

新
文
化
价
值
观

股东服务于员工，员工服务于客户
对公司充满热爱，对工作充满热情
协作信任、胜则相庆、败则相救
目标清晰、执行高效、过程管理
天道酬勤、谦虚务实，坚持才能成功
持续学习、不断反省，保持危机意识



① 江苏省苏州市东方大道988号
② 0512-66981888
③ www.600200.com
④ jswz@600200.com



2024年 第三期
总第二十九期

提 | 供 | 美 | 好 | 健 | 康 | 生 | 活

焦点：提质赋能 增效共赢

在这个日新月异的新时代
在风云变幻的市场浪潮中
唯有不断精进，方能稳健前行

新吴中

NO.39 内部资料 免费交流
准印证号：S(2024) 05000183

N0.39

2024年 第3期

敦本务实 志存高远
内部资料 免费交流

企业内刊工作委员会

主任：钱群山

组长：许良枝

组员：屈 莉、周 虹、郭 婷

徐 敏、顾李娟、范 青

戴 亮、吴健敏、吴江伟

朱雨蒙、陆雅婷、封 郑

丁 磊

策划：李兴旺

准印证号：S(2024) 05000183

编印单位：江苏吴中医药发展股份有限公司

发送对象：公司员工

印刷单位：苏州文星印刷有限公司

印刷日期：2024年09月

印 数：1000册



01 • 卷首语

- 提质增效：铸就企业辉煌新篇

03 • 新闻

08 • 焦点

- 新时代背景下企业提质增效的选择与挑战
- 广阔天地 大有可为
——医药及医美行业研究

17 • 学习

- 知识点
- 人效管理的两种逻辑与降本增效
- 新思维
- 管理人员的财务管理意识
- 提质增效 韧性提升

25 • 视野

- 行业动态
- 共同关注
- 他山之石
- 如何走出低水平内卷（下篇——打造一支奋斗者团队）

34 • 聚力

- 见证
- 半年从零到亿，医美界也有自己的「黑神话·悟空」团队
- 应对医药市场挑战 助力区域协同发展
——药物研究院苏州研究所创建历程
- CMO项目落地的那些人那些事儿
- 做一个内心有光的“制药人”活动

45 • 文化

- 悦读
- 《向上沟通》——掌握沟通，事半功倍
- 《我们生活在巨大的差距里》
- 《不止不休》观后感
- 风采
- 从“心”出发，向“新”而行
- 同成长 共进步
- 30岁，远方在前，青春正燃
- 磨砺以须，逐梦前行
- 风物
- 表里山河，三晋大地

55 • 旗帜

- 学习贯彻党的二十届三中全会精神|
深化医药卫生体制改革

提质增效

■ 王建军

铸就企业辉煌新篇

面对跌宕起伏的行业市场，作为一家深耕实业的民营企业，江苏吴中犹如一位历经沧桑的勇士，正面临着严峻的挑战。此时，重新审视自我、深度思索自身优势，已然成为当务之急。唯有以高质量的发展方式弥补效率与效益等短板，方能实现逆势突围，在困境中绽放璀璨光芒。

在时代的浪潮下，企业恰似一艘艘巨轮，在经济的海洋中奋勇前行。而“提质增效”，无疑成为了每一艘巨轮的关键航向标，引领着企业驶向更加辉煌的未来。

卷

首

语

提质
增效

一 品质为基，企业之本

提质，对于企业而言，是对产品品质的执着坚守。从研发源头的精心筛选，到生产环节的严谨把控，再到质量检测与仓储运输，每一个环节都凝聚着医药、医美人对卓越品质的不懈追求。唯有以高品质的产品为坚实基础，企业方能在激烈的市场竞争中稳如泰山，赢得患者的高度信赖与由衷赞誉。

二 效率至上，活力之源

增效，是企业对效率的全力提升。在这个快节奏的时代，时间与效率犹如企业发展的命脉。企业需积极探索创新管理模式，引入先进技术手段，不断优化生产流程，全力提高运营效率。通过数字化转型与智能化升级，打破传统束缚，实现资源的高效配置与协同运作。充分激发员工的创造力与积极性，让每一位员工都成为增效的有力推动者。只有持续提高效率，企业才能在瞬息万变的市场中迅速响应，精准满足消费者需求，实现可持续发展的宏伟目标。

三 携手共进，辉煌之路

提质增效，对于企业来说，绝非一日之功，而是一场需要全体员工齐心协力共同参与的持久战。它需要领导者的高瞻远瞩与果断决策，如同航海中的灯塔，为企业指引前进的方向；需要管理者的精心策划与严格执行，似舵手稳稳掌控企业之舟；更需要每一位员工的辛勤付出与无私奉献，如同船员们齐心协力划动船桨。让我们携手共进，以提质增效为强劲之帆，以创新进取为有力之桨，在企业发展的壮阔征程中乘风破浪，书写医药大健康行业的璀璨新章。

在企业发展的漫漫征程中，提质增效之路虽充满挑战，但只要我们坚定信念、携手前行，就一定能够铸就辉煌。江苏吴中应当以提质增效为契机，不断挖掘自身潜力，提升核心竞争力。相信在全体员工的共同努力下，江苏吴中必将在新时代的浪潮中绽放更加耀眼的光芒，开创出属于自己的辉煌未来。

新闻

01 公司召开上半年度工作总结会

7月13日，公司召开2024年上半年度工作会议，大家一起围绕业务目标梳理情况，对照任务进度查找问题；同时，进一步明确后续工作重点，从而带动公司上下，以更加敏锐的目光审视过去，以更加坚定的步伐迈向未来。

公司董事长、总裁钱群山作公司上半年度工作报告，要求下半年，继续以“提质增效”为核心，围绕“聚焦重点、突破难点、打造亮点”发力，要求各个条线对照年初签订的目标任务书，抓好系统谋划、紧盯关键环节，确保整体推进，全方位提升综合管理和经营业务的整体质量。

会上进行了“江苏吴中之星”颁奖，公司董事长、总裁钱群山为来自各个条线，表现突出、业绩显著的十名获奖的员工颁发奖牌，送上奖金和鲜花。鼓励大家以先进为榜样，学习他们攻坚克难、拼搏奋进的动力，乐于奉献、勇于担当的精神，携手并肩，向着更高的目标迈进。



02 奉贤区委书记袁泉一行莅临吴中美学（上海）公司走访调研

7月11日，奉贤区委书记袁泉，奉贤区委副书记唐晓腾，区委办、区委研究室、区经委、区科委等部门主要负责人；以及东方美谷集团党委书记、董事长周如意等，莅临江苏吴中美学生物科技（上海）有限公司走访调研。调研组一行参观吴中美学（上海）公司生产车间，并进行座谈。

奉贤区委书记袁泉认真听取了企业汇报，肯定了江苏吴中坚守深耕医药、拓展医美的产业升级发展之路；希望公司抢抓机遇、着眼长远，推动产品尽快上市，实现产品与产业的高质量发展；鼓励吴中美学（上海）公司坚定发展信心，利用东方美谷的产业聚集优势，拓展合作机会，实现更大的发展。



03 AestheFill艾塑菲®首发机构发布会

4月23日，在由中国整形美容协会行业发展与监督自律委员会指导、吴中美学主办、人民日报健康客户端媒体支持的“再生抗衰 共塑未来 AestheFill艾塑菲®首发机构发布会”在人民日报演播厅全网同步直播

此次AestheFill艾塑菲®首发机构发布会现场揭晓了经过全国严格筛选的70余家首发机构名单，开创行业先河共建正品溯源验真系统，力邀行业专家莅临，共研新材料、新伙伴、新理念、新打法。



04 吴中美学投资丽徕科技，布局再生水光PDRN“婴儿针”

7月，公司下属吴中美学与北京丽徕科技有限公司签署了战略投资及合作协议，协议约定，吴中美学取得丽徕科技注射用透明质酸钠-多聚脱氧核糖核苷酸（简称“PDRN”）复合溶液产品的独家权益。

目前，国内尚无PDRN溶液三类医疗器械产品获批上市，现有产品主要通过进口化妆品备案进行销售。丽徕科技的PDRN溶液已进入临床试验阶段，在国内进度相对靠前，有望成为国内首批上市的PDRN三类械产品。



05 重组人胶原蛋白制剂工程联合实验室揭牌

4月17日，吴中美学、中国药科大学、南京东万生物共建重组人胶原蛋白制剂工程联合实验室举行揭牌仪式。

中国药科大学生命科学与技术学院研究员、博士生导师尹鸿萍担任联合实验室主任。三方共建联合实验室，将充分发挥各自优势，构建产业技术协同创新平台，吸纳创新资源集聚，促进科创资源与产业化资源融合，有助于突破当前的技术瓶颈，加速吴中美学在重组胶原蛋白领域的研发和产业化进程。



07 吴中医药卡络磺钠片首家通过仿制药一致性评价

7月，公司下属吴中医药苏州制药厂收到了国家药品监督管理局核准签发的关于“卡络磺钠片”的《药品补充申请批准通知书》。吴中医药卡络磺钠片全国首家通过仿制药质量和疗效一致性评价。

首家通过有利于提升该药品的市场竞争力，对该药品的市场销售产生积极影响，同时，也为公司后续产品开展仿制药一致性评价工作积累了宝贵的经验。



06 吴中医药帕拉米韦注射液获批上市

6月，公司全资子公司江苏吴中医药集团有限公司下属分支机构江苏吴中医药集团有限公司苏州制药厂收到国家药品监督管理局核准签发的关于“帕拉米韦注射液”的《药品注册证书》（60ml：0.3g），该药品符合药品注册的有关要求，批准注册。



08 吴中美学艾塑菲童颜针亮相全国微创医学美容大会

5月17日，MIAM 2024中国整形美容协会第十二届全国微创医学美容大会上，吴中美学成功举办了“塑颜悦己非凡新生”艾塑菲美学专场。艾塑菲美学专场由广东省第二人民医院整形美容激光中心主任罗盛康、中国医学科学院整形外科医院注射美容中心主任陈光宇担任大会主席。

AestheFill艾塑菲®凭借全球10余年的临床认证口碑，为现场各界人士展示了强大的品牌科技实力。携手全国各地的专家学者、大咖菁英，探讨热点，深度答疑，多视角、多维度地展示新材料科研及应用成果，明晰行业未来趋势。



09 吴中美学参加奉贤区2024年第三季度重大产业项目开工仪式

7月23日，奉贤区举行2024年第三季度重大产业项目开工暨华隼·智汇未来项目开工仪式。区委书记袁泉宣布开工，区委副书记、区长王益群致辞，并与区人大常委会主任张培荣、区政协主席陈勇章、区委副书记唐晓腾等共同启动项目并培土奠基。

公司下属江苏吴中美学生物科技有限公司常务副总经理李艳章，作为入驻企业代表发言，表示将会扎根奉贤、立足美谷，与东方美谷及园区内企业同频共振，深度融合，共同奏响奉贤东方美谷在健康美丽行业的时代最强音。



10 吴中医药集团与天马医药达成战略合作

9月29日，吴中医药集团与苏州天马医药集团天吉生物制药有限公司签署了战略合作协议签约，达成碘普罗胺注射液MAH合作。碘普罗胺注射液为诊断用药，是目前临床应用广泛且极具潜力的碘造影剂。此次合作既是双方优势与机遇的精准对接，也是互惠共赢的深度融合。



11 公司获评江苏省五一劳动奖状

4月23日，根据《江苏省总工会关于表彰2024年省五一劳动奖和省工人先锋号的决定》（苏工发〔2024〕3号），公司获评江苏省五一劳动奖状。公司上下将珍惜荣誉、再接再厉，切实扛起“争当表率、争做示范、走在前列”光荣使命，以医药大健康产业为核心发展方向，推动企业高质量发展迈出新的步伐。



12 吴中医药成功入选“2023年度中国医药工业百强系列榜单”

6月25日，2024米思会（中国医药健康产业共生大会）上，米内网发布“2023年度中国医药工业百强系列榜单”，吴中医药成功入选“2023年度中国化药企业TOP100”



13 吴中投资控股获评“2024苏州民营企业100强”

7月21日，苏州市召开主题为“汇聚新动能，共谋新发展”的苏州企业家创新发展大会，充分展示民营企业高质量发展成果，持续引导企业家稳预期、强信心、谋发展。会上发布了“2024苏州民营企业100强”榜单，苏州吴中投资控股有限公司入选。



14 公司及下属企业获评2023年度江苏省守合同重信用企业

9月，公司及下属企业吴中医药获评2023年度江苏省“守合同重信用”企业，公司连续多年获评，是公司守法经营、深入推动诚信建设、坚持诚信履约的重要体现，也是社会各界对企业长期诚信经营的肯定，市场监管部门对企业的高度认可。



提质赋能 增效共赢

在这个日新月异的新时代
在风云变幻的市场浪潮中
唯有不断精进，方能稳健前行

提质增效
是推动企业升级发展主
是跨越新高度的重要引擎
需要在产品与服务上追求卓越，赢得市场信赖
需要通过技术、管理持续优化，注入强劲动力
需要追求的是资源的高效利用与效益的最大化

企业的每一步前行都需凝聚智慧与力量
让我们携手并进
在这条充满挑战与机遇的道路上
共同书写企业升级发展的新篇章



医药行业：从供给侧和需求侧看仿制药企的转型思路

从供给侧来看，医药行业的发展动力来源于技术革新迭代。源于未满足的医疗需求，医药中诸多细分领域受创新驱动，而随着技术进展又会不断涌现新的需求。药品领域中，随着小分子药物、抗体类大分子药物技术逐步成熟，近年来ADC成为新的技术发展方向，IO+ADC逐渐成为肿瘤治疗新范式，潜在市场空间巨大。此外，CGT虽然近年热度略有下降，但潜力巨大，静待技术突破。新需求方面，随着靶点、机制等因素突破，减重、自免、阿尔兹海默症、NASH等拥有大量患者群体的疾病领域开始被攻克。

从需求侧来看，中国卫生总费用的总盘子始终在增长，且增速长年维持在5%以上。过去中国65岁以上人口的增速基本上也在5%以上，而且老龄化的趋势基本是不可逆转的。所以医药行业的长期增长趋势是比较确定的，这一点相比其

他行业还是存在比较优势。医保基金的收入和支出仍在持续增长，值得一提的是医保结余率自2021年开始上升，说明集采卓有成效，包括国内采取的DRG/DIP、分级诊疗制度，还是有效降低了医保支出压力。



目前大家普遍担心的问题是医保基金支出压力较大，人口结构老龄化趋势下医保基金的收支平衡难以维系。从人口结构来看，目前人口结构的核心点在于两波婴儿潮，一波是60年代，一波是80年代。25岁-60岁是医保收入主要贡献群体，50岁以上是医保支出的主要贡献群体，现在处于非常明显的供需两旺状态，短期无需过分担心医保筹资能力。

随着经济社会和科技进步，我国人均期望寿命有增长空间。从各国单位期望寿命所消耗GDP来看，我国医疗卫生体系效率排在前列。

“十四五公共卫生规划”主要目标：到2025年，基本公共服务均等化水平明显提高（均等享有、便利可及），普惠性非基本公共服务实现提质扩容（付费可享有、价格可承受、质量有保障、安全有监管），生活服务高品质多样化升级（高品质的健康、逐步形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平的动态平衡）

从治疗性刚需到改善性需求的消费观念和消费动机的转变，是医疗消费市场迅速扩容的驱动力，由此产生了新项目、新赛道，如医美、生殖、肿瘤姑息、康复等。支

付能力提升是消费升级的基础。近十年来，我国城镇家庭人均可支配收入迅速增长，2020年达到43834元，近五年增速7-8%，与此同时2020年我国家庭人均医疗保健支出达到2283元，增速10%以上。医疗保健支出占可支配收入比从2013年的4.29%逐步提升到2019年的5.39%。尽管如此，对标欧美日韩等发达国家仍有接近1倍的提升空间，医疗消费市场潜力巨大。现在有很多企业也在瞄准自费市场，例如石药已经成立专门的广阔市场事业部，中国生物制药也已经设置专门的零售市场事业部。

2018年国家药品监督管理局、国家卫生健康委员会、国家医疗保障局正式设立，进一步深化“三医联动”的重要措施，药监局、卫健委、医保局三个新机构分管医药、医疗、医保，明确各自职能，提升效率。其中，医保局的主要职责是维持医保资金合理结余水平，满足广大人民群众基本医疗需求。为了配合这一职责，医保局配合多部门颁布了药品集采、器械集采、创新药医保谈判等一系列政策。目前仿制药集采已经过半，历史降幅基本在50-60%，降幅相对可控。历次创新药谈判降幅也基本控制在60%

左右，市场对谈判规则、降价幅度均已形成一致预期。

对于仿制药企业来说，一致性评价是绝对的生命线。国家政策是非常明确的，绝大部分药品都要做一致性评价。过去单个大品种放量的时代已经结束，必须要延伸产品线，产品丰富才能抵御单品种集采的风险。其次就是降低成本，很多上市公司例如石四药、华海药业有原料药产能，推动原料制剂一体化，降低成本。或者就是转型创新。转型创新的几条思路，第一条是高价值仿制药，选择市场规模体量大，而且竞争格局相对较好的药品，例如管制药品、难仿药，或药械合一产品。其次就是抢首仿，主要拼的是研发效率。难度较大的是me-better和创新，必须要有较强的研发实力才能实现。



化学仿制药转型途径



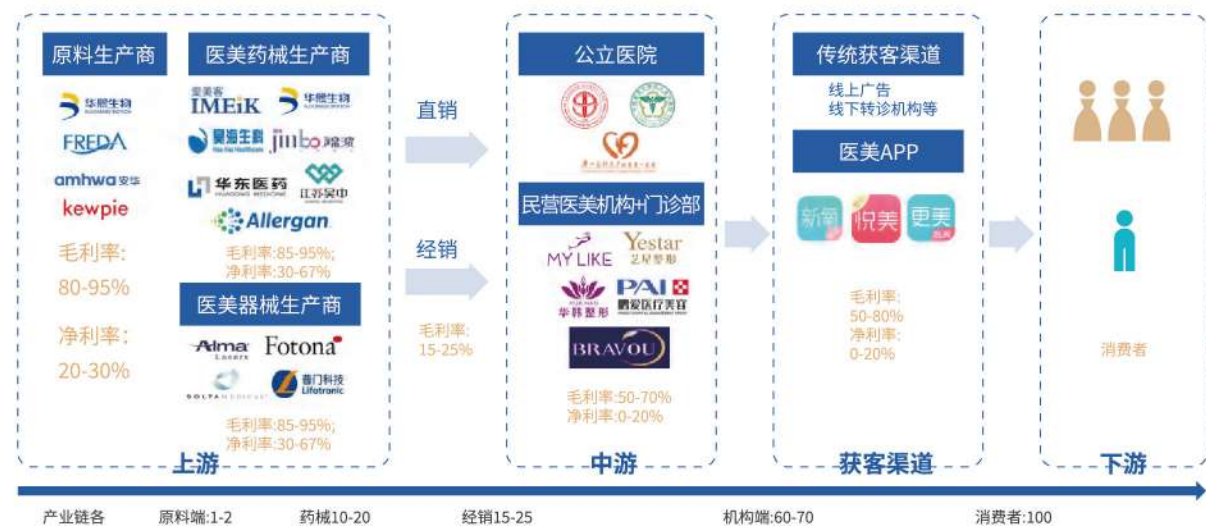
以中国生物制药为例,中国生物制药是最典型的执行“抢首仿”策略的公司,其成功案例便是布地奈德吸入剂。布地奈德是国家第五批集采品种,集采前阿斯利康占据了95%+的市场份额。受益于集采带来的份额提升,中生的布地奈德销售额由2020年的5.4亿元提升至2021年的17亿元,同比翻了倍以上。作为仿制药的龙头企业,2018年至今正大天晴药业新获批仿制药数量超过40个,其中有19个为

首仿(含剂型首仿),包括利伐沙班、泊马度胺、艾曲泊帕、西格列汀、托法替布、仑伐替尼、达比加群酯、伏硫西汀等,基本每年都有数个首仿品种获批。

以华海药业为例,华海药业面对集采的策略是主攻高价值仿制药。公司在2023年第八、九批国采中共中标5款产品(均为光脚品种),包括非洛地平缓释片、注射用伏立康唑两个市场规模20亿级别的大品种。截至2023年末,公司

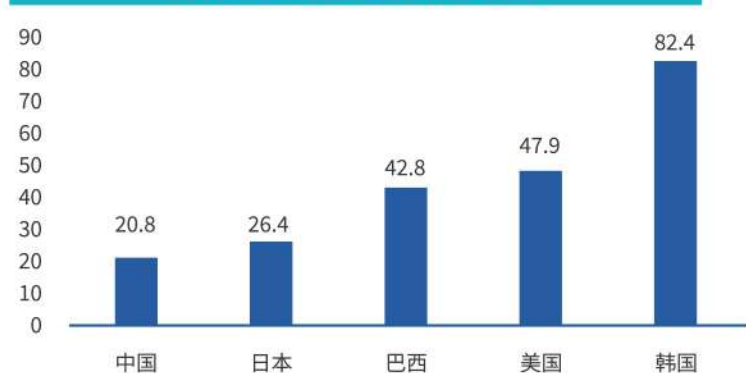
33个制剂产品在“国家集中带量采购及国采协议期满各省市接续”中选,市场覆盖率显著提高。2022年至今,华海药业及其子公司已拥有累计超过40个高端仿制药处在上市审评审批阶段。2024年以来,获批产品包括抗痛风制剂非布司他片(首家)、免疫抑制剂枸橼酸托法替布片(首家)、抗帕金森氏病药多巴丝肼片(首家)等10款新品。

医美行业：关注玻尿酸、再生材料、胶原蛋白的行业机会



医美行业产业链:上游技术壁垒高,是产业链毛利率最高的一环

2020年每千人医疗美容治疗次数



医美产业链中,上游是技术壁垒相对较高,也是毛利率最高的一环。吴中美学就属于上游医美企业之一,产业链站位是比较好的。2014年以前,国内医美行业仍处于萌芽初期。2014年后,随着美学观念深入人心和消费升级,医美的渗透率快速提升,行业经历了一波爆发式增长,但同时也展现出许多野蛮生长的问题。2021年开始多项监管条例出台,医美行业在监管下迈入合规化时代。医美行业背后的增长动力主要还是可支配收入的提升,年轻群体对医美消费的认知度提高,以及行业监管条例规范整个行业的发展。

对比中国和海外的医美人均治疗次数和渗透率,中国仍然处于偏

低的水平。即使是一线城市,医美的渗透率也只有20%出头,仍然低于日本、美国、韩国等发达国家。医美行业仍然在高速发展,未来的渗透率空间还是非常高的。

玻尿酸: 今年市场增速放缓,产品进入后期成熟阶段。但玻尿酸仍然还是一个非常基础的产品,也是占比最大的行业的产品。但整体透明质酸的需求,不管是在医美消费项目,还是客户需求占比,仍然是非常大的一个部分。目前玻尿酸获批的厂家和种类都比较多,其中爱美客的嗨体是相对比较成功的,主要也是由于有颈纹的独家适应症。未来玻尿酸还是会起到联合治疗的作用,和胶原蛋白、水光都是可以联用的,所以玻尿酸依然是

一个不可或缺的基础产品。

再生产品: 再生产品的增速依然是很快的,包括吴中的艾塑菲、华东的少女针或者艾维岚,今年上半年依然有较高的增长。从竞争格局来说,艾塑菲确实是目前国内唯一一家使用聚双旋乳酸微球的再生产品,未来的2-3年内也很难看到同样材质的竞品上市,吴中依然是有独特的竞争优势的。

胶原蛋白: 今年上半年,锦波的薇旖美增长非常迅猛。胶原蛋白起到的作用是比较广的,包括填充、敷料、功能性护肤产品等。现在国内的胶原蛋白竞争格局,动物源的产品获批已经比较多了,当然或多或少都有一些缺点,比如免疫原性和致敏性的问题,人源化胶原蛋白只有锦波的薇旖美,但它也有一些缺陷,例如维持时间较短、没有支撑性等。目前有多家企业在研究和申报胶原蛋白的三类械,从整体进度来看,今年竞品的上市时间都有一定推迟,巨子、创建的胶原蛋白可能都要推迟到2025年及以后。吴中美学的胶原蛋白目前看还是具备一定创新性的优势,也有望将来在市场中后发制人,占据较好的市场地位。



胶原蛋白应用前景广阔

知 识 点

人效管理

的人力资源管理中心

两种逻辑与降本增效

人效是当下时代我们唯一可选的路，人效管理对于企业发展至关重要。人效本质上是生产和服务过程中人的效率的提升，并反馈为财务效果，受人的因子驱动，其核心和关键是业务过程中的转化能力。



人效管理的两种逻辑

· 通过人效指标把人效“管起来”

确定人效指标是关键的第一步。指标类型分为效益类、效率类和效因类。效益类指标关注财务结果，包含人均类、元均类和时均类，是最有意义的人效指标；效率类指标关注生产和服务过程，包括单位效率、标准工时、结构效率和组织效率，是最直接的人效指标；效因类指标关注劳动者个体，包括缺勤率、加班率、有效工时利用率等，是最隐秘的人效指标。

指标类型	次级指标类型	指标	指标定义	是否北极星指标
效益类指标	人均类	人均销售额、人均毛利、人均利润		
	元均类	元均销售额、元均毛利、元均利润		
	时均类	时均销售额、时均毛利、时均利润		
效率类指标	单位产出	UPH/UPPH/SPH/TCPPH/出杯量/翻台率		
	标准工时	千包工时、千片工时、哈勃工时		
	结构效率	质量效率(良率)、过程效率(转化率)、OLE、流程效率、决策效率		
	数量类	员工总人数、直接员工人数、外包员工人数		
效因类指标	结构类	官民比、管理幅度、职能人员占比、全职人员占比		
	成本类	人事费用率、人力成本增长速度、浮动薪资占比		
	时间类	加班率、出勤率、有效工时利用率、时间价格		
	技能类	岗位技能匹配程度、关键技能员工占比、多能工占比		
	动能类	满意度、敬业度、缺勤率、留任率		

人效指标画布

在选择指标时，要结合行业属性、企业生命周期阶段和公司人效提升的逻辑，尽量全面且有体系化思考，突出公司指标和部门指标的差异，做到财务看效益、业务看效率、人力看效因，因地制宜、因势利导选择合适的人效指标，从而实现高质量的人效管理。

人效指标的制定有三个关键步骤，分别是定基线、定应用、定根因，据此可以确定人效指标的基准线、应用方式以及寻找根因、识别人效痛点。



人效指标“三定”

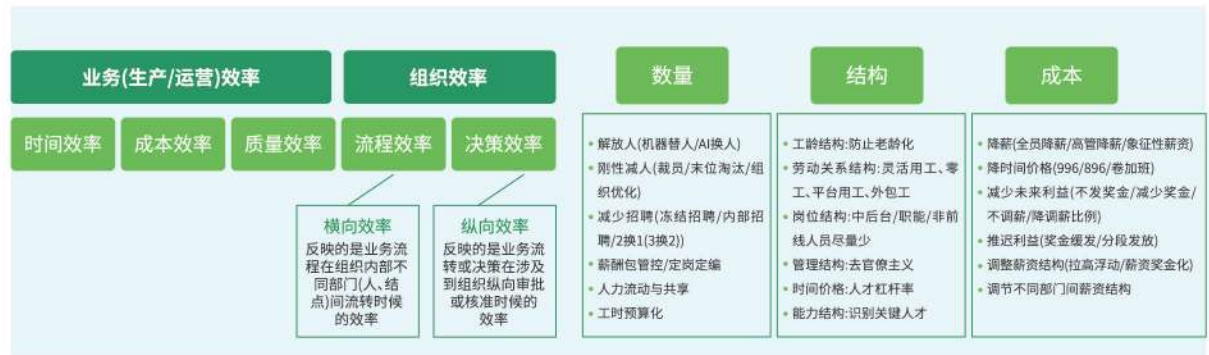
· 系统化地人效提升

系统化提升人效的思路包括减小分母、增大分子和调节杠杆。减小分母可通过减少成本、浪费、冗余、加班等实现；增大分子可通过增加产出、质量、单价、获取增量等实现；调节杠杆可通过调整战略、结构、流程、运营等实现。

三种思路	果	缘	人	因	战略
减小分母	降低成本	降本增效			战略增效
增大分子	增加利润	增量增效	赋能增效		
调节杠杆	提升效率	提质增效			

人效提升的因果果

从“业务视角”看人效，在战略与经营方面，要有增量思维；在生产与运营方面，要精益生产、运营降本和提高生产效率；在人员方面，要提高组织效率。

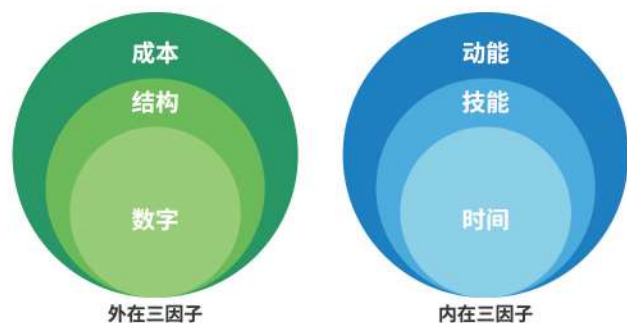


理解组织效率

降本增效的十八般武艺

两种人效提升模式

根据内在因子和外在因子可以将人效提升分为控制型降本和赋能型增效，前者将劳动者视为客体，关注的是降本，对象是群体；后者将劳动者视为主体，关注的是增效，对象是个体。



· 人的时间：不同视角下的降本与赋能

时间是降本赋能的重要工具。从不同视角来看，HR视角关注时间准确记录，可通过实时考勤和精益工时，减少加班和工时浪费以降低投入成本；财务视角将时间与不同业财单元关联，借助劳动力账户，引导业务决策和效率改善；业务视角关注减少时间投入，通过智能排班，使业务工时更精准且能被满足。

	HR视角	财务视角	业务视角
关注点	- 时间能被准确记录 - 减少加班(不计算的时间) - 减少工时浪费	时间不仅与人关联,更要与不同的业财单元关联(比如区域、工序、组织子集、人力来源等)	- 减少时间的投入 - 业务的工时需要更精准 - 业务需要的工时能够被满足
降本	减少工时和工时浪费,可以降低投入成本	能够通过时间投资回报率,引导业务决策和效率改善	- 减少工时和工时浪费 - 必要的时候增加时间
赋能	- 发放准确的薪资 - 减少加班 - 减少不必要的工时投入	在不同的业务单元可能收到更精细化的奖金方案,个人投入更精细化核算	- 减少不必要的工时投入 - 获得更大的工时回报
工具和理念	- 实时考勤 - 精益工时	劳动力账户	智能排班

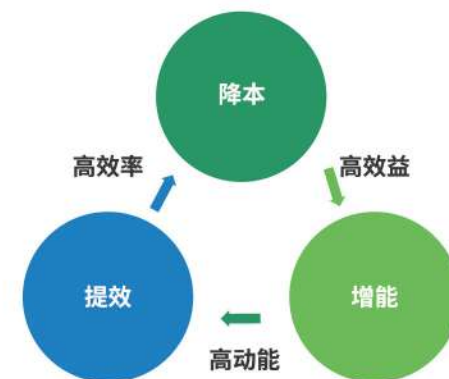
· 人的技能：从赋能到再造

对于技能的认知需要从改善维度转变到改造维度，效能提升能够从10%提高到300%。对于组织来说，需要始终用最少的人，匹配最合适的技能，实现降本。对于员工来说，需要习得标准和更多、更深的技能来提升自己，获得更大的回报。



· 人的动能：员工激励的三性进阶

公司通过绩效管理、激励性薪酬、员工认可计划可以满足人性（愿意上班）、激发狼性（愿意加班）、培育神性（不想下班），实现效益提升、效率提升、动能提升。



人效管理模式

· 人效工程

该模式遵循降本增效的逻辑，聚焦人效驱动因子中的数量、结构和成本，着重点在于短时间内快速提升人效，而不考虑措施对组织的冲击。

· 人效改善

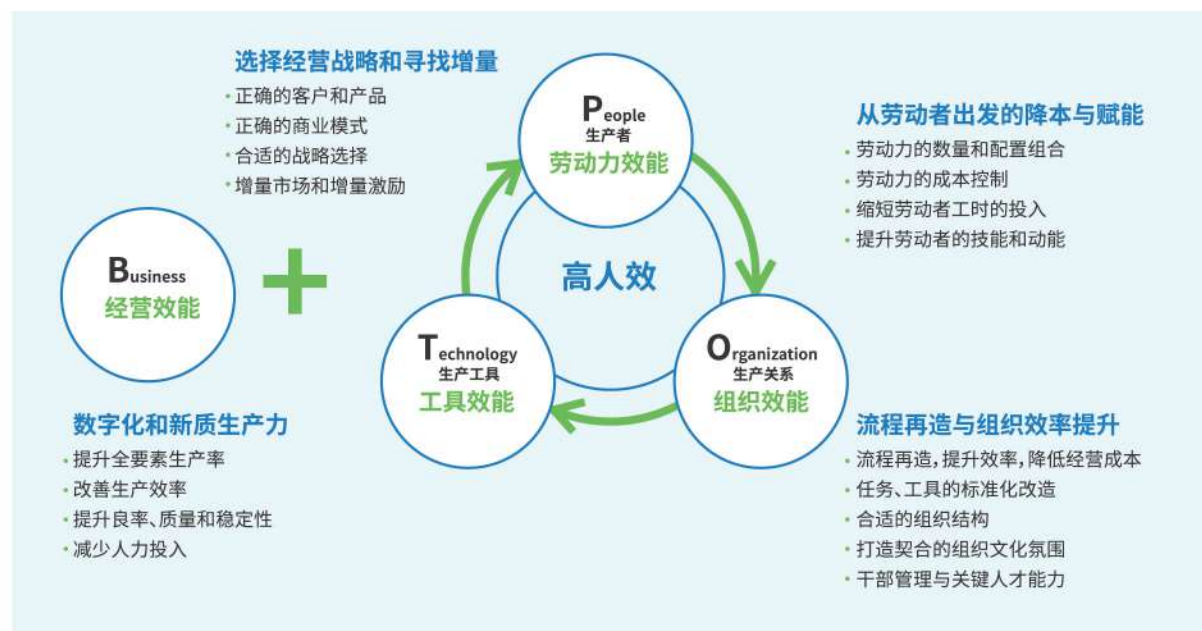
该模式聚焦效率类指标，着重点在于通过人效指标的诊断，如差距分析、根因诊断，找到改善人效的方法，建立人效管理的文化，适合全流程体系的建立。

· 人效持续改进

该模式遵循赋能增效的逻辑，聚焦人效驱动因子中的时间、技能和劳动，着重点在于持续推动人效改进。

人效管理变革需要组织能力、数字化转型能力、对人性的共情能力这3个关键能力来支撑。组织能力是指当公司员工组成团体时展现出的集合能力，能够让组织达成共识且充满动能，解决组织整合和动能问题。数字化转型能力是企业利用数字化技术和思维方式，重新规划业务模式、流程，转变企业文化内核的能力，能够提升端到端流程效率。对人性的共情能力要求组织变革者理解人性，掌握场域温度，从而减少变革阻力，避免因对抗导致失败。

成就卓越的人效提升模式可归纳为B-TOP模型。



B-TOP模型

管理人员的财务管理意识

■ 财务管理中心 / 曹辰杰

在企业的管理活动中，我们经常说，要加强财务管理，那财务管理究竟是管什么呢？

按照教科书的定义，财务管理是在一定的整体目标下，关于资产的购置（投资），资本的融通（筹资）和经营中现金流量（营运资金），以及利润分配的管理。

从中可以看出，财务管理的对象是资金活动。资金活动又分为：

- 经营活动：包括经营收款、经营支付
- 投资活动：包括投资收益、投资支出
- 融资活动：包括获得贷款、偿还本金和利息
- 利润分配：股权筹资、分配股利

资金活动就是收和支，为什么要去管理呢？

这就是需要了解财务管理第一个概念：资金是有成本的。

企业资金来源包括股东投入和债务融资，每一项

资金都有其特定的资金成本。股东要求投资回报率，债权人要求利息回报。所以说“账上趴着很多现金”未必是好，很有可能承担了资金成本，而浪费和低效直接损失了本金。

做好财务管理一方面是要降低企业获得资金的成本，另一方面，需要提高资金运营的效率。

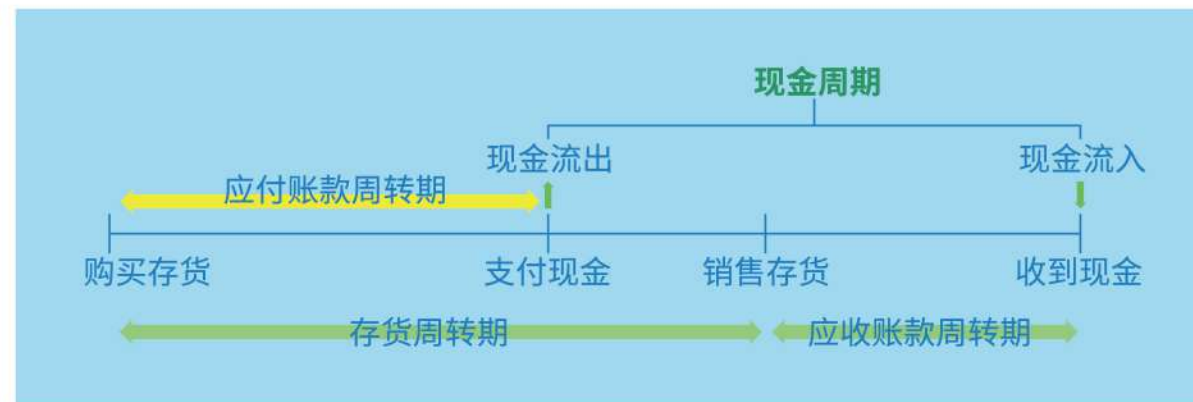
在我们日常经营管理相关过程中，最直接的就是提高现金周期。现金周期指的是企业在经营中从付出现金到收到现金所需的平均时间。

以普遍的生产制造企业为例

现金周期=存货周转天数+应收账款周转天数-应付账款平均付款期

例如：吴中医药销售配送某医美企业产品，销售款到发货，库存周转25天，供应商付款账期30天，现金周期为负。如果说此类业务的占比很高，那就是意味着就是可以利用很小的资金来完成业务的运转。

缩短现金周期首先是做好货款回笼管理。



应收账款管理的重点不仅仅是催收，重要的是控制，我们要对应收款项有非常好的掌控，不能是货发出去了，应收账款管理就放松，回款时间不仅仅代表资金成本，更重要的是坏账风险。

管理应收账款的主要手段包括：

- 优化信用管理政策，根据客户的合作情况制定不同的信用政策。
- 加强应收账款的监控与催收。
- 优化结算方式，提供多样化的收款方式，包含承兑，债务重组等方式，降低坏账风险。

通常都会认为欠债是不好的行为，所以我们才会有无债一身轻的说法。但是，经营过程中产生的合理负债，也是我们财务管理的一个重点对象，包括应付票据、应付账款、预收账款等。这些负债会减少企业现时资金流，我们可以采取以下方式：

- 加强公司的议价能力，“早收晚付”；
- 合理使用票据；
- 采取预收方式销售等为公司争取合理的负债，降低资金需求。

供应链对财务管理、成本控制非常关键，供应商对公司是非常重要的合作伙伴，类似小米这样的公司，就是有着非常好的供应链管理能力，才能在消费电子红海中利用低价策略脱颖而出。供应链的管理非常多样，比如培养供应商依赖，提高公司议价能力；提高供应商响应速度，增强库存周转；缩短供应链，降低采购成本；平衡周转效率和安全库存等等。

在进行长期资产投资时，应该回答几个问题。

- 投资的回收期&必要性：要充分考虑初始投资额、现金流量、投资回报率、风险承受水平。
- 资产外购还是自产：可避免固定成本、闲置产能、外购价格、机会成本。
- 需要购置还是租赁即可：综合比较购置成本、折旧、维修费、净残值、年租金、税金。



财务管理在企业经营中很重要的职能是风险管理和控制。在经营活动中，资产跌价在资产负债表中有三个不容易关注的科目：应收账款坏账准备、存货跌价准备、长期资产减值准备。这些科目不仅仅是一项会计计算方式，更是直接反映企业的经营效率和资产风险。应收款项：反映账龄、客户信用等；存货：反映库龄、市场价值、可变现净值、变现难度等；长期资产：反映使用效率、未来收益等。

财务管理贯穿于企业的整个生命周期，从资金运作、经营决策、风险控制到可持续发展都离不开财务管理的有力支持。只有在业务发展期提高效率、未雨绸缪，才能在业务收缩时赢得时间，度过危机。

提质增效 韧性提升

■ 苏州制药厂 / 顾静燕

近年来，医药行业大形势愈发严峻和充满挑战。我们面对的是不断上涨的成本压力，严格的监管要求以及快速变化的市场需求。“物竞天择，适者生存”，提质增效成了制药行业可持续发展的关键，唯有通过提高质量、增加效益，才能确保企业的生存与发展，为医药的繁荣注入源源不断的动力。

高质量的药品关乎人们的生命健康，高效的生产则能更好地满足医疗需求。将提质增效贯穿于工厂发展的每一个环节，提供安全、有效的药品是工厂管理的一项重要课题。

提质，即提升质量，包括产品质量、服务质量、工作质量等各个方面。

我们从产品质量为根本点出发，把好“三道关”，物料入厂关、生产过程控制关、产品出厂关。

生产物料控制。产品生产时物料是基础，人常说

“好料出好汤”，把好物料入库验收关，从供应商的选择与审计管理出发，按照产品风险级别等对物料进行等级分类，避免一刀切的盲目管理。供应商评估后分级管理，优胜劣汰，也为战略性的招标做好基础工作，2024年淘汰2家外包材供应商。检测验收过程中，严格标准验收，异常项目指标严格OOS调查处理，确认物料原因的绝不用于产品生产，严控物料第一关。

生产过程控制。从规范人员操作，稳定公用系统运行，控制CPP，厂房环境等方面为切入点，按照产品工艺要求，控制产品的无菌生产，可见异物控制，防止混淆、差错，污染和交叉污染。2024年通过启动产品持续工艺确认，清洁盲抽，关键设备盲抽、外观质量、自检、季度质量要素评估等专项严控生产过程第二关。



产品出厂控制。检测是企业的眼睛，2024年全品种建立控制标准、放行标准和法定标准。对产品检测标准和注册标准进行逐项核对，攻关数项检测差异项，如流动相比比例差异等。人员主观判断的项目，实行授权检测制，并定期考核再授权。生产过程的偏差，进一步规范评估方式，为产品放行提供有效依据，严控产品放过第三关。

增效，即增加效益，包括经济效益、社会效益和生态效益。

工厂通过提高管理水平、夯实技术等手段，降低成本，提高产出，实现经济效益的增长。

提高检验一次合格率。减少检测异常，降低无效OOS率，从检测角度减少无效的人员差错、仪器原因的异常、检验方法的局限性、耗材的影响。故主要从人员检测技能出发，实行“师带徒”、“面对面”的带教培训，通过“我说你听，你说我听，我做你看，你做我看”的形式，刻意练习，夯实技术技能。制定11项行动项，运用SDCA模型，不断减少因人员差错产生的重复检测，减少人员用工成本，减少耗材重复使用成本，提高工作质量效率。

提高生产日生产量。结合目前产品供不应求的瓶颈，策划产品扩批方案。在合规、合格的角度，产品扩批结合微小变更，设备产能匹配最大及最优化，通过验证即可实时执行，并销售上市，这是最优方案，已实施执行的有盐酸阿比多尔原料药、匹多莫德口服溶液、盐酸多巴酚丁胺注射液等。这也启发我们研发过程中，关键参数（含无菌过滤要求）为扩批做前置研究和准备，缩短上市后变更流程时间。

优化生产流程精益生产。工厂结合市场产品需求，库存管理，建立了“产销日报数据报表”制度，同时协同工厂水、电、气能耗的最大利用化科学排产、均衡生产，均衡验证，均衡检测，做到最小能耗，最大产能。从生产端，工厂建立TPM管理（Total Productive Maintenance）要求，全员生产维护，从初步清扫，制定基准，自主维护，专业维修，改善提高等步骤，提高设备的可靠性和稳定性，减少设备故障和停机时间。试点实施“机长负责制”，建立性能开动率定义，逐步试点实施在设备生产工序，以设备

综合效率为目标，追求设备的最佳状态。

建立标准操作工时。在生产、检测操作要求基本固化的基础上，即在特定的工作环境下，用规定的作业方法和设备，以普通熟练工的正常速度完成一定质量和数量的工作所必需的时间。这样可直接有效精准地计算生产能力，合理安排生产任务和进度；为员工绩效评估提供客观的标准，激励员工提高工作效率；也可以通过标准工时的分析，找出生产过程中的瓶颈环节，进行进一步的工艺改进和优化，提高生产效率，形成一个良好的循环。

新增物料供应商。制药行业的供应链较为复杂，涉及到原材料采购、生产加工、物流配送等多个环节。对于工厂的生产端，受国内、国际政治经济环境、原材料价格波动、供应商资质等因素影响，供应链的稳定性面临挑战。原材料有市场竞争，就有价格谈判机会，在不降低物料质量的基础上，通过新增供应商，拒绝物料独家供应商，同时评估工厂成本费用TOP10、TOP50的物料，通过法规要求，合理新增原材料等供应商。

人员优化管理。一方面生产车间通过“一楼一策”的管理，应对不同制剂产品需求时，可以快速有效协同人员匹配生产需求，减少人员培养成本，提升人员岗位匹配性，缩短供货周期。厂内各部门实行班组内、部门内、跨部门的轮岗策略，培养多能工；轮岗的过程，既增加了员工对岗位的理解，有助于基础人员的稳定，也是发现人才，培养后备管理人员的好途径。另一方面，持续技能评定通道畅通，根据员工技能评定情况，安排在最适合的岗位，充分发挥其优势，提高工作效率和质量。同时也激励员工不断学习和提升自己的技能，适应企业的发展和职业需求。

提质增效的策略还有很多，如技术革新（QC小组分析）、优化生产流程、提高资金使用率等。作为生产性企业，我们要用团队智慧提质增效，韧性提升，实现从跟跑者到领跑者的转变，不断提升产品质量和效率，在激烈的角逐中站稳脚跟，赢得消费者的信任 and 市场份额。

行业动态

01 证监会依法批准暂停转融券业务

为切实回应投资者关切，维护市场稳定运行，经充分评估当前市场情况，证监会依法批准中金公司暂停转融券业务的申请，自2024年7月11日起实施。存量转融券合约可以展期，但不得晚于9月30日了结。同时，批准证券交易所将融券保证金比例由不得低于80%上调至100%，私募证券投资基金参与融券的保证金比例由不得低于100%上调至120%，自2024年7月22日起实施。

02 沪、深交易所制定程序化交易管理实施细则

继中国证券监督管理委员会于2024年5月15日正式发布《证券市场程序化交易管理规定(试行)》，上海证券交易所、深圳证券交易所及北京证券交易所于2024年6月7日各自发布了《程序化交易管理实施细则(征求意见稿)》，旨在落实《管理规定》提出的监管要求。《实施细则》明确高频交易认定情形，在报告内容、交易收费、交易监管等方面对高频交易投资者提出差异化管理要求，包括增加报告内容、适当提高收费标准、要求会员从严管理等，重点加强高频交易监管。

03 第三批医疗器械唯一标识（UDI）开始实施

6月1日起，根据《国家药监局、国家卫生健康委、国家医保局关于做好第三批实施医疗器械唯一标识工作的公告（2023年第22号）》，15大类103种二类医疗器械将执行唯一标识，未按规定执行将受处罚。多省药监局发文明确实施要求和任务，鼓励其他医疗器械积极实施，推进追溯体系建设。

04 医改2024年任务发布

6月6日，国务院办公厅印发《深化医药卫生体制改革2024年重点工作任务》。明确加强医改组织领导，建立“三医”协同机制。推广三明医改经验，推进药品耗材集采扩面。完善医疗服务体系，加强基层能力建设，推进“双中心”建设。深化医疗服务价格等改革，促进多层次医疗保障体系发展。还强调数字化赋能，推动医疗信息化。此任务为深化医改指明方向，将进一步提升医疗服务质量，降低医疗成本，增强群众就医获得感，促进医药卫生事业持续健康发展。

05 2024年医保药品目录调整工作正式启动

7月1日，2024年医保药品目录调整工作正式启动。8月27日，国家医保局官网公布通过形式审查药品名单，预计将于11月份完成谈判并公布结果。新目录将纳入更多临床急需、疗效显著的药品，优化医保药品结构，提高医保基金使用效率，保障患者用药可及性，促进医药市场的良性竞争和医药产业的创新发展。

06 全链条支持创新药发展实施方案审议通过

7月5日，国务院常务会议审议通过《全链条支持创新药发展实施方案》。会议指出，发展创新药关系医药产业发展，关系人民健康福祉。要全链条强化政策保障，统筹用好价格管理、医保支付、商业保险、药品配备使用、投融资等政策，优化审评审批和医疗机构考核机制，合力助推创新药突破发展。要调动各方面科技创新资源，强化新药创制基础研究，夯实我国创新药发展根基。

07 DRG/DIP2.0版分组方案正式发布

7月23日，DRG/DIP2.0版分组方案正式发布，国家医保局召开相关新闻发布会。此次升级是对临床实际需求的回应和适应，对重症医学、血液免疫、肿瘤等13个学科以及联合手术、复合手术等问题进行了优化完善。按照要求，2024年新开展DRG/DIP付费的统筹地区直接使用2.0版分组，已经开展的统筹地区应在2024年12月31日前完成2.0版的切换准备工作，确保2025年起各统筹地区统一使用分组版本。

08 国家发布多项重磅政策

9月24日，国务院新闻办公室举行新闻发布会，中国人民银行、金融监管总局、中国证监会多项重磅政策同时推出，进一步支持经济稳增长。

央行：降低存款准备金率和政策利率，并带动市场基准利率下行。降低存量房贷利率，并统一房贷的最低首付比例。创设新的货币政策工具，支持股票市场稳定发展。

证监会：推动构建“长钱长投”的政策体系、发布促进并购重组的措施；三方面举措推动中长期资金入市；提出促进并购重组六条举措。

金融监管总局：优化“无还本续贷”政策 阶段性扩大到中型企业；对六家大型商业银行增加核心一级资本。

共 同 关 注

小编案

为全力提升经营管理绩效，2024年8月，公司举办了高级职员赋能暨“树人计划”中高层后备干部培训论道活动，紧紧围绕“提质增效”这一关键主题展开，来自公司总部管理部门以及产业板块研产销职能条线的学员们积极参与。他们结合所学知识，深入思考，拓展思路，在交流碰撞中广开言路。学员们针对各自领域，纷纷提出了切实可行的提质增效可落地措施方案。

本栏目摘录部分参与培训论道学员的思路、见解和建议。这一举措旨在让公司全体同仁能够在理念上相互融合，在实际工作中积极践行“提质增效”，将这一重要理念在全公司范围内贯彻落地。通过此次活动，公司上下将齐心协力，共同为实现更高质量的发展而努力拼搏。

多维剖析:绘就医药研发新画卷
姜锋 吴中医药 总经理助理兼药物研究院院长

在医药行业步入存量市场的当下，人效，即劳动生产率，成为关键指标。重视人效，开展提质增效活动，是顺应市场环境的必然选择。研发条线基于此次培训学习成果与论道启发，深入思索如何有效推进提质增效，全面提升整体人效。

从业务视角来看，一方面，在产品侧，需精心规划契合存量时代的产品与商业模式。当前，在药品集采、按病种付费等政策大环境下，医药市场已迈入存量阶段。具有较大临床需求且成本具竞争力的仿制药可考虑立项，商业模式以集采进院为主，旨在分摊生产成本，形成规模效应。另一方面，要挖掘存量时代新需求。随着互联网、新媒体的发展以及人们对健康美好生活的追求，符合电商、小时达等商业模式的产品需求将成为新增长点。公司应大力发展电商模式，匹配如男科、女性孕产期保健类等适合该模式的产品。

从劳动者视角分析，其一，在数量上，通过合理安排人员及项目间人员流动，提高人员利用率。加强人效考核，对人效低的人员进行优化或替换。其二，在结构上，职能部门明确岗位职责，实行一人多岗，按需配备人员。摒弃官僚主义，基层管理人员不能脱离实验一线，研发条线领导要与业务一线共同参与技术攻关，解决项目难题。唯有如此，研发条线才能在提质增效的道路上稳步前行，为公司发展贡献更大力量。

赋能增效:开拓吴中美学市场新征程
王旌 吴中美学 营销中心副总经理兼南中国总监

吴中美学营销中心作为新拓展部门，处于初创阶段，亟需赋能增效以快速拓展市场、抢占份额。

首先，在人员管理方面，把好招聘关，确保合适的人在合适岗位，定人定责并尽量量化工作结果。优化组织架构，加强医生教育团队和市场品牌队伍建设，强化高端产品在医生教育端口和品牌建立的差异化。推动一岗多能，如销售人员可兼任区域培训讲师和市场活动推广角色，组织区域学术活动，提高人员效率。

其次，打造高效能组织文化，充分授权并相信员工，激发内驱力。制定制度激励方案，以阶梯式奖励政策激发团队狼性，发挥组织效能，让每个人的潜能和价值得以充分展现，以组织目标为首要目标。

再者，全力拓展市场，加快开户速度，优选开户机构，提高渗透率。通过集团框架合作稳定业务基本盘，将大型连锁医美机构开发合作作为重点攻克目标，锁定全国4-5家潜力大的连锁集团。开展医生教育，培养产品的忠实拥护者和传播者，发展300位头部医生成为产品倡导者。

最后，设定内部员工系统化训练课程，提升员工技能和工作效能，同时培养内部管理人员，建立人才梯队，为营销中心的持续发展提供坚实保障。

人效提升:探索医药销售管理新路径
陈源 吴中医药 苏州办经理

在对“人效提升新解法”的深入学习和“提质增效”的热烈论道讨论中，我对人效的内涵有了全新且深刻的认知。人效，涵盖了丰富的定义，其指标更是多维度地反映着企业的运营效率。同时，也掌握了诸多提升人效的有效方法。

当前，在医药销售管理过程中，我们面临着一系列严峻挑战。人员成本不断增加，产品数量减少使得销量受限，市场开发也频频受阻。为应对这些难题，降本增效、赋能增效、增量三角模型等方法成为了破局关键。

降本增效方面，将从人员数量、薪资成本以及费用比例等方面进行严格控制和调整，以降低销售费用。赋能增效则着重于产品知识与销售经验分享培训，确保决策易软件的严格执行，并通过定期的团队建设活动激发员工动能。而增量三角模型的运用，聚焦于对现有产品和市场的梳理。将销售资源重点投入到卡络磺钠片、连苓、芙露饮等独家且长期的品种上，同时大力开拓空白市场，深度挖掘存量市场潜力，以实现产品销量的提升。

只有持续不断地提质增效，从细微之处着手，让工作更加高效、团队更加强大，我们才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

降本
增效赋能
增效增量
三角模型

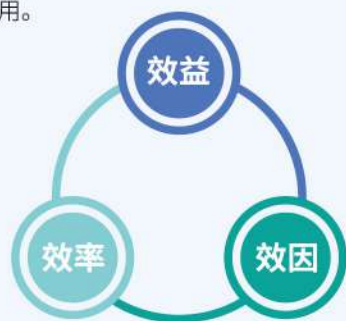
人效赋能：生产变革正当时
李红乾 吴中医药 苏州制药厂副厂长

培训之初，我对“人效”的认知得到重塑。以往片面的理解被彻底纠正，深知人效绝非简单的减员增效或人员数量与劳动价值的机械对应。李斌老师以其幽默风趣的授课风格，深入浅出地阐述了人效于现代企业发展的关键意义，引领我们回溯人效管理的发展脉络，从泰勒到戴明再到德鲁克等管理学大师在不同时代的卓越理念均一一呈现，砌砖案例更是生动形象，让我们对人效管理有了直观感受。

同时，还学习到系统实用的人效控制方法与策略，深刻领会到企业人效提升需自上而下，高管引领，业务、HR、财务协同发力。人是起始因素，业务是源头，财务指标则是最终成果。人效指标评价涵盖“效益、效率、效因”三个维度，像人均产值、质量合格率等指标在我厂已有应用。

其中，ECRSA 工具令我印象最为深刻。它为优化工作流程提供了有效思路。我将积极践行，带领团队深入剖析岗位工作流程。精准识别哪些环节可取消、哪些瓶颈工序能重排，致力于减少待工时间，提升生产效率，实现单位时间人均劳动产出的显著提高，为企业发展贡献力量，以培训所学助力企业在人效提升的道路上稳步前行。

让我们将所学运用到工作的点滴之中，积极参与到人效提升的行动中去！



撬动增长：引领企业持续发展之路
王智超 吴中美学 财务部经理

提质增效无疑是企业持续发展的核心关键。前段时间聆听李斌老师“提质增效 - 撬动增长”的讲解后，收获颇丰，也引发了深入思考，认为可从以下几个方面进行改进和完善。

首先是优化流程管理。在现有流程要求下，对业务进行全面梳理和优化，减少同质性、重复性的提交工作。比如，可合并一些同类事务的事前审批，增强各系统之间的联动性，充分利用信息技术来实现这些优化。在确保合规的前提下，创建更加清晰高效的审批流程，甚至自动生成各类报表，提高工作效率。

其次，加强员工培训至关重要。定期组织各级员工开展培训，培训内容涵盖内部流程学习、新政策法规解读、办公软件操作等多个方面。通过培训，提升员工的专业素养和工作能力，为企业发展注入新的活力。

再者，降本亦可增效。从这个角度出发，应考虑优化供应链管理。建立完善的供应商评估和管理体系，与优质供应商签订战略采购协议，锁定优惠价格，从而降低采购成本。通过这些举措，实现企业的提质增效目标，为企业的持续稳定发展奠定坚实基础。



他山之石

如何走出低水平内卷

(下篇——打造一支奋斗者团队)

内容来源：量子教育

分享嘉宾：李志华，北京华夏基石管理咨询集团高级合伙人，华夏基石阿米巴创新研究院院长，量子大学、浙江大学特约讲师。

高级笔记达人 | 天朗明月

链接：<https://mp.weixin.qq.com/s/geAJiXzTJnKbNeYIUmYkQA>

2024年，市场越来越卷，整体形势越来越严峻。

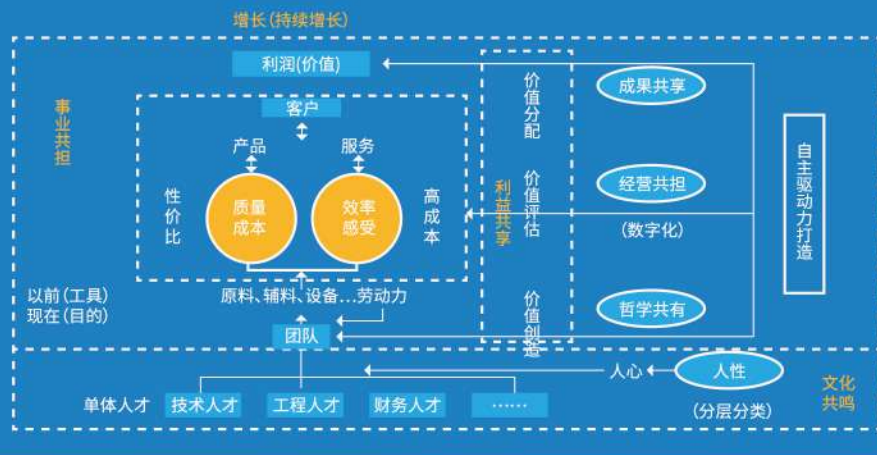
在这样的背景下，有效激发人才的潜能和培养人才的自主驱动性，实现人才与业务的深度融合，助力于业务持续发展，成为了我们亟待解决的问题。

在当前市场环境下，如何打造一支超级奋斗者团队？

需关注三个关键方面：建立哲学共有、实现利益共享和为团队成员提供事业平台和发展空间的事业共担。

为打造一个高效、充满奋斗精神的团队，我们需要确保三个关键因素在组织内得到有效落实。

自主驱动力打造逻辑图



首先，建立文化共鸣是基础。

这意味着团队成员应拥有共同的价值观和事业追求，并深度认同公司企业文化和价值理念。只有在文化上产生共鸣，团队成员才能形成共同目标而努力的源动力。

其次，实现利益共享是推动团队奋斗的关键因素，涉及价值创造、价值评估和价值分配的联动机制。通过公平合理地利益分配，激发团队成员的积极性和创造力。

最后，为团队成员提供事业平台和发展空间，形成事业共担的场景。这不仅有助于提升团队成员的责任感和使命感，还能进一步增强团队的凝聚力和战斗力。

接下来我们分开看。

1.建立文化共鸣

① 对企业文化的认识

很多人对企业文化有两个误解：第一，企业文化很抽象，虚头巴脑的，难以落地；第二，仅宣導理念而缺乏具体措施，很难让文化落地并助力企业经营发展。

但其实，真正的文化是对企业过去高绩效业绩的经验总结。任何优秀的文化都是高绩效的文化，是企业对过去成功经验的总结，是指导企业下一步持续成功的准则。

以华为为例，其文化理念是以客户为中心、以奋斗者为本、长期坚持艰苦奋斗，这并非简单口号，而是对华为成功经验的总结和提炼。华为通过制度和流程确保这些理念得以有效实施和落地，使其成为企业的核心竞争力。

② 如何实现文化共鸣？

一旦文化形成，可以通过4个字来实现文化共鸣。

第一 知

在众多企业中，我们发现一个普遍问题：当我们询问员工关于他们公司的愿景、使命和价值观时，很多员工并不能给出明确的回答尴尬局面。

员工对企业文化一无所知，文化怎么可能落地生根，发挥其应有价值呢？因此，企业文化，尤其是核心理念，必须让员工熟记在心。

没有“文化”的企业不会走得长远；没有“文化”的企业没有生机和活力；没有“文化”的企业再“大”也是“小”企业。

我们需要通过培训、传播和物化等多种手段实现文化传播。在完成培训后，必须进行考试。只有通过考试才能真正促使员工记住文化理念。

文化落地没有什么秘诀，就是“反复练”、“练反复”，考试是“练”的效果检验石。

第二 信

发自内心地相信才能产生力量。我们必须保持坚定的文化信仰，并认识到榜样的力量不可或缺。

为了树立榜样，我们需要描绘奋斗者的画像，让我们看到周边的奋斗者，让奋斗者就在我们身边，绝不让奋斗者吃亏，让奋斗者得到应有的尊重。

第三 行

文化的理念要转化成员工的行为，行为概念涵盖了行为开发、行为规范以及行为改进等多个方面。

行为开发是通过努力和奋斗实现个人和团队的发展与成长的载体，行为准则是行为活动的纲领，体现了员工的专业化和职业化。

第四 改

任何公司面临的内外外部环境在不断地发生变化，我们需要每年对文化大纲进行修订和完善，确保其与时俱进。

总之，知、信、行、改是实现员工文化共鸣的举措和步骤，对奋斗者而言更是不可或缺的元素。

2.实现利益共享

①价值管理是实现员工与企业“利益共享”的基石

先来看员工方面，我们将员工分为三类：

首先，是打工者，也就是普通劳动者。

在企业当中，不可能所有人都具备奋斗精神，都是奋斗者，我们只是希望奋斗者的人数占比较高，普通劳动者也是企业不可或缺的一



部分，例如操作工、门卫工等。

只要这些普通劳动者的价值创造大于成本，我们愿意为他们提供合理的报酬。

其次，是一般奋斗者。一般奋斗者具有明确的目标和使命感，努力平衡工作与生活，我们理解并尊重他们的需求，并提供给他们应有的回报。

最后，是超级奋斗者。他们是愿意竭尽全力为公司创造价值的人。通过奖金和股票等方式，他们能够实现公司与个人价值的共同提升。

再看看企业组织层面：

第一 全力创造价值

简而言之，我们通过利益共享机制，实现价值创造、价值评估和价值分配的闭环管理，打造一个由奋斗者组成的生态型组织。

第二 正确评价价值

要建立科学的价值评价体系。论功行赏，需要正确评价其价值。如果价值评价不当，就会对奋斗者造成打击，消耗他们的热情。

第三 合理分配价值

在探讨价值分配过程中，我们应优先考虑在业务前线冲锋陷阵的部门和组织，同时关注如何为企业带来长期发展动力。

针对具有发展潜力的领域，我们应确保价值分配能够支持其持续发展。

为实现这一目标，我们应将效率放在首位，确保价值分配真正有益于为企业创造价值。合理分配价值不仅有助于激发全员创造力，还能准确评估各方贡献，确保所有利益相关者都能分享企业发展成果。

②构建胜任力素质模型是价值管理前提

在实施价值管理之前，必须建立胜任力模型，选择到合适的奋斗者或者准奋斗者。

构建这个模型，需要分析绩效优秀员工的关键行为，并与绩效不佳的员工行为进行比较，以识别出导致绩效差异的关键行为。

③价值创造是价值管理的开始

价值创造是指公司通过经营活动或者创新变革，为公司产品或者服务创造的附加值，不同的企业对价值创造定义不同，如中粮的效能卡，海尔的温度计等。

在人力资本时代，人是推动经营活动的主推手，是价值创造的源泉，是经济活动中最积极的因素。

那么，价值创造怎么衡量呢？我们借助日本经营之圣——稻盛和夫的阿米巴经营模式的单位时间附加值来举例。

阿米巴经营是划小核算单元，将企业的研发、制造、销售等业务单元进行独立核算，前台业务部门是打粮食，后台职能部门是增肥力，为了保证各个经营单元能够响应客户需求，满足内部客户，变“交付”为“交易”。

各个经营单元创造的价值可以用收入减去费用后除以工作总时

间，也就是单位时间附加值来衡量，这样的衡量方式让我们对价值创造一目了然。

④ 以绩效为核心的价值评估

价值评估是产生“满意”或者“不满意”的至关重要环节，核心在于绩效管理。一个有效的绩效管理体系需要具备三个关键要素：

首先是执行系统，即从组织到个人的绩效执行体系，确保绩效得以顺利实施。

其次是支撑系统，它为我们提供了所需的数据和信息，例如借助信息化手段获取数据，为绩效管理提供有力支撑。

最后是分析系统，尤其是绩效分析和偏差分析，这是许多企业容易忽视但极为关键的部分。

⑤全面薪酬激励能够有效实现奋斗者的保留和激励

在薪酬体系、福利体系、学习与发展体系以及工作环境体系等方面构建了全面薪酬管理体系。

员工薪酬不限于物质回报，还包括更广泛的范围。若企业在非物质方面如学习和氛围营造相对较弱，那么员工一定会追求物质回报，因此企业必须在物质方面给予员工足够补偿，确保各方面平衡。

作为人力资源工作者，我们不仅需要执行日常任务，还要关注员工的敬业度提升，营造积极向上的文化氛围。

通过构建学习与成长平台，使员工产生归属感，感受到工作的价值与意义，从而提升员工的满意度和忠诚度。

3. 建立事业共担

建立事业共担的合伙人机制至关重要。我们所指的合伙人机制并非局限于股权合作，而是构建一个共享事业平台。

在确立合伙人机制时，首先需要明确目的，其次要构建一套完整的机制，包括合伙人的资格、选

拔、评价以及激励体系。

在实践中，许多企业由于缺乏深思熟虑，仓促地推行合伙人制度，为了合伙而合伙，导致体系不完善，进而引发一系列问题。

因此，建立一套科学、合理的合伙人机制显得尤为重要。

除了选拔和评价机制，我们还需要关注合伙人的退出机制。在为

企业提供合伙人服务的过程中，我们应全面考虑合伙人的对象、标准、评价以及退出等方面，形成一套完整的合伙人机制。

妥善实施合伙人机制将带来巨大益处，特别是对于奋斗者和超级奋斗者，通过实现事业共享，进一步激发他们的积极性，推动企业发展。

我们分享2个案例

案例1：成吉思汗改变战利品分配让大家“为自己而战”

在中国历史长河中，疆域最为辽阔的时期属于成吉思汗时代。

当时，蒙古地区各部落之间为自己的一亩三分地争夺有限地盘而纷争不断。为实现统一，成吉思汗推出了一套独特的分配体系，构建大家共担的事业平台。

在实施过程中，成吉思汗将战利品的90%分配给各个部落，这一举措为部落提供了坚实的支撑，许多蒙古部落纷纷选择加入，共同为实现统一而努力。

这套体系的核心优势在于它能够将各方力量有效汇集，从而形成一个强大的集体。值得一提的是，这90%的分配并非平均分配，而是根据每个人的贡献进行公平奖赏。

成吉思汗针对不同等级的将士采取不同的分配策略。对于王室成员和普通士兵，他们分别按照不同的标准进行分配。此外，对于在战斗中表现英勇、冲锋在前的部队，成吉思汗给予他们优先分配战利品的权利。

在整体分配过程中，不同兵种的待遇也有所差异。骑兵的分配额是步兵的两倍，充分体现了成吉思汗对骑兵的重视和优待。

通过这套合理的分配体系，成吉思汗成功激发了整个蒙古部落的斗志和凝聚力。

案例2：华为推出Time Unit Plan奖励期权计划

华为推出了除虚拟股权之外的奖励机制，名为Time Unit Plan奖励期权计划，简称TUP计划。

TUP计划作为虚拟股权的补充，分配是基于部门绩效、个人绩效以及配股饱和度每年进行调整。

激励对象将按照5年一个周期进行激励，并根据各岗位的价值和贡献分配一定的虚拟股。

在5年周期中，第一年激励对象不具备分红权；第二年，获得股数的1/3分红权；第三年，获得股数的2/3分红权；第四年，获得100%的分红权；第五年，除100%的分红权外，还需收回激励股权并进行升值结算。

此计划采用递延支付方式，即5年权益清零，通过逐年递增的方式，使员工从利益共同体逐渐形成事业共同体，构建一套真正有效的激励机制。

通过文化共鸣、利益共享、事业共担能够有效打造一批奋斗者和超级奋斗者！

见 证

半年从零到亿， 医美界也有自己的 黑神话·悟空

■ 吴中美学 / 赵俊蓉

一只横空出世的黑猴子，让游戏科学等来了理想主义者的胜利。
《黑神话·悟空》的创始人冯骥在接受采访时说：“决定做一款高品质的单机游戏，有热爱、有理想主义的成份，但更多时候，是对游戏市场和自身能力冷静审视的结果。”

在这个时代似乎不太适合谈理想，但黑神话的成功，确实让人看到了务实的理想主义者打了一场漂亮的翻身仗。然而类似的故事不止存在于游戏界，同样长周期、高回报、重投入的医美圈，也在理想与现实的碰撞之间，开辟出了一条狭长的通道。



“既见未来，为何不拜”

历来大家喜欢将游戏与医美相提并论，由于高利润率与渗透率尚存空间的特性，两个行业被视为“长坡厚雪”的赛道，入局掘金者甚多，但心存敬畏者甚少。而艾塑菲作为医美再生市场的新入局者，半年时间销售破亿，如果说有什么核心优势的话，可能就是拥有对医美深层价值的敬畏之心。

从医美底层逻辑来讲，行业的研发、生产和营销，最终都会汇聚为带有技术和审美特性的商品，由医生交付给求美者，于是医生作为交付场景的最后一环，成为行业的核心生产力，也直接代表着医美的未来。

而纵览艾塑菲的半年发展，会发现将“医生”这一角色放到了重中之重的地位：2024年1月17日获得NMPA认证，2月即举办全国专家会，3月进行高阶导师注射会，4月起进行区域医生认证会，7月起发起百变童颜大师班...

由于产品对医生的手法经验要求较高，从材料科学到注射实操、从区域标准化培训到高阶小班教学，医学教育部、市场部、销售部以及整个吴中美学的团队，都将“医生先行”的市场策略贯彻始终。

《黑神话·悟空》游戏结尾，弥勒佛发问，既见未来，为何不拜？暗示了面对神圣和权威，应该怀有敬畏之心并进行参拜。放到医美行业，即是若窥探到医美归医的本质，那便不如虔诚地遵循行业发展的规律，敬畏医生，敬畏未来。

“步履不停，便是得救之法”

艾塑菲这个产品在国际上有超过10年的临床使用经验，材料本身足以穿越周期，而进入中国市场的长期主义，即是要叠加有价值的服务和精细化的运营，去触达更高溢价的市场，于是吴中美学的团队提出了顾问式营销的策略。

在销售模式上，团队摒弃了简单粗暴的经销模式，搭建直销为主的销售网络，一方面点对点开户，一院一策精细化服务，可以更及时地捕捉医生与消费者的反馈；另一方面对B端控制力更强，更利于进行价格管控与品牌维护。

自艾塑菲迈入中国，吴中美学团队积极推进艾塑菲的下游机构渗透，通过召开品牌上市峰会、参加全国性行业会议、医生培训活动等拓展客户规模，迅速启动终端销售，此外还与直客、轻医美和渠道机构达成战略合作，包括美莱、华韩、艺星、联合丽格、芙艾、米兰柏羽等多家医美连锁品牌。

游戏界的冯骥用7年花掉了4亿的费用，等到了理想兑换的时刻；医美圈的吴中团队也用上市前的多年布局 and 上市后的步步为营，拿到了恰逢其时的结果，步履不停，不曾退却，何尝不是一种对市场和团队清醒认知的务实理想主义。

“放马西行，直面天命”

高产品壁垒+严上市审批，目前再生市场格局已形成四足鼎立的局面，分别为长春圣博玛的艾维岚、爱美客的濡白天使、华东医药的伊妍仕，以及2024年新上市的艾塑菲，各自以不同的技术特点和产品特性满足医美行业的需求。

随着技术的进步和市场的发展，未来可能会有更多的厂家加入到这一领域中来，比如已经获批的高德美的塑妍萃，这意味着再生黄金赛道未来的竞争只会愈演愈烈，拼产品、拼服务、拼深度、拼广度的时代刚刚揭幕。

这半年来的艾塑菲，凭借聚焦医生的策略和精细化高质量的运营，顺利完成了产品的从0到1和从零到亿，而接下来面对更强劲的对手，艾塑菲更加需要保持敏锐的市场嗅觉和预判能力，毕竟道阻且长，来日方长。

悟空空放马前行，直面天命的精神激起了万千孙悟空的民族英雄主义，可是离开游戏、回归当下，去探索不知下一个结果的道，去淌过漫无边际一腔孤勇的路，也可以称得上是属于中国医美人的伟大的英雄主义。

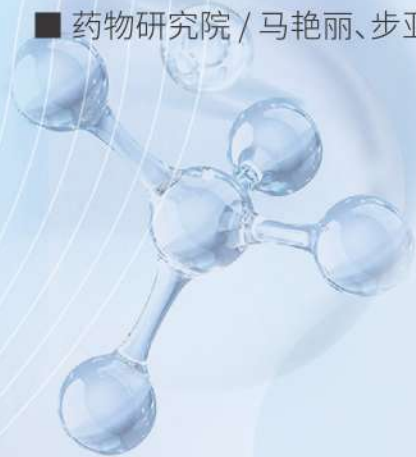


团队

应对医药市场挑战
助力区域协同发展

——药物研究院苏州研究所创建历程

■ 药物研究院 / 马艳丽、步亚南



近年来，医药行业市场形势严峻，竞争日益激烈。2022年医药行业市场形势尤为严峻，市场竞争加剧、药品价格波动、研发投入不足等问题突出，医药行业增速放缓已成为不争的事实。但中国拥有庞大的人口基数，健康产业将是一个长期经济增长点，随着人口老龄化的加速，银发经济在未来医药产业中必将占据重要地位。

南京苏药经过多年的发展，在药物研发和人才培养，已经拥有较强的自主创新能力。但因区位因素，很多试验和问题无法在苏州制药厂及时解决，无形中增加了合规性和时效性的问题。医药集团转型升级、后续医药基地配套落地都需要研发的支持，在严峻的医药市场形势下，为了形成南京和苏州两地发展态势，可以更好地服务于医药集团和股份有限公司，药物研究院苏州研究所的筹建工作显得意义重大。

2022年7月，药物研究院苏州研究所在苏州制药厂场地内，建设成了一支包含制剂研究部、分析研究部、质量保障部三个部门，共计研发人员11余人的最早班底。为了能更好的服务医药集团和股份公司的战略规划，实现医药助力医美的良性发展。在苏州研究所成立之初，吡美莫司乳膏和利丙双卡因乳膏两个外用制剂也几乎同步落地。尽管成立初期面临着研发力量薄弱、设备匮乏和场地狭小的种种困境，但全体成员并没有因此而气馁。在这种条件下，大家怀揣着对未来的憧憬和信心，积极投入到各项工作中，守望相助，培养出了深厚的同事感情。没有纯化水，那就靠人力一箱箱、一桶桶的搬到二楼实验室；没有试剂，就一边采购一边找药厂化验室或通过个人关系借来使用；没有设备就一边调研采购，一边借助兄弟部门或者南京苏药设备使用，确保项目不被延误；项目出现



问题，院长就带领项目组人员一遍遍的过项目，分析难点，使得问题逐渐清晰化；苏药厂枇杷树旁10号楼的灯也经常亮到了夜里10点或者更晚。正是靠着最初加入研发团队成员的一份热忱和一份责任，让苏州研究所慢慢走到了今天。我们坚信，往日吃过的苦，都将是今天和往后最值得回忆的甜。

随着医药和医美定位的明朗化，研发团队规模和场地严重制约了两大板块的发展。苏州研究所在相关领导的密切关注和指导下，研发人员在不耽误项目进度的前提下，经过三个月的建设急行军，终于在2023年6月6日举行了苏州研究所新研发实验室的揭牌仪式。至此，苏州研究所进入了一个新的起点，踏入了一个新的征程。新实验室的建成使用具有重要意义：一方面，它可以为研发人员提供了更好的工作环境和更先进的设备，有助于提高研发效率和质量；另一方面，它也展示了公司对研发工作的重视和投入，为公司的未来发展奠定了坚实的基础。

新的实验室建成后，苏州研究所也开启了研发人员的快速增长，医药研发新成员陆续入职，原本显得空旷的房间也很快充斥了忙碌的身影。随着一个个项目的陆续落地，开会、培训、讨论、带教和紧张的试验等等场面出现在了各个角落。实验室旁古老的运河里，倒映着早起的阳光和高架桥上多姿多彩晚睡的灯光，小伙伴的朋友圈里也记录着研发过程的艰辛与欢乐，这是属于研发人特有的浪漫。

2023年下半年，研究所同步开始承担了对胶原蛋白相关的医疗器械研发工作。因医美与医药研发的差异性，公司果断成立了器械研究部（隶属于吴中医美），致力于器械品种的研发工作，这又是公司在研

发上一大投入。在医药研发平台里孵化出医美研发团队，让医美参照医药的高标准、严要求进行研发，真正的做到实现每一件医美产品都为消费者负责的承诺。在短短不到2年的时间里，医美团队捷报频传，为公司业绩的快速增长注入了强劲的动力。

收获，是给辛苦劳动者最好的报答。时间很快就流转到了2024年，苏州研究所也逐渐迎来了丰收的时刻。在这一年，利丙双卡因乳膏经过艰苦的工艺摸索，终于实现了临床BE等效，随即完成了工艺生产验证；苏州研究所首个外用仿制药品种吡美莫司乳膏也成功获得申报受理；盐酸林可霉素注射液也完成申报资料的准备，申报在即；医美板块也捷报频传，多个胶原蛋白品种提交注册申报并完成现场核查，同时多个新项目也在陆续的启动调研、上会讨论和批准落地。在这个过程中，每个人都有不同的收获和成长。研发工作就是一一场战役，战斗打响的那一刻，每个人都是战士，每个人都要勇往直前，都要义无反顾。项目只是取得了阶段性成果，距离最终的获批和上市生产还有很多路要走，研发人要脚踏实地的走好每一步路。

回顾苏州所两年的成长之路，我们深感不易。但这是必须要经历的不容易，苏州研究所肩负着应对医药市场越来越严峻挑战，需要快速助力区域协同发展的光荣使命。逐日求新，踏石留印，苏州所的研发人一定可以不断从一个胜利走向另一个胜利！相信公司在医药和医美双发驱动的战略引领下，未来一定可以谱写更加绚丽的华章！

CMO项目落地的 那些人那些事儿

■ 苏州制药厂技术部 / 顾瑞玲

随着药品上市许可持有人制度的落地，越来越多的CDMO公司应用而生，苏州制药厂在公司战略规划的安排下亦开启了CMO项目的承接工作，那就跟着项目专员的镜头一起来了解下专属苏州制药厂CMO项目落地的那些人那些事儿吧

01 镜头一：合同签订篇

表面的合同签订，商务相关领导同事与合作方签署战略合作协议签约；背后的合同签订，离不开大量信息源的检索，离不开销售团队对于市场前景的预测，离不开项目成员基于人机料法环等各个环节的项目可行性评估，离不开商务同事基于市场情况的商定谈判，离不开法务同事对于合同细节表述的精雕细琢。市场前景、询价比价、项目调研、商务谈判等众多努力共同凝集成了合同签订这样一个镜头。

02 镜头二：文件修订篇

诚如每位合法公民都需要身份证作为象征方便开展系列社会活动一样，CMO项目在工厂的落地亦需要ID号，以变更为首的文件伴随共线评估、方法学转移、质量标准、检验操作规程、工艺规程、验证等系列方案的起草生效共同组成了CMO项目在工厂的身份证，也组成了文件修订这样一个镜头，而这背后则是一遍遍不厌其烦加班加点修订文件的车间工艺员、QC文件修订员、变更专员和标准修订人员。

03 镜头三：物料硬件篇

有了文件作为工厂内身份的象征，开展活动还需要硬件作为支撑。生产需要用检验合格的原辅包、验证合格周期内的生产检验设备，生产检验用滤芯色谱柱等耗材，参数可控范围内的公用系统则是该硬件。在项目周期内按期完成原辅包检测的QC检验员，周期性开展验证的设备验证员、连同这些物料设备一起，共同组成了质量可控的物料硬件这样一个镜头。

04 镜头四：工艺验证篇

各项准备工作完成，终于迎来了工艺验证这个大考。以无菌制剂为例，部分产品因其特殊性需要对注射用水提前充氮保温，考虑到需要在线考察配制时限，以车间主任为首的车间岗位人员凌晨4点已奔赴岗位，为保证清洁效果不会对共线产品产生交叉污染的风险，坚持到晚上10点清洁取样对于清洁验证人员及QA取样人员已是家常便饭，你以为这就结束了吗？不！为了保证第二天车间能够正常投料，QC检测同事需要在晚上车间清洁样品送达后于当晚加班完成检测并出具结果。另外对于配制过程时限考察的样品，为保证检测结果具有代表性，亦需要在正常工作时间之外完成。此外生产几点结束，负责公用系统的后勤保障同事就要跟到几点，第二天又都得同样早起来保障完成连续的三批验证。各部门相关领导同事为完成工艺验证奋斗的身影，共同组成了充满凝聚力和力量感的工艺验证这个镜头。

05 镜头五：质量体系篇

当然，CMO项目的落地，随着监管力度的日益严格，少不了信息沟通、偏差变更、留样取样、产品放行等一系列庞大体系的支撑。

看似简单的CMO项目落地，背后是目标一致的一群人共同努力的身影。所谓人心齐则泰山移，凝心聚力必能共创辉煌篇章。





☀ 做一个内心有光的“制药人”

■ 苏州制药厂质量保障部 / 贾子迪

歌德曾经说过：“人生重要的事情就是确定一个伟大的目标，并决心实现它。”对于一名制药人来说，这个伟大的目标就是确保每一粒药都是安全的、有效的，能够为患者的健康贡献一份力量。在这个目标的指引下，我选择了苏州制药厂，并开始了我的制药之路。

苏州制药厂以其卓越的生产实力和严谨的药品质量而著称，这也是我选择这里的原因。我深信，只有拥有强大的生产实力和严谨的质量管理体系，才能生产出真正的好药。2021年7月，我正式成为苏州制药厂的一名现场QA，开始了我的职业生涯。我们深知，一个团队的成长并非一蹴而就，而是需要长期的努力和不懈的坚持。

在刚开始的时候，我对于现场QA的工作并不太了解，只知道需要按照规定的监控点进行记录。随着市场上不断曝光的“假药”“劣药”事件，以及药监局对注射剂管控的日益严格，公司内部对于药品质量的要求也在不断提高。让我们逐渐意识到，作为现场QA，我们的责任远不止于此。现场监控它不仅仅是简单的定时定点抽查，也不仅仅是对固定工序的重复性监控，而是一项贯穿药品生产全周期、涉及各个环节的细致入微的工作。它的复杂性渗透在药品生产的各个环节中，如物料的领送、各工序的操作流程、中间产品的存放、不合格品的处理等等。

质量监控也不止是按部就班地按照SOP的内容去操作，而是需要现场QA去了解操作背后的真正意图，

例如我们为什么要对隧道烘箱的网带速度进行监控，因为网带速度控制着灭菌时间，而灭菌时间与干热灭菌的效果息息相关，在灭菌温度已知的情况下，对网带速度的监控能最直观的判断隧道烘箱的灭菌效果是否合格。诚然，SOP可能也会没那么全面，但我们也学会了要结合现场的实际情况，根据我们的经验、根据法规指南等要求，对不合理的、存疑的操作做出判断，尽我们最大的可能保障药品的质量。

现在的现场QA不再仅仅局限于按照记录监控，而是更加注重对整个生产过程的监控和管理。我们开始关注生产现场的每一个环节，发现潜在的质量风险点，并及时提出质疑和制止。这也促使我们现场QA不断提升自己的专业素养和综合能力，以更好地履行自己的职责。

当车间发生异常或偏差时，我们会迅速介入，参与调查，直至问题解决。同时，我们也会做到信息互通和举一反三，当某个车间发生问题时，我们会及时

通知其他相关岗位，提醒他们关注同样的问题，以避免类似情况的再次发生。这个过程中，我也深刻体会到了制药行业的特殊性。我们的工作直接关系到患者的健康和生命安全，因此我们必须时刻保持高度的责任心和使命感。我们要以认真负责的态度对待每一个细节，以真理为准则，坚守一颗恒心，在制药的道路上不断前行。

罗尔斯·波尔曾经说过：“人生的岔路口，不是选对了哪条路就能成功，而是你在选了一条路之后，要不要坚持下去。”对于一名制药人来说，选择这个行业就意味着选择了一份责任和挑战。我们需要坚定信念，持之以恒地追求卓越的药品质量，为患者带来更好的治疗效果和更高的生活质量。

在这个充满挑战和机遇的时代里，我们将继续坚守自己的岗位，不断提升自己的专业素养和综合能力，为制药行业的发展贡献自己的力量。我相信，只要我们心中有光，就能照亮前行的道路，为患者带来更多的希望和光明。



活 动

1、“我就是销冠”医药集团组织年中销售技能大赛

为促进销售各大区“比学赶超”的良性循环，推动技术技能互通，明确各大区重点攻坚方向，强化销售团队的总结复盘思维，实现自身技能存续。医药集团于7月10日成功举办了潜力医院及标杆医院经验分享年中大赛。活动以现场PK的形式进行，参赛选手是来自招商和自营板块的10名销售精英。通过比赛，各大区列行之有效的工作计划并进行讲解，以点带面实现全环节辐射，最终达到整体销售水平提升的目的。



2、吴中美学半年度共创、共庆、共绘“提速亿起菲”专项活动

7月21日，吴中美学组织核心骨干在阳澄湖畔开展2024半年度共创、共庆、共绘“提速亿起菲”专项活动，通过“共创最强音”、“共庆胜仗时”和“共绘同心圆”三个篇章，旨在增进团队融合度、加强团队凝聚力、提升团队战斗力，推动吴中美学战略目标的高质量完成。



3、组织优化务实发展 人效提升共创辉煌

为促进经营发展，提升公司管理者和后备干部人效管理和业绩增效能力，推进“树人计划”干部梯队建设项目，8月16-17日，公司组织开展2024半年度高级职员赋能暨“树人计划”中高层后备干部培训论道活动。以《业人一体，人效提升新解法》为培训课程主题，并针对公司各板块各条线存在的人效问题展开吴中论道。通过培训和论道明确公司现阶段管理要求、达成思想共识，对公司管理干部、核心人才就提升人效、科学管理加油赋能，并为后续提质增效的管理要求落地提供了充分研讨的平台。



4、换届谱新篇 扬帆起新航

9月29日，公司第三次工会会员大会暨第三届工会委员会换届选举大会顺利召开。以无记名投票、差额选举的方式，选举产生了公司第三届工会委员会和经费审查委员会。顾志锋、徐敏、戴亮、封郑、陆燕、宋利来、陶媛等七名同志当选为新一届工会委员，在今后的工作中将继续围绕公司战略发展规划和中心工作，充分发挥工会的桥梁和纽带作用，积极履行工会的各项职能，为公司高质量发展新征程做出了积极的贡献。



5、巾帼竞芳菲 蓄力再出发

为推进公司妇女事业创新发展，深化妇女组织建设，进一步夯实妇女工作基础，增强妇女组织力和战斗力，公司第二次妇女代表大会暨第二届妇联换届选举大会顺利召开。会上，公司女职工代表听取并审议通过公司第一届妇联工作报告，选举产生公司第二届妇联执行委员会委员。徐敏、顾李娟、顾静燕、徐凌燕、高怡蓉、陆雅婷、羊眉君当选新一届妇联执委。





悦 读

《向上沟通》

——掌握沟通, 事半功倍

■ 苏药厂小容量注射剂车间 / 李燕

在职场中, 向上沟通是一项至关重要的技能, 它不仅关系到个人的职业发展, 还影响着团队的协作效率, 与上级之间的良好沟通, 更是推动工作进展、提升个人职业发展的关键。

《向上沟通》这本书不仅涵盖了沟通的基本原则, 还提供了丰富的策略和技巧, 以其独到的见解和实用的建议, 提供了一种全新的视角。

书中特别强调了沟通的双向性, 即在向上沟通的过程中, 不仅要表达自己的观点, 还要学会倾听上级的意见。书中的核心理念是“尊重与理解”。作者认为, 尊重上级的权威和理解上级的立场是向上沟通的基石。在此基础上, 通过建立信任、有效倾听、清晰表达和适时反馈, 可以构建起一个健康的沟通环境。

首先, 我认识到向上沟通不仅仅是传递信息那么简单。在职场中, 我们需要不断地向上级汇报工作进展、提出自己的想法和建议, 这些都需要具备良好的沟通能力。这本书让我学会了如何运用清晰、简洁的语言来表达自己的观点, 使上级能够快速理解并作出决策; 如何倾听上级的意见和建议, 从中汲取营养, 不断提升自己的专业素养和工作能力。

其次, 我体会到了站在上级角度思考问题的重要性。在职场中, 每个人都有自己的职责和立场, 而上级往往需要从更高的层面来审视问题、做出决策。因此, 在向上沟通时, 我们需要学会换位思考, 尝试从上级的角度来思考问题。这样才能更加准确地把握上级的意图和需求, 让我们在工作中更加主动。

此外, 我也意识到需要时刻保持与上级的沟通畅通无阻。在职场中, 沟通是双向的, 我们通过定期向上级汇报工作进展、及时反馈遇到的问题和困难, 我们可以获得上级的支持和指导, 从而更好地完成工作任务。同时, 这种积极的沟通方式还能够增强相互之间的信任和默契, 为工作合作打下坚实的基础。

在实践中, 我也遇到了一些挑战和困难。比如, 周例会上, 虽然PPT内容丰富, 但是汇报时, 要么凌乱没主题, 要么表达过于流水, 并未提炼出重点核心内容, 无法准确表达自己的观点。通过不断学习和实践《向上沟通》中的理念和方法, 我逐渐学会了如何平衡好工作与沟通的关系, 如何在不影响上级工作的前提下及时传达自己的信息和需求。我也学会了如何深入思考问题、提升自己的专业素养和表达能力, 从而更好地与上级进行沟通和交流。

我会继续运用这些理念和方法来提升自己的沟通能力、推动工作进展、实现个人价值。我也希望将这份收获分享给更多的同事和朋友, 让更多的人受益。

《我们生活在巨大的差距里》

■ 吴中美学 / 陆雅婷



余华的《我们生活在巨大的差距里》犹如一面犀利的镜子, 映照出社会的种种反差与人性的复杂。在阅读这本书后, 内心久久不能平静, 感慨万千。

这本书以独特的视角切入现实, 让我们看到了不同阶层、不同地域、不同生活状态之间的巨大差距。余华用他敏锐的观察力和深刻的笔触, 将这些差距生动地展现在我们面前。你会看到繁华都市与贫困乡村的天壤之别, 富人们的奢华生活与底层人民的苦苦挣扎形成鲜明对比。这种差距不仅仅是物质上的, 更是精神层面和价值观上的差异。

书中的故事充满了真实感和震撼力。余华没有回避那些残酷的现实, 而是勇敢地直面它们。他让我们看到了生活在社会底层的人们所面临的困境, 他们为了生存而苦苦奋斗, 却常常被命运捉弄。同时, 也让我们看到了富人们在物质富足的背后, 内心的空虚和迷茫。这种对不同人群生活状态的描写, 让我们深刻地认识到社会的复杂性和多样性。

在阅读过程中, 我们不禁会反思自己的生活。我们生活在这个巨大的差距中, 应该如何看待这些差距? 是选择漠视, 还是积极行动起来去改变? 余华在书中给出了一些启示。他让我们明白, 我们不能仅仅满足于自己的小日子, 还应关注那些处于困境中的人们, 用自己的力量去帮助他们。同时, 我们也应该反思自己的价值观, 不要被物质所迷惑, 要追求真正有意义的生活。

这本书还让我们思考社会的公平与正义。巨大的差距背后, 往往隐藏着社会制度的不完善和不公平。我们应该努力推动社会的改革和进步, 让每个人都能享受到公平的机会和待遇。只有这样, 我们才能缩小差距, 实现社会的和谐与稳定。

这是一本引人深思的书, 它让我们看到了社会的真实面貌, 让我们反思自己的生活 and 价值观。它提醒我们, 我们不能忽视那些生活在差距中的人们, 而应该共同努力, 为创造一个更加公平、美好的世界而奋斗。

不止不休

THE BEST IS YET TO COME

观 后 感

■ 药物研究院 / 陈孟君

《不止不休》是一部以社会现实事件改编的励志影片，聚焦底层小人物在现实的不公中努力挣扎的故事；电影英文名《The Best Is Yet to Come》，我们应该对未来抱有期待，相信一切的美好都会发生。此影片在2020年在威尼斯电影节首映，2023年在内地上映。

影片发生在2003年，正是“非典”到处肆虐的一年。“没钱、没学历、没背景”的三无青年韩东怀揣梦想来到北京，开始了北漂生涯，因为学历问题找工作屡屡碰壁。他在报社做实习记者时，具有敏锐的直觉和不惧危险的勇气，总奔走在第一线，记录着第一手资料，发现了隐藏在新闻背后更大的真相。

他毅然决然选择挺身而出，他号召乙肝患者们群起反抗社会歧视，以真挚的文字表达，为他们写下《一亿人的反歧视主张》，为万千受歧视群众鸣不平，为乙肝患者反歧视之战打响了第一枪。在当年的纸媒时代，一篇新闻报道也许不能立竿见影的改变问题，但是通过媒体的传播，让大众了解到更多具体的事实情况，激发社会群体的思考，从而通过多方面、多角度、多层次的去解决问题，为更多人谋得福利。

“一个人生命中最大的幸运，莫过于在他的人生中途，在他极富创造力的壮年时期发现自己的人生使命。”这句话出自韩东喜欢的《人类群星闪耀时》这本书。影片结尾，伴随着杨利伟的新闻，韩东手中的笔失重漂浮而起，刊登着《一亿人的反歧视主张》的《京城时报》在人群上方飞舞，两者就如他们心中的梦想一样飞向高空，飞向远方，飞向未来，这也寓意理想主义不死，心中信念不灭，一切都会向着更好的方向做出改变。

“不止不休”，让我们秉持着美好信念，勇敢迈开脚步，奔向未来！



从心出发 向新而行

■ 苏州制药厂液体车间 / 邵燕琴

光阴荏苒、倏忽而逝，漫天祝福，呼啸而来，祝贺江苏吴中成立30周年！

弹指一挥间，苏药厂大院里的枇杷树长成了参天大树，金果压枝、灿若群星。三十年，吴中人风雨同舟、携手共进，一起见证着公司的崛起与发展。作为一名十余年老员工，我经历了企业的变革，是亲历者、见证者、参与者。这一路有拼搏、有汗水、有辛酸、更多的是成长，我看到了60、70后的前辈们一路披荆斩棘、开疆拓土，他们严谨博识、技术精湛，受人尊重，却也虚心请教，胸中有丘壑，方能立马镇山河；也看到了80、90后的技术骨干们锐意进取、精益求精，他们勇于创造，坚韧不屈，即使单枪匹马，也能勇敢无畏；更看到了00后的年轻标兵初露锋芒、青春焕发，他们的梦想在这里生根，也在这里成长，勇敢的后浪必将乘风破浪。

十年磨剑，共同成长。在江苏吴中的十年间，是拼搏的十年，也是感恩的十年，从“问路人”到“赶路人”，是不太安逸的时光，是跌跌撞撞的职业之旅，同时也无比感恩，是江苏吴中成就现在的我。从二十“不惑”，到三十“而立”，我同“江苏吴中”一路走来，它也给予我成长和蜕变。

十年相随，风雨兼程。

江苏吴中，这个大家庭目前在医药板块快速成长，离不开苏州制药厂吴中人的添砖加瓦，苏药厂始终秉持着“安全第一、质量为本、持续改进”的质量方针进行生产、检验放行。产品质量是生产出来的，提质增效落地，人工目检改为全自动可见异物检查机、低速包装机变更为快速全自动包装线；严抓可见异物过程控制、无菌保障、工艺纪律执行情况，专项有人跟、事事有人做。保证产品质量的同时，降本节支也在时刻进行中……优秀的成果是整个团队汗水的结晶，是奋笔疾书的一摞摞方案、报告、记录堆砌的高塔，是奔走于生产一线生产人员铺就的明巷，是我们所有同事共同书写的篇章。

最宽广的海洋还没有远航，最遥远的旅行还没有结束，因为来日方长，未来可期。

最后祝我们公司，三十而立，行远四方。立足新起点、迈上新征程、开创新辉煌！

风
采



在公司迎来30周年的这个重要时刻，我不禁回忆起自己在这里度过的四年时光。从业务部门内勤到如今的销售管理部副经理，我的职业成长与公司的发展紧密相连。四年来，我不仅见证了公司的不断发展，更在公司文化的熏陶下，实现了个人的提升与蜕变。

四年前，我有幸加入医药集团，虽然这并不是我职业生涯的起点，但对于我来说，依然充满了挑战与机遇。当时作为内勤，我的主要职责是处理日常事务，确保部门的运转顺畅。虽然工作琐碎，但我深知这些基础工作的重要性。因此，我以谦虚务实的态度，认真学习，积极适应，从每一个细节中汲取经验。

记得刚入职时，我需要处理大量的文件和数据整理工作。由于对公司内部的流程和系统还不熟悉，初期在工作效率上有些吃力，但通过向同事请教和自我摸索，我逐渐掌握了高效处理日常事务的方法。印象最深的一次任务是按照流向及回款为呼吸团队进行结算，这项任务对我来说是一次全新的挑战，特别是需要独立完成。面对许多难题，我通过不断尝试和总结经验，逐步理清了工作思路。在关键节点上，我特别感谢财务部朱经理的指导和帮助，她耐心解答了我的疑问，并给了我很多宝贵的建议。在她的指导下，我逐渐掌握了费用结算的要点，并顺利完成了这项任务。这次经历让我明白，遇到困难时保持冷静并积极寻求解决方案的重要性。

在呼吸事业部工作一年后，我调岗至销售管理部，开始了新的职业旅程。从日常事务跟进到销售管理，这不仅是岗位的转换，更是思维方式的转变。面对新的工作内容，我没有退缩，而是积极学习，努力提升自己的综合素质。

CRM报表系统的搭建项目是我进入销售管理部后一个极具挑战的任务。从12月中旬项目敲定到次年3月底正式上线，期间从配合乙方需求调研到报表搭建提供基础数据，再到系统上线前的测试，我遇到了不同程度的困难。为了制定符合公司需求的系统报表，我首先根据自己的理解与项目团队制定了初步的报表思路，再分别与各销售大区调研需求，形成初步的demo后，组织项目团队与公司领导一起审核方案，形成最终的报表呈现形式。尽管需求调研几乎占用了整个项目三分之一的的时间，但我坚信好的需求调研就如同楼房的地基，打得牢固才能保证以后的方案稳健。在项目实施过程中，我遇到公司数据分散在不同系统、组织架构不统一、药品及医院编码不一致等问题。除了日常推进工作，我还需要及时为乙方团队提供基础对应关系表。为了确保项目顺利进行，我与部门的小伙伴们紧密合作，提前分类财务数据、医院数据等模块数据提供责任人以提高效率，同时，我们加班加点整理基础数据，提供给乙方。整个项目期间，我负责协调各个环节，确保项目进度，并每周组织项目复盘会议。每一次问题的解决，都离不开团队的共同努力和公司提供的资源支持。最终，我们按时完成了CRM系统的上线，实现了从无到有的转变。这次经历充分体现了公司的文化：路虽远，行则将至；事虽难，作则必成。

在公司的四年里，我不仅见证了自身的成长，更深刻体会到了企业文化的力量。公司的价值观“合作信任、胜则相庆、败则相救”已经深深植根于每一个员工心中。在这样的文化氛围中，我们每个人都能感受到集体的温暖和力量。

公司30周年，是一个值得庆祝的里程碑，更是一个新的起点。我坚信只有持续学习、不断反省，才能不断进步。在公司30周年的光辉历程中，我为能够成为其中的一员而感到自豪。我将继续用实际行动，践行公司的价值观，与公司共同成长，共同进步。



30

岁

远方在前，
青春正燃

■ 董事会办公室 / 王雅杰

还有3个月我就30岁了，虚31。而立之年的同龄人过得还好吗？

每当别人问我年龄，我一说出口，别人总会说，啊，已经不小了，得抓紧了……他们没说完的话，令我再次细细体会品尝。

我对朋友说，明年我就30了，你明年就31了。朋友瞪大了眼睛看我，好像第一次才知道这个事实一样，天啊，怎么那么大了，我一直觉得自己25，26岁呢。

是啊，虚晃一下，就已经到人们口中所说的而立之年了。

老妈在我的年纪，已经有我这个7岁的娃了。而我终身大事还没个着落，不太开明的爸妈精神耗尽已经不催婚了，在长久平凡平淡的日子里，或者说，当你30岁的时候，是否有过焦虑？

之前在高铁上遇见一个女生，因年龄相仿就打开了话匣子，针对年龄还有生活的态度我们简单交流。她跟我一样都是1995年出生属猪的，听其讲述：“哎呀，我都已经30岁了，没有车子，没有房子，也没有对象结婚，感觉自己一事无成，很丧”。听她话里话外传递出消极的情绪，我的处境又何尝不是这样呢。

但社会在变，如果按照“社会时钟”看待30岁的人生，大多数是失败的，要事业没事业，要存款没存款，要婚姻没婚姻，人生写满迷茫，内心装满焦虑。相反，如果我们不再把30而立当作社会标准，而是把30岁当作人生新的起点，这样的年龄，可以建立稳定的职业内核，形成稳定的情感观，性格也已经成熟，好的人生刚刚开始。

三十岁，人生的一个分水岭。有人说这是青春的尾声，有人说这是成熟的起点。但在我看来，三十岁，是青春最绚烂的绽放时刻。因为在这个年纪，我们有了更多的选择，更坚定的信念，更无畏的勇气。既然选择了远方，那就让我们不负青春，砥砺前行！

磨砺以须
逐梦前行

■ 吴中美学 / 陈天月

当时间的指针悄然指向毕业的那一刻，我如同一只即将展翅高飞的雏鹰，告别了熟悉的校园，踏上了充满挑战与机遇的职场之路，这是我从校园到职场转变的重要阶段，也是我人生旅途中一段不可或缺的篇章。

大学里的生活，不仅扩充了专业知识，更重要的是丰富了生活阅历，拓宽了眼界，也认识了许多志同道合的朋友，体会到了团队协作的重要性，语言表达能力也得到加强，我更是从懵懂羞涩的女生，变得开朗活泼。研究生学习期间，我对供应链方面的知识越来越感兴趣，坚定了往供应链领域发展的信念，对未来的职业规划也更加清晰。

2024年4月入职吴中美学供应链部门，经过了一个月的实习和培训，在此期间，我在不断提升自我、丰富知识的同时，也深刻了解和感受到了江苏吴中的企业文化以及和谐友好的工作氛围，收获颇多。

还记得，拿到吴中美学offer的那一刻非常开心，因为毕业之后的第一份正式工作正是我喜欢的专业领域。第一天入职，我怀着无比激动的心情踏入了江苏吴中大厦，填写完相关资料后，人事小姐姐热情地带我到美学的各个部门逐一进行了介绍，我也感受到了各部门间的友好和谐的氛围。

刚开始的工作中，努力做好表格数据处理、会议纪要、文件盖章等一些基础的工作内容，部门经理也会带着我一起旁听各种会议讨论，鼓励我自主学习，

让我有种循序渐进，不断积累知识和经验的感觉。慢慢地，我开始能够独立与供应商进行沟通和交流，在我工作上遇到困难时，部门经理也会耐心地教导我，周围同事也会帮助我解决。这短短几个月的学习和锻炼，让我了解到了医美行业的专业知识，增强了商务谈判的语言表达能力，也感受到了部门之间相互协作的团结精神。

从校园到职场的转变，我认识到沟通交流的重要性，理论与实践结合的必要性；认识到工作中需要细心并且有计划，要合理分配时间、安排好自己的工作任务；认识到需要定期总结以往的工作内容以及表现进行和反思，要勇于发现自己的不足并加以改正，才能得以不断进步。

非常荣幸加入吴中美学大家庭，在未来的日子里，我也会以更加严格的标准来要求自己，努力在本职岗位上做出成绩，为公司奉献自己的一份力量。





表里山河 三晋大地

吴中美学 / 黑爽



我的故乡三门峡位于豫陕晋三省交界处，与山西省仅一山之隔，加上我酷爱历史、地理及军事，因此对充满传奇的山西高原向往已久。终于在去年有机会踏上三晋大地，一观这表里山河。

乘高铁由渭南向东，横渡黄河进入运城盆地，一片沃野便映入眼帘。山西古称河东郡，运城古渡口蒲津渡是河东、河北陆道进入关中之第一锁钥，历史上秦国每次东渡都是通过该渡口，险要非常。

继续北上，一路山峦高耸，巍巍太行绵延不绝，傍晚便抵达省会太原。太原古称晋阳、并州、龙城，既有唐风晋韵的雅致，又有控带山河，踞天下之肩背的王霸气象。首先参观了晋祠，它是中国最古老最丰富的祠庙建筑群，供奉着晋王唐叔虞及其母邑姜。其主体建筑圣母殿中的彩塑造型优美，殿旁的2棵周柏已有超3000年历史。于殿前静伫，思绪仿佛穿越至千年前。



下一站是中国四大佛山之首——忻州五台山。五台山是文殊菩萨的道场，也是少有的兼具藏传佛教和汉传佛教的圣地。晨起先驱车前往东台望海峰观看日出，旭日穿过云海，喷薄而出，光芒万丈。尔后依次参拜了五爷庙、菩萨顶、白塔，五台山香火极旺，信众络绎不绝。

应县木塔和恒山悬空寺也值得一看。应县木塔又称佛宫寺释迦塔，是世界上现存最高大、最古老纯木结构楼阁式建筑，整体架构所用全为木材，全塔斗拱众多，是中国古典高层木结构的典型实例。悬空寺为恒山十八景中的第一胜景，是佛、道、儒三教合一的独特寺庙，寺庙位于北岳恒山磁窑峡谷唐峪河边，是沟通华北内地与蒙古高原的千年古道之上的重要文化节点。

最后一站是大同，大同古称云中、平城、云州，是山西第二大城市，素有全晋之屏障，北方之锁钥的美名。它是北魏时期的都城，也是辽和金的陪都。大同一轴双城，新城古城交相辉映，美美与共。华严寺、善化寺是品鉴辽金建筑群的绝佳去处，其建筑外观大气雄浑、朴拙敦厚，更有形神兼似莲花的斗拱、华丽繁复的藻井和堪称孤品的造像。市内还拥有中国现存最古老也是规模最大的琉璃九龙壁。武州山下的云冈石窟更是惊为天人，拥有石刻雕像5.1万多尊，融合了中国、印度、希腊、波斯的艺术风格，我们可以窥见千年前国际化大都市平城的繁荣与包容。

乘飞机离开时，俯视千峰耸立、万壑沟深、绵延八百里的太行山脉，甚至可以清晰看到闻名天下的太行八陉，这其中有秦发动长平之战必经的太行陉、秦始皇西归咸阳经过的井陉、霍去病引军出塞必经的飞狐陉……不禁感慨，古今多少事，都付笑谈中。三晋大地承载着无比厚重的历史，续写着奇绝的新传奇！



学习贯彻

党的二十届三中全会精神 深化医药卫生体制改革

党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》（以下简称《决定》）把深化医药卫生体制改革作为进一步全面深化改革、推进中国式现代化的一项重要任务予以部署，充分体现了以习近平同志为核心的党中央维护人民健康的坚定决心。深入学习贯彻全会精神，必须坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，准确理解把握深化医药卫生体制改革的重大意义、总体要求和任务举措，进一步健全中国特色医药卫生体制，持续提升人民健康水平，为强国建设、民族复兴伟业提供健康支撑。

习近平总书记指出，人民健康是社会主义现代化的重要标志。在以中国式现代化推进强国建设、民族复兴伟业的新征程上，卫生健康工作的基础性地位和全局性作用进一步凸显。深化医药卫生体制改革，有利于解决群众看病就医最关心最直接最现实的利益问题，有利于解决卫生健康事业发展不平衡不充分的主要矛盾，更好地服务人民健康和经济社会发展大局。

一 深化医药卫生体制改革是实现人民对美好生活向往的必然要求

习近平总书记指出，健康是幸福生活最重要的指标，健康是1，其他是后面的0，没有1，再多的0也没有意义。实现人民对美好生活的向往是中国式现代化的出发点和落脚

点。必须通过深化改革，推动基本医疗卫生制度更加公平有效、成熟定型，用制度保障人民健康福祉，在推进共同富裕进程中，更好满足人民群众对高品质健康生活的期盼。

二 深化医药卫生体制改革是建设社会主义现代化强国的重要动力

习近平总书记指出，人民健康是民族昌盛和国家强盛的重要标志。必须通过深化改革，推进医药卫生领域供给侧结构性改革，全面提高人口健康素质，使人民群众身心健康程度与现代化建设相适应，使我国全体人民以强健的姿态迈进现代化社会。同时，深化医药卫生体制改革有利于通过促进人民健康改善预期、扩大内需，培育新的经济增长点，助力调结构、稳就业、促增长。

三 深化医药卫生体制改革是统筹高质量发展和高水平安全的重要举措

习近平总书记指出，防范化解重大疫情和突发公共卫生风险，事关国家安全和发展的，事关社会政治大局稳定。必须通过深化改革，健全重大传染病疫情预警研判响应机制，全面提升防控和救治能力，织密防护网、筑牢筑实隔离墙，构建起强大的公共卫生体系，为经济社会稳定发展提供有力保障。

四 深化医药卫生体制改革是中国特色社会主义制度优越性的重要体现

习近平总书记强调，中国式现代化，展现了现代化的另一幅图景，拓展了发展中国家走向现代化的路径选择，为人类对更好社会制度的探索提供了中国方案。必须通过深化改革，不断提升基本公共卫生服务均等化水平，不断推动优质医疗资源均衡布局 and 下沉基层，不断完善符合国情、符合人类社会发