的机构参观学习，发现现在的投资管理

者具备三个特质：一是英文流利，直接对话，而且非常自信，二是专业水平很高，三是考察过全世界很多地方，对整个世界移动医疗、互联网的发展有深入的了解，清楚每个项目的细节，并且已经区分哪些是重点跟进、重点投入的，哪些是与企业合作的，期间，了解两个项目时得知早已与复星合作。复星的国际化已经达到一定高度。在这里重点强调复星研发在全球的布点和对国际平台的把握，就连一个小小的移动医疗设备也投资了，由此来看，我们的国际化需要有更高的起点和视野。一直在探讨昆药国际化的两项工作：一是海外并购，寻找并购标的；二是海外研发的项目引进，王教授的项目引进具有偶然性。去年布置了三项工作：到国外考察生产设备；到国外研发机构、企业考察，了解最新研发动向，引进独家产品；引进海外项目的合作，都是进展不大。去年实现与日本米诺短期的合作，这只是国际化的一个开端，希望有长期的考虑。未来，如何在海外布局，尤其是关于国际研发平台的思考都要形成战略，首先，引进国际化的投资、研发人才，才能推动国际化的进程。

十三、投资的理念

并购是全年的主题，关于如何并购还一直在摸索中。如何来打造一个投资体系是并购的关键：去年与平安建立并购基金——“昆明诺泰医药产业投资合伙

企业”，为工业并购做准备；通过LP放大基金视野和杠杆，寻找新项目，与浙江海邦基金参股5%，为并购国内先进的生物制药项目做准备；与一家大型金融机构成立创新投资基金洽谈合作，引进海外项目落地中国的创投基金；形成了以上市公司为基础、以LP来放大投资视野半径的医药投资体系，从既往的医药制造投资并购伸展到移动医疗，从VC拓展到企业并购，从国内跨越到国际并购。

当然我们关注的重点领域还是植物药、化学药，择机进入生物药，以及心脑血管相关的移动医疗、生物技术、可穿戴设备、前沿的科技，都可能进行投资或者参股，这对昆药价值的整体提升，除了传统领域，也在新领域的开始探索，提供了一个很好的契机。

最后希望大家能直面目前存在的危机和困难，明确战略方向,改变观念、寻找方法与突破，积极拥抱互联网，为昆药的未来发展共同努力！

组织创新添活力 品牌整合赢未来

——昆药集团2014年度总裁工作报告

2014年，创新成为全年工作的主旋律，昆药集团也经历了一场有史以来最大的变革——组织架构“倒三角”，这次打破传统的变革让组织增添新的活力，2015年，除了继续创新，品牌整合将成为新的重点，希望通过整合，让昆药集团获得价值提升，实现可持续发展。下面，我代表经营管理委员会作2014年昆药集团工作报告。

第一部分 2014年医药行业盘点

1、医药制造业增速放缓、进入新常态

2014年中国GDP增速是7.4%，医药行业已经达到这个平均水平。2014年1-9月，医药制造业累计实现主营业务收入16541.5亿元、同比增长13.2%，利润总额1584.1亿元、同比增长12.5%，增速同比明显下降，但依旧维持稳定，10%-15%的增速区间成为医药制造业增长的新常态。那么新常态下，企业要更加重视效益、现金流、轻规模扩张，规划好战略定位，主动拥抱移动互联网，推动建立创新、增长联动、跨界融合的开放型经济发展方式，这都是我们要思考的问题。

2、新兴产业掀起行业变革浪潮

（1）生物药新技术带来新的发展
整个生物药医药行业增速（全球是8.5%的增长，国内是29.5%）远超药物市场增速（全球+3%、国内+15%），而且占比持续上升，说明生物医药领域正在快速发展，也将带来新的发展机遇。
（2）电商模式将扩大医药流通外延

医药分开将是必然趋势，若处方药市场向电商领域打开，将冲击3000亿或更为广阔的市场。医药分开简单来说，就是到医院看完病后，可以不在医院拿药，患者自己选择药房购买，未来几年一定会实现，当然，多少时间还不确定。

（3）移动医疗拓展医疗服务的范畴
移动医疗将充分整合医疗资源，解决医疗资源不足、配置不合理、看病难等突出问题。这也是未来整合医疗资源的一个方向。现在除了在医院的时间，医生还有很大一部分时间，是碎片化的，那么这些时间怎样利用起来？宝贵的医疗资源或者医生、医院在相对稀缺的情况下，移动互联网、移动医疗是将这些资源整合起来，帮助老百姓解决看病难的问题。

3、招标年未现，分类采购兴起

现阶段药品招标采购呈现出的特点是量价结合、扶低抑高、分类采购、带量采购等，安徽、浙江、四川等地都采用类似模式。在卫计委发布的《药品集中采购征

求意见》内部征求意见稿中，可以看出分类采购是一大趋势，其中：（1）对临床用量大，采购金额占比高，多家企业生产的基本药物和非专利药品，由省级药品机构按“双信封”公开招标。（2）部分专利、独家品种，建立价格谈判机制，医院对谈判结果执行。（3）对妇儿专科非专利药品、低价药，直接挂网采购，由医院与挂网企业议定成交。（4）其他的临床必需、用量小、市场供应短缺的药品，由国家招标定点生产，统一定价。从目前各省招标进度看，2015年必将是基药、非基药招标大年，未来将会更注重企业的产品质量、诚信记录及配送能力

4、药价管制放开，洗牌成必然

从2015年1月起放开医保目录内的药品价格，药价迎来市场化调节。我们担心的问题就是二次议价，因为昆药的几个产品都是单独定价的，如果药价放开，会带来什么影响？与业内人士探讨，情况也许没有那么悲观，因为发改委并未说要取消药价，而是放开药价，那么原来提出的单独定价、优质优价是有道理、有根据的，放开就意味着大家都可以进入这个市场，但是原来制定的单独定价和优质优价的产品在质量层次上做了区分，所以，我认为它不会被取消掉，但是这也会对销售产生一定的影响。二次议价其实从2013年开始，省招标完成后还要和医院再一次议价。从目前来看，药价放开以后，价格战在所难免，医院“二次议价”或加剧。另一个趋势就是药价放开以后，药企为强化实力，并购将更加频繁。

5、医保支付改革：控费大旗如何扛

医保控费一直倍受瞩目，从去年开始两个模式比较有代表性，一个是“三明模式”，另一个是“重庆模式”。三明的医保支付价格是招标最低价，超出医保支

付部分由患者承担，受到影响的药品类型就包括单独定价和优质优价的产品。重庆模式还不够科学，医保支付价建立高中低三种支付价格，超出医保支付价格部分由医院承担，高价药势必受到影响。放开药价管制后，药品实际交易价格是否高出医保支付价，高出部分由谁承担，是直接影响药品销售的关键。

6、“母法”修订牵动业界敏感神经

2014年，医药行业的母法——《药品管理法》也进行了一些修订，确定新增机制包括药品召回制度、药品的出口管理规定、原料药备案管理规定、互联网药品交易规定、约谈、警告信等，考虑新增的机制有药害救济、运用信息技术强化监管、企业责任首负、药品企业信用体系、政府购买服务、药品监管信息公开等。未来对药品的监管体系将会越来越健全，这些内容如果加进去，企业的经营管理压力之大将是前所未有的，也请大家将各自领域的工作按新的法规来完善，做好药品质量安全。

以上就是这一年来医药行业重大政策的解读。未来传统实业向互联网时代迈进，是一个不可阻挡的潮流。这几天大家都讨论比较火的就是阿里健康，给整个行业都带来了一种颠覆。当然，医药产业是未来的朝阳产业，它不会消失，只是模式被改变，那么企业能否与时俱进，能否抓住这样的机会。我们也看到这20年来，每一次变革，能够抓住机会的企业都成长起来了，几个大的政策的变化：第一个是统一文号，很多企业抓住了机会，拿到很多的批文；第二个是单独定价、优质优价，而最开始每个企业都没有想到会产生这么大的影响……对这样的机遇我们如何来抓住，确实是值得思考的。

旧模式渐渐消失，与之替代的，将是融合式创新的变革。医药产业的未来，不会在颠覆中沉沦，必将在融合中迸发！

第二部分 2014年医药行业盘点

一、组织变革

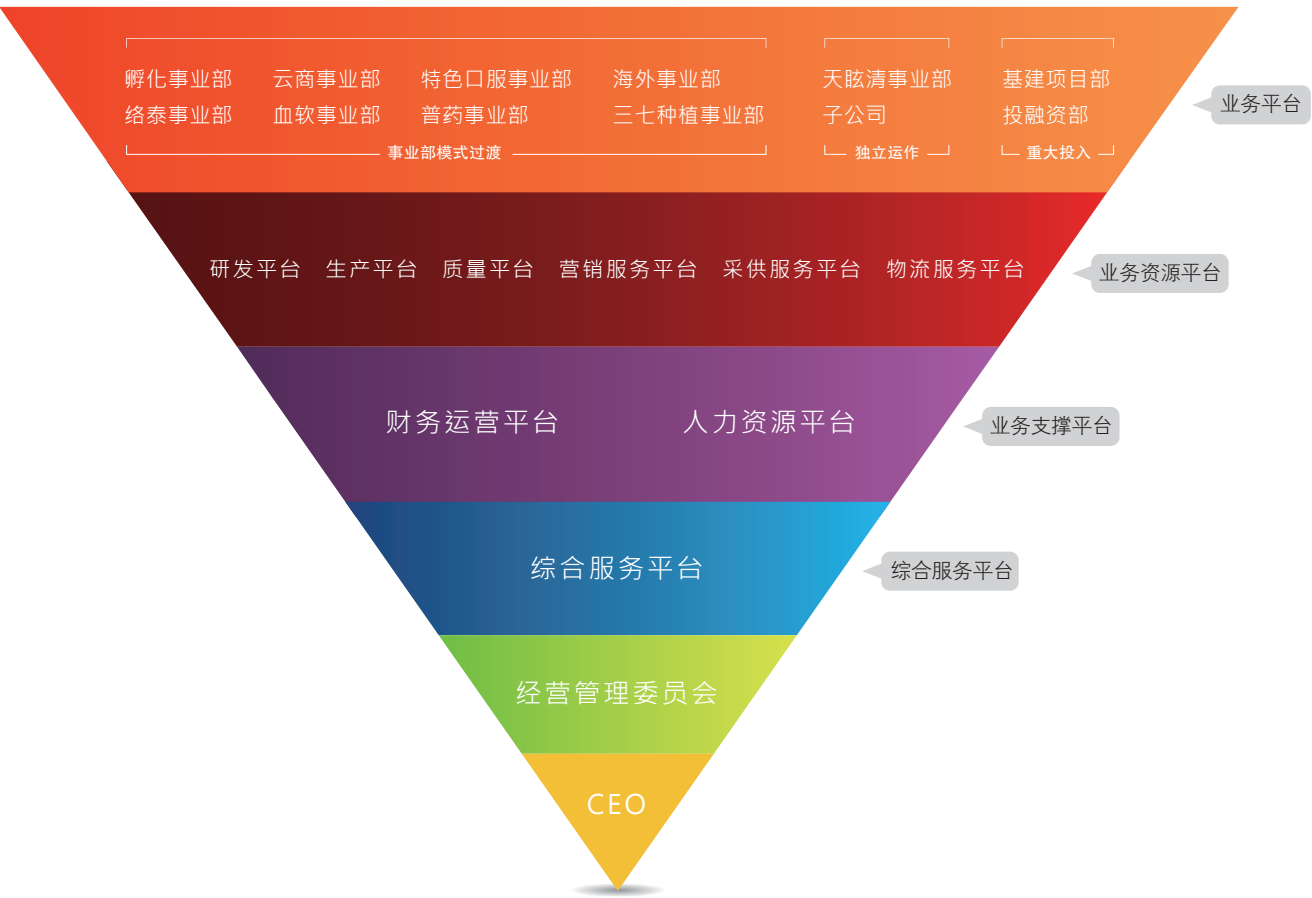
1、目标：优化流程，提升效率

2、原则：

- ①业务驱动：对业务终端多接口，对平台多沟通，对内管理少环节。
- ②架构扁平：组织采用倒三角模式，服务平台化，架构三级扁平。
- ③价值导向：为客户创造价值的流程和功能被强化，反之删除或者弱化。
- ④权利服务下放：总裁、一级责任人和二级责任人（或模块专业人员）分级授权。

3、实施过程：

第一阶段：新组织架构



(1) 事业部职责

①经营自主：包含常规运营、市场规划、预算编制、成本控制等综合功能；也拥有公司结算底价之上的调价权；固定费用、市场费用外的支配和调配权；财务结果上盈亏独立核算

②暂时试点事业部：天眩清事业部

(2) 准事业部的职责

①目标：在6个月内，完成财务、产品、生产管理等各职能独立

②权责：转型期依然按照销售结果考核，转型完成后按照事业部独立核算

③方法：复制试点事业部（天眩清）的转型经验

(3) 经营管理委员会职责

①贯彻执行公司战略

②协调开展日常经营工作

③协助总裁完善管理体系和机制

④向业务提供更多的支持

⑤讨论决定公司重大事项（含临时项目）

⑥保障各平台工作的顺利开展和衔接

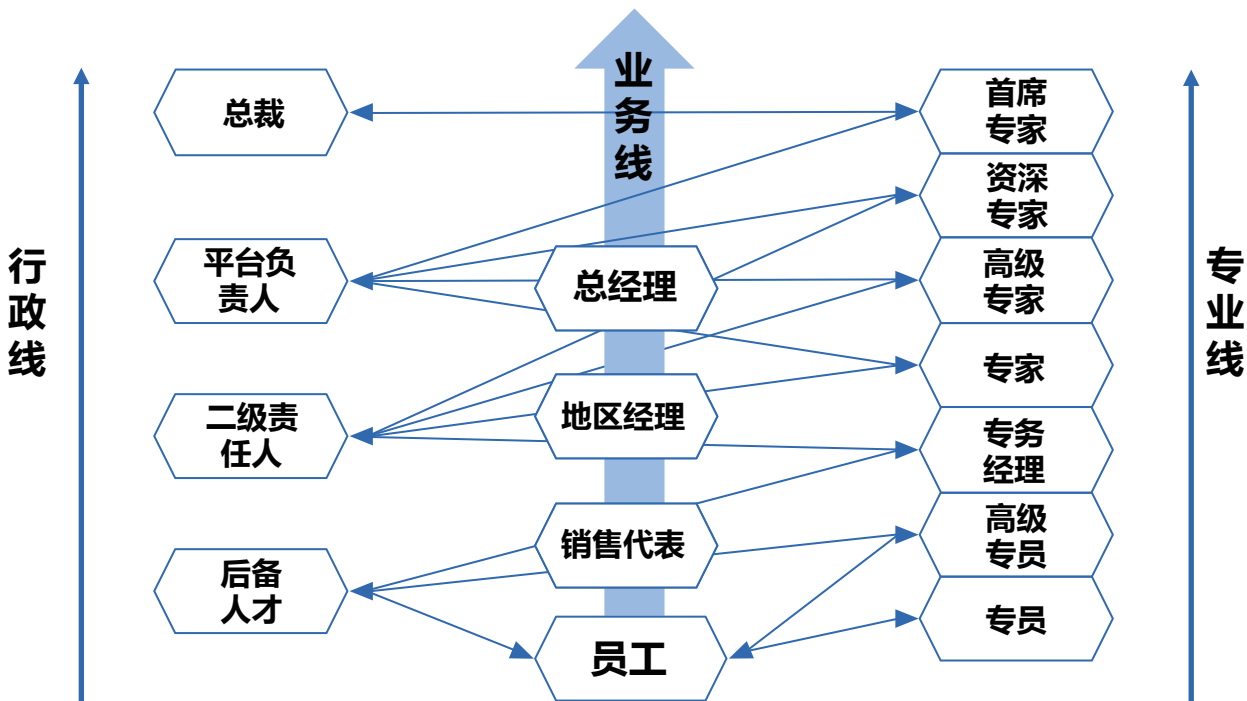
(4) 人员调整及发展

①管理人员大幅减少至43人（原68人），仅存在总裁、9大事业部、2大部门、9大平台管理人员。

②原管理人员专家路线迁移，实现平稳过渡。

③倡导员工多通道发展：

④首次开展管培生计划（5人）



第二阶段：流程优化

- 1、三级管理：总裁——事业部/平台负责人——二级责任人。
- 2、责权到位：平台事业部负责人对于平台内的日常事务、常规流程、预算内、计划内、底线范围内工作拥有第一决策权。
- 3、业务流程：产供销流程（完善订单模式，实现点对点对接，订单发起者对结果负责）
- 4、管理流程、辅助流程：资金审批（分级授权，年度总额管控，月度计划内授权）。事务审批（事务审批与资金审批结合，月度计划内授权到事业部和平台，计划外全流程审批）。

二、营 销

营销中心作为第一个实施组织变革的试点，根据产品划分事业部，专注于市场精耕细作。在营销模式上也大胆创新：天眩清VESSEL巡讲获十大医药营销案例，“血塞通学术沙龙”上线，是国内第一、唯一的以血塞通命名微信公众平台。继续推进精细化管理，严格执行经销商考核淘汰(络泰3家，天针3家)，提升市场控制权；根据业务一线及市场要求制作个性化营销资源报表，提供详尽的数据服务。

三、普药事业部

普药产品销售规模和利润连续三年下滑的不利局得到有效制止，今年规模同比增长7%，利润同比增长50%以上。以阿米巴经营思想为指导，努力挖掘产品潜力，时时监测成本变动情况，并及时进行调价处理，2014年累计进行26个品规调价，增加毛利约400万元。商务线实行区域管理、分线经营的模式，出台了一系列内部管理制度，对价格体系的稳定，促销行为统一、恶性跨区销售现象的扼制起到了积极作用。深化商业维护力度，各地开展三员建档和重点终端建档工作，促销方式从单纯的渠道促销向渠道促销与三员拉动相结合的模式转变。加强对商业流向管理，启用BIS系统，开展流向跟踪和分析评估工作。

四、海外事业部

完成香港公司的注册，建立新的业务平台，实现业务资源整合国际化。同时也为开拓新市场做准备，ARCO儿童剂型印尼临床圆满结题。积极促进商务交流，接待

商务部抗疟培训班官员。通过创客模式，开发首个三七类保健品。搭建BIS系统、工作日志管理，全面提升过程管理。

五、投融资

继2013年后，再次启动非公开增发，预计融资12.5亿元，是有史以来大股东最大的一次注资，发行完成后占公司总股本的30.14%。与世界级专家王庆华教授团队合资设立银诺公司,开发长效降糖药，标志着公司进入生物制药领域。投融资模式也进行了创新，分别与平安财智、兴业银行签署诺泰医药产业基金合作协议，与杭州海邦投资管理公司签署海邦医药基金合作协议。

六、研 发

研发国际化获得新突破，配合完成GLP-1项目合作，引进海高人才——药物设计首席科学家李剑锋博士，并形成海高博士群对话机制，邀请3名国际知名专家到公司进行培训交流。云南芒泰高尿酸痛风中心成立、获昆明市“药物冻干工程技术研究中心”的认定、通过云南省科技厅“云南省注射剂工程技术研究中心”审评，标志着搭建高水平的综合性研发平台初步成型。同时，这一年研发成果显著，获得7个标准转正，申请发明专利23件，授权21件，为史上最多。

七、生产、质量

- 1、工艺及质量的全面优化
三七系列产品收率均有所提高，成本节约3000万元。确定天麻素小试工艺，年产16吨→35吨；确定蒿甲醚小试工艺，粗品收率79%→94%，总收率68.1%→80.5%；天麻素注射液质量标准提升。
- 2、项目改造
天麻素车间新版GMP改造，并顺利通过认证。生物质锅炉改造，11月完成设备安装、调试，预计2015年2月正式运行

八、乌兹项目

与乌兹政府建立合作伙伴关系，完成中乌合资公司的注册。通过多次的实地调研与沟通，完成努库斯厂房租赁及土地划拨。厘清乌兹税收、汇兑、验资、海关和投资优惠等制度及处理方式。同时，确定生产工艺、污水处理方案，完成生产设备招标工作。

九、马金铺项目

- 1、集团本部
①植物药项目（6号地块）：已完成规划设计，并经规划部门认可，现已进入初步设计阶段；场平招标已完成，待政府交地后，即可进入现场开始施工。同时准备进行地勘招标
②研究院项目（7号地块）：土地证已拿到，规划设计招标已完成，即将进入规划设计阶段
③制造中心项目（2、3号地块）：取消道路规划公示已结束，并取得新规划地块红线图
- 2、昆中药
获得土地证和建设用地规划许可证，完成土地初平、一期建设单体地勘；施工图设计基本完成，等待人防出图后全套施工图出图。通过工程规划和初步设计审查。临时用水通水，锅炉和电梯发标，临电、永久用电、主要生产设备、监理定标。

十、财 务

通过闲置资金理财，获取收益2300万元。拓展融资渠道，进行公司债发行申报。清理应收账款，多渠道解决核销问题，节约所得税86.21万元。

十一、采 购

11月，采购平台正式上线，建立集团化、规范化的采购流程及统一的供应商资源中心。三七剪口自主采购130吨，均价234.15元/公斤，积累了一定的采购经验。及时掌握市场信息，形成产、供、销联动机制，提高普药毛利水平。扣除市场不可控因素上涨的垄断类及精神药品原料，1至11月份共节约203万元。

十二、内 控

审计部作为内控体系的监督者，推动工程建设项目管理制度体系的建立，加强工程结算控制，节约建设资金387万元；不断优化招标方式，固化有效的招标管理流程，12月两个项目招标过程中，通过现场二次议价节约705万。加强对采购比质比价的监督，截止12月中旬，比价148批次，获取报价超过450份，直接节约采购金额38万元，协助增加优质的供应商资源。

十三、企业文化

随着新VI的推广，对整个办公环境标识进行全面更

换，给人全新的视觉体验。加强了企业文化建设，倡导全员学习与创新，从管理思维转变成服务的心态，引灌互联网思维及提倡创客文化，邀请邵宏伟（互联网思维）、邵清（山雨欲来,医药电商的机遇与挑战）、施慧（处方药E-marketing的立体布局）三位专家到公司给员工授课。还购买大量书籍《失控》《互联网思维到底是什么》《任正非内部讲话》《大繁荣》《大数据营销：定位客户》发给员工，阅读后交流心得。

十四、子公司

- 1、昆商
优化组织架构，采购、销售、终端全员竞聘上岗，调整薪酬管理方案。成立审计监察部，有效控制与加强应收、债权凭证、返利、费用管理。ERP系统升级及OA的实施，不断提升信息化程度。开始准备新版GSP认证。
- 2、昆中药
“昆中药传统中药文化”入选国家级非物质文化遗产，为云南省第一家入选的中药企业。多个营销战略持续推进，舒肝颗粒(含舒肝散)单产品销售首次过亿。体系化建设文化昆中药，“如意花”品牌推广、学习型组织构建取得成效。开展健康产业项目前期筹备工作。
- 3、金泰得
收购小股东股权、注资，股权增至88.62%，其余股权将于2015年完成收购，有利于经营管控、资源整合及长远发展。初步制定企业战略，定位为口服三七专家、血塞通滴丸第一品牌、糖尿病人专用的血塞通颗粒。还通过新版GMP认证。

- 4、版纳药业
傣医药文化中心装修已近尾声，产品筹备工作基本完成，与西双版纳州傣医医院签署合作协议，为企业转型，产业发展奠定基础。注重政府事务的开展，“双姜胃痛丸”荣获“云南省重点新产品”、企业获评“创新型试点企业”、“省级技术中心”、获政府资助145万元，还通过新版GMP认证。

十五、存在的不足

- 1、 络泰同比下降14%，未完成预算
- 2、 销售人员的储备严重不足
- 3、 研发进度滞后
- 4、 电商的筹备进度缓慢

第三部分 2015年计划

一、整合

1、产品——品牌

如何将“昆药集团”企业品牌做起来，让品牌的影响力能够促进销售工作的开展，在招标、议价中成为加分项，这是现在必须要思考、要做的。

2、资金——资本

怎么把钱用好、赚更多的钱，钱生钱，这才是把资金变成资本，这是一个理念的转变，对我们来说也是重大的考验。

3、产权——股权

现在要进行小微化，鼓励更多员工去创业，产权将作为对小微项目的股权投资，让更多的人、更多的公司参与到这个项目中，这样将会激发员工的积极性，更有利于公司的发展。

4、品牌整合

近期正在考虑，子公司与本部品牌的统一，金泰得是否可以更名为昆药集团血塞通公司、版纳是否可以更名为昆药集团傣医傣药公司，从名称的统一开始，打造新“昆药集团”的企业品牌。

5、产业整合

随着科泰的加入，也带来了青蒿素系列产品整合的机会。随着股权的收购，本部与金泰得实现三七系列产品的整合，将成为该系列产品最全的公司，贝克、南湖与本部也可以实现化药系列的整合。通过并购、联盟等方式，不断优化产品结构，寻找新的利润增长点。

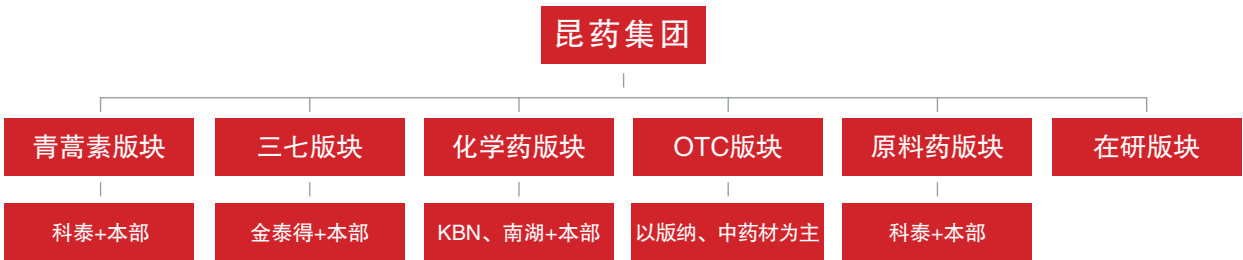
二、阿米巴经营——内部小微化

1、鼓励小微：通过小微项目的运作，让员工从执行者转换成经营者，真正成为公司的主角，自主创新突破，创造更多的价值。

2、孵化机制：建立新的运作和激励机制，让小微项目得到良性发展，同时通过孵化平台探索新的组织运营机制和盈利模式。

三、营销

1、未来产品版块



2、集团产品梯队

①销售额过亿的品种：络泰、天针、血软、舒肝颗粒（全系列）、青蒿素系列、阿法骨化醇胶囊、玻璃酸钠注射液、阿莫西林（全系列）

②销售额在5000万以上的品种：血塞通注射液、参苓健脾胃颗粒（全系列）、板蓝清热颗粒（全系列）、血塞通片（全系列）

③销售额在1000——5000万之间的品种：秋水仙碱、藿香正气颗粒、血塞通滴丸（全系列）、草乌甲素、乙酰天麻素片

3、本部在销产品分三个梯队

①第一梯队（主力产品）：打造一个重心（络

泰）、三个支点（天针、血软、普药）销售产品（模式）架构，并通过不同产品构建、完善多种销售模式

②第二梯队（孵化产品）：草乌、乙酰、灯银

③第三梯队（培育品种）：露水草、银芩、富马酸亚铁叶酸片

4、产品销售目标（未来三年）

相关数据省略……

5、市场规划（按医疗资源占比）

相关数据省略……

6、队伍规划

相关数据省略……

- ①络泰事业部：终端精细化管理的专业基药运营体系
- ②天眩清事业部：以研发创新为原动力，以学术推广为内涵的处方药学术营销体系
- ③血软事业部：专业化心脑血管口服制剂招商队伍
- ④特色口服事业部：能精细化管理市场的学术型口服药品招商营销团队
- ⑤普药事业部：控销招商队伍，渠道分销队伍
- 7、主要措施及手段——七大措施
- ①紧盯政策：招好标
- ②招兵买马：建队伍
- ③取消总代：扩代理
- ④学术为先：树品牌
- ⑤数据说话：强考核
- ⑥水针南下：拓区域
- ⑦品牌协同：共发展
- 8、主要措施及手段——五大计划
- ①VIP：代理商开发
- ②小红旗：空白市场开发
- ③大篷车：上量
- ④B计划：营销资源数据作为考核的依据
- ⑤云计划：招商经理的培训计划

四、海外事业部

- 1、尝试聘用国家经理管理模式，将销售管理推进到市场一线
- 2、与上海医药合作参与中国援外项目投标
- 3、拟引进高端产品开发中国市场
- 4、鼓励自发组建小微销售团队，开拓新业务

五、投融资部

- 1、完成非公开增发，进一步增强公司资本实力、提升竞争力
- 2、借助并购基金，完成两家医药工业企业的并购
- 3、资源整合（植物药、化学药、中药，青蒿素产业）

六、基建项目部

- 1、完成本部整体搬迁规划
- 2、植物药项目开工建设，完成主体厂房封顶，进入设备安装阶段

- 3、研究院项目完成规划设计、初步设计
- 4、完成6号地征地工作，取得土地使用证

七、研发平台

- 1、获得1个生产批文（富马酸亚铁叶酸片等）
- 2、1项临床批件（罗氟司特片等）
- 3、申请2项注册（其中2个：曲札芪苷原料及注射剂、依折麦布片、帕瑞昔布钠原料及注射剂、灯盏花乙素原料及制剂等）
- 4、采购2-3个项目
- 5、申请20个专利
- 6、申请500万元资助

八、营销服务平台

- 1、事业部：充分授权，全口径成本核算，责权利明晰
- 2、CRM系统：更高效、科学、动态完成客户资料管理及评价
- 3、收回空白市场：有利于公司产品精细化招商的实施
- 4、产品战略：重点产品的重点投入、重点扶持
- 5、互联网化：与慢性病APP或智能检测机构合作，成为其药品提供商，借助医生的专业圈/平台/网站进行医生教育，促进产品销售

九、生产平台

- 1、两个改造项目
 - ①口服剂分厂改造：4月改造，5月准备富马酸亚铁叶酸片的现场核查，10月前接受新版GMP认证检查
 - ②小容量一车间B+A改造：5—8月停产改造，11月接受新版GMP认证检查
- 2、降低成本400万：提高收率，延长无菌生产周期、分厂蒸汽分时段供应等
- 3、提高三七系列产品标准，五组份限度含量调整75%→85%

十、质量平台

- 1、质量标准提升(血软等)
- 2、搭建不良反应信息系统
- 3、质量检验：多上仪器少用人

十一、采供服务平台

- 1、实施信息化管理：依托电子采购平台进行供应商开源、比价和招标采购管理制度及流程的梳理、档案管理
- 2、供应商管理制度建设：建立良性的供应商进出制度，优胜劣汰，形成优秀供应商队伍
- 3、完善市场调研分析职能，制定合理采购策略，降低成本

十二、物流平台

- 1、物流供应商考核实施
- 2、仓库电子信息化作业
- 3、物流数据信息跟踪服务

十三、财务运营平台

- 1、公司债发行：资料已报证监会，额度不超过3亿
- 2、实现外资银行低成本融资
- 3、海外融资渠道已畅通
- 4、融资租赁业务额度可随时使用

十四、人力资源平台

- 1、HRBP管理模式探索
 - 以业务为导向，探索HRBP（业务合作伙伴）模式，与各事业部/平台创建新的合作模式，为他们提供专业的的人力资源解决方案
- 2、配合实施内部小微化

十五、综合服务平台

- 1、提升信息化水平：各业务系统内基础数据调整及审批集成审批、销售流向系统（BIS）实施、电子商务采购平台子公司推广实施
- 2、企业文化建设：企业文化理念梳理以及文本体系建设，宣传片的拍摄及宣传册的制作，网站及微信平台的改版升级
- 3、品牌形象提升：配合完成“昆药集团”的推广及相关注册审批工作

十六、其他重点工作

- 1、三七种植事业部：多渠道销售三七原料，为公司创造利润
- 2、董办：重新梳理战略定位，完成2016-2019年

- 的战略调整
- 3、审计：
 - ①工程项目管理：力推清单招标，从源头上有效控制建设工程项目造价
 - ②采供：构建事前、事中的服务、咨询与事后评价相统一的内部审计平台
 - ③对新架构中各平台重大事项决策、执行情况的评价与分析，保证权限的合理性
 - ④建立集团内部审计体系培训、沟通、协作平台，提高审计的效率与效果
- 4、昆中药马金铺项目：完成总工程量的80%
 - ①土建开工建设：7-10月完成主体浇筑
 - ②净化工程安装：10月进行净化安装
 - ③临时用电通电：2月通电
 - ④电梯、锅炉招标及安装：7-10月进行锅炉安装；11-12月进行电梯安装
 - ⑤设备招标继续完成：3-12月进行其余小型设备的招标工作

十七、未来昆药CEO职责

- 1、健脑——洞察全局：明确企业战略、未来业务拓展、思考盈利模式、探索协作共赢。
- 2、活血——有效配置资源：外部企业并购、内部效率提升、政府政策保障、人才培养先行。
- 3、保心——树立企业价值观和标准：建立良性机制、塑造昆药品牌、提升企业文化、打造百年昆药。

十八、未来昆药：脑快、血畅、心正

- 1、组织扁平，资源平台
 - 2、业务驱动，权利服务
 - 3、经营小微，共创共享
 - 4、员工创客，激发活力
 - 5、流程精简，授权到位
 - 6、机制灵活，责任到人
- 2014年组织变革让昆药增添活力，焕发生机，2015年品牌整合让昆药再创新高，共赢未来。希望昆药这个大家庭里的每一位成员携手共进，创造更加辉煌的明天。在新春到来之际，祝各位：万事如意！羊年大吉！

昆药集团组织变革创新全面启动

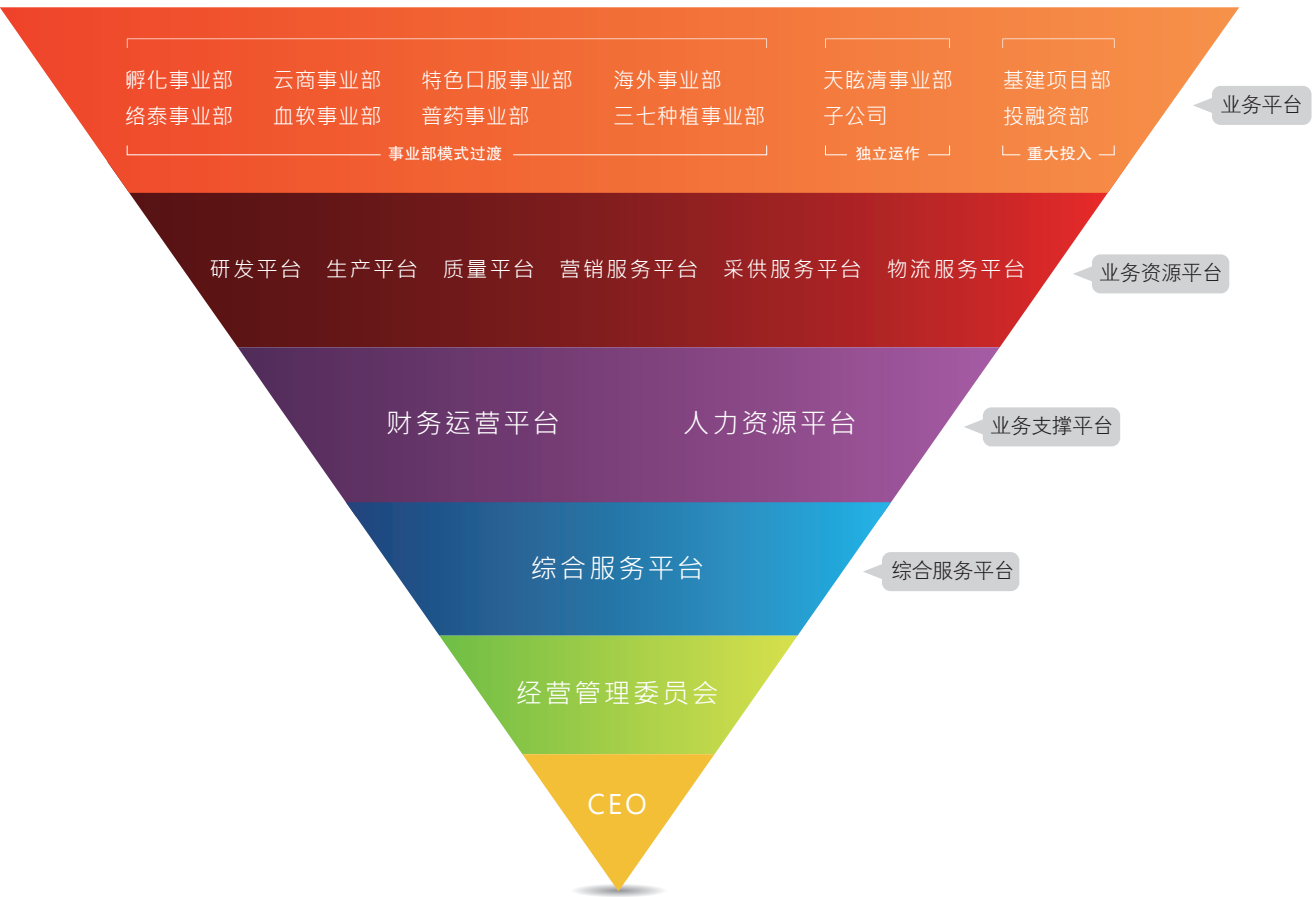
文 / 综合服务平台 罗艺灵

人最舒服的时候，也是危机来临的时候，因为这时人的眼睛里全是希望，容不下危机。发展了六十多年的昆药集团，能否在互联网的时代活下去？如何才能活下去，并且活得更好？

变，是唯一的不变。无论是探寻历史还是研讨现实，无论是治理国家还是管理企业，因时而变、与时俱进都是生存和发展的基本法则，在生物的进化过程中，得以幸存的既不是那些最强壮的物种，也不是最聪明的

物种，而是最适应变化的物种，企业的生存和人类的进化一样，如果你无法适应变化的环境，那么只有被历史抛弃。

2014年11月10日，昆药集团组织变革创新启动会在管理中心二楼会议室召开，公司中高层管理人员近百人参与了会议。会议提出，公司将构建去中心化的扁平化组织，建立“倒三角”组织架构。



一、变革的目的和意义

在启动会上，袁总对此次变革的原因、变革的意义及变革后的愿景做了详细的阐述。虽然昆药是民企，但很多管理制度依然还有老国企的影子，比如程序的繁冗、授权的不充分。这些陈旧的制度和思想严重束缚了员工的创造性和积极性。人都有惰性，在一个体制下生活了太久，面对变革，难免会有焦虑和紧张的情绪，害怕改变是正常的心理现象。但从企业和个人长远发展的角度上看，我们更应该怀有美好的期待，相信变革后的企业会更健康地发展，有能力的人会得到更多的发展空间，为企业创造更多的利润和价值，企业的活力、效率

和员工的积极性都将得到更大的提升。

通过此次变革，主要达到两个目标：一是流程缩短、授权扁平化，各个平台负责人真正能自己解决问题，实现效率的提升；二是以销售为中心，以为公司创造价值的人为核心，销售人员说了算，真正实现业务驱动。

移动互联网的快速发展，要求企业要以更灵活的组织来应对快速变化的环境。早在年初华立集团的年会论坛上，汪力成主席就提出了创新改革的新目标。昆药集团唯有创新变革才能活下去，才能活得更好。



二、企业将如何变革？

此次变革将引入互联网思维，对管理构架、管理文化、管理流程进行颠覆式的改革。改革因人而异，衡量标准是“八化”（思维网络化、信息蜂窝化、组织扁平化、资源平台化、管理跨界化、权力服务化、经营创客化、环境生态化）。

创新和变革都没有固定的模式，最终的衡量指标就是底层员工的激情有没有被充分地激发出来、公司是否人人都在想着用户、市场、给公司带来了价值？市场的变化、用户的需求是否以最快的速度传递到技术、质量、生产、采购等各个环节并且立即得到了响应？效率是否得到大幅度提高？昆药的市场竞争力是否明显提

高？昆药从上至下的管理人员是否能从做“官”颠倒过来变成做“服务”、做“支持”？在昆药“最牛”的人是否能从这个“总”、那个“总”，变成最直接明确承担对公司有量化价值贡献指标的那些事业部？

目前为昆药设定的这一组织结构模式，不一定是最好的，但一定是现阶段最适应企业发展的。在一个扁平化的组织里，只要在组织大框架允许的范围内，员工都应该具有充分、自主的决策权。组织结构倒三角模式并不是简单地把原先的结构倒过来，要真正将这一结构的优势发挥到最大化，需要公司上下齐心协力。



1、组织结构的调整

在新的组织结构里，我们主要有四大平台：业务平台、业务资源平台、业务支撑平台以及综合服务平台，一层扣一层，每一级平台都需要为业务部门提供足够的资源及服务上的支撑，确保一线业务部门顺畅地运转。管理者的工作职能将更多地体现在服务上，扮演资源组织和支持的角色，制定战略、设定考核标准和激励机制。这样一层层下来，直接面对客户、面对市场终端需求的业务人员在最上面，改变了传统的领导下令的模式，并为一线员工提供资源支持，主动让用户满意，这样可以让每个员工成为自主经营体，业务部门将会得到更多的授权和自主性，真正实现流程简化和授权扁平化。这样的改革对昆药集团来说，是一个非常重要的突破和创新，改革后的昆药是不是更好，将成为衡量此次改革是否成功的标志。

2、员工活力的激发

通过建立“倒三角”组织架构，业务终端工作人员将成为真正的一线指挥官，所有的部门都将以业务部门为核心，提供充分、到位的服务和资源支持，服务做得好不好，业务人员说了算。组织结构的扁平化，对事业

部的充分授权，都将激发出员工的更多的潜能和积极性。原则上能够独立核算的单元都将被调整为事业部，对市场策略、成本控制等有完全自主权以及对最终经营结果（利润）承担完全责任。所有重要岗位将进行重新竞聘，竞聘将以公开、公平、公正、竞争上岗为原则，全员参与、全员创新，所有人都有机会，真正有能力的员工将得到充分施展的机会和平台，企业鼓励敢想、敢做、敢创新的员工到一线销售平台锻炼和发展，充分实现个人价值的同时，也为企业创造更多的利润。

时代在变，市场在变，企业也必须变。早在10多年前就有人提出过倒三角模式，但因推行难度大，推行的企业并不多。在确定改革前，昆药已做好落实过程会出现很多问题的准备，我们不能因为害怕就不去改变。只要这个方向是正确的，哪怕这是一个备受考验、任重道远的过程，昆药都将勇敢地跨出这一步，主动迎接未来的挑战。此次昆药集团对公司管理体制进行全面改革，体现出领导层破釜沉舟的决心。主动出击、积极应战，这才是互联网时代企业应有的管理思维。相信通过这一轮的改革，昆药会迎来新一轮的发展机遇，发展得更好、更快！

昆药集团各责任平台 就职及竞聘演讲顺利举行

文 / 综合服务平台 罗艺灵

“欲穷千里目，更上一层楼”，昆药集团已经走过了60多个春秋，随着时代的发展和互联网思维意识的逐渐深入，企业内部的组织创新变革也刻不容缓，势在必行。在华立集团组织创新变革的大潮下，昆药也结合自身实际情况设计出了一条全新的航线扬帆起航！

以互联网时代转型的“八大标志”，即“思维网络化、信息蜂窝化、组织扁平化、资源平台化、管理跨界化、权利服务化、经营创客化、环境生态化”为指引，昆药集团全新的组织架构图也应运而生。新组织架构呈“倒三角”模式，以市场业务导向为原则，颠覆传统的

领导发号施令的工作方式，旨在激励员工发挥主人翁精神，与企业同命运，提升昆药的竞争力。

踏着改革的步伐，2014年11月19日-20日，昆药集团迎来了九大责任平台的就职演讲及四大责任平台的竞聘演讲，公司中高层及各子公司管理层近百人参与了旁听。此次就职及竞聘演讲特别邀请了华方医药副总裁及昆药董事汪思洋、华方医药副总裁刘浩军、华立集团人力资源平台负责人黄怡部长、华方医药行政人事部徐淑颖部长作为嘉宾评委，与昆药全体职工共同见证组织改革创新下的昆药跨出的具有里程碑意义的第一步。



九大平台负责人就职演说

会议的第一项议程是公司“倒三角”模式下新划分的九大责任平台负责人的就职演说，这九大平台分别是：投融资部、基建项目部、营销服务平台、研发平台、生产平台、质量平台、财务运营平台、人力资源平台、综合服务平台。会议伊始，华方医药副总裁汪思洋先生作为大股东代表致辞。汪总首先指出在互联网思维下，公司的组织架构落后，各部门间存在一定程度的推卸责任的情况，导致办事效率低下，不利于公司的进一步发展。公司目前的管理机制已落后于行业内的优秀企业，我们不能坐以待毙，必须积极创新变革，让公司获得更强大的市场竞争力。汪总认为，虽然每一次改革的背后都存在着风险，但企业只有主动求变，变中求进，才能突破现有的发展瓶颈，到达彼岸，开辟新的平台，实现昆药的第二次腾飞。同时汪总也提出了改革的两个重点，第一是组织架构的扁平化，各业务平台转变为事业部，独立运营，拥有充分的自主决策权，其他平台作为业务平台的后盾，为一线业务人员提供炮弹和粮食，做好后方服务；第二是通过变革，建立以业务为导向的评估模式，充分挖掘员工的潜力，调动员工的积极性。这两个重点落到实处，对昆药全新的未来会产生很大的影响。

接下来，九大平台负责人分别从所在平台未来内部的组织架构及下属部门责权定位、向业务平台提供支持辅助、未来6个月的工作计划及重点工作安排等三个方面，进行了详细解说和规划，赢得了在场听众的阵阵掌声。通过此次就职演讲，各平台负责人对自身的职务界定、责任分工有了更明确的定位，同时也为全体昆药员工规划了未来昆药的美好蓝图，让大家对此次组织改革创新充满了希望，不仅因为企业有这个决心和魄力、还因为我们有一群有担当、有激情、有勇气、有梦想的领导和员工。

响应倒三角模式，袁平东总裁作为最后一个演说者上场，只用了三张PPT，分别从“心、脑、血”三个层面，就将总裁职责及未来的工作规划展现得条理清晰、一目了然。企业不仅要“保心”（树立企业的价值观和

标准）、“健脑”（洞察全局）、“活血”（实现有效配置），还要“心正，脑快，血畅”，确保公司各项业务稳步发展，稳中有进。同时，袁总提出，未来的昆药是否能够变为“以心脑血管为主，发展植物药，兼做化学药，中药和生物药的企业”，这为昆药未来的发展提供了另一种可能。最后，袁总提出了对昆药未来发展模式的思考，简要概括为“组织扁平，资源平台；业务驱动，权利服务；经营小微，共创共享；员工创客，激发活力；流程精简，授权到位；机制灵活，责任到人。”相信在新模式的驱动下，昆药组织改革创新一定会为大家呈现出一个全新的、高效率的昆药。

四大平台负责人竞聘演讲

通过对公司各责任平台的重新规划和定位，公司分别对三七种植事业部、孵化事业部、采供服务平台及物流服务平台四大平台负责人进行公开竞聘。竞聘采取公开、公正的方式，秉承“人尽其才，物尽其用”的原则，鼓励所有符合条件的员工积极报名。只要有能力，敢想敢做敢创新，公司一定会提供平台，打开人才通道，尽最大努力实现员工的个人价值。

此次参与竞聘的员工来自不同部门，有的是原先就在该平台就职的员工，有的是跨部门跨领域参与竞聘。正如袁总所说，无论最终是否竞聘成功，员工的这种勇气和激情都值得我们学习和表扬。公司鼓励员工大胆尝试，这样的竞聘机会以后还会有很多，只要有胆你就来，昆药的大门永远为有能力的人敞开。

最终，采供服务平台负责人竞聘者王家隽以86分夺得此次竞聘的最高分，未能达到80分的竞聘者，若为该平台的最高分，将作为代理负责人任职，同时公司根据实际情况，将考虑从外部引进人才，内外同时竞聘，再次体现出公司对人才的重视和渴求。

“沉舟侧畔千帆过，病树前头万木春”，新的“倒三角”组织架构已经形成，我们期待改革的成效，同时也相信此次改革一定会给昆药注入新的活力与希望，未来的昆药也一定能在互联网思维的引领下发展得越来越好！

昆药集团各平台 二级责任人竞聘工作顺利举行

文 / 综合管理部 罗艺灵



岗位不设限，思想无极限。人才是企业发展的基石，改革中的昆药更是求贤若渴。有想法、有激情、有担当、有能力，够胆你就来！2014年12月5日-6日，公司迎来了各平台二级责任人的竞聘工作，公司中高层及所有参与竞聘的员工近百人参与了旁听。

此次共有41人报名参与22个岗位的竞聘，竞聘采取20分钟竞聘者演讲和10分钟评委提问的方式，秉承“公平、公正、公开”的原则，只要有能力、有思想、有行动、敢创新的员工，都可以参加竞聘。这充分体现了公司“人尽其才，物尽其用”的用人政策，给想干的人机会，给能干的人舞台。

竞聘伊始，袁总说道，我们的员工无论成功竞聘与否，这种勇气和激情都值得学习和表扬。公司鼓励员工积极创新，大胆尝试，未来会越来越提倡这样的竞聘方式，充分挖掘有能力、有闯劲的人才，只要你想为公司谋发展，昆药的大门就会向你敞开。接下来的竞聘演讲中，竞聘者们有条不紊地阐述对所竞聘岗位的创新想法和建议，其间不乏妙语连珠、大胆创新的构想，精彩纷呈的演讲也赢得在场员工的阵阵掌声。

因为此次竞聘条件不设限，很多员工打破固有思维，积极尝试跨部门跨领域竞聘，有人年轻有为，充满了激情和斗志；有人厚积薄发，拥有扎实的理论基础和

丰富的工作经验，当他们情绪饱满地走上演讲台的那一刻，他们已是人生的赢家。

值得一提的是，此次参与竞聘的人员中，还有80后和90后，其中年纪最小的一位竞聘者只有24岁，却大胆地竞聘公司孵化事业部总经理一职。也许经验不足、资历尚浅，但公司开放的用人理念及自己的勇气和决心，让年轻人们自信地走上了舞台，展示自己的能力，分享自己的思想。他们用激情昂扬的演讲，征服了现场的观众，赢得了阵阵掌声。

最终，市场部负责人竞聘者王雪姣和基建项目部综合协调室负责人竞聘者张勤以87分夺得此次竞聘的最高分，成功竞争上岗，其余多个竞聘岗位更换负责人或出现平分，体现了公司内部竞争的激烈和用人体制的民主。压力与动力同在，良性的竞争能促进员工全情投入工作，增强岗位责任意识。有能力就做出成绩，这样企业与员工才能相辅相成。

通过此次竞聘演讲，公司新组织架构下各平台二级负责人初步确定，各平台自身架构、责任分工、未来任务也有了更清晰的界定。本着“优化流程，提升效率”的原则办事，建立员工多通道的发展体系，昆药员工将会有更广阔的成长空间。创新变革后的昆药集团已经扬帆起航，我们必将承载着希望全速前进。

创新的昆药最闪耀

文 / 研发平台 李鹏辉



2014年9月28日，浙江杭州华立科技园2楼会议厅里人潮涌动、座无虚席，由华立集团行政、党委、工会、团委联合主办，各成员企业党委、工会和团委协办的2014年华立创业44周年暨青年微创新大赛总决赛隆重举行。

历时五个月，经过重重筛选和两轮淘金赛，昆药集团药物研究院2个项目团队一路披荆斩棘，从80个优质创新项目中脱颖而出，闯入了青年微创新总决赛9强。昆药集团入围总决赛的2个创新项目分别是“可产业化灯盏花乙素合成工艺的改进”项目和“磷酸萘酚喹工艺创新”

项目。前者为昆药集团药物研究院的一类创新药开发项目，经过项目组成员的不断攻坚克难，目前已经完成了原料药中试研究，申请了核心专利多项，昆药的目标是将其打造成为继天麻素以后的新一代明星产品。而后者是昆药集团独家品种，凭借其一次给药即可治愈的疗效，在抗疟药史上具有划时代的意义。两个项目组分别携各队的多个创新点和丰硕的产业化成效，准备在决赛场上重磅展示。

决赛当天，参赛团队需要从创新项目演讲和团队梦想展示两个环节，完成整体的微创新项目呈现。由董事



局领导组成的现场特邀评审团和大众评审团从各个团队项目创新性、项目价值、演讲风采等方面，进行公开、透明的打分，完成9强的最终排位。经过精心的准备和团队的完美协作，昆药集团药物研究院参赛选手凭借突出的创新成果和声情并茂的演讲风貌，在舞台上完美展现了昆药年轻人的青春激情与新药研发创新梦想，赢得现场阵阵喝彩和掌声，也征服了在场的所有评委。最终，“可产业化灯盏花乙素合成工艺的改进”项目斩获了此次微创新大赛最高奖项金奖，“磷酸萘酚喹工艺创新”项目获得了优胜奖，两个项目团队在一场群雄逐鹿的创

新风暴中充分诠释了昆药的创新实力，也更坚定了昆药人创新和前进的信念！

2014年是华立的创新之年，也是昆药集团的创新之年，在华立集团的领导下，昆药大力推动创新变革，并突破传统的创新定义，使其上升到了自我革命、自我颠覆的变革式创新，全面推进组织架构的创新的的同时，也在为打造具有互联网思维的创新性企业努力。“造中国好药，护大众健康”，昆药有能力也有信心在未来的制药巨头中占有一席之地，因为我们有优秀的昆药人、有平台、有坚持、有创新。创新的昆药最闪耀！



昆明诺泰医药产业并购基金正式签约

文 / 综合服务平台 罗艺灵 图 / 王伟

2014年12月16日下午16:00，昆药集团、平安证券、兴业银行三方签约仪式在昆药集团二楼会议室隆重举行，三方将以有限合伙形式成立昆明诺泰医药产业并购基金，以帮助投资者把握行业发展的脉搏，在行业创新大潮中赢得先机。

中共昆明市委常委、昆明高新区管委会主任王敏正

及有关部门负责人，华方医药董事长兼总裁、昆药集团董事长何勤、华方医药副总裁刘浩军、昆药集团副总裁徐朝能，平安证券副总经理刘秋明和平安财智副总经理余松，兴业银行总行投资银行部并购业务经理王正浩及兴业银行昆明分行副行长袁伟等相关人员出席了此次签约仪式。

强强联合 互利共赢

近年来，昆药集团不断总结、开拓创新，从发展战略出发，谋求外延式发展，积极寻找适合于投资并购的优良项目。为进一步加快公司投资并购步伐，昆药集团联合平安证券、兴业银行两家在资本市场极具实力和影响力的机构，以产业寻求资本，以资本带动产业，运用金融杠杆，以较少资金撬动大资本，进行对外投资并购。

平安证券、兴业银行历经多年发展，已从区域性证券机构、商业银行成长为全国性综合类券商、主流商业

银行，基于中国医药大健康行业的蓬勃发展，平安证券、兴业银行也在医药产业投资领域书写着新的篇章。自2009年以来，医药行业在新医改和国家系列产业政策的作用下，并购整合持续活跃。从投资的角度来说，医药产业虽然存在机会广、收益高的优势，但也有难度大、风险多等特点。医药企业与银行、券商三方合作可以充分利用医药企业的丰富行业经验，银行的网络、信息和客户资源，券商的资本市场运作经验，挖掘优质投资、并购标的，推动标的价值的提升，实现三方共赢。



大健康产业整合商机无限

“十一五”以来我国基本医疗保险制度建设加速，医疗需求空前释放，医疗卫生支出每年以20%的速度增长，为大健康产业提供了巨大的商机和市场。自2013年开始由新版GMP改造、招标政策变化、一二级市场估值差等多因素推动，各细分行业并购全面活跃，扩充产品线和业务多元化的并购占绝大多数，带来医药、器械、服务市场显著的投资机会。在大健康产业整合的背景下，医疗并购基金正借助产业升级与政策东风参与市场盛宴。

虽然医药行业有其特殊性，但随着网售处方药等相关政策的逐步放开，传统医药市场格局和药品营销

模式将发生重大变化，健康医疗行业的上市公司参与并购基金已经成为行业风向标。此次昆药集团与平安证券、兴业银行签约成立昆明诺泰医药产业并购基金，作为公司产业整合的平台，帮助公司并购，形成规模效应或协同效应的优质项目，提升公司在医药医疗领域的整体实力。

医疗产业并购基金，是医药企业快速实现外延式增长的有效途径，是医药行业投资不可或缺的新思维，新模式，也是未来发展的大势所趋。希望通过此次合作，昆药集团、平安证券和兴业银行能够实现互利共赢，不断促进医药产业投资发展再上新台阶。

昆药集团荣获 2014年度中国医药十大营销案例

——年度营销成就奖

文 / 营销服务平台

2014年11月25日，由“E药经理人”杂志和桑迪咨询主办的“2014年度中国医药十大营销案例颁奖典礼”在广州举行，经过大众投票、专家评选，昆明制药集团的天眩清继荣获2013年度中国医药十大营销案例—产品新定位奖后，凭借“互联网时代的处方药推广模式探索”再次获得2014年度中国医药十大营销案例奖—年度营销成就奖。



【组委会的颁奖词】

“11场VESSEL眩晕规范化诊疗全国巡讲，立足多学科临床医师交流的微信公众平台，HOPE1000培训计划专业化武装一线销售代表。昆明制药抓住了时代的脉搏，利用互联网平台将精准营销发挥的淋漓尽致”。

获奖名单

2014 中国医药年度营销成就奖

主办：《E药经理人》杂志、桑迪咨询

企业名称	营销模式策略
桂龙药业	慢严舒柠复方青橄榄含片微电影营销
海天制药	四季抗病毒合剂营销解密
昆明制药	互联网时代的处方药推广模式探索
利君制药	多贝斯价格倒挂治理
羚锐制药	公益营销：有关爱 没疼痛

天眩清 天麻素注射液

三效合一，全面控制眩晕



- ✓ 增加内耳血供
- ✓ 抑制神经冲动
- ✓ 减轻神经炎症



扫一扫，关注眩晕论坛



昆药集团荣获中国企业未来100强

文 / 投融资部 卢 冰

日前,2014ACCA中国企业未来100强发布盛典在广州隆重举行,中国企业未来100强名单揭晓,昆药集团名列其中,位居第49位。

此次评选由ACCA(特许公认会计师公会)主导,英国兰卡斯特大学负责研究。评选范围包括2018家在国内外上市的中国公司和中国工商联500强企业。根据2012年销售收入、2008-2012年收入增长率、市场地位以及商业模式等多项标准,对企业进行综合打分排名。

近年来,昆药集团在以植物药为主,兼做化学药,择机进入生物制药的发展战略指导下,实现了业绩快速增长。在此次评选中,公司以综合得分62分的成绩位列中国企业未来100强第49位,这既是对公司近年来发展战略以及销售业绩的肯定,同时也对公司未来的发展寄予了期望。

此次评选的主办方在业内具有较高的专业和学术地位,ACCA(特许公认会计师公会)是全球最具规模的国际专业会计师组织,为全世界财务、会计以及管理领域的专才提供资格认证。兰卡斯特大学在英国大学综合排名前十位,其中金融和会计专业排名居第二位。



日本米诺发源制药株式会社 宇都宫德一郎社长到访昆药

文 / 综合服务平台 赛晓玲 图 / 王 伟

11月5日上午9点半,昆药迎来了尊贵的客人——日本米诺发源制药株式会社宇都宫德一郎社长一行三人,何勤董事长、袁平东总裁、徐朝能副总裁、首席科学家张建文博士等公司高管进行了热情的接待。

在公司领导的陪同下,宇都社长一行参观了昆药展厅,详细了解了昆药的发展历史以及三大系列产品的情况,随后在六楼会议室进行亲切的会谈。

到访昆药前,宇都社长一行还前往杭州,与昆药的控股股东华立集团的领导层进行了友好会谈,就双方未来的合作可能进行了有效沟通,并参观了华立集团文化展厅。早在今年4月份,昆药“鲨鱼班”的学员就曾到日本米诺发源制药株式会社进行参观学习,宇都社长此次友好访问,让双方对彼此的情况都有了更

进一步的了解,为未来的合作奠定了基础。希望此次会面能够成为公司与日本企业友好合作、实现共赢的良好开端。

背景资料:

米诺发源制药株式会社是由已故前社长宇都宫德马于1938年创建的。宇都宫德马是原日本国会众议院及参议院议员,是日中友好协会的创立者兼会长,曾得到周恩来总理、邓小平主席等国家领导人多次接见。公司产品主要为肝脏疾患治疗及抗变态反应性疾病的药物,该公司生产的“美能”注射液和片剂已经在日本及许多国家的药学界、医学界独树一帜,信誉卓著,同时已在中国进入国家医疗保险药品目录并在2000多家医院使用。

此次来访的宇都宫德一郎为宇都宫德马的嫡孙,现任米诺公司社长,并担任公益社团法人日本中国友好协会副会长。

昆药集团主营产品在 工艺技术创新中喜获专利授权

文 / 法务部 李世勇



近日，公司收到了国家知识产权局发出的关于“一种将双氢青蒿素醚类衍生物转化为双氢青蒿素的方法”的《授予发明专利权通知书》，这标志着公司近年实施知识产权战略方案，贯彻《企业知识产权管理规范》产生成效，也充分证明公司主营产品—蒿甲醚原料药在进行工艺技术创新和技术革新过程中是能够产生专有技术和专利等知识产权成果的。

2012年，为应对竞争对手提出的相关发明专利申请，原审计法务部组织原生产技术部、原料药分厂等部门召开了蒿甲醚工艺技术创新专利挖掘专题沟通会议，决定由原料药分厂首次承担提出专利申请技术方案的工作，该技术方案不仅要有创造性，而且需绕过竞争对手在先申请的相关专利。在公司领导的大力支持和药物研究院的协助下，原料药分厂于2012年5月正式提出了专利申请，经过专利代理机构与发明人反复沟通修改，名为“一种将双氢青蒿素醚类衍生物转化为双氢青蒿素的方法”、发明人为“谢波、孙刚、

张红峰、海龙宇、王文灿、吴桂萍、谢科”的发明专利申请于2012年6月6日提交至国家知识产权局并获得受理，经过三次审查意见答复和不断的修改完善，2014年10月29日国家知识产权局对申请号为：201210184711.X的该发明专利发出了《授予发明专利权通知书》，后续经过缴费和公告，即可取得专利证书。

本项专利权的取得，标志着公司在蒿甲醚原料药生产中的技术革新取得了阶段性成果，也避免了竞争对手恶意利用相关专利对公司进行限制的可能，为公司蒿甲醚原料的生产和扩大生产提供了有效的保护。法律事务部在此呼吁公司研发技术人员、生产技术人员、质量技术人员在主营产品工艺技术创新、质量标准提高等过程中，尽可能挖掘相关专利技术，并适时进行专利申请保护，法律事务部也将积极提供协助和服务，扩大公司技术成果的保护范围和力度，为公司的进一步发展提供有力保障！



张建文博士成功入选昆明市2013年 “三五工程”和“551计划”人才项目

文 / 人力资源平台 罗 敏

2014年11月28日上午，药物研究院张建文博士应邀参加了昆明市2013年“三五工程”和“551”计划入选人才项目表彰奖励会。

会上，市科技局领导宣读了关于张建文博士等6名引进人才入选昆明市2013年“三五工程”和“551计划”人才项目的批复。昆明市人力资源和社会保障局姚振康

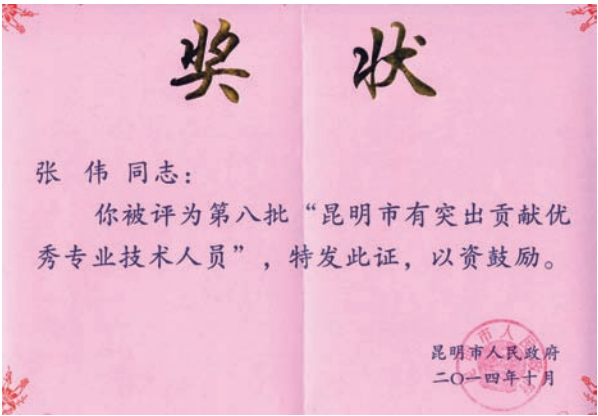
局长为张建文博士颁发了奖状。

公司未来的发展需要人才的推动。近年来，公司越来越重视人才的引进。从史凯撒博士开始，公司目前已引进了多名海外高层次人才，他们的引进将为公司的发展带来许多新的变化。



药物研究院张伟喜获 昆明市有突出贡献的优秀专业技术人员称号

图文 / 研发平台 张 伟



2014年11月17日，昆明市人力资源和社会保障局在昆明市行政中心组织召开了昆明市有突出贡献的优秀专业技术人员（以下简称“市突”）表彰暨博士后工作扶持站授牌会议，以表彰第八批50名获得“市突”的人员和博士后工作扶持站授牌。参加会议的领导有市组织部副部长、市人力资源和社会保障局局长姚振康和副局长闫晓陵。我公司药物研究院副院长张伟先生由于成绩突出，喜获第八批“市突”荣誉称号。该项荣誉的获得，既是对张伟先生多年来所做出的科技创新工作的肯定，

也是对公司多年来坚持不懈的对创新工作重视的肯定，同时也为公司的品牌建设添砖加瓦。

据悉，此次“市突”的选拔工作是从2014年4月开始，按照选拔要求，昆明市人社局组织逐级推荐，同时设置了自荐渠道，鼓励符合条件的申报人，经本专业具有高级职称的2名专家签署意见，可直接自荐参评。经资格审查，140名申报人符合条件，最终经市政府审定表彰50人。

姚局长会议致辞中强调，省委省政府高度重视人才发展，此次表彰，旨在大力弘扬优秀人才积极进取，刻苦钻研、开拓创新、奋力拼搏的奉献精神，进一步营造尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造的良好氛围，充分发挥优秀人才的标杆、导向和引领作用，激励各类优秀人才在加快实现昆明科学发展新跨越中建功立业。“市突”的选拔工作始于2000年，已经成功举办了8届，并已从我市17万专业技术人员中选拔出400名专业技术突出、技艺精湛的佼佼者。“市突”是一种称号，更是一种荣誉，望获得此殊荣的专业技术人才珍惜。

昆药集团喜获国家首批企业 《知识产权管理体系认证证书》

图文 / 法务部 李世勇



2014年11月18日，在第八届中国专利周期间，由中国专利保护协会和中华全国专利代理人协会主办、中知（北京）认证有限公司协办的“企业贯标服务对接会”在北京举行。此次会议的主要目的是对全国贯标工作进行总

结、交流和为全国首批通过《企业知识产权管理规范》国家标准（GB/T29490-2013）认证的企业颁发证书。昆明制药集团股份有限公司作为云南省唯一通过首批认证的企业参会并接受了国知局领导颁发的全国首批《知识产权管理体系认证证书》，这标志着公司知识产权管理体系在全国范围内第一批达标，充分说明公司贯标工作取得阶段性成果，这是公司各级领导长期重视、支持知识产权工作和各职能部门辛勤工作、共同努力的结果！

公司贯标工作于2013年7月由法律事务部负责组织开展，在公司领导的重视和支持下，通过责任中心、相关部门的大力协助和配合，公司于2014年6月顺利通过了云南省知识产权局的贯标验收。为了更好的检验公司知识产权管理体系的建立、实施运行情况，公司向认证机构提出了认证申请，于2014年9月接受现场审核，并对不符合项按期进行了整改，顺利完成公司知识产权管理体系认证工作并达到国家标准。公司通过企业知识产权管理管理体系认证，有利于提升公司知识产权创造、运用、保护和管理水平，有利于增强企业外部竞争优势。

但是，企业知识产权管理体系遵循PDCA循环过程，达标并不意味着该项工作的终止，我们将结合公司实际，持续进行改进和完善，在证书三年有效期内，需要接受认证机构每年一次的监督审核，以确保公司知识产权管理体系持续符合国家标准要求，护航企业创新发展。

云南省重点新产品证书

产品名称：双姜胃痛丸

产品型号：G1200213

单位名称：西双版纳版纳药业有限责任公司

认定编号：云新〔2014〕73号

发证日期：2014年08月

有效期：三年

云南省科学技术厅



| 4 | 7 |

昆药集团进入糖尿病领域 重大协议在杭州签署

文 / 投融资部 杨尚华



2014年10月11日，杭州华立集团总部。

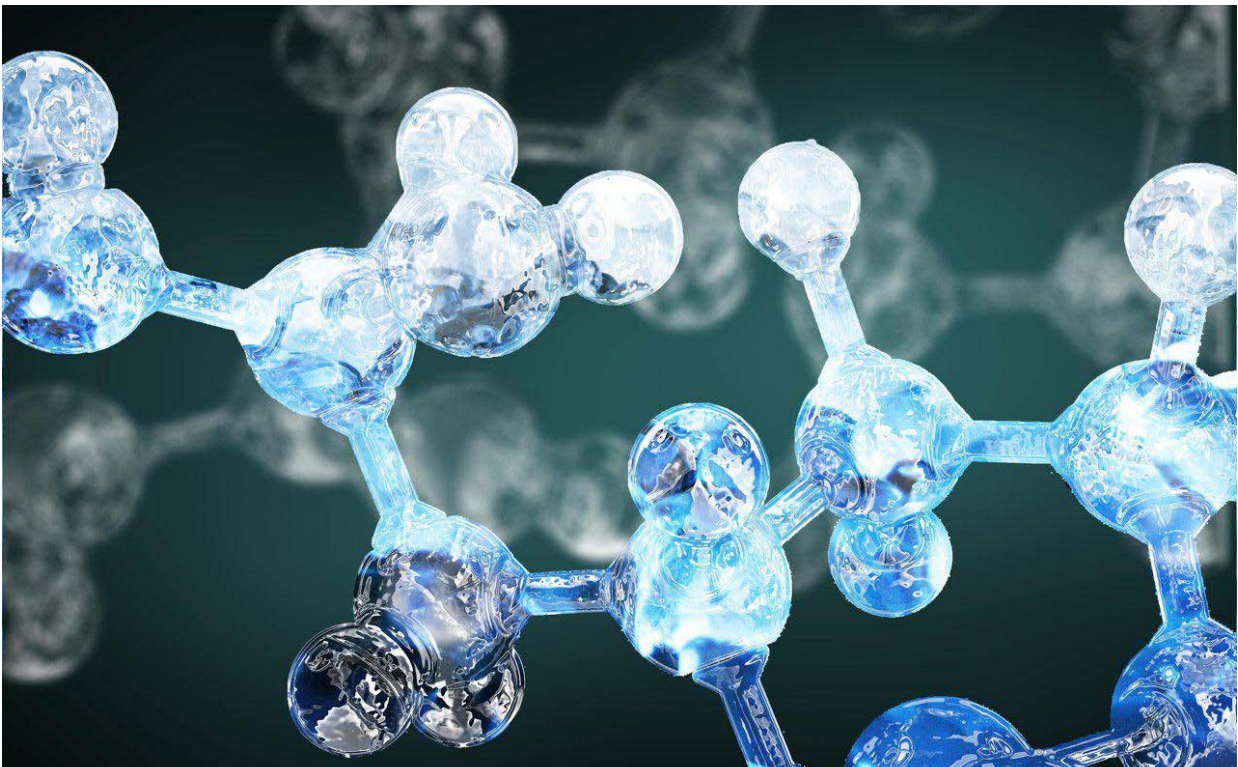
在华立集团董事局主席汪力成先生的主持下，昆明制药集团（以下简称昆药集团）董事长何勤先生代表昆药与王庆华教授共同签署了Diabegone（长效降糖药）项目合资经营合同。昆药集团和王庆华教授、以王庆华教授为法定代表的香港医药医药技术有限公司组建中外合资公司，开发长效降糖药GLP-1（胰高血糖素样肽-1）融合蛋白。公司拟投入金额8,313万人民币，持股比例51%，标志着昆药集团正式进入糖尿病治疗领域和生物制药领域。

根据2014年9月11日，在《柳叶刀糖尿病及内分泌学》杂志的报道，在中国，超过十分之一的人群患有糖尿

病，成年患者总数超过1亿，成为世界第一的糖尿病大国，中国的糖尿病市场有巨大的空间。

王庆华教授是加拿大籍华人，全球近年来最出色的在糖尿病转化医学上有重要影响的16个专利中，其中有两项专利王庆华教授是第一发明人，在糖尿病转化医学研究处于国际前沿地位。王庆华教授同时也是中组部千人计划专家、复旦大学特聘教授（华山医院内分泌科）。

GLP-1（胰高血糖素样肽-1）是最新一代的抗糖尿病受体激动剂。此次昆药集团将组建的合资公司，以开发GLP-1抗糖尿病药品为主，将为昆药集团在开发抗糖尿病药品和建立国际先进的研发平台打下坚实的基础！



临床药学专家到药物研究院 开展抗恶性肿瘤药物研发的探讨交流

文 / 研发平台 孔 玫

恶性肿瘤是严重危害人类健康的疾病之一，由于发病率激增，近来受到国内外密切关注，其治疗也成为当前研究的热点。日前药物研究院邀请了来自成都军区昆明总医院的临床药学专家陈灵博士就抗恶性肿瘤药物研发进行探讨交流。

陈博士先介绍了抗恶性肿瘤药物知识的三维结构体系，全方位为我们普及了肿瘤的患病形势及抗肿瘤药研发进程等基本常识，讲解了目前临床上抗肿瘤药物的分类、作用机制以及研发前沿如靶向药物的资讯，告知大家“依据基因多态性调整药物使用，制定个体化的治疗方案，是未来抗肿瘤药物的用药趋势”，然后重点剖析了化疗的理论基础和现状——抗肿瘤药物的研发是热点，新药层出不穷，但也由于药物本身的不良反应以及疗效上的不尽人意，肿瘤患者遭受着常人难以想象的痛苦，而真正可治愈的肿瘤“发达国家也只是一半左右，我国大约只有20-30%的肿瘤可以治愈”。而且“无论国外还是国内，对肿

瘤治愈贡献最大的不是层出不穷的‘新技术’，而是传统手术对早期病灶的切除”，触目惊心的事实似乎有点打击研发人员的积极性，但因而引申出“人文关怀的姑息治疗”在抗恶性肿瘤治疗中的愈来愈受重视的地位，开发对抗和减缓癌症患者所遭受的疼痛、呕吐等以及一些抗肿瘤药的不良反应的对症药物也是一种不错的选择。最后陈博士还分享了药物研发中孤儿药以及老药新用途的开发等一些思路，院内很多经验丰富的高级技术人员都产生了共鸣，一起展开了热烈的讨论和交流，也让旁听的我们受益匪浅。

从陈博士的讲述中，研发人员意识到临床医务人员对药物研发多从治疗患者、减轻患者病痛的角度出发，并由于与患者的直接接触，能够更容易、更快得到一些临床方面的反馈，这些是药企开发力所不及之处，今后应加强与临床专家、患者的联系，从中及时获取有利于药品立项开发的信息。

药物研究院喜获云南省科技厅 多个项目的支持

文 / 研发平台 李正蓉

2014年是昆药集团的创新之年，致力于打造具有互联网思维的创新型企业，药物研究院积极响应创新号召，搭平台、引人才、促发展，多个一类新药获得云南省科技厅的立项支持，显示了公司强大的研发实力。截止2014年11月，我院申报的“治疗白血病化学药1类新药蒿甲醚冻干粉针剂临床前研究”、“治疗脑卒中化学1类新药注射用灯盏花乙素临床前研究”等5个项目获得云南省科技厅的重点项目的立项支持，共获得无偿资助金额440万元，创省科技厅项目支持数量和资金总量的新高。项目的申报数量并喷标志着我公司多年来一直坚持持续不断的对创新药投入，得到了政府部门的高度重视和肯定，在研的多个重点研发项目已接近青果成熟期，创新药将为我们的未来竞争争取一席之地，也将带

领我们向医药强企迈进。

研究院除在项目上获得突破外，同时持续打造创新平台体系建设，继“昆明市药物冻干工程技术研究中心”之后，今年又获得云南省科技厅的“云南省注射剂工程技术研究中心”的认定，获得无偿资助金额150万元。该创新平台的搭建标志着我们的研究能力得到大幅提升，处于全省的先进水平，符合云南省创新驱动发展战略需求，能促进科技成果转化和产业化，为我省产业结构调整和经济方式转变做出重大贡献。到目前为止，今年共获云南省科技厅590万元的支持（未含其他政府部门的支持），研究院已超额完成公司年度下达500万元的目标。



昆药集团喜获 复方青蒿搽剂和黄藤素片药品标准颁布件

文 / 研发平台 李 慧

2014年11月，昆药集团喜获由国家食品药品监督管理局总局颁发、云南省食品药品监督管理局转发的3件国家药品标准颁布件：复方青蒿搽剂[(2014)国药标字ZB-0475号]、黄藤素片（每片含黄藤素0.1g）[(2014)国药标字Z-1661号]和黄藤素片（每片含黄藤素0.3g）[(2014)国药标字Z-1659号]，两个品种试行标准转正获批。

复方青蒿搽剂是昆药集团唯一的保健药品文号，也是独家产品之一。其功能主治为：清热燥湿，杀虫止痒，可用于辅助治疗由真菌引起的脱屑，角化型手癣，

足癣的瘙痒，脱屑等。复方青蒿搽剂试行标准转正早在2005年既已申报，现因国家对保健药品进行整顿，大幅提高技术要求，故复方青蒿搽剂试行标准转正之路可谓艰辛坎坷，是在药物研究院与制造中心的共同努力下，通过多次补充研究、反复不断地技术沟通，最终才获得这宝贵的标准颁布件。

黄藤素片试行标准转正于2008年申报获得受理，相关试验研究相对充分，故未经补充资料即获得了批准。该品种现已增订进入《中国药典》2010年版第二增补本，也具有一定的临床价值和市场潜力。

昆药集团

“增效抗疟药复方磷酸萘酚喹的制备方法” 喜获中国专利奖优秀奖

文 / 法律事务部 李世勇



国家知识产权局于2014年11月26日发布了《关于第十六届中国专利奖授奖的决定》，对公司专利号为ZL97111840.X，名称为“增效抗疟药复方磷酸萘酚喹的制备方法”授予第十六届中国专利奖优秀奖，这也是该专利继2011年获昆明市专利一等奖之后又一殊荣！

本届中国专利奖评审根据修订后的《中国专利奖评奖办法》组织实施，与往届相比，更加明确了党中央、国务院一直强调的“加强知识产权运用与保护”的导向，并突出了一些新的特点。与上届相比，本届中国专

利奖最大的变化是突出强调对专利保护运用和专利质量的评价。在专利奖评奖评价指标及权重设置上，专利运用及保护措施和成效占比为35%，专利质量占比为25%，技术先进性占比为25%，社会效益及发展前景占比为15%；不同指标分由不同专业组评审，由此，更加凸显评奖工作的公平、公正、科学、客观的特点。

公司获奖专利——“增效抗疟药复方磷酸萘酚喹的制备方法”是公司2004年7月从中国人民解放军军事医学科学院微生物流行病学研究所受让的，2005年获得生产批件，2006年开始销售，商品名为“ARCO”，目前，“ARCO”商标已在缅甸、乌干达、尼日利亚、巴布亚新几内亚、肯尼亚、印度尼西亚及非知等国或组织获准注册，并获得24个国家和地区的注册批准和销售许可，向32个国家提交了注册申请，并在国外8个国家完成了9项1900多例的国际临床验证，目前累计完成销售7000多万元人民币。

2014年4月，公司作为国家知识产权优势企业多次与省知识产权局沟通，争取到参加16届专利奖评选的机会。在省知识产权局的指导和公司药物研究院的技术支持下，经过对公司多项授权发明专利的筛选，确定对公司专利号为ZL97111840.X，名称为“增效抗疟药复方磷酸萘酚喹的制备方法”专利申报16届专利奖，法律事务部首次尝试组织收集相关申报材料，并按要求和时限提供。本次该项专利获奖，是公司知识产权转化运用取得经济效益的有力体现，说明公司专利的保护、运用水平已经有了较大的提升，此次专利奖的获得，还有利于公司形象的提升，对公司知识产权的运用和保护具有重要的指导意义！



国药准字Z20113072
全国医保产品

血塞通颗粒 (无糖型)



目前CFDA唯一批准的
无糖型血塞通颗粒
糖尿病患者专用的血塞通口服制剂

全国服务热线 400 091 3737



昆药集团金泰得药业股份有限公司

企业内刊使用，仅供内部人士参阅

HRBP是什么？

摘 录 / 《人力资本管理》

当下，HRBP（人力资源业务伙伴）是一个时髦的称呼。越来越多的企业开始设立HRBP岗位，但是企业对HRBP的定位及如何帮助HR转型成为优秀的HRBP的探讨甚少。



HRBP是谁？

HRBP又称为人力资源业务合作伙伴。HRBP(HR BUSINESS PARTNER)实际上就是企业派驻到各个业务部门或事业部的人力资源政策体系管理者，主要协助各业务单元高层及经理在员工发展、人才发掘、能力培养等方面的工作。其主要工作内容是负责公司的人力资源管理政策体系、制度规范在各业务单元的推行落实，协助业务单元完善人力资源管理工作，并帮助培养和发展业务单元各级干部的人力资源管理者。要做好HRBP需要切实针对业务部门的特殊战略要求，提供独特的解决方案，将人力资源和其自身的价值真正内嵌到各业务单

元的价值模块中，这样才能真正发挥和实现HRBP的重要作用。

HRBP扮演什么角色？

HRBP与人力资源共享中心、人力资源专业知识中心或人力资源领域专家中心共同组成了现代人力资源管理的“三驾马车”，其中HRBP是人力资源内部与业务经理沟通的桥梁，扮演的是业务合作伙伴的角色。HRBP需要提出并将发现的人力资源管理方面的问题交付给人力资源专家，以便更好的解决问题和设计更加合理的工作流程。

HRBP的角色和职责

HRBP与传统人力资源从业者视角的差异	• 传统的人力资源从业者，当被要求时才提供人力资源支持服务。HRBP作为管理伙伴，与直线管理层一起对组织绩效承担责任。以整个系统为导向，积极主动行事。 • 传统的人力资源从业者告诉直线经理不能做什么。HRBP与直线管理层共同开发针对组织和个人绩效问题的有效的解决方案，探索广泛的管理方法和人力资源战略。
HRBP的职责	• 对营运部门持服务、支持的态度。 • 对行业、营运部门运作与实际工作有深入了解，能够做到政策的整合应用。 • 可以从营运的角度换位思考，关注员工真实需求，不断改善员工的困难。 • 基于业务部门的数据来发现问题，对营运可提前做到提醒并给予专业建议，具备一定创新力。 • 与业务部门保持步调一致，及时制定合理的绩效考核、培训等计划。

营运伙伴心目中的HRBP	负责满足业务需要的部门/区域/业务单元的战略合作伙伴。 通过提供咨询和支持帮助执行业务战略。 对专业领域如人才管理、人力规划、变革管理等提供支持。 使用业务知识在业务单元层面推广人力资源制度/流程/方案。 在业务规划中代表人力资源部门、并向人力资源部提供业务需求
--------------	--

HRBP是人力资源部与业务部门之间的沟通桥梁，需要帮助业务部门设定人力资源的工作目标和计划，并树立起对业务部门的内部客户服务意识，为他们提供专业的人力资源解决方案。HRBP主要关注于提供人力资源管理的咨询来支持业务部门的战略，对业务战略和运

营流程的了解是其顺利开展工作的基础。一个成功的HRBP的行为表现为：能基于业务部门的数据来发现问题；能通过弹性的解决方案来施加影响；能通过关注结果的绩效考核来担当责任。

成功转型HRBP

一项针对已经推行了HRBP的公司的全球调研发现，有53%的公司认为HRBP在本公司的推行是不成功的。这主要有三方面的原因：一、HRBP提供业务所需的解决方案需要其既具备业务知识，又需要全方位掌握人力资源技能，一些人力资源从业者还没有做好转型的准备。二、业务部门主管对HRBP的职责和角色不了解，不清楚如何与其协作沟通，共同实现业务战略。三、共享服务中心是HRBP的坚强后盾，它的建立往往需要3~5年的时间，在过渡期HRBP有大量的事务性工作要承担，工作重心与原定的角色会产生一定偏差，容易产生挫败感。HRBP的成功推行需要组织、人力资源管理者、业务经理三方面都做好充分的准备。

HRBP的角色定位要求人力资源管理者必须了解业务部门的需求，针对这些需求给出可选择的和专业的解决方案。对业务及运营的了解的缺失是传统人力资源从业者能力素质的一块短板。在向HRBP的转型过程中，人力资源管理者需要抓住各种机会，积极地增强对业务的敏感度。

◎人力资源管理者了解各部门业务的第一步是了解公司的业务，特别是公司的价值创造的链条和价值创造体系，明确如何设置和开发人才是对整个企业有效的。

◎人力资源管理者需要对各部门具体业务深入了解，对其管理诉求感同身受，制定出有针对性的管理政策、工具和方法。

◎人力资源管理者可以通过会议、行业报告、财务报表、产品说明、业务推广活动等多种渠道了解业务部门的工作。

◎人力资源管理者在招聘中通过与业务部门经理一起面试应聘者了解业务信息。

对于不同类型的企业，HRBP的内涵和实施的策略都会有所差异。原IBM全球企业咨询服务部大中华区人力资源总监顾小蓉女士建议企业根据自身的情况和需求循序渐进推行HRBP。如果你所在的组织机构足够大，而且也有业务需求，HRBP可以是人力资源部派到某个业务部门去的伙伴。HRBP把业务部门的一些需求反馈到后台的人力资源职能部门，与所在业务部门的领导一起推动部门的文化建设。毋庸置疑，中型企业也需要HRBP，但是人力资源部的后台支持的职能系统不强，HRBP无法工作。中型企业的HRBP转型在初始阶段采取先行试点的做法，等服务模型建立起来，专业化程度得到提升之后再做进一步考虑。对于规模还很小的企业而言，HRBP是一个广义的概念，人力资源部的每个员工都要了解业务部门的需求，努力给到业务部门最优的解决方案。

HRBP是一个时髦的称呼，在组织中推行HRBP的企业日益增多。在众人趋之若鹜之时，无论是人力资源从业者个人还是组织都需要仔细斟酌HRBP是否适合自身发展的需要。在组织中高效、顺利的推行HRBP是众多企业面临的重要挑战之一。

国家认定企业技术中心 首次考核评价案例分享

案例来源 / 投融资部 艾 青

案例背景

国家级企业技术中心由国家发改委、科技部、财政部、海关总署、税务总局五部委联合授予，是目前中国规格最高、影响力最大的国家认定企业技术创新平台，在多项国家重点项目申报要求中，拥有国家认定企业技术中心是其加分项甚至于基本入门指标，拥有并保持该项荣誉称号对争取政府扶持至关重要。

公司从2009年开始进行国家认定企业技术中心申报，在经历两次申报失败后，2012年成功抓住最后一次药物制造领域技术中心评定口开放机会，最终成功通过评定成为国家认定企业技术中心，此项殊荣的获得，标志着昆明制药的技术创新能力正式晋级“国家队”。

国家认定企业技术中心每两年进行一次考核评定（每奇数年进行评定），评定结果60分以上及格可继续保留技术中心国家认定资格，60~65分为警告，2次警告既被摘牌，90分以上为优秀，2013年为公司技术中心通过国家认定后的首次考核评价。

目 标

底 限 目 标：国家认定企业技术中心评定及格（60~65）；

普通目标：评定正常通过；

最优目标：首次评定取得好成绩。

案例进程回顾

1、案例实施前期准备

1）、搜集整理现有的政府通知文件、管理办法及前期申报材料

①国家认定企业技术中心认定管理办法

②技术中心评价表格

③2012年认定申报通知文件及认定申报材料

④前期填报报表：企业技术中心快报报表（企业技术中心快报信息管理系统）、重点企业研发及相关情况快报报表、创新型企业年报表

2）、搜集有关的项目评价参考资料

①国家认定企业技术中心评价培训材料

②国家认定企业技术中心评估交流材料

③其他企业申报材料（报表、评价文件、PPT等）

2、案例开展过程

1）、基础素材资料搜集汇总

难点：按照国家认定企业技术中心认定管理办法精神，企业技术中心是涵盖公司进行技术提升、技术创新及为其提供服务的所有方面的一个整合体，包括研发开发、工艺改进、技术提升、人才培养引进、知识产权保护、市场营销、国际化、信息化、创新管理、经营业绩等内容，涉及及公司的方方面面、覆盖面广，所搜集资料需多部门及各子公司提供支持，资料整理量大，时间较紧。

解决方案：

①组织工作会议说明项目重要性及相关需求要点，其后根据审核评价材料提纲、评价表格以及前期认定申报材料，对需要其他部门协助提供及补充修订的资料进行分项整理，列明需要提供的资料，分别向各部门及子公司申请协助，避免因需求不清而造成的资料搜集整理时间浪费。

②在公司档案室、OA系统新闻中心、知识中心搜集可用信息资源，补充完善相关材料。

2）、资料的整理编制

难点：①项目为国家认定资质的考核评价，指标体

系繁杂：各项指标相互挂钩，牵一发而动全身；参照行业系数进行指标调节，对医药行业这类科技含量较高行业相关数据标准要求更为严格。

②资料数据需与2012年申报数据需相互对应并有所提升，申报当时未留下明确的评定基础数据资料来源，每项指标需重新回忆，为新数据的搜集带来了一定难度。

③上市公司年报对外公告，填报数据如与年报相关联，取数既需达到相关要求又必须在年报数据的合理范围。

解决方案：

①根据管理规范及相关培训材料，制定评价数据计算工作表，列明评价表中每项数据的来源及相关计算归集方式，方便查询和调整；

②请财务部等相关部门专业人员为数据选取进行合理区间的划分；

③请业内相关专家对填报数据进行初步把关；

④反复核算指标达标度，在合理范围内对不符合要求的软性指标进行统筹调整。

3）、资料的上报

评价资料初稿交由云南省发改委聘请专家进行审核把关，对不合理数据等提出改进意见，根据改进意见进行资料调整并定稿装订上报。

3、案例目标完成情况

2013年5月10日，在药物研究院等多部门的通力配合下，技术中心年度工作报告顺利通过省内初审及完成相关修订并上报国家审评。

2013年5月10日，在药物研究院等多部门的通力配合下，技术中心年度工作报告顺利通过省内初审及完成

相关修订并上报国家审评。

2013年10月19日，国家发改委发布公告（2013年第40号公告），对2013年全国887家国家认定企业技术中心的评审结果进行了公布，昆明制药集团企业技术中心在此次国家评定取得优异成绩，首次考核以87.6分的成绩名列全国第91位、省内第一，为云南省企业历年来最好成绩。

案例启发

1、项目申报通知及相关管理办法中往往蕴含了很多项目考核评选重点关注的细节，编制材料时把握好这些关键点至关重要；

2、评价时公司的营业收入，有效专利数，驰名商标、著名产品等硬性指标难以调整，而软性指标在变更归集方式的情况下可进行微调，如科技项目数，不是单纯的依靠研究开发项目，生产上的技术工艺改进等都可列为科技项目，而一个大型的新药研发项目也可拆分为基础研究、临床前研究、病理、毒理研究等子项，把握好每一项可得分指标对最终评价结果至关重要；

3、建立良好的政府公共关系，进行项目申报时多与项目主管部门沟通联系，可以了解到更多的相关申报要点、参考信息及相关申报技巧。

4、平时做好公司相关基础素材了解和搜集整理，对申报工作将带来较大的帮助；

5、类似资质的考核评价都具有一定的周期性，国家认定企业技术中心考核每两年进行，高新技术企业复审及国家重点高新技术企业评价每3年一次，可预先进行准备已获取更充裕的工作时间。

走出竹林深处的傣医药

文 / 昆明日报

傣医有着2500多年的历史，由于有文字、有典籍、有系统理论，因而与藏、蒙、维并列，成为国家认可的四大民族医药之一。遗憾的是，近年来藏、蒙、维药的发展迅速，在全国占有较大的市场份额，傣医药的发展却依然滞后。



好方好药仅仅是地方福利

每个民族都有自己独特的诊疗技术，但很多好药和方子，却终日只能守着那寸故土，久久不被世人所知。

傣族传统医药学是以傣族贝叶文化为背景，以“四塔、五蕴”为理论核心，以聚居区天然药物为资源，以适应于本民族生产、生活的行医方式为医疗模式，讲究未病先解，先解后治，同解同治、整体调节。两千多年来，通过不断实践总结积累，傣医药已成为自成体系的传统民族医学。

傣医治病除采用内服、外用（包括涂擦包敷）或内服与外用相结合三种治法之外，还有一些独特的治疗方法：闭（温热药水推拿按摩疗法）、暖雅（睡药疗法）、咱雅（拖擦药物疗法）、达雅（搽药疗法）、烘雅（熏蒸疗法）、啊雅（洗药疗法）、难雅（坐药疗法）、果雅（包药疗法）、沙雅（刺药疗法）等。

傣医和中医有相似之处，都采用问诊、望诊和摸诊三种方式。

西双版纳版纳药业有限责任公司总经理胡臣介绍，傣医在风湿病、皮肤病、跌打损伤、妇科等方面有独特疗效。

“西双版纳属于热带、亚热带气候，依托热带雨林特殊的地理环境和气候，适宜于各种生物生长繁殖，是热带植物最集中的地区，拥有大量珍贵、稀有的生物种，为傣药奠定了雄厚的资源基础。民间傣药有228科，372属，1300多品种，曾用植物药1858种。而这些动、植、矿物药分布在西双版纳外所辖的景洪、勐海、勐腊三县（市）的40多个乡镇的山区、半山区和坝区。为此，在我们的傣医药里，大部分药方都使用本地药材。例如槁藤，具有活血祛风，壮腰固肾的功效。常用于风湿关节痛，四肢麻木，跌打损伤，骨折。其茎皮可以催吐、泄泻，种仁微苦、略涩，有利湿消肿功效。常用于黄疸，脚气，水肿。这一药材就生于海拔600—1600米的山涧或山坡灌木丛、混交林中，攀援于大乔木上。”胡臣说。

由于傣医药便宜，疗效独特，其收治的患者均来自本地区民族，很少有外人知晓。“长期形成的傣医药，让本地民族信赖而眷恋，所以大部分本地人生病都会看傣医，用傣药。随着旅游产业的开发，许多外地游客才逐步对傣医有所了解，甚至走进傣医，去尝试用傣医药来治疗病痛。”

独特诊疗术颇为神秘

虽然有的民族医学不被认可，但完整的诊疗体系，却早已让傣医成为民族医学中不可多得的“正规军”。在傣医院里，傣医们都持有傣医执业医师证。

历史上，傣族聚居的边疆地区，疟疾、霍乱、伤寒、鼠疫等10多种烈性传染病流行，尤以疟疾为甚，广大傣族人民缺医少药，十分痛苦。为了生存下来，发展和繁衍后代，造福于子孙，傣族人民在与疾病作斗争的过程中，积累了许多宝贵的医药遗产。这些医药遗产有的可依据科学解释，但有的至今都蒙着一层神秘面纱。

据了解，傣医药通过三个方面形成，一是通过“神农尝百草”的方式，逐渐认识药性；二是吸收了一部分中医药学的理论知识；三是吸收并发展了古印度医学理论知识，通过南传上座部佛教作为传播媒介传入傣族社会。这三个方面相互融合，逐步形成了独具民族特色和地方特点的傣医药。

林艳芳是西双版纳州傣医院傣医主任医师，也是版纳药业傣医首席专家，从事傣医临床、科研、教学工作近30年。林艳芳介绍，傣医的“九项适宜技术”是理论与实践相结合而挖掘出来的防治疾病的外治疗法，其疗效显著、易学、易懂、易于操作，药、技相合，充分体现了傣族医药学的特色。九种治疗技术针对不同病症，如，达雅，治

疗急性湿疹、接触性皮炎；烘雅，防治月子病；闭，治疗腰椎间盘突出症等。

“傣医的暖雅又称睡药疗法，配备傣药切碎，置于锅内加水、酒炒热或蒸热，取出平摊于睡药床上，待温度适中时让患者睡在药上，用纱布盖于患者身上，再将余药覆盖于患部或全身。主要用于治疗中风偏瘫后遗症、风湿病、酒后肢体麻木等病症。”林艳芳说。

此外，傣医中还有一种诊疗方法“抱”，当地俗称口功，是傣医十大传统疗法的一种特色疗法。其方法为：口念经文，全身运气到口中，然后将气吹于发病疼痛部位。口功疗法独具特色，也称为心理疗法或精神疗法。林艳芳说：“口功，看起来多少有点迷信的色彩，但的确有疗效，其理论依据尚无定论，还有待进一步研究。用于治疗跌打损伤，腰、肌疼痛等症，在西双版纳和东南亚地区广为使用。”

傣医虽然有上千年的历史，但一直走不出。林艳芳介绍，傣医十大传统疗法目前仅仅只是在傣族地区（西双版纳、德宏）傣医院中施行，且多用当地鲜品入药，使用范围太过狭小，社会效益不显著，还须积极推广、研究、创新。



昆药集团正式启动 “络泰” 的安全性医院集中监测项目

文 / 营销服务平台 曾晶 唐文琳

2015年1月25日下午，昆药集团联合中国中药协会中药注射剂安全性再评价研究课题组在北京召开“昆药集团大品种培育学术研讨会暨络泰注射用血塞通（冻干）安全性医院集中监测课题启动会”，中国科学院陈可冀院士、中国工程院李连达院士、中国中药协会张世臣副会长、中国中药协会药物临床评价研究专业委员会主任委员高学敏教授、中国中医科学院西苑医院安评专家翁维良教授等30多位国内知名临床及药学专家、医院代表出席了会议。昆药集团袁平东总裁、钟祥刚执行副总裁以及各事业部总经理、市场部总监、研究院负责人、各产品经理及销售代表等参加了会议。



中药注射剂产品安全性再评价至关重要

众所周知，络泰血塞通系列产品为昆药集团第一大支柱产品，通过提取三七中的有效成分研发而成，对心脑血管疾病具有显著疗效，因其疗效确切、质量稳定可靠，于2009年和2012年分别收入《国家基本用药目录》。该产品主要成分三七为云南特色传统名贵中药材，又称南方人参，其根、茎、叶、花全株均可以入药，已被大量临床证实，具有活血祛瘀，通脉活络的功效。

国内的中药注射剂在上市前临床研究中，普遍受病例数较少、研究时间有限、受试人群范围窄、用药条件控制严格等诸多因素的限制，使得上市前的安全性评价内容不



能充分反映临床实际使用情况，也不能给医生全面有效的用药指导，为中药注射剂产品的健康发展带来一定的风险。因此，中药注射剂产品上市后开展再评价研究及其中的安全性医院集中监测就显得至关重要，这样不仅能更好的完善产品上市前研究的不足，进而有效解决临床实际问题，更能为产品持续健康发展打下坚实的科学研究基础。

在此背景下，昆药集团寄予厚望的第一大支柱产品络泰的大品种培育启动安全性医院集中监测势在必行。在袁平东总裁等领导的高度重视下，络泰安全性再评价中安全性医院集中监测项目正式启航。



院士专家领衔 络泰安全性医院集中监测项目成果令人期待

络泰安全性再评价中的“安全性医院集中监测项目”在中国科学院陈可冀、中国工程院李连达两位院士的指导下正式启动。陈可冀院士指出：中药安全性尤其重要，安全性监测对于临床意义重大，应扩大安全性研究病例数量。李连达院士提出：中药注射剂在保障人民健康方面有不可替代性，不仅可在恢复期、后遗症期使用，也可用于急症治疗。希望安全性评价的真实数据能更有效指导临床合理用药。其他与会专家结合国家政策法规和实际操作规范，从安全性评价方案设计的科学性、具体实施细节的可操作性等方面提出了宝贵建议。

本次会议的成功召开，一方面完善了安全性研究方案，同时也让昆药集团从深层次了解到专家对产品的看法，为以后的研究提供了方向及思路；另一方面也让专家

了解到昆药是一家有社会责任感和公益心的企业。袁平东总裁在会上向与会专家们表达了昆药集团培育络泰大品种的决心和对质量安全性的高度重视。企业主动出击，希望通过安全性再评价找出问题、面对问题、解决问题，做好络泰的安全性再评价，对老百姓、对公众负责。昆药集团十分愿意邀请院士及国内顶级专家制定并推动方案实施，共同完成这项有意义有价值的工作。

昆药集团络泰安全性再评价中医院集中监测项目的启动，在业内引起了很大反响，有专家认为，昆药集团此举将进一步巩固络泰品牌在市场上的领先地位，促进络泰大品种的培育和提升，进而提高公司在制药行业的整体竞争力，同时也可看出昆药在心脑血管领域加大投入的信心和决心，项目研究成果令人期待。

“昆中药传统中药制剂” 入选国家级非物质文化遗产名录

文 / 昆中药 杨祝庆

2014年12月3日，中华人民共和国中央人民政府网发布《国务院关于公布第四批国家级非物质文化遗产代表性项目名录的通知》（国发〔2014〕59号），正式公布第四批国家级非物质文化遗产代表性项目名录，昆明中药厂有限公司“昆中药传统中药制剂”成功入选，成为云南省第一家入选的中药企业，实现了云南省传统中药入选国家级非遗项目零的突破。

早在2013年11月，“昆中药传统中药文化”就已列入云南省第三批非物质文化遗产名录。此次“昆中药传统中药制剂”入选国家级非物质文化遗产名录，再次体现了国家对传统中医药文化的重视和保护，也证明了“昆中药”这一品牌在我国传统中医药领域的历史价值、文化价值和科学价值。

“昆中药传统中药制剂”植根于兰茂《滇南本草》等云南药典和云南丰富的中药材土壤，数百年来，昆中药人传承了精湛的制作技艺，将中医药与云南民族民间医药相结合，博采彝药、苗药、壮族等民族医药众家之

长，创造了一大批具有云南地方特色和疗效优势，并被广为传颂的特色产品。内涵丰富的昆中药传统中药文化，在数百年的传承下，精益求精，成为了宝贵的非物质文化遗产。

此次“昆中药传统中药制剂”成功入选意义重大。昆中药是“中华老字号”企业，是云南十大历史品牌企业，汇集了历史上昆明地区中医药的精华，具有广泛的代表性和典型性。昆中药项目的成功入选，极大鼓励了云南省中医药界申报和保护非遗的信心，将带动其他单位和企业积极申报和保护非物质文化遗产，极大地丰富和发展云南传统中医药文化。

- 1. 70年代昆中药配药组职工在捡药材现场
- 2. 60年代昆中药老职工工作现场，当时的老职工杨莲芳
- 3. 60年代昆中药职工正在进行大蜜丸生产
- 4. 昆中药“朱氏双美号”传人朱亮卿
- 5. 50年代初昆中药工厂大门
- 6. 70年代昆中药生产设备：碾槽



昆中药开工图

历史悠久 文化价值重大

昆中药，全称昆明中药厂有限公司，是“中华老字号”企业，也是中国中药五大老字号之一，解放后由82家昆明地区的老药铺合并而来。“昆中药传统中药制剂”是源于明洪武十四年（1381年），传承630多年，由昆明中药厂有限公司传承发展的，流传于云南省昆明地区的传统中药文化。它包括“厚德”“精工”“毋减”的药德药道，独树一帜的产品体系，口口相传的造药技艺，“舒清养”治未病的中药养生理念和方法，严谨苛刻的“师带徒”制度，82家老字号药铺“痼疾在抱”的经营之道和历代老药工践行的勤勉文化等七项文化内涵，是云南民族医药的典型代表，是我国传统医药的重要组成部分。

昆中药传统中药的制作历史，启于明初。《云南省志·医药志》记载：“明洪武十四年(1381)随征南右副将军沐英入滇的军医朱双美，曾制售过朱氏善用水酒和小儿化风丹，并将这两种成药给两子分售，历经明、清、民国三个朝代。”

解放后，在公私合营时，昆明地区包括“双美号”“孙万松草堂”“体德堂”等82家坐商和19家行商并入昆中药。这使得昆中药汇集了数百年昆明地区中医药的精华。2011年被商务部认定为“中华老字号”企业，是中国中药五大老字号之一。作为老厂，“昆中药”在云南老百姓心中有“放心药”的美誉，品牌价值极高。

技艺独特 产品自成一体

作为文化的载体，独特的产品和技艺是昆中药的核心。昆中药各老药铺先后创制众多精品国药，自成一体，如朱氏双美号的朱氏善用水酒和小儿化风丹，体德堂的“郑氏女金丹”、万松草堂的“小儿救急丹”，长春坊的“阮氏上清丸”，福元堂的“保产达生丸”，姚济药号的“姚济资生丸”，福林堂的“再造丸”“感冒疏风丸”，玉六堂的“止咳丸”，姚荫轩创制的“桑菊银翘散”，聂耳父亲的成春堂制售的“疥疮药膏”，萧光汉的生三七丸、熟三七丸……这些产品配方独到，疗效确切，在明、清、民国时期就已驰名，在当时曾有“三病两痛之仙方，五劳七伤之妙药”的美誉！“北有乌鸡白凤丸，南有郑氏

女金丹”，“北有安宫牛黄丸，南有再造丸”，“东有片仔潢，西有百宝丹”是当时的流行语。

云南中医药学家把中医药与云南地道药材相结合，创造了许多云南特产中成药。如“舒肝散”，又称“云南逍遥散”，是云南四大名医姚贞白创制的，尤其适合云南人使用。云南省中医药研究所原所长张震对此曾给予高度评价，他说“它在宋代《太平惠民和剂局方》‘逍遥散’的基础上，加了丹皮、栀子和醋香附三味药，了不起！”增加后的舒肝散，药性偏凉，降低了燥热，更加适合滇中一带干燥气候下的妇女使用。



非遗保护 取得显著成效

近年来，昆中药采取“生产性保护方式”对传统中药加以保护。保护措施涉及品牌建设、传承制度、生产线、老字号、老药工等诸多方面，并取得显著成效。

2012年启动昆中药品牌建设。设计了昆中药“如意花”标识，对昆中药的品牌形象做出新的定位，以“中华老字号，精品昆中药”为战略定位，实施“精品国药”战略，致力于制造的每个产品都是精品。2012年起，恢复实施“师带徒”制度。在传统中药生产岗位上，设立师徒人员32人，并把这些岗位列为关键岗位，稳定药工。

规划和建设新的传统中药生产线、场所以及“昆中药博物馆”。从2013年起，在马金铺工业园区新基地，将传统中药新的生产线和博物馆纳入规划和建设之中。2014年5月云南省人民政府在昆明高新技术开发区马金铺片区举行全省重点项目开工仪式，时任云南省委书记秦光荣、省长李纪恒为昆中药建设项目奠基。

恢复了一批老药的生产。2014年起，已恢复百宝丹擦剂、生三七丸、熟三七丸、五味子糖浆、益气健身膏等云南老药的生产，供应患者使用。在防病治病中，唤起昆明人乃至云南人的民族历史认同感和传统用药记忆。

开展非物质文化遗产调查。两年来，借“申报非物质

文化遗产”的时机，昆中药组织访问老药工、老领导和老字号的后代30多人，抢救了一批珍贵的档案资料。包括证照67张，工具3件，访问记录13份，拍摄老职工照片78张，录像时长12小时。基本摸清昆中药非物质文化遗产资源。随后，注册保护历史上的老字号。2013年起，已经完成前期准备，通过商标注册方式，保护昆中药历代中药人创造的老牌号。

成立专家团，整理昆中药产品资料。2013年月起，昆中药成立由硕士以上人员和高级专业技术人员组成的专家团，组织10多人参与，整理传统中药产品资料，指导患者合理用药。

作为国家级非遗保护单位，昆中药将按照承诺履行保护计划，认真贯彻国家“保护为主、抢救第一、合理利用、传承发展”的工作方针，坚持科学保护理念，制定规划，扎实做好非物质文化遗产代表性项目的传承、传播工作，积极推动非物质文化遗产保护，继续发扬和光大中医药文化，更好地为人民群众健康服务，为弘扬中华优秀传统文化做出自己的贡献。



昆中药五人被命名为区级非遗传承人

文 / 昆中药 陈宗凤



11月5日，昆明市西山区人民政府正式发文，昆中药春永仙、李恒、姜秀英、钱进和阮云5名员工被命名为“昆中药传统中药文化”项目区级代表性传承人。

11月18日，昆中药入选的5名区级传承人在工会主席、综合管理部经理刘云森的带领下，参加了西山区第三批非物质文化遗产代表性传承人颁证座谈会。西山区文化旅游体育局陈锦局长代表西山区政府为5名传承人颁发了命名状。西山区非遗中心赵海林主任带领与会者参观了西山区非遗展示中心，并介绍了区非遗保护情况。

“昆中药传统中药文化”是源于明洪武十四年（1381年），传承630多年，由昆明中药厂有限公司传承发展的，流传于云南省昆明地区的传统中药文化。它包括“厚德”“精工”“毋减”的药德药道，独树一帜的产品体系，口口相传的造药技艺，“舒清养、治未病”的中药养生理念和方法，严谨苛刻的“师带徒”制度，82家老字号药铺“痼疾在抱”的经营之道和历代老

药工践行的勤勉文化等七项文化内涵，是云南民族医药的典型代表，是我国传统医药的重要组成部分。2013年11月，该项目被列入云南省非物质文化遗产名录。

制药技艺是中医药非物质文化的核心。为有效保护和传承非物质文化遗产，昆中药从2012年起成立了非遗保护领导小组，开展保护工作，并恢复“药工拜师仪式”，实施师带徒制度，稳定传承人队伍。同时，昆中药还在内部认定了第一批12名传承人，鼓励和支持传承人开展传习活动。2014年9月，昆中药赵桂英、刘珍和张元昆三名老药工入选云南省非遗传承人名录。

此次入选区级的5名传承人，他们长期在炮炙、泛丸、大蜜丸、药材识别与检验岗位上，技艺精良，成绩突出，是中成药制造的行家里手。他们是班长或业务骨干，带徒授艺，培养后继人才，多次获得公司或上级部门的奖励。此次被命名为区级代表性传承人，为昆中药树立了药艺新榜样。



春永仙，1974年入厂后被分配至配方车间，师从傅玉琨老师傅。傅玉琨是旧时“万生国药号”的店主。傅玉琨1929年进入“杨大安集生药号”当学徒。解放前，在“云南大药房”当店员。擅长药性，有丰富的切药和配药经验。1950年在正义路28号开设“万生国药号”，门市零售咀片药材。公私合营后，并入昆明市中药材加工厂，负责炮炙和配药。1980年春永仙被调至炮炙组，先后师从张淑珍和江祖恩两位师傅，学习炮炙手艺。从此，她一干就是23年，直到2003年5月退休。



钱进，1989年7月毕业于云南大学化学系分析化学专业，此后被分配至昆中药工作至今。1990年6月后，开始从事药材、药品识别与检验工作，从事质量检验与管理24年。现为高级工程师，是昆中药公认的药材、药品识别与检验的专家。如今，钱进带领着4名药材检验员，为质量把关。药材鉴别这一传统技艺，在钱进等人的传承和发展中，有了先进的科学仪器的介入，焕发出了勃勃生机。为了制剂的疗效，钱进等检验员正在从源头上下功夫。



李恒，1990年2月进入昆中药前处理车间工作。先跟随徐小龙师傅从事配方领料工作，掌握了药材配伍、清洗的基本知识，熟悉了几百种药材的名称、性状和配比剂量，为此后的炮制工作奠定了良好的基础。2001年起，李恒拜春永仙为师，从事传统中药炮炙工艺的学习和生产。李恒学习刻苦，逐步掌握了春永仙师傅的多种炮制技艺，尤其以炒、炙、烫三种制法最为得心应手。2003年，春永仙师傅退休后，李恒任炮制班班长，接替师傅的班，带领炮制班负责昆中药的炮炙生产至今。



阮云，1991年11月至今在昆中药工作。1991至1998年在昆中药三车间（大蜜丸），从事大蜜丸扣壳、插钎、盖面、掐拔、盖章工作；1998年—2001年任水蜜丸班长，从事水蜜丸清肺化痰丸、水丸金花消瘰丸的泛丸工作；2001年—2014年期间一直任职大蜜丸内包班长。阮云是新中国成立后的第三代制药工人，她在大蜜丸制作中先后师从周秀芝、王永明等师傅，是大蜜丸制作的专业能手。如今，阮云所在昆中药蜜丸生产线，月产量已达到9吨左右，成为了昆中药一大特色剂型。



姜秀英，1988年9月至今在昆中药从事制药工作。1988年至1998年在昆中药从事包糖衣和外包装工作，跟随马莉、汤吉和刘树华三人学习，1999年至今师从张元昆学习泛丸制作技艺。姜秀英，在丸剂的泛制法制作过程中擅长：起模、泛丸、盖面、干燥、抛光等工艺。由于起模是关键工序，2006年起姜秀英专职负责起模。多年来，她不断钻研泛丸制作技艺，为泛丸提供优良的丸模，做出的丸粒圆整光滑，形成了自己独具特色的制作技艺。

携手抗击疟疾，传递领先科技

——诺华与中国各方合作伙伴共庆携手抗击疟疾20周年

文 / 海外事业部 任 丽



北京，2014年12月16日。诺华与中国各方合作伙伴共庆携手抗击疟疾20周年，并总结这一合作在拓展全球医药健康可及性方面的显著成果。“这一开创性的合作，不仅构建了抗疟疾药品研发、生产和配送的完整体系，还为世界和中国带来了多重效益。”诺华防治疟疾行动计划市场准入与能力建设负责人Hans Rietveld表示。

通过多方合作，诺华已经向疟疾多发国家和地区零利润交付了7亿份以青蒿素为基础的复方抗疟疾药品复方蒿甲醚。以青蒿素为基础的联合疗法为全球抗击疟疾工作做出了突出贡献：根据世界卫生组织于12月9日发布的《2014年世界疟疾报告》，自2000年至2013年，非洲的疟疾死亡率下降了54%。

中国在全球抗击疟疾的斗争中也发挥了举足轻重的作用。以青蒿素为基础的联合疗法的关键药品复方蒿甲醚（蒿甲醚-本苄醇），是由中国人民解放军军事医学科学院周义清教授带领的团队首先研发的，这一团队于

2009年荣获“欧洲发明人奖”。诺华与中国合作伙伴在中国中信股份有限公司(CITIC)的牵头和协调下，在全球共同开发和生产疟疾治疗药物。中国合作伙伴昆明制药集团股份有限公司(KPC)和浙江医药股份有限公司新昌制药厂(ZMC)主要生产和供应复方蒿甲醚的重要组份——蒿甲醚和本苄醇。

这一合作不仅为全球抗击疟疾工作做出了重要贡献，还传递了诺华的领先技术，惠及中国企业。中国合作伙伴通过学习诺华的先进技术，重新设计了生产设施，建立了新工厂并升级了质量保证体系，以使药品符合全球药品生产质量管理规范(GMP)。“通过与诺华这样的世界领先的医药健康公司合作，我们学习了全球领先技术，使我们生产的药品符合世界标准，从而能够走向国际市场。”浙江医药股份有限公司总经理蒋晓岳表示。此外，中国农业种植者和本地经济也受惠于这一合作。在中国生产的青蒿素来自于100万中国农业种植者在



1万多公顷土地上种植的12万吨青蒿。至今，诺华已经使用了由中国合作伙伴提供的426吨青蒿素。

“我为诺华与中国合作伙伴共同取得的成就深感骄傲。同时，这也激励我们继续前行，兑现承诺。”诺华集团（中国）总裁徐海瑛表示，“我们不仅为全球消除疟疾的目标而努力，同时致力于通过专业知识和技术以及众多企业责任项目，实践‘关爱生命，呵护健康’的使命。”

合作伙伴关系贯穿诺华防治疟疾行动计划，协助实现消除疟疾的最终目标。在众多合作关系中，“生命短信(SMS for Life)”以及“捐赠一元，汇聚力量(Power of One)”项目具有开创性意义。生命短信项目在诺华主导、多方支持下，构建创新型公私合作伙伴关系，通过手机、短信以及电子定位技术保证疟疾治疗药物的供应。目前，这一技术已经在坦桑尼亚、肯尼亚、加纳、刚果民主共和国、喀麦隆等国家得到了推广和应用。

“捐赠一元，汇聚力量”项目是一个全球数字化募捐项目。自2013年起，诺华携手告别疟疾基金会(Malaria No More)，鼓励公众为非洲疟疾患儿捐助药品。公众捐助的每一美元，都能为一个疟疾患儿提供一疗程的治疗方案。

关于诺华防治疟疾行动计划

诺华防治疟疾行动计划(Novartis Malaria Initiative)是制药行业中最大规模的药物可及性计划之一，主要关注疟疾的治疗、药物可及性、能力建设以及研发。过去十年来，该计划已经零利润向公共部门提供了7亿份疟疾治疗药物，其中包括2.5亿份专为儿童研发的儿科抗疟疾药物。下一步，诺华还将致力于研发新一代抗疟疾药物以进一步实现消除疟疾的目标。诺华的两类新药正处在第二期临床试验阶段。

华立集团44周年庆暨第四届 “唱响昆药 畅想未来” 音乐嘉年华顺利举办

文 / 综合服务平台 赵中华



10月17日晚七点，在神曲《小苹果》欢快的歌声中，昆药版“小苹果”之舞隆重登场，迅速引爆全场。在热烈的气氛中，华立集团44周年庆暨第四届“唱响昆药 畅想未来”音乐嘉年华隆重拉开帷幕。

此次比赛共有来自昆药集团及各子公司团支部的参赛选手12名。参赛节目形式多样，有独唱、合唱、音乐剧、萨克斯独奏等，部分选手是今年刚加入公司的新人，他们用自己的多才多艺征服了现场的所有观众，为大家带来视听盛宴的同时，也展示了昆药年轻人的蓬勃朝气。无论是积极向上的歌曲《我的未来不是梦》、乐

观感人的音乐剧《质量部的春天》，还是“纳西族小王子”和万晟带来的纳西语歌曲《纳西酒歌》、罗艺灵用萨克斯演奏的经典《我心永恒》，每一个节目都有自己的亮点，一首首风格各异的歌曲，把现场气氛一次次推向高潮。

值得一提的是，昆药团委对此次比赛的形式做了大胆的创新，第一次将微信公众平台使用到比赛中，无论是获取节目单还是整个比赛的评分过程，都通过微信平台来完成，不再设专业评委，比赛形式公开、透明。参赛选手的总分由场外支持率和现场支持率构成，其中场



外支持率占30%，选手通过在昆药微信公众平台的风采展示争取粉丝的支持，由粉丝投票决定得分；现场支持率占70%，由现场观众通过微信平台投票选出自己最喜欢的参赛选手。

通过这样的比赛方式，活动的关注度及参与面得到了很大的提升。在“场外支持率”环节的比拼中，昆药微信投票平台的点击率超过了19500次，其中排名前三的选手罗艺灵、庞林和邓婷的支持率分别达到了2211票、2138票及1571票，受欢迎程度远超主办团委的预料。在现场才艺的比拼中，得票率最高的是来自研究院

团支部的和万晟；其次是KBN团支部的伏丽莉；KBN团支部的朱颖和质量部团支部的迷你音乐剧并列第三，他们当之无愧地成为了当晚最受瞩目的“明星”，获得了“现场人气王”大奖。

比赛年年有，今年尤为特别。无论是参赛选手的整体风貌还是创新的比赛形式，都突破了往年的规格。在昆药集团倡导全员创新的时代，团委用一场别出心裁的比赛，给我们带来了不一样的惊喜，也为华立集团44周年庆献上了自己的一份心意。创新不分大小，只要肯尝试，一定会擦出不一样的火花，创新的昆药最闪耀！

玉兰花开 昆药醉美

图文 / 综合服务平台 罗艺灵

素面银花粉黛妆，
翠芽玉盏擎碧蓝。
一许留心得佳景，
醉美昆药玉兰香。

下面请你跟着我们一起，来欣赏一下昆药小伙伴镜头下的玉兰花吧。

这世上从不缺少美，缺少的是发现美的眼睛。

一月的昆明阳光明媚，每天行色匆匆的你，是否留意到公司的玉兰花开得正艳？





清·朱廷钟《满庭芳·玉兰》
 刻玉玲珑，吹兰芬馥，
 搓酥滴份丰姿。
 缟衣霜袂，赛过紫辛夷。
 自爱临风皎皎，笑溱洧、
 芍药纷遗。
 藐姑射，肌肤凝雪，
 烟雨画楼西。
 开齐，还也未，
 绵苞乍褪，
 鹤翅初披。
 称水晶帘映，
 云母屏依。
 绰约露含日，
 冰轮转、
 环参差。
 问琼英。返魂何处？
 清梦绕瑶池。



明·沈周《题玉兰》
 翠条多力引风长，
 点破银花玉雪香。
 韵友自知人意好，
 隔帘轻解白霓裳。



规范灵活 注重实效

——昆中药项目设备招标有感

文 / 昆中药 施彦康 李永华 图 / 罗艺灵

投标报价2400多万元的一系列设备，最终以1800多万元中标，这是昆中药马金铺项目大型设备招标中传出的佳音。

近日，昆中药马金铺项目建设前期大型设备招标开标工作顺利。本次开标，集团领导袁平东、徐朝能、汪绍全、昆中药董事长刘鹏和昆中药项目组相关人员参与了这次开标会。

我们在程序上对本次开标进行了创新：先经过技术统标和初评，初评最优的前三家投标人作为入围厂家进入第二轮议价。第二轮邀请入围厂家现场与招标小组面对面沟通，并进行了现场的书面二次报价。在公平公正且竞争激烈的议价现场，原本总报价2493万元的各中标人最终报出了1893万元的总报价，总价下降600万元，降价幅度为25%。

此次招标整个过程历时超过半年，在工作中不断积累经验，总结改善招标管理，终于取得这样良好的结果。我们认为主要有以下几个方面值得总结：



一、广定结合，有效发布

广：就是通过全国药机会、同行使用信息等渠道，超越公司使用设备的现状，广泛了解全国相关设备的生产供应情况，多次反复与各厂家交流、试机，积累设备生产厂家的信息，扩宽信息来源，并且在昆中药、昆药集团、设备招标网、中国采购与招标网等网站上公开发布招标信息，甚至在全国药机会现场发布邀请函；

定：就是考虑到各个网站的关注人群的局限性，同时将招标信息定向发送给通过各种渠道得到的具体设备生产厂家联系人，提醒其关注网站招标信息，这样确保应标面足够广泛，兼顾已有的信息不遗漏。

二、分级开标，过程规范

考虑到应标厂家众多，我们在制定评标标准时花了大量精力。现在评标分为三级：

第一级：技术标。技术标评标主要以满足使用目的为主，结合资质、规模、专利、近三年市场销量、售后等条件，在统一的细化评标条件下，先进行开标统计。这个过程基本能判断设备生产厂家的技术实力。

第二级：商务标。主要评价设备厂家的技术交流情况、试机情况、报价情况、企业形象等，做出数据化评价。

第三级：现场议标。在前两级评标的基础上，评选出得分高的三家（根据是否使用过、对标企业使用情况等，必要时会再多邀请一家），进行面对面议标，最终定标。这次开标就属于现场议标。在每一级开标环节，都会有工作人员、审计人员参与，在商务标和现场议标时，更邀请法务部人员参加，对整个过程进行监督。



三、性价良好，注重实效

昆明中药厂有限公司中药现代化提产扩能项目的定位就是中药现代化，所以选择设备时要有预见性，既追求价格低，也强调设备的先进性，这就是强调了设备良好的性价比。但性价比要通过量化的指标来体现，也要通过使用车间的综合评价来实现。评价一方面是考察、试机、使用的心得，另外也考虑对标企业的信息了解，设备生产厂家的销售合同，现场交流时企业的专业水平等综合因素。这次评标，选用设备就充分体现了良好的性价比。如薄膜包衣设备、制粒设备，选用时更注重技术，而储罐更注重价格。当然，在现场评标时公布投标各方的投标价，本身就是最好的议价方式，也才能促成了本次招标的良好效果。



四、坦诚公开，服务转型

招标管理，首先是规范的管理过程，这依靠不断完善细化管理制度，过程中对严格遵守制度、纪律。但更需要参与人员对企业高度负责、坦诚公开的态度，这既是对人的要求，也是对企业的要求。企业的工作氛围，是对这两个方面最大的保证。我们这次招标，得到了各级领导，特别是集团领导的大力支持，领导们在会议中专注投入，严格务实，同时又以身作则，坦诚交流，使参会人员能畅所欲言，真实表达自己的观点，体现出技术招标的通用性和独特性，充分发挥了各级专业人员的价值。在紧张有序的现场评标过程中，我们突然意识到，领导们已经在用行动表明了良好的支持服务作用。

当然，我们在招标中也存在许多需要改进的地方，比如：技术标评定细则还可以继续完善，标书编制还可以更加严谨，组织过程还可以更紧凑等等，而更重要的是，我们各级参与评标的技术人员要更多地走出去，了解国内、国际的技术动态，不断学习和借鉴，才能增强判断力。在招标过程中，因为涉及的金额较大，专业跨度较大，也容易产生各种不理解，甚至误解，会对工作产生困扰。有位领导开导得好：君子坦荡荡，小人长戚戚。大家只要集中精力于工作，不断学习，不断改进，一定能做到规范灵活，注重实效，完成自己的使命，实现企业的发展目标。

项目经理，要进得去也要出得来

——研发平台项目经理竞聘会参会有感

文 / 研发平台 孔 玫



1月15日（星期四），研发平台首次项目投标（项目经理竞聘会）在管理中心二楼会议室举行。除公司高层领导、外部及内部专家列席评判外，我们作为研发人员也有幸参与了旁听。

此次竞聘的有自主研发的创新药、仿制药、技术合作、生产技术转让等17个项目、16位研发人员参与，选手不但包括了有着数十载研发经历、经验丰富的资深研发人士，亦有信心满满、摩拳擦掌的青年员工。竞聘报告要求采用统一格式和侧重，展现自己可以胜任所竞聘项目的项目经理的专业素养和管理能力以及组建的项目组可以顺利完成项目的信心和能力。每位选手的报告各有特色，向我们展示出不一样的风采。

竞聘人员，不管是之前曾为该项目的项目经理，还是竞聘新立项项目，在竞聘前都进行了充分的准备，对所竞聘的项目尽可能全方位的调研、理解和分析，而且结合之前所积累的或多或少的经验，提出了项目可能的风险（例如技术难度、人力分配紧张等）和相应的对策。这体现了做事必须要“进得去”——如果只是浅尝辄止的态度了解学习，就只能停留在表面，最多达到知道的程度，而只有进去了、掌握了、投入专注的去做，才能触到事情的核心、把事情做好。

进得去，很重要，但出得来，更重要。如果一味的只能沉湎在项目中，着眼于项目的种种细微之处，而不能进去又出来，就像“不识庐山真面目，只缘身在此山中”的游人一样，无法从宏观的角度把控项目、管理项目，就不能成为一个合格优秀的项目经理。项目经理，进得去也要出得来，能调集项目内外所有的信息和资源，促成项目的成功。个人认为，这“出得来”有两点值得注意和考虑：

一是项目经理要对项目开发目标有比较明确的预期，

这就是说要从项目本身出来，站在一个更高的高度和更广的空间上，明确承担项目的开发目标，也许有人要说，目标我有啊，不就是把这个项目开发出来。不，这就是一个不够明确的目标。怎么样才算明确？我们可以借鉴药审中心对CTD格式资料“3.2.P.2”中对产品开发目标的要求，界定出项目目标（还可参阅去年谭老师的讲义中的表格）。做项目前，问问自己，这个项目是创新药还是仿制药？创新药要求“新”和“特”，开发项目就要做出其优势和特色；仿制药要求“同”，要与原研一致，具体需要去做哪些研究工作、做到哪种程度。诸如此类的问题，在目标明确的基础上，制定项目开发计划，并在项目开展中管理和在必要时适当调整项目目标，确保项目向目标运行、不会偏离轨道。

二是开发项目，不单着眼于这个项目，还要跳出这个项目，了解和跟踪国内外相关的技术进展和研发资讯，这样既是对自身持续学习和提高，也是知己知彼、及时掌握竞争对手的动态，同时避免采用了落后或濒临过时的技术方法或研究方法而导致项目失败。

进得去、出得来，才能真正做好项目的管理。另外，本次竞聘也体现出研发人员在思想上的一些非常好的转变，例如更加看重团队协作，在团队管理思路提出“在项目中促进团队中每位成员的共同成长提高”，还有不少选手都提到要学习和采用先进的项目管理方法和思路进行项目管理，等等，正是技术出身人员从事项目管理需要尽快加强的地方。

这次竞聘，让我们看到了不少研发人员的成熟和成长，也让我们相信研发平台的变革与发展势不可挡，期待研发平台在不久的将来，持续繁育出更多、更好、且切合昆药实际的产品。

90后的创新

文 / 孵化事业部 马 腾



有两个人必须要说：一个是90年出生从事互联网金融的锐博汇通CEO孙宇晨；另一个是92年出生从事KTVO2O项目的一起唱CEO尹桑。他们没有任何大公司经验，就开始启动自己的创业项目，并且很快获得融资。

如果你有一个创意，赶快做出来，有人下载并分享到社交网络，就有可能一夜爆红。这就是现在许多90后从创新到获得融资再到成功的新路子。

一个颠覆性的时代正在被定义，这或许是一次挑战，更是一次冒险，但任何行业的突破性飞跃都源于“敢吃螃蟹”的勇气和思维模式的创新。

和两年前相比，现在的90后背景更加丰富，有海归，也有本土，从事的行业也由纯粹的互联网行业延伸到更多领域。他们反权威、语不惊人死不休，同时又不乏建设性。

最好的情况是，他将创造下一个百度、腾讯、阿里巴

巴。最糟糕的情况当然就是“再次尝试”。他也许会成为下一个马化腾或者李彦宏，也许不会。

对于一名从事综合行政工作的90后来说，我也在工作中不断的尝试创新、寻求突破。从与旅行社合作利用其庞大的酒店数据来扩宽接待的选择面，到办公用品的精细化实时采购来节约办公成本。

我认为创新也并不一定是去创造新的用户需求，从细节中去满足用户年龄层更新中自动产生的新需求，从交互方式上、呈现状态上为用户带来新的感受同样也是一种创新。

创新的世界真的太大了，我们要的总是太多，想的也太广；但其实一个点就够，如果我们每个人在参与过创新大赛之后都能找到一个点，勇敢的去尝试、大胆的去创新去颠覆过去的自己，那么今天你所收获到的——将会比获得金奖更大，更值得炫耀。



昆药集团2015校园招聘

闪“药”梦想——寻找下一个创想家

（一）招募条件

- 具备创想家的潜质：
- 创：即使是再平凡的工作，也有创新意识，把平凡变得伟大，追求卓越；
- 想：天马行空，敢于想象，勤于思考，对新兴事物具有强烈的好奇心；
- 家：不仅有想法，并且能把想法付诸实践，即使遇到困难也能够百折不饶；

（二）招募对象

2015应届全日制本科、硕士及博士研究生，期望长期在医药行业发展，医学、药学相关专业优先考虑。

（三）招募岗位及条件

1、管理培训生

岗位职责：希望成为企业未来的CEO，实现高大上的人生理想，那就来这里吧；除了量身定制的培养计划，还有全方位系统的轮岗，以及参与公司战略规划及决策的实施机会。

要求：具有“领袖”的特征，具备较强的综合素质，既能深入系统地思考问题，又能口若悬河，纵横捭阖；不论何时，都是朋友们的灵魂人物；热爱挑战，坚韧不拔，百折不饶。

2、临床研究（昆明）

岗位职责：随时跟踪最新的研发动态；设计研发方案，精密计算，精密实施；365天的工作都是在实验室度过，预想的实现就是最大的成功。

要求：具备科学工作者的潜质，典型的概念主义者；期望在所属领域出类拔萃，求知欲强烈，善于发现可能性，善于理解复杂的问题，对自己和他人都是高标准严要求，具有较强的创造性思维。还有必备的是需要医药相关专业硕士以上学历哦。

3、海外产品经理

岗位职责：领略异域风情周游列国；传播中华医药文化；重塑产品形象、定位产品理念、策划产品推广；说着比母语更加熟练的语言为代理商进行产品培训。

要求：热爱策划，期望长期在医药行业发展；具有优秀的培训素质，医学、药学硕士以上专业，产品较为专业，所以这是必须的；英语口语流利，要不怎么给外国友人培训呢？

4、临床研究

岗位职责：临床项目在哪我们就在哪，每天不是在对临床项目稽查，就是在前往临床基地的路上；每天和临床基地医生不断沟通，了解项目的进展，推进项目的实施；和CRO公司的人斗智斗勇，争取制定的临床方案能够结合产品的特点，临床质量做到NO1；钱途无量的哦。

要求：临床专业硕士以上学历是必须的，不懂医没办法和研究者交流，以及完成临床质量的稽查工作；专业要好，学习能力要强，耐心要好，沟通协调能力强，能够接受短期频繁出差。

5、储备销售代表

岗位职责：希望成为高富帅和白富美，那来这里吧；全国的工作地点任你选择，6个月的储备培训期让你无后顾之忧；主要的工作是和代理商斗智斗勇，他们都是行业内的人精，需要你维护和开发他们，通过他们将我们的产品销售到终端。

要求：具有较强的财富欲望，热爱挑战，愿意为改变命运抛头挥洒热血，希望自己人生的每一天都是不同的，能够接受全国的工作地点，医药专业优先。

6、市场类

岗位职责：销售们称他们是“最可爱的人”；竞争对手和我们的产品有什么区别？产品的理念是什么？产品的宣传重点是什么？产品的今年对客户的市场推广政策是什么？

要求：既逻辑缜密，具有较强的分析能力，又有惊天地泣鬼神的策划能力；同时还具备舌灿莲花的培训能力；医学、药学专业硕士以上学历哦。

7、海外销售代表（法语）

岗位职责：昆药“外交官”；独自前往海外，除了了解当地药政政策及市场情况，还需要完成产品注册、开发客户及产品推介工作；非常具有挑战性哦。

要求：喜欢挑战，追求财富，期望到不同的国家体会不同的风土人情；具有丰富的国际贸易和药品知识；法语能够熟练运用，达到炉火纯青的水平；人际交往能力超强，朋友圈遍布各个领域，本科以上学历，法语或医药相关专业均可哦。

8、电子商务

岗位职责：一同为建立未来医药界的“淘宝”而努力；是每个品种的掌柜；从设计到策划产品方案，从宣传到实施，从安排上架到发货，没有不懂的；一切尽在掌握之中，掌柜绝对

是其中的灵魂人物，事无巨细。

要求：电子商务专业或具有网店运营经验优先哦；热爱电子商务，对电商平台产品的设计、宣传、销售有浓厚兴趣，耐心细致，有一定创意的鬼才优先哦。

9、质量管理

岗位职责：药品健康专家；对所有出厂前的药品生产过程、药品质量进行监督，参与完善质量标准。

要求：吹毛求疵的“精神病”优先；完美主义者优先；把细节做到极致，非常仔细和认真优先；勤奋谨慎优先；最受别人最信赖的优先；最后，药学专业是必须的。

10、工程类

岗位职责：参与整体药厂搬迁工作。

要求：土木工程专业是必须的。

11、工艺员

岗位职责：严格参照目前工艺标准监督生产，改进和完善目前工艺标准。

要求：内心坚定，愿意长期钻研技术；具有较强的求知欲，学霸神马的优先。

12、财务类

岗位职责：如果想象的还是辛苦记账，不停的做各种报表，那就out了；利用各种财务软件，分析各种财务数据，为企业提供决策支持，做好“内当家”才是主要工作。

要求：财务专业是必须的；最好对数字敏感，热爱分析，细致认真的优先哦。

13、设备类

岗位职责：你是生产设备的医生，车间设备的维护、检修是你的职责，保证设备正常运转是你的使命；你是车间荣誉的保卫者，车间设备上通过GMP验证的闪闪勋章，就是你所守护的荣誉。

要求：设备相关专业优先。

联系方式

简历投递邮箱：zhaopin_kpc@163.com

投递时名称请写成（姓名+应聘岗位）可以通过“前程无忧”或“智联招聘”搜索“昆明制药”投递简历

联系电话0871-68319868转5212

联系地址：昆明市高新区科医路166号

公司微信号：kunyaojituan

《海尔转型：人人都是CEO》

作者介绍

曹仰锋
博士，香港创业创新研究院院长，斯坦福大学访问学者，欧洲隐形冠军研究院研究员，北京大学光华管理学院工商管理博士后。

研究兴趣为商业模式创新、国际创业、领导力与组织变革等。擅长案例研究，长期跟踪研究海尔、华为、联想等企业的创业创新机制和国际化战略。

首创“隐形冠军” 成长营项目，任首席顾问。深度研究德国及北欧四国（丹麦、瑞典、挪威、芬兰）“隐形冠军”企业发展战略，并将其与中国独特的商业环境进行融合，发展和提出了“中国式隐形冠军”成长理论及模式，致力于为企业提供商业模式创新全面解决方案，助力它们成为“世界级隐形冠军”。

在《哈佛商业评论》中文版、《商业评论》、《北大商业评论》、《清华管理评论》、《中欧商业评论》、《新华文摘》、《管理世界》等杂志发表文章数十篇。

内容介绍

互联网时代，企业经营环境瞬息万变，同时顾客需求呈现出“多元化”、“个性化”和“碎片化”的特征。如何快速创新商业模式成为企业面临的主要挑战。

在这种大背景下，海尔以变化拥抱变化，于2005年启动了“人单合一”管理模式改革，经过9年时间，改革已经被证明有效。通过“人单合一”管理模式，海尔最大化地释放了每名员工的工作活力，企业则转化为员工“自我创业”的平台，打造“平台型组织”，并致力于构建“全球商业生态系统”，与顾客变交易关系为交互关系，开放式创新，共同谋求发展与进步，互惠互利，实地践行“无边界企业”原则。

本书作者跟踪调研海尔16年，从管理、薪酬体系、财务系统改革、组织结构、企业文化等9个方面对海尔的“人单合一”管理模式进行了细致且深入的介绍。

每家企业都有自身的特点，完全照搬海尔的“人单合一”管理模式不太可能，但秉持开放的心态，海尔“人单合一管理模式”变革必定能给中国企业提供最佳借鉴意义。

推荐理由

16年密切追踪企业，9年“人单合一”管理模式艰辛变革

互联网时代，传统制造型企业转型最佳样板

致力于打造“平台型企业”，创建“全球商业生态系统”

与顾客和员工实现共创共赢

书中内容展现出曹仰锋博士深厚扎实的专业理论功底，透过创新的管理模型以及案例，很好地对海尔模式探索进行了专业的管理解读……当前海尔的探索之路依然面临诸多挑战和阻碍……在这个变革过程中，如何让创新管理理论与企业的实践更好结合，让理论更好去指引实践的方向，通过实践又可以更好地对理论进行验证升级？这方面，海尔尤为需要把全世界变成自己的“研发部”，整合各个领域的专家共同研究与实践。

——张瑞敏，海尔集团董事局主席CEO



昆药集团

全新LOGO 隆重面世

古有医家悬壶之德，普渡众生载福载物。
KPC,看似简单的字母组合，却经过反复书写，不能再移动丝毫。
蓝绿两条彩带，代表蓝天与绿地，科技与自然。
没有封口的方块向上，体现企业至高至上，积极进取，海纳百川。
博大的胸怀源自博大的仁爱，博大的胸怀装得下天地和谐.....
昆明制药集团全新Logo，正式启用.....



KPC 昆明制药集团股份有限公司
KPC Pharmaceuticals, Inc.

地址：昆明市高新区科医路166号
电话：+86-871-68319868
传真：+86-871-68311968



www.kpc.com.cn
欢迎关注昆药集团官方微信
搜索kunyaojitian或扫描二维码