



千金集团
新春团拜会

探“锦囊” 识“千金”

——千金集团企业文化建设揭秘

株洲日报记者 赵云超 李军



千金员工食堂



千金员工
专属咖啡厅



千金员工洗车场

久闻“千金”芳名,这次探访,却是初见。

漫步于办公区域,记者不时在墙上看到一张张清爽的脸庞,伴以一句句睿智的语录,一看落款,都是员工的名字。记者特地找了找,想找一块按序排列着领导头像的区域,没找到。

采访后上洗手间,一抬头,只见一块塑料牌温馨提醒记者:“学会阅读”。

这厢,是企业文化润物无声地渗透;那端,公司2019年上半年实现归属于上市公司股东净利润8478万元,同比增长25.74%;实现营业收入16.91亿元,同比增长13.61%。一位转发这条消息的千金员工在朋友圈说,“掐指一算,年底红包又厚了一点。”一个“又”字尤其让人羡慕。“又”字背后,是千金药业近年来的利润持续保持高速增长。

“千金”,这词语十足古典,却也非常现代。千金文化亦如是,它延续着传统中医对女性健康的呵护,又嫁接了现代思维对正当利益的尊重。比作女郎,她骨子里透着大家闺秀的典雅,魄力上尽显都市白领的摩登。

认识千金集团,先要解读她独领风骚的文化锦囊——



锦囊二 持守本心,牢记“稳”字诀

“我们要做明星,不做流星。”作为千金集团董事长,这是江端预的发展理念。

如今市场竞争日益激烈,一些企业以多元化战略不断“开疆拓土”,所做的项目与主业的偏离也似乎越来越远。与此相映成趣的是,千金集团在53年的发展历程中,不冒进、不跟风、不迷信,围绕主业稳扎稳打,如今回首,堪称不失其度,行稳致远。

袁辉记得,“稳健经营”这四个字,很早之前就被写入公司的规章制度,并一直得到落实。上世纪90年代,湘火炬等企业上市之后,株洲有家企业想与千金捆绑上市,最终被婉拒。直到2004年,千金才按自身的节奏上市。

文芳在千金负责产品质量,她记得,2006年左右,一些药企几十上百个地申请仿制药文号,生产的仿制药却

只是形似,并无原研药的效用。虽说,那段时间不少企业因此从“弱”转“强”,但这种实力并不受业内尊重。而当时,千金申报的药品文号是个位数,不仅如此,申请的文号也是对原研产品做深做精。

据说印第安人有这么一句谚语:别走得过快,等一等灵魂。

对千金集团来说,它的稳健行军,不疾不徐,等的是什么?

等文化在每个千金人身上沉淀,是其中一个答案。

多年来,千金集团持续探索,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,让企业文化外化于行,在形式上营造企业浓厚的文化氛围。

通过制定《员工行为规范》《员工行为指引》,千金集团又从形象、言行、

人际、安全、健康五个方面,全方位涵养员工的个人修养。这套规范甚至细化到了领带怎么打、发型怎么做、站立的姿势、商务接待的规范程序,等等。

千金的稳,更是为了等品质。

袁辉几乎每天都在“等”。他到办公室的第一件事,是打开电脑查看虎杖、苦参这两味药材“过关了没有”。由于质检部门要求严格,不合格就退回,这两味药材经常被打回去,而制作舒筋风湿酒与椿乳凝胶时就只能停工等料。

“质检部门严得很,差个0.1的标准都不行。”袁辉说。但他认同这种宁愿停工也要保证质量的做法,因为他和每个千金人都深知,“你没质量,就会没市场,没市场,最终就是没饭吃。”

“只要把质量搞好,千金就不会在我们这代人手上出问题。”作为30余年的员工,袁辉有这样的感悟,以及信心。

锦囊一 创新逆袭,擦亮“金”品牌

“千金经营法式”这一颠覆式创新,正为千金集团持续引来各方的镁光灯。

官方给予了认可。今年1月,“千金经营法式”获第25届全国企业管理现代化创新成果奖,实现了千金集团在国家级管理奖项上的突破。放眼全国医药行业,千金集团是唯一入选的企业。

企业界“用脚投票”。经营法式推行以来,先后有长沙、株洲乃至省外的上百家企业前往千金集团参观学习,或邀请千金集团董事长江端预传授“真经”。

“千金经营法式”的深受认同,归根结底,在于它创新经营形制,坚持利润导向,不仅确实有效,且能持续生利,让千金的盈利逆势上扬,再次擦亮了金字招牌。

子公司千金大药房的业绩,是这一创新带来切实效益的最佳佐证。

数据显示,2018年,全国药品零售市场寒风肆虐,妇科用药市场规模增速更是不到1%。在此情况下,千金集团“风景独好”,不仅以6.85%的比例占据妇科用药零售市场最大份额,还保持了高达24.62%的增速。

千金大药房总经理罗凯介绍,连续三年,千金大药房的利润增长率都超过50%,预计2019年终端销售额将突破14亿元,门店增长至1000家以上。

在千金,创新步伐没有“稍息”。

2018年4月,“千金经营法式”实施的第4年,千金集团深化创新,率先在千金大药房实施虚拟股权方案,此后在集团全面推行。这一举措让千金员工不出钱也能当“老板”,虽说股权是虚拟的,年底到手的利润分红却实打实,进一步激励了员工持续创造价值。

创新也是千金文化的重要血脉。“不创新,就死亡。”对“千金人”来说,这句名言犹如对千金文化的一种提炼。

生产车间的班组长袁辉,在千金工作35年,数次见证了千金药业凭借创新从绝境中突围。

上世纪80年代,千金因生产条件差、效益不好,1981年被政府列入“关停并转”名单。让它破解危机的是一款自主研发的产品——妇科千金片,随着这款产品在全省乃至全国的走俏,千金走出了泥潭。

上世纪90年代初,株洲众多企业日新月异,千金也举步维艰。当时袁辉在做销售,每次出差前,他总要讨回一些被拖欠的货款,才能凑到差旅费。1993年,千金率先在湖南医药行业实现改制,从此进入稳步发展期。那一年,袁辉得益于销售承包责任制,半年就赚了上万元,“然后全部买了千金的股份。”



锦囊三 聚焦主业,经营“她”生态

30秒,2万件。

这是今年7月,子公司千金养生坊推出的新品——千金润内裤专洗凝露,走进淘宝直播间后的销售速度。据说,这一销量相当于传统店铺近三个月的业绩。

抛开主播的推介不谈,它显示了广大女性对产品本身的认可。要做到这点,产品研发者必须非常“懂女人”。

女性“大姨妈”一来,内衣容易被弄脏,污渍很难洗掉。够细心,才能发现身为女性的这个苦恼;够上心,才会帮“她”排忧解难;够耐心,才有可能“为伊消得人憔悴”成功研发一款产品。

千金集团向来“懂女人”。因为懂,所以贴心;因为懂,所以总能抓住痛点。

妇科千金片是千金集团借以发家的产品,上文也提到,它曾助力千金破解上世纪80年代“关停并转”的危机。

在文芳看来,妇科千金片之所以备受欢迎,成功为千金打开市场,关键在于俗话说的“十个女人九个炎”,它的面市如及时雨一般慰藉了“苦炎症久矣”的广大女性。

文芳是株洲人,最早知道千金,缘于她的母亲那一辈肯定妇科千金片,是她们的需要时的首选。“很管用,而且实惠。”在文芳印象中,这是她们对妇科千金片的评价。

到千金工作后,文芳记得公司有次策划了一个活动:凭早前带凤凰图案的妇科千金片“绿盒子”,客户可换100元人民币。活动开启,换者众多,文芳感叹,居然还有这么多人留着。可见株洲女性对千金产品的情感。

如今,妇科千金片依然是主打产品之一,也依然畅销。

近年来,千金集团对呵护女性健康有了更深入思考。

“跳出妇科做女性健康,跳出本业做中药衍生。”这是江端预提出的新思路。

按照这一思路,千金集团稳步进军女性洗护、女性酒饮、香玩等众多领域,不断推出女性健康养生新产品。虽说不乱,始终以关爱女性健康与美丽为主业,延伸完善着“她”生态。

“千金净雅”的成功,是千金集团进军新领域的经典案例。2011年,千金药业投资成立千金卫生用品股份有限公司。如今,“千金净雅”作为国内首个医护级女士卫生用品品牌,2018年实现销售3亿多元,收获了越来越多的拥趸。

再如“千金饮”。在传统男权视角里,佳人、美酒都是供把玩的对象,“千金饮”则让女性成为主体,品酒养生结合,再次戳中现代女性的痛点。



锦囊四 关爱员工,激发“甜”动力

“快乐工作,甜蜜生活。”千金集团倡导的这一理念,美就美好在不是空喊口号,而是展现于现实场景、融于生活细节,内化于员工的精气神。

“把员工当作第一客户进行关心,提高甜蜜指数。”这句话,江端预经常挂在嘴边。

对江端预,千金员工也喜欢亲切地称呼“老江”,而不是冷冰冰的“董事长”或“老板”。

今年的秋季运动会上,“老江”和大家一样穿着T恤,下场展示了一把拿手的滚铁环。手捏铁棍,追风奔跑,“老江”笑得像个孩子。当这一幕被拍下,出现于企业内部的微信文章,有位千金员工留言说,认真滚着铁环的“老江”既“有范”,又透出了内心深处保有的“童真”。

钱包不断鼓起来,是千金人快乐的源泉之一。

千金集团工会主席吕芳元说,“老江”经常和他讲,“要先保证员工收入稳步增长。”

每年初,由吕芳元领衔的职工代表,会与集团行政管理人员相对而坐,协商整体工资至少增长多少比例,还要签署正式协议。在吕芳元记忆中,“除个别年份没达到,基本上每年都超额完成。”

比如去年,协议签的是不低于5%,结果实现了15%的增长。

千金的文体活动丰富多彩,不仅贯穿全年,而且月月有、季季新。袁辉说,秋季运动会上他经常拿奖,证书他都珍藏着。他也参加过“厨艺大比武”,由于“高手太多”,没拿到名次,但饱了口福。

千金的新春拜会节目好看、质量高,不仅内部员工每年盼着,“就像很多人盼春晚”,外面还有不少单位慕名前来挖节目,请到自己单位去演出。

每当生日,千金工会收到公司挖空心思送出的生日礼物。千金员工陈科新家,今年就多了一张“生日币”,人民币的编号是她的生日日期。

只要3元钱,就能吃到“两荤两素一汤”以及餐后水果或酸奶,这让千金员工“长期处于幸福肥”,一度胖到130多斤,花了一年多时间才减下来。千金党群工作部部长朱深说,为了给员工提供健康安全又美味的工作餐,千金的食堂从不外包。

此外,还有员工专属的咖啡厅、星级单身公寓、洗车场,等等。

千金人力资源部的陈智勇说,近年来,公司员工的流动性逐年下降,不到行业内的一半。

一份《千金员工年度甜蜜指数调查问卷》结果显示,97.9%的员工对企业有“归属感”,表示在千金“幸福感强”的员工更是多达98.1%。

虚拟股权发放仪式