

<<白云生处古药新香>>

图书基本信息

书名：<<白云生处古药新香>>

13位ISBN编号：9787535952745

10位ISBN编号：7535952747

出版时间：2010-7

出版时间：广东科技出版社

作者：李楚源 编

页数：272

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<白云生处古药新香>>

前言

岭南，在传统上是指越城、大庾、骑田、都庞、萌渚五岭以南的地区。这个地区的地理和人文环境富有特色，是我国地域文化中的重要分支。广东是岭南地区的核心地域，近代以来社会经济和科技文化发展均走在地区的前列。在这里，传统中医药以独特的作用深得人们信赖，一直呈现生机勃勃的局面。2006年以来，广东省委、省政府先后出台了多个促进广东中医药发展的重要文件，提出要将广东从“中医药大省”建设成为“中医药强省”，这无疑为广东中医药的腾飞增添了巨大的推动力。其中，《岭南中医药文库》（以下简称《文库》）的出版就是一项具体的措施。遵《文库》编委会之嘱作序，略述感言如下。

<<白云生处古药新香>>

内容概要

广州白云山和记黄埔中药有限公司(以下简称白云山和黄中药)是广州白云山制药股份有限公司与和记黄埔(中国)集团有限公司于2005年5月合资成立的,其前身广州白云山中药厂则成立于1988年。

近10年来,白云山和黄中药以科技创新为动力,以社会责任为依托,以传播中医药文化为导向,全面提升企业的综合竞争力,一举实现跨越式发展,成为中药行业的一颗新星。

本书共分七章:第一章概括地介绍白云山和黄中药历史沿革的总体情况;第二章从20世纪50年代的农场时期开始对白云山和黄中药曲折发展作了介绍,道出白云山和黄中药的历史渊源;第三章从人才管理等七个方面阐述了白云山和黄中药的现代管理理念;第四章则突出白云山和黄中药以社会责任为核心的企业文化建设;第五章人物传记,一方面从华人首富李嘉诚先生的中药梦圆这一侧面反映企业转制合资得到大发展的过程,另一方面从白云山和黄中药现任的领军人李楚源总经理的个人传记折射企业文化的核心;第六章为大事记;第七章为白云山和黄中药未来展望。

本书描述了白云山和黄中药从50年代开始走过的曲折路程,展现了白云山和黄中药人秉承“教育、爱心、科技、创新、责任”的核心价值理念,勾勒出白云山和黄中药在中药“现代化、国际化、大众化、科普化”征程中留下坚实脚印,展示了白云山和黄中药“科技创新、责任营销、文化传承”三大核心竞争力的无穷魅力,让我们从中看到中药行业更加光明的前景,领略到中药人不负时代的创新精神,以激励更多的有识之士投身中药行业这片希望的田野。

<<白云生处古药新香>>

书籍目录

第一章 现代中药先锋 第一节 华南地区最大的单体中药生产企业 第二节 中药“四化”领航企业发展目标 一、以科技创新带动中药现代化 二、以合资合作带动中药国际化 三、以公民企业带动中药大众化 四、以文化建设带动中药科普化 第三节 三大支柱扛鼎企业核心竞争力 一、科技创新提升品牌科技含量 二、责任营销担当企业社会责任 三、文化传承让神农草堂成为企业文化符号 第四节 精益求精,贡献白云山名优药品 一、荣誉产品,板蓝根颗粒独占鳌头 二、长盛不衰,复方丹参片“老当益壮” 三、古药焕青春,“片片”深情惠国人 四、新配方新工艺,品种推陈出新 五、普药精制,保证国家基本用药质量

第二章 企业的发展 第一节 亦农亦工,三十载修成正果(1956~1987年) 第二节 十年沧桑,企业生存命悬一线(1988~1998年) 第三节 能人治厂,中药行业奇葩怒放(1999~2005年) 第四节 改制合资,三大核心定乾坤(2005年至今) 第五节 土枪换炮,一步跨过二十年——基础设施建设变革史 一、风景这边独好,花园厂区换新颜 二、好马配好鞍,生产设备大变脸

第三章 企业管理 第一节 人才管理 一、人力资源,兴业之本 二、以人为本,育人为先 三、固本强基,营造和谐劳资关系 四、广纳天下贤士,构建人力资源新模式 第二节 生产管理 一、运用信息平台,锻造现代生产航母 二、科技创新层出不穷,工艺技术勇立潮头 三、双管齐下,GMP管理和5S管理保龙头 四、倡导节约企业文化,实现低成本降耗增效 第三节 质量管理 一、环环相扣,GMP质量体系无缝对接 二、千锤百炼,铸就质量精英 三、首创五级质量体系,构筑质量钢铁长城 四、完善质量监控机制 五、“国家要求60分,我做100分” 第四节 GAP管理 一、GAP基地认证先声夺人 二、GAP四大基地确保原材料质量关 三、GAP的发展趋势和前景 第五节 技术管理 一、六大研究中心搭建科研平台 二、整合优势科研资源,成功打造科技竞争力 三、建立科技创新机制,加强科技项目管理 四、实施重大项目,确保产品技术领先 附录:科技创新成果(论文、专利、科技奖) 第六节 营销管理 一、责任造就品牌 二、爱心捐赠,不停的脚步 三、营销创新十大经典案例 四、白云山凉茶敲开海外大市场 第七节 信息化管理 一、编织畅通的信息网路 二、整合企业资源,OA办公自动化提升企业信息化能力 三、优化企业价值链,ERP系统提高企业应变能力

第四章 企业文化 第一节 “责任型企业”没有最好只有更好 一、白云山板蓝根颗粒,演绎抗击“非典”传奇 二、回收过期药品,做最好的企业公民 三、援手受灾民众,尽显“企业公民”责任 四、关注弱势群体,爱心洒满人间 第二节 神农文化,弘扬中医药文化精髓 一、神农草堂,中医药文化的博物馆 二、神农文化研究院,探究中医药发展内涵 三、神农艺术团,传播神农文化的使者 四、神农学院,中医药人才的孵化器 五、神农教育基金,中医药人才成长的助推器 第三节 《白云山和黄中药》报,企业文化的窗口 一、信息窗口,文化纽带 二、企业报的荣誉和好评 第四节 813zy网站建设,企业与消费者的互动沟通桥梁 一、新媒体资讯平台,企业不再封闭 二、网站改版,彰显企业品牌形象 三、创新互动项目,增加与消费者沟通 四、打造白云山和黄中药的文化“视窗” 第五节 《赢销》杂志,经营将士的良师益友 第六节 安全环保文化,增强企业可持续发展 一、积极实施环境改造工程 二、“以人为本”打造安保工程

第五章 人物传记 第一节 李嘉诚的中药国际梦 一、欲圆中药国际梦,李嘉诚牵手优质药企 二、香港辐射,李嘉诚铺网欧洲市场 三、“白”和“黄”“联姻”,白云山欲借长风一飞冲天 第二节 李楚源的国药情、白云心 一、开拓创新,来自潮州的企业家 二、实现中药现代化,科技创新的发动机 三、“责任营销”的倡导者,“企业公民”的表率 四、“四个7工程”,弘扬中医药文化的践行者 五、纵横万里,中药走向国际市场的急先锋

第六章 大事记——企业编年史

第七章 企业未来 第一节 宏伟蓝图,企业愿景 第二节 战略步骤,实施方向 一、持续创新,形成规模经济效应 二、“责任营销”贯穿始终,练好企业内功 三、夯实国内市场,继续拓展国际市场 四、打造足球中药,开辟体育营销市场 五、从“草堂”到“殿堂”,提升神农草堂的文化含量 第三节 八大任务,目标实施路线图

<<白云生处古药新香>>

章节摘录

1999年3月，白云山制药股份有限公司总经理助理李楚源兼任广州白云山中药厂厂长，成为广州白云山中药厂的第7任厂长。

他一上任就围绕营销改进、质量保证和人才保证的思路，定出中药厂的“一个中心、两个基本点”。

“一个中心”：以经济效益为中心；“两个基本点”：外拓市场，内抓管理。

改变销售思路，采取“铁腕”做法：第一从先发货后收款过渡到现货现款，又到后来的先付款后发货，彻底改变了货款不能收回的状况，实现了货款零在途；第二攻占市场，通过“抢、占、挤”，重新打造中药厂销售平台。

所谓“抢”，就是公司市场很小，甚至没有的地区，用抢的方式占市场。

所谓“占”，就是争取把抢过来的市场，一步步巩固、稳定市场。

至于“挤”，则是挤掉竞争对手。

对于任何市场，如果去年开始是抢，今年就是占，明年就是挤，思路清晰、战术清楚。

销售畅旺了，李楚源厂长解决的第二问题是生产效率。

建厂10多年来，中药厂的销售一直徘徊在几千万元，所以产能也基本上是相应配套的水平。

但中药厂的营销从李楚源接手后便突飞猛进，2001年中药厂的销售额达到2.9亿元，中药厂需要增加原有3倍的产能。

与此同时，国家药监局也发出了限期改造令：到2004年7月1日前，所有药品生产企业必须通过GMP改造。

中药厂抓住这个契机，从引进创新设备、提高生产工艺开始，一点点地进行GMP改造，提高公司的产能。

<<白云生处古药新香>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>