

圣和报

2005年7月25日(星期一) 第7期 总第19期

南京圣和药业有限公司主办

www.sanhome.com sanhome@sanhome.com

王勇董事长出席全国青联十届一次全会

本报讯(通讯员 刘宏谋)7月22日,中华全国青年联合会第十届委员会第一次全体会议在北京举行,全国青联委员、公司董事长王勇先生作为江苏代表团27名成员之一,出席了本次大会,并受到了胡锦涛、吴邦国、温家宝、贾庆林、曾庆红、黄菊、吴官正、李长春、罗干等党和国家领导人的亲切会见。

本次大会的主题为:投身伟大时代,勇担历史重任,矢志报效祖国,展现青春风采。会议期间,王勇董事长和其他委员一道总结了全国青联九届一次全会以来的工作,确定全国青联今后五年的工作方针和任务;选举全国青联新一届领导班子;修改全国青联章程。委员们还就“弘扬创业精神,勇建时代新功”等话题进行了广泛的交流和热烈的讨论,24日,全体委员还向全国广大青年发出了“节约资源,青年当先”倡议书。



在全国青联十届一次会议期间,卫生部副部长陈啸宏与王勇董事长亲切交谈并合影

中华全国青年联合会简称全国青联,成立于1949年5月4日。全国青联是中国共产党领导下的我国基本人民团体之一,是以中国共产主义青年团为核心力量的各青年团体的联合组织,是我国各族各界青年广泛的爱国统一战线组织,其最高权力机关是全国委员会。全国青联目前有委员1899名,他们是由各会员团体推荐、协商产生的代表和特别邀请的各族各界青年的代表出任的。

王勇董事长当选为全国青联委员,出席全国青联大会,这既是社会对董事长本人创业成就的充分肯定,也是对圣和药业全体员工的鼓舞与鞭策。



王勇董事长出席全国青联十届一次会议

本报讯(通讯员 潘泉波)近日,公司从国家科学技术部火炬高技术产业开发中心获悉,我公司“圣能(复方氨基酸胶囊)”及“圣诺安(奥硝唑氯化钠注射液、葡萄糖注射液)”的产业化研究项目双双被列为科技部火炬计划项目,其中圣诺安产业化研究项目为重点火炬计划项目。

火炬计划是一项发展中国高新技术产业的指导性计划,于一九八八年八月经国务院批准由国家科委组织实施,火炬计划的宗旨是:实施“科教兴国”战略,贯彻执行改革开放的总方针,发展我国科技力量的优势与潜力,以市场为导向,促进高新技术成果商品化、高新技术商品产业化和高新技术产业国际化。相关数据显示,列入2005年科技部火炬计划项目的江苏地区医药企业20余家,而列入重点项目的仅我公司和扬子江药业两家医药企业。

截止日前,我公司共拥有火炬计划项目四个,其中重点火炬计划项目两个,这充分证明圣和药业已经进入中国高科技的光荣行列,这也是公司一直坚持“高科技、高速度、高效益”的正确发展方针和公司全体员工共同努力的结果,它将激励广大员工不断突破传统,大胆创新,取得更好的成绩。

我公司两项目列入科技部05年度火炬计划

公司召开半年销售会议

本报讯(通讯员 陈娟 左峰)7月16日,公司本年度半年销售会议在新港生产基地隆重召开,来自全国各地的37位地区经理(主管)参加了本次会议。

会上,王勇董事长作重要讲话。王总结合上半年全国的销售市场情况,对公司的销售形势进行了精辟分析,同时指出公司目前存在的机遇和面临的挑战,并明确了今后一个时期销售工作的主要任务。

会议听取了各地区经理(主管)对本地区上半年工作的总结,并对市场覆盖率和产品销售量等主要指标进行了细致分析。上半年,公司销售工作基本按计划进行,随着消癌平等新产品先后进入云南、山西、湖北、陕西、河北、四川、重庆、新疆、内蒙古等地市场,公司产品基本完成了对中国大陆地区的覆盖:上半年,广东、北京、浙江、山东等办事处完成销售任务出色,受到公司领导的表彰。各地区经理(主管)还对下半年的工作制定了详细计划和销售目标。

销售总监沈莲君在充分了解各办事处工作情况的同时,针对不同情况对销售工作进行了具体指导,并表示公司总部将全力支持各地工作。

半年销售会议会期两天,与会人员一致认为本次会议团结、务实、催人奋进。

制药厂积极行动

进一步加强和改善基层管理

本报讯(通讯员 刘玉霞)上月中旬,王勇董事长在新港生产基地进行了为期一周的工作调研,并就调研过程中发现的问题同有关单位和部门的领导进行了沟通。本月伊始,制药厂上下就积极行动起来,就王勇董事长在上月工作调研中发现的问题,并按照其提出的进一步加强和改善基层管理的意见,进行了认真整改和落实。

在制药厂本月的工作例会上,陈励农副总经理和张国春厂长就王勇董事长调研的情况及提出的进一步加强企业管理的有关精神进行了传达,会议部署了制药厂下一步的工作,进一步明确了努力方向。陈总结合自己在生产部和质量部跟班调研时所掌握的情况明确指出,各级管理人员要进一步树立良好的工作作风,充分发挥工作的积极性和主动性,不断提高管理水平。陈总还要求工厂各部门、各车间要进一步明确岗位职责,中层管理人员要经常深入现场调查研究,加大力度抓好员工管理和基础管理,不断提高工作效率。

目前,制药厂各级管理人员正进一步统一思想,紧密配合,认真分析工作和管理过程中存在的问题,分清轻重缓急逐一进行解决,力争从总体上改善和提高药厂管理水平。

公司举行营销管理专题培训

本报讯(通讯员 陈娟 左峰)14-15日,公司新港生产基地的大会议室气氛活跃,与会人员激情高涨,一场营销管理专题培训正在这里如火如荼的进行着,杭州天策咨询公司、北京群英顾问公司的高级培训师、业内名家沈荣森先生为来自全国各地的37位地区经理(主管)献上了一堂精彩的演讲。

从管理、营销管理、营销队伍管理,到市场、微观市场、药品营销的区域管理,以及沟通、激励、目标管理、时间管理等等,一个个刻板的管理学和经济学术语,在培训师的嘴里是那么的鲜活而生动;管理技巧、营销技巧、激励技巧、有效管理等,一个个抽象的概念从此变的那么形象而又具体。整个培训内容将系统的理论和经典的案例有机结合,带有实战性质、互动性强的小游戏将培训活动一次又一次推向高潮。

培训虽然结束了,但大家仍余兴未尽,学员们普遍认为本次培训活动对今后提高公司营销队伍的管理水平、增强营销人员的实战能力具有积极的指导作用。



公司生产基地污水处理站扩建增容工程日前完成。该工程使污水处理能力提高了四倍,确保在扩大生产规模的同时绿色环境不受影响。图为试运行中的污水处理站。

六项措施强化药品生产经营监管

国务院副总理吴仪向十届全国人大常委会第十六次会议作关于食品药品安全形势与监管工作的报告时说,将从薄弱环节入手,加强监管能力建设,强化药品生产经营监管,千方百计确保病患者用上放心药、便宜药。计划开展以下6项重点工作:

一是深入开展专项整治。严厉打击制售假冒伪劣药品行为。重点查处一批涉及面广、影响大、群众反映强烈的制售假冒伪劣药品、医疗器械的大案要案,坚决查处涉案单位和人员。加强中药材和中药饮片的质量监管,继续整顿和规范中药材专业市场。开展医疗器械产品说明书、标签和包装标识的监督检查,对夸大疗效、欺骗患者的,依法严惩。

二是继续推进农村“两网”建设。将农村和城乡结合部药品市场作为监管重点,严防假冒伪劣药品向这些地区转移。继续推进县乡村三级药品监管网络和药品供应网络建设。加大经费投入,引入市场竞争机制,提高药品供应网络运行质量,使农村药品“两网”建设真正取得实效。

三是整顿和规范药品广告。依法加强药品、保健食品广告审查,规范广告内容。对篡改审批内容或发布虚假广告的,要坚决撤销广告批准文号,并在一年内不予受理其广告审查申请。突出执法重点,严禁药品广告扩大功能、保健食品广告宣传疗效、医疗广告宣传药品,以及以消费者、患者、专家名义作证明的广告。建立综合治理机制,逐步建立违法广告公告、市场退出、

信用监管以及责任追究等制度。

四是努力降低药价。近年来,国家多次采取措施,降低了1000多种药品的零售价格,累计降价金额300亿元。下一步,还将进一步采取价格措施对一批临床使用量大、价格矛盾突出的药品大幅降低零售价。加强对放开的药品和医疗器械的价格管理,对价格上涨比较明显的市场调节价药品、医疗器械依法进行价格干预。完善药品集中采购办法,开展改革“以药补医”机制的试点,加强对医疗机构用药的监督检查,控制医疗机构滥开贵重药品等不良行为。同时,严肃查处药品购销中收受回扣等不正之风。

五是遏制不合理用药。采取有效措施,遏制不合理用药特别是滥用抗生素。进一步推进处方药与非处方药分类管理。加强药品名称管理,避免因药名混淆造成药品误用。有效引导和管理医疗机构药物使用,建立科学有效的处方评价机制。进一步强化医疗机构等药品不良反应报告责任,加强监测和预警,及时处置重大不良反应事件。对于滥用抗生素等药物造成严重后果的单位进行通报,并严肃追究有关人员的责任。积极宣传药品安全知识,培养良好用药习惯,引导群众合理用药。

六是加强监管能力建设。加强药品执法队伍和作风建设,进一步落实执法责任,提高行政执法水平。完善执法机关和人员的考评制度,健全过错责任追究制。加大基础设施建设投入,特别是改善基层技术和装备条件,为强化基层执法提供保障。(来源:新华网)

国家发改委6月27日正式公布了《国家发展和改革委员会制定药品目录》,确定了政府制定指导价的药品范围及相应的定价形式和内容。此次定价目录、形式和内容自2005年8月1日起执行。

据国家发改委价格司有关负责人介绍,与现行定价目录相比,新目录在定价范围上有较大调整。此次列入政府制定指导价目录的药品总共大约有2400种,比现行目录有较大幅度的增加,主要是因为《国家基本医疗保险和工伤保险药品目录》(以下简称《医保目录》)内品种由不到1200种增加到大约2100种。此外,新目录对现行定价目录中《医保目录》以外的国家一、二类新药和没有获得中国专利的新药的定价依法放开,由市场调节。另外,对血液制品,按照《血液制品管理条例》,将现行的部分品种由政府定价改为全部纳入政府定价。在定价权限上,首次将列入2004年版《医保目录》内属于非处方药剂型的药品,调整为由省、自治区、直辖市价格主管部门确定。

国家发改委要求《医保目录》内同品种非处方药剂型应与处方药剂型保持合理差价关系,如果地区之间价格矛盾比较突出时,国家发改委将进行必要的协调。同时,国家发改委将根据SFDA公布的处方药与非处方药转换情况,每年公布一次由省、自治区、直辖市价格主管部门定价的非处方药品种目录。

鉴于新旧《医保目录》定价之间有个过渡阶段,通知规定,由国家发展和改革委员会制定价格的药品,在国家发展和改革委员会公布价格前,可继续按公布价格执行。未制定公布价格的政府指导价药品,在国家发展和改革委员会公布价格前,暂按各省、自治区、直辖市价格主管部门制定公布在本地区执行的临时价格;在各省、自治区、直辖市价格主管部门未制定公布价格前,经营者可暂按市场实际价格执行。

同时,在国家发展和改革委员会制定政府指导价的药品中,凡在国内首次上市销售、尚无市场价格的品种或剂型,生产(进口代理)企业应在上市销售前向当地省、自治区、直辖市价格主管部门申报价格。在价格主管部门未制定公布价格前,申报企业可按价格主管部门公布的药品差价规则自行制定价格执行;价格主管部门没有规定具体差价关系的,可由生产经营企业制定试销价格。

凡纳入国家发改委定价范围内实行政府指导价的药品,在国家发展和改革委员会重新调整价格前,各省、自治区、直辖市价格主管部门可根据本地市场实际购销价格等情况,报经国家发改委同意后,临时降低在本地区执行的最高零售价格。(《医药经济报》2005年第81期)



国家发改委正式下放OTC定价权

(上紧接一、四版中缝)不同的薪酬结构。例如,从事结构化工作,能力结构较为稳定的员工应以固定报酬为主;对于从事非结构化工作,能力结构不稳定的员工则应以非固定报酬作为其报酬的主要组成部分,将其报酬与其能力发挥情况联系起来。

三、胜任力与企业文化

胜任力是一个个体概念,员工个人的能力必须在团体的层次上凝聚成团体的能力,才能形成企业的核心能力,要在企业内形成能力的投资乘数效应,必须具备能力复制的环境。

企业文化被定义为在组织的各个层次得到体现和传播,并被传递至下一代员工的组织运作方式,其中包括组织成员共同拥有的一整套信念、价值观和行为方式等。优秀企业文化产生的共同的价值观念、认同感,加强了员工之间、部门之间的沟通与协调,打破它们之间的障碍,对以整个企业为载体的核心能力的营造无疑十分关键。但由于企业文化中的价值观念、信念等因素一旦形成,往往在一定时期内保持稳定,而企业核心能力由于持续的学习、创新以及外部条件的变化,处于一种动态发展的状态中,所以伴随着上一个阶段核心能力的企业文化对下一阶段核心能力的营造会有很大的影响,在多数情况下往往是不利的影响。企业文化的规则限制了的工作能力和企业有效运作,这就要求企业内要有一支勇于变革的领导团队,能够不断更新和改变企业文化,塑造尊重人才的高素质职业经理人,为人才创造良好的工作环境,使企业文化在企业能力营造中始终发挥积极的作用。

在基于能力的文化下,企业将成为文化蓬勃、充满活力、助人成长的场所,员工为自己学习、成长、发展和满足感而努力工作,并且力求为自己、为其所在的团队和组织、为客户竭尽全力,尽其所能。(摘自中国人力资源网)

来自国务院发展研究中心产业发展研究部、国家信息中心、上海社会科学院等多部门的联合调查显示:中药材、中成药业、化学药制造业景气持平。

分析如下:

一、中药材、中成药业 从中药制药行业整体发展来看,上游中药材价格基本保持稳定,中药行业的成本因素变动不大;而在市场需求方面,由于人口老龄化以及对中药产品在慢性病治疗中安全性疗效认识的增强,下游市场需求保持稳步增长;此外,采用新工艺制造的先进剂型的中药产品大有逐步替代原有传统剂型品种的趋势。技术和市场将是左右未来中成药行业发展的

重要因素。在这种大环境下,具备较完善的产品结构,营销能力较强的中药制药公司有望继续保持高于行业15%的平均增长幅度。

二、化学药制造业 化学原料药行业是化学药制造业中产品品种最多、生产销售规模最大的子行业。预计抗生素原料药企业在2005年的盈利能力将仍然较弱。而对于细分品种如心血管类药物等,多数品种在升级换代、国际产业转移、专利到期促进仿制等因素的影响下,在2005年虽面临价格持续下跌的可能,但通过规模效应、成本控制、以及产品从成长期进入成熟期的稳定供求关系的依托,仍然在快速增长的同时保持相对较高的盈利水平。化学原料药行业整体而言,预计2005年大致与2004年情况持平,处于自然增长状态。

2005年中国医药行业前景的总体展望分析认为:

第一,2005年,全球医药产业依然稳定发展,预计未来3年世界医药市场年增长率9%左右,生物制药市场年增长率大概为20%(引自新疆证券)。专利药将继续主导市场发展但增幅减缓,普药的市场份额将扩大。

第二:2005年,医药行业利润增速出现阶段性的回落。自1999年以来,中国医药工业经济连续保持两位数的产销和利润的稳定增长,但2003年3季度以来政策与市场两大层面的多种负面因素集中显现,这一惯性将在2005年持续。

第三:2005年,我国医药需求将持续增加。人口增长、人口老龄化、人均用药水平提高等行业长期增长的内在驱动因素并未改变;而2004年

第四:2005年,中药行业与特色原料药子行业仍将是中国经济的较优势行业,整体上具备更突出的核心竞争力和稳定增长前景。相对而言,国内化学制剂药企业普遍缺乏创新,在全球竞争市场,仍然需要努力。

第五:2005年,由于我国医药产业处于内部结构调整期,各子行业间的盈利能力差异性较为突出。与现代技术结合的中药处于新发展阶段,凸现长期稳定投资价值,具品牌、技术、资源优势的公司能够分享行业成长;化学药整体增长

趋缓,抢仿及创新将给公司带来发展机遇;生物制药从仿制向研发转变,技术成熟的公司将领先成长(引自长城证券)。

第六:2005年,医药行业上市公司的收入增速将继续高于行业增速。在目前,无论从资产规模、收入及利润上看,医药行业上市公司占有行业3成份额。(来源:商务部网站)

2005我国医药行业产业前景总体预测分析

8月份以来占据国内第一大用药领域地位的抗感染药物市场逐步回暖,对于化学原料药与化学制剂药行业的整体效益水平回升具有重要意义;加上中药行业销售与利润水平的持续稳定增长和生物制品行业的快速增长,2005年医药行业效益有望回升。预计未来3年国内药品市场年增长率13%~17%。

趋缓,抢仿及创新将给公司带来发展机遇;生物制药从仿制向研发转变,技术成熟的公司将领先成长(引自长城证券)。

第六:2005年,医药行业上市公司的收入增速将继续高于行业增速。在目前,无论从资产规模、收入及利润上看,医药行业上市公司占有行业3成份额。(来源:商务部网站)

人生宝典

博學之 審思之
問之 慎辨之
明辨之 篤行之

【原文】

博學之, 審問之, 慎思之, 明辨之, 篤行之。
语出《礼记·中庸》。

【释文】

治学之道必须是: 广泛地学习, 详细地询问, 谨慎地思考, 清楚地分析, 切实地实行。

对核心竞争力的理解

生产部 王洪钰

今年四月份的《圣和报》曾刊登了一篇关于企业核心竞争力的文章，读后很受启发，对于这个话题，我也谈一谈自己的理解。

“核心竞争力”是最近几年来企管界比较关注的概念之一，为什么关注？这与对国际上一些大的跨国企业的成功经营经验的总结有关，例如微软、英特尔、可口可乐、麦当劳、沃尔玛、安利、松下、丰田、索尼等公司。这些企业有的已有上百年的历史，短的也有几十年历史了，人们在对这些企业的发展过程的研究中发现，凡是这种由小到大长久经营不断发展的企业，都具有自己独特的不易被其他企业所模仿的战略资源，正是由这些资源形成了企业较强的竞争能力，这就是“核心竞争力”。透过上述企业，我们可以看一看“核心竞争力”里面都有些什么：品牌、专利技术、企业文化、创新能力、先进的经营管理理念、独特的分配制度。可以说这些成功企业至少都具有上述因素中的三四项，而这些企业都具有的却是各自独特的、先进的、有生命力的企业文化。这些企业，有的一开始就由创业者确立了企业的有生命力的文化基调，从而引导企业一步步发展壮大；有的是经过几代经营者的培育，才形成了企业的独特文化，进而使企业获得了长久稳定的发展。

大家也许已经看出来，“核心竞争力”中的“核心”是企业文化，而且是先进的，有生命力的文化。反观那些昙花一现或者半路夭折的企业，大多数都是在发展过程中没有建立

起自己的有生命力的企业文化，慢慢的，优势逐步丧失，最终走向失败。我们可以看一看上述列举企业的独特的企业文化：微软、英特尔：尊重个性，永无止境的创新；可口可乐：运动、青春、激情；麦当劳：标准化、快捷的服务；沃尔玛：最好的服务，最低的价格；安利：接触真诚，同享丰盛；松下、丰田、索尼：模仿、创新、超越。当然，企业文化并不是几句简单的口号和标语就能完整表达的，它是企业在经营过程中形成的融合了经营者的人生观、价值观、理想、追求等因素，并为企业内部和社会广泛认同和肯定的企业精神或企业灵魂，他表现在企业的各项规章制度中，渗透到企业的一切经营活动里。

回到我们自己的企业的现实中，和上述那些世界级的企业相比，我们的企业还应该处于幼儿期，但是这也正是决定我们的企业今后能走多远的关键时期，如果我们能够从管理上、制度上建立起有生命力的企业文化，相信我们的企业将获得更强的抗风险能力，更强的凝聚力，就会逐步形成自己的“核心竞争力”，奠定企业长久稳定发展的坚实基础。

員工茶座



一天工作下来，照例应该好好休息一下，但事实上是没法停顿下来的，因为明天还有许多事情等着我们，激烈竞争无休无止，谁能大意到高枕无忧呢？所以人是活到老忙到老没有办法休止的。

人本应该是享受美妙事物的，不管何时何地，也不管身陷在何种紧迫的事物中，你都应有一颗欣赏美妙事物的心，即使外物的缠绕使自己的心灵高度紧张，但美丽而自由的心灵回归却是每个有着丰富思想的人所能够达到的，因为人是为了美妙的事物而存在，也是为了欣赏美妙事物而超越于万物的。夜以继日地工作，为的是获得明日的从容；明日的从容又是为了后日的准备，可是谁又知道后日又是什么样子的呢？

人生是一条崎岖的路，就象月亮的阴晴圆缺一样，波浪式前进、螺旋式上升是社会发展的一般规律，但一张一弛才是永恒的生活主题。我们也许会为了某一刻怡人的感觉而独自心醉神迷，也许会因为某一刻的慷慨悲歌而痛哭流涕，也许是早晨的一滴露珠让我们发现了人生的短暂，也许是夏夜满天无尽的星光让我们发现人生的可贵。但是人生终究需要美丽，就象阳光能够驱散阴霾、阴霾也需要阳光驱散一样，生活的本色就是美丽。

生命就是如此在，在偶然中充满着滋润，在滋润中孕育着生机。美妙的事物就在人的心里生长着，而且生发出无穷的意义。

我们的忙碌又是为了什么呢？也许就是为了那份庄严的、柔和的、艳丽的、平淡的、活泼的、沉静的美丽吧。

为了人生的美丽

输液车间 汤丽丽

今天，明天

明天意味着未来和希望，一个今天的明天使人憧憬，引人向上。

然而必须想到，在眼盯着明天的同时，如何珍惜一个个的今天，从现在做起是至关重要的。人们不能总在对明天的憧憬和希望中过日子，实现明天的希望就得靠今天的艰苦奋斗。

我们的老前辈，他们用鲜血和生命换来了他们的光彩灿烂的明天，而这个明天不正是我们的今天吗？我们不应做幸福的享受者，而要接过前辈的接力棒，以今天为起点，去追求我们理想的明天。

明天是无限的，而人的生命却是有限的，我们不能无谓的虚

度今天，而把行动寄在一个个明天上，这样做只能消耗有限的生命！

我们的座右铭应该是：脚踏实地，眼看明天！

文雅、和气、谦逊

言为心声，文为其人。语言是思想的直接现实，又是心的一面镜子，说话文雅、和气、谦逊，让人看到的是一颗善良、纯正、美好的心，说话粗野、冷漠、骄横，必然给人留下庸俗不堪，缺乏教养的印象，语言美是心灵美的体现。

青年朋友，当你追求心灵美、仪表美、举止美的同时，让语言美也注入你的生活，伴随你的青春吧！

Describing Gestures (描述手势)

Do you know the different meanings of some gestures in different countries?

你知道有些手势在不同的国家所表示的不同意思吗？

In Australia, it is rude to wink at women.

在澳大利亚，对女士眨眼睛是很不礼貌的。

In Brazil, pulling down the lower lid of the right eye means that the listener doubts what you are saying.

在巴西，把右眼的下眼睑下翻意味着听者对你所说的表示疑惑。

In China, using a finger to point or beckon is rude.

在中国，用一根手指指着人或作手势是粗鲁的。

In India, grasping your ear means either "honestly" or "I'm sorry"

在印度，挠耳朵表示诚实或抱歉。

In Indonesia, hands on hips while talking means that you're angry and is impolite. Beckon with your palm down and your fingers moving is a swooping motion.

在印度尼西亚，当谈话时把手放在屁股上表示你生气了，这是不礼貌的。招手时手心朝下以及手指晃动有一种突袭的意味。

In Japan, it is unacceptable for two adults of the same sex to hold hands while walking together. A smile can mean happiness, anger, embarrassment, or sadness. It is an insult to point at someone with four fingers spread and the thumb tucked in.

在日本，两个性别相同的成年人挽着手一起走路是不被人接受的。一个微笑可以表示高兴，生气，尴尬或伤心。四指张开，拇指缩进，用这样的方式指着某人是对其人的侮辱。

In Korea, it is rude to blow your nose in front of people. When talking to someone, keep your hands in full view. It is rude to keep your hands behind your back or in your pockets.

在韩国，在公众面前挖鼻孔是不文明的。当和别人交谈时，双手要被别人看见。把双手放在背后或口袋里都是不礼貌的。

In Taiwan, say no by extending your palm forward and waving your hand from side to side. It is impolite to use your feet for touching objects or people. Keep your feet off that chair!

在中国台湾，伸出手臂来回挥手表示不。用脚碰东西或人是不礼貌的。不要用脚碰椅子！

In Thailand, people point to an object with their chins, not their hands.

在泰国，人们用下巴指东西而不用手。



言论一瞥

输液车间 高卫兰

“爱一个人是一件简单的事。就好像用杯子装满一杯水，清清凉凉地喝下去。你的身体需要它，感觉自己健康和愉悦。从此认定它是一个好习惯，所以愿意日日夜夜重复。”

真的如此简单吗？我时常在想。

抬头仰望天空，清透湛蓝的天空，有不时变幻着的云朵，却又都平淡无奇；无常不可测，却又恒定，一如人世间的感情。

张小娴说：“世界上最遥远的距离，不是天涯海角，而是我在你的身边，你却不知道我爱你。”

过了很长时间后，才渐渐明白，爱其实是一种思维方式。它是一种信仰。

两个人的相遇是一件十分奇妙的事。在这个世界上，有那么多人，每天与我们擦肩而过，却依然陌路。可偏偏这两个人遇见了。

就像是你独自在荒凉的旅途中，偶然邂逅的旅伴。

“夜晚花好月圆，你们各自走过慢慢疲惫长路，觉得日子寂寞又温情跌宕。所以，相互邀约在山谷的梨花树下，摆一壶

酒，长夜倾谈。”

在那样一个特定时间和空间里，偶然的相遇，开始与一个人互相交换历史、记忆与时间。交换生命中重要而隐匿的部分。一瞬间的心意相通，奏成一曲美妙的渔舟唱晚。从此，不再是独自一人；所思，所想，所念，所到之处，摆脱不了他的印迹，难以割舍。不在意山盟海誓，只在意现实世界的缠绵悱恻；不向往荣华富贵，只倾心于世俗生活的安乐满足。

就像张爱玲所言的：“于千万人之中，于时间无涯的荒野中，没有早一步也没有晚一步，刚巧赶上了，惟有这么一句‘哦，是你吗？’”人世间的缘分不过如此。

记得我曾说过我对爱情的态度，随便找个人结婚，安静的和他过一辈子。我现在依然坚持。我说的随便不是委屈不是任天由命，它代表的是缘分是天意使然；正如生活中的随便不代表逃避，而爱情的随便只是想要和你融为一体。随便的生活，简单的快乐。那是平民的幸福。那才是属于我的幸福。

亲爱的，只要在我身边就好，别的不我什么都不需要。

(质量部张莉摘自《鸟窝与咖啡》)



爱

美国人愿意发挥自己的想象力，他们不轻易敲主管的门，因为敲了主管的门，主管的话就会成为他们一个框架，会影响自身的想象力。日本人也轻易敲主管的门，他们认为如果去敲主管的门，就会被主管认为很无能。

在一家美国公司的操作间里，一位中国主管看见美国调色师正在调口红的颜色，走过去随便说了一句：“这口红的颜色好看吗？”

调色师听完以后，站起来直视着他，回答道：“第一，亲爱的黄副总（美国人通常都是叫名字的，叫了头衔就表示心中不太愉快了），这个口红的颜色还没有完全定案，定案以后我会拿给你看，你现在不必那么担心。第二，黄副总，我是一个专业的调色师，我有我的专业，如果你觉得你调得比较好，下个礼拜开始你可以调。第三，亲爱的黄副总，我这个口红是给女人擦的，而你是个男人。如果所有的女人都喜欢擦，而你却不爱没有关系，如果你喜欢，别的女人却不喜欢，完了。”

“Sorry, Sorry……”这位主管此刻才知道自己管得太宽了，不由得脸一点，连声向那位调色师道歉。

如果一位主管太喜欢管事，一定程度上会影响下属的创意，束缚他们的行动。这是大家应该吸取的一个教训。

要让员工充分发挥自己的才能，并不是说这么简单，因为这需要主管对员工进行放权、分权，并给员工充分的信任。

我们可以说，任何一家公司若想要成功，关键之一在于主管能否放权与分权。公



红色的颜色由谁决定

司越是发展，业务越是复杂，主管越要看到自己在整体组织运行中的支持作用，而不是替代作用。

进行分权和放权，并不意味着主管的权责被剥夺，相反，主管的职能总的来说是加强了，只有领袖人物才具有的强势才能突出表现出来。因为放权和分权能够使主管从日常繁琐的事务中抽出身来，集中时间做真正该做的事，管真正该管的事情，比如企业战略的制定、企业高级人员的培养和安排、组织运行的考评，以及企业文化的培育等等。这些方面的事更影响企业的发展方向。著名企业家刘永行在接受采访时曾说：“企业做大了，必须转变凡事亲力亲为的观念。一定要让职业经理人来做，强调分工合作。我原来一人管十几个企业，整天忙得不得了。后来自己明白了，是权力太集中，所以痛下决心，大胆放权。放权之后，我现在每天有七八个小时的时间学习。”

分权和放权不仅能让主管举重若轻，而且能调动员工的积极性，有效影响员工自觉去做好本该就做好的事情，甚至可能做好不会做的事情，从而把自己的精力直接集中到工作成果上，而不是像集权制下那样把所有的事情都推到主管那里。

只有如此，员工的工作才不会是由主管来决定，而是由自身工作的目标所决定。这样不仅能够更能发挥员工的积极性，而且也能培养他们处理问题的能力。

（摘自中国人力资源开发网）



高处无雨

山区天气真是变幻莫测。早上出发时，还是阳光明媚，到了半山腰，便阴云密布，下起雨来。不大一会儿，我们便都淋湿了。

有人提议往回走。做向导的朋友抬头看看天，笑道：反正已湿了，不如继续向上走吧。到了高处，说不定就没有雨了。”

走着走着，雨在不知不觉中停了，太阳重新在林阴中露出笑脸。等到了峰顶，往四周一看，是一幅奇异的景色：峰顶艳阳高照，远远近近的山却全都裹在一层青蓝色的云雾里，看不清踪影。只有几个小岛一样的山头时隐时现，提醒人们那里原本是一座高峰。周围的景色不断呈现出超乎想象的美丽。向导使我们此刻所在的，是整个山区的最高峰，让我们低下头看看。脚下是一团团铅灰色的云慢慢地漂过，湿漉漉的，似乎伸手就能捞一把水来。他得意地说：看，这说明下面还在下雨，而我们，已经到了积雨云的上面了。我没说错吧，高处是没有雨的。

随口而出的一句话，却让我的心灵震撼了。是的，太阳是永恒的，只是偶尔被云层挡住了而已。你所以会被淋湿，是因为你在云的下面，而当你奋力攀登，超越云层时，阳光会洒满你的全身，温暖你的心灵。

人生难免会有失意，难免会有阴云密布、大雨倾盆的时刻。可你总要记住，高处无雨，太阳就在云层上方等你。无论是你怎样的痛苦，怎样的疲惫，怎样的沮丧，怎样的无助，怎样的看不见光明看不到希望，都要咬紧牙关，打起精神，努力向上攀登。

高处无雨，却有美丽的风景。

（小轩车问王雅婷摘自《青年文摘》）

文摘

随着世界经济一体化趋势的加强，市场竞争的加剧和高素质人才的供不应求，各公司发现他们的成功比以往任何时候，都更加依赖于其员工（尤其是那些具有很高专业技能和能力的员工）的技术和能力表现。世界许多著名的企业已将提高自身“核心竞争力”作为公司下一步的努力方向，如通用公司、摩托罗拉公司等。

核心竞争力是企业获得竞争优势的基础力量，人力资源则是构成这一基础力量的关键要素。1973年，哈佛大学的戴维麦克兰德教授提出了“胜任力”概念，英文为competency，从品质和能力层面论证了个体与岗位工作绩效的关系。他认为个体的态度、价值观和自我形象、动机和特质等潜在的深层次特征，将某一工作（或组织、文化）中表现优秀者和表现一般者区分开来。这些区别特征后来被称为胜任力，认为胜任力是决定工作绩效的持久品质和特征。例如，绩效出众者具有较强的判断能力，即能够发现问题，采取行动加以解决，并设定富有挑战性的目标。因此，企业的成功被认为取决于三大基石的建立：一是组织中领导层的能力；二是组织中员工的能力；三是企业文化能否培育能力并使之最大化。

总之，胜任力/能力模型概念的引入为企业内营造核心竞争力提供了一套可遵循的操作方法。

一、胜任力模型开发

胜任力/能力模型提供了将行为细化成各组成部分的一种方法，解释了为什么有些人绩效更为出色，并帮助人们达成更高的绩效；它还能帮助人们进行职业规划，实现自己的目标。



目前，企业日益重视对胜任特征进行科学系统的管理，开发企业自身的“人员胜任力模型

库”。建立胜任力模型的通常做法是研究绩效出众的员工，找出他们有别于一般员工的特点和行为。这种方法是面试官对绩效出众员工和一般员工两个对照组，分别进行行为事件访谈，让员工描述最能代表他们所做工作的活动，获得有关他们的行为、思想、感觉和效率的细节。再将访谈录音，转录成文字，制成资料，并由研究人员根据资料显示的能力进行编号，接着对此做统计分析，确定区别优秀员工组和一般员工组的能力出现的频率和范围，建立基准能力和区别能力。在构建胜任特征过程中，应注意借鉴同行业优秀企业成功因素，围绕行业成功因素、业务目标与所

需支持资源，总结出行业关键成功因素和核心战略能力。这样，企业通过密切关注行业关键成功因素，并全力获取相应的能力，确保掌握竞争制胜的核心能力和优势。

胜任力模型库的重要作用是它所包含的能力涵盖了公司各职位的出色绩效的所有特点及行为。例如，领导艺术包含一组能力概念—远见卓识、战略思维能力、管理变革能力、建立组织忠诚的能力以及确立工作重点的能力等等。能力的名称在作为向员工传达概念和行为的沟通工具时才重要，能力的定义则是向员工宣传这些概念的一个重要部分，使能力的意义更易为员工理解。例如，以服务为导向解释为预测、了解并满足客户需要。能力要更进一步发挥它的作用，更具有操作性，就需要分解成易于理解和分析的更小的单位，归纳出能够使能力得到提高的行为。把能力分解成行为的方法为员工提供了一条提高自身能力、使事业更为成功的发展途径。例如，以服务为导向的关键行为样式是：采取行动解决客户投诉问题，使他们满意；向客户征求反馈意见，弄清楚他们的需求，时刻了解客户满意度。能力的关键行为分解使员工在日常工作中通过行为改变提高能力成为了可能。

二、基于胜任力的人力资源管理

人力资源管理是指为获得、激励、开发以及管理组织中人力资源的一整套策略性方法……而且能够塑造适宜的企业文化，并且导入能够反映和支持组织核心理念、保证组织成功的一种程序。战略性人力资源管理主要是以开发和管理胜任力模型为主导，将其贯穿从员工招聘、入职到教育培训、绩效管理、薪酬策略和晋升规划等全部人力资源管理流程。胜任力模型也因此被用于向员工传达企业价值和标准，分析并改进企业文化，考核及培养员工队伍，管理继任计划进程，建立人员培养的基础，以及协助薪酬管理程序等。

1、基于胜任力的胜任力模型

传统的招聘多停留在以教育背景、知识水平、技能水平和以往的经验而非能力来做出聘用的决定，但往往知识丰富、技术能力较强的人不一定是绩效优秀者。例如，在会计领域和金融方面学识渊博的人不一定就能成为一名优秀的CFO。一名优秀的CFO应能够强有力地影响别人的能力，成为CEO和其他管理部门的战略伙伴，运用其分析思维和概念思维能力为公司制定并实现具有挑战性的目标。

目前流行的科学招聘是以能力为基础的选任机制，重点对价值观（包括性格、态度、价值观、行为方式等）能力和技能进行评估。对应聘者能力、技能和素质进行评估的最实际、最有效的方法之一是基于行为事件面试法。这一面试方法的假设前提是过去的绩效能最好地预测未来的绩效。优秀的面试官根据拟应聘岗位胜任力模型，对应聘者价值观，以及在过去所表现出来的能力高低进行判断，并与岗位胜任力标准对照，预测应聘者在该应聘岗位的未表现，做出是否录用的决策。为了准确选拔关键管理岗位候选人，有些企业经常采用心理测验、情景模拟等评价中心技术，以保证招聘的质量，提高准确率。

2、基于胜任力的评估机制

对目标的完成、绩效的提高和能力的评估，可以帮助员工完成目标，完善自我，以及了解自身在公司中的事业发展机会。对能力的评估通常包括：员工的管理能力和素质优劣势？员工的潜在能力和发展趋势怎样？（下紧接一、四版中缝）

（上紧接第四版）

工需要什么样的能力和经验方能满足既任岗位所明确的条件？要采取何种培训，弥补员工经验和能力的不足？目前，有些公司使用评价中心，也有的公司使用基于胜任力的360度评估等方式，对员工的能力素质进行评估，以充分了解员工的能力状态，分析妨碍员工获得更好绩效的能力障碍，以及员工的事业目标和他们的愿望。根据这些信息，在经理的支持下，员工制定绩效和能力发展目标及行动步骤，从而在工作中不断改变自身的行为，取得个人和公司期望的绩效成果。

3、基于胜任力的培训设计

提高公司整体工作能力，一方面是将更多有能力的员工引入公司，另一方面是提高当前员工的个人能力。在员工培养机制中运用能力概念，可以创造出改变员工行为的具体途径，目前国外企业广泛应用“胜任力模型”，作为培训课程设计的依据。有针对性地开发培训课程，要求一方面清楚公司不同岗位的胜任力要求（个性、价值观、能力和知识等），另一方面需要明了员工的素质和能力特点、知识水平等有哪些不足以满足未来岗位要求。这样保证培训有的放矢，有利于提升关键员工和经理们的能力素质，提高员工的绩效。

4、以能力为基础的薪酬体系

随着经济知识化、信息化，以及组织结构弹性化和扁平化，工作小组或团队成为组织结构的基本单位。同一个工作团队内员工彼此之间没有很清晰的职责划分，大家共同协作，共同对团队绩效负责。“无边界组织”成为组织追求的目标，工作说明书由原来细致地规范岗位任务和职责，转变为只规定岗位的工作性质、任务以及任职者的能力和技术。相应地，薪酬体系也经历了以职位为基础到以个人能力为基础的变化，其中宽带薪酬体系就反映了以个人能力为基础的薪酬设计思想；同样，具有不同能力结构的公司员工应设计（下紧接二、三版中缝）