

核心提示

9月6日,中国企业联合会、中国企业家协会发布“2022中国企业500强”榜单。重庆化医控股(集团)公司所属重庆医药(集团)股份有限公司以较上年上升77位的巨大增幅,位列第358位。与此同时,公司党委书记、董事长、总经理袁泉获评“2021-2022年度全国优秀企业家”。从一家地方国企成长为全国布局的大型国有控股现代医药流通企业——重药在短短数年间的“进阶”,演绎出了一个行业传奇。从优秀迈向卓越,在重药高质量发展的背后有着怎样的秘笈?战略、服务、文化,无疑是三大核心关键词……

做强战略引领、服务领先、文化聚力三大核心竞争力 看重药如何从优秀迈向卓越



重药现代医药物流中心

文化聚力 内功成就软实力

事实上,梳理重药近年来的发展脉络,除了服务领先的“明线”强力支撑,更有一条文化内核的“暗线”润物无声——它推动重药不断提升服务附加值、不断提高企业凝聚力、不断提速经营大发展。这条“暗线”练就了重药的深厚内功,成为其独步江湖的又一秘笈。

“文化最能代表一个企业的风貌,最能引领一个企业的风气。”袁泉介绍。

深受“红岩文化”影响,第一代重药人以药济苍生为念,克服资源匮乏的重重困难,默默耕耘在巴山蜀水,勇敢无畏、奉献无私流淌在了重药的血液里。

新时期的重药,赓续红色血脉。“十三五”以来,坚持以党建为引领,深化混合所有制改革,随着企业发展进入扩容增速的快车道,在推进全国布局的同时,狠抓基层党组织建设,实现近200户正常经营企业党组织全覆盖,坚持“双向进入、交叉任职”,有效统一党建责任和经营责任,将党的领导融入日常经营管理。秉承“献身医药,追求卓越”的企业精神,以“因爱卓越”为核心的重药文化体系也逐渐成型。围绕“因爱卓越”,重药将文化建设与管理并重,创新提出“精益文化、爱的文化、融合文化”三条文化管理主线,不断探索文化落地的措施方法。

由此,衍生出两大党建品牌、三大工会品牌以及一个主题活动、三大共青团品牌,这些品牌活动成为文化建设落地的重要路径。

7月7日,重药集团第二届高级管理人员工商管理培训班开班。这一重药独创的MiniMBA,由重药商学院联合重庆大学经济与工商管理学院举办,旨在通过理论与实践相结合的系统性教学,培养懂经营、善管理的高素质干部队伍。这正是重药以文化凝心聚力、磨砺队伍的生动实践。重药甘肃分公司王洋是本届培训班的学员之一,在首期的4天集中培训里,他和另外31名同事听取了来自重大教授关于战略与决策、商业模式创新、组织行为学、战略性人力资源管理的培训授课。“受益匪浅!生动的故事、详实的案例为我开展经营管理工作提供了许多新思路。”王洋说。

发挥职工主力军作用,使党政力量、群团力量、企业力量紧密结合和统一起来,这是重药文化建设和管理的核心。

坚持文化铸魂,做好自己,培养组织对实现艰巨任务的信心,将注意力集中在内化新的能力上。

通过完善用人机制,全面激发干部职工干事创业的热情。通过建立长效的人才兴企规划、科学的考评机制、完善的正向激励政策,实现党员干部将爱党爱国爱企的饱满热情投射在重药改革发展的赛道上。

重药集团2019年荣获“重庆市国资委先进基层党组织”,2020年荣获“重庆市抗击新冠肺炎疫情先进集体”。

“服务是我们的核心竞争力,而企业文化练就的内功,能够帮助我们的服务更有温度、更有深度、更有力度、更有广度。”袁泉说。

逻辑清晰明了——

以文化建设,增强对内的服务水平,内聚动力。以文化建设,提升对外的服务能力,外显实力。

内化于心,外化于行。功夫练就化境,于是百战不殆。

王萃

图片由重庆医药(集团)股份有限公司提供



庆祝建党100周年大会暨“唱支山歌给党听”职工文艺演出

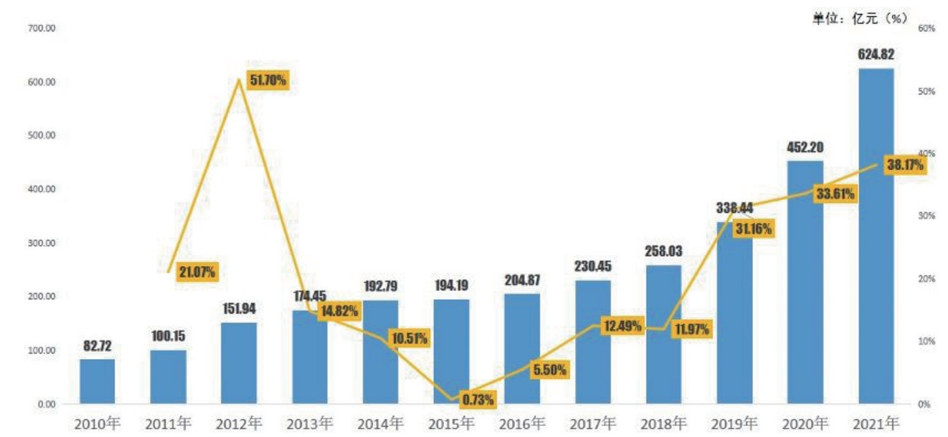
战略引领 塑造核心竞争力

从某种意义上说,今年发布的“中国企业500强”,可谓“含金量”十足。

数据显示,此次500强的入围门槛为446.25亿元,较上年增长13.74%。这也创下了榜单有史以来入围门槛绝对值提高最多、增幅最大的纪录。

在这一背景下,重药上升77位的排名,更显难能可贵——其625.20亿元的营业收入,同比增长38.26%。集团的利润总额、净利润等数据,同样实现了大幅增长。

高业绩,支撑重药成为重庆国企的一面



近10年企业发展柱状图

旗帜。

事实上,近年来,随着医改政策的密集推动,医药行业发展不可避免进入改革阵痛期。放眼全国,不少省级医药公司逐渐式微,甚至渐渐淡出大众视野。

然而,就是在这样一个全新的“竞合时代”,重药不仅在行业洗牌中突围,并且实现逆势崛起。其背后,一条清晰的战略发展脉络成为核心指引。

“作为一家医药商业企业,我们所从事的实际上就是服务行业。如何实现服务领

先,实现差异化竞争,是我们立足行业生存发展,所要思考的关键。”袁泉表示。

立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局,在“健康中国”战略的引领下,“敢想”的重药人,圈出了战略蓝图第一个重点——扩面。

“任何服务都必须基于庞大的规模基础之上。只有规模领先、网络领先,在强大的‘面’的支撑下,才有可能实现服务领先。”在这一思路下,重药在企业“十三五”发展规划中,明确提出“立足重庆、夯实西部、挺进中原、走向全国”的战略目标——重药由此迈出了从地方国企走向全国的坚实脚步。

短短5年间,其在全国29个省(市、自治区)布局了省级平台公司。截至目前,公司营销网络已覆盖全国31个省(市、自治区),拥有全级次分公司、子公司200余家。

做大蛋糕的同时,企业竞争力也顺势增强。

在重庆化医控股(集团)公司的指导下,2018年,重药圆满完成重大资产重组,以全新形象登陆资本市场。

与此同时,抢抓大数据、智能化的东风,“医药+互联网”在重药的商业版图上风生水起……

走出去的战略,夯实了重药“做大”的根

基,给了重药“做强”的底气。

2020年末,重药资产规模达到419.74亿元,成为西部地区规模最大、网络布局最广的国有控股大型医药流通上市企业,主营业务医药商业板块涵盖药品、医疗器械、中药饮片、保健产品、终端配送、仓储物流及供应链增值服务。

乘势而为。承接“十三五”的战略基础,重药以企业高质量发展为主题,以优化产业结构和加快创新升级为主线,在“十四五”时期谋划了“一干两双三百城、三化四能五路军”的战略构想。

以2025年实现营业收入超1000亿元、利润总额达22亿元为目标,通过内涵式发展、外延式扩张的双轮驱动,实现全国300余个地级市商业网络全覆盖,打造批零一体化、产品全面化、业务数字化,提升营销业务能力、供应链整体能力、IT能力、辅助临床能力,形成主力业务药品分销与器械试剂、专业药房、中药保健品、第三方仓储、新兴业务五个细分市场组成的“一优五强”利润贡献战略部队。

在袁泉看来,这一系列构想是对重药战略蓝图的进一步细化和落地,使其从“想”到“干”形成一个体系,既能“跳起来”,还能“够得着”。

服务领先 跻身同业“一梯队”

从想到干,这也是一个企业高质量发展的必由之路。落脚到重药,袁泉有9个字的总结:想得美、讲得好、做得实。

“想得美”不难理解,切合实际指向最高的目标;“讲得好”对于一家商业企业而言,就是要让员工、让客户理解这些目标;“做得实”则是脚踏实地,把战略目标一步一步推进。

优秀的战略+良好的组织执行能力,形成了正向放大的效应;先行先试、敢于突破,则为组织增添活力生机。

作为国务院国企改革首批入选的“双百企业”,重药紧紧抓住国企改革三年行动的契机,抓重点、补短板、强弱项,在加强党的领导、完善治理结构、提升创新能力等改革重点领域和关键环节持续发力,实现综合实力持续增强、企业治理稳定高效、社会影响不断提升,企业规模成功跻身全国前五。

在短时间内改变行业竞争格局,重药靠的正是从想到干,进而实现服务领先的完美落地。

以业务数字化为例。事实上,早在前几年的发展中,重药就实现了线上线下两网互

通的雏形,具备了开展慢病管理、电子处方流转、院外药事管理、远程诊疗等辅助医疗服务的实力。

在“十四五”的规划中,这些优势被进一步具化为能力。

比如在IT整体解决方案能力方面,帮助医院、医生、行业部门等提供了多种方案,包括全市的药品全程追溯系统、处方平台建设、“三甲”医院患者管理系统等。

如胆管癌专病管理系统,在实现医患有效对接的同时,为学术研究也提供了参考。仅一年时间,通过提取该系统的数据,就诞生了8篇SCI论文。

因为成效显著,目前,重药提供的这些解决方案已不仅仅是增值服务,而已经转化为实实在在的盈利。

数字化的利好还有很多——

目前,重药旗下的800余家和平药房、新健康药房已基本建成全国布局的专业化连锁药店,拥有和平药房网上商城,可开展院内自费药房、DTP特药直送、医院输注中心等业务。国内领先的现代医药物流配送中心则通过智能物流技术手段,实现库房前

移、集中配送……

这些能力不断提升着重药供应链增值服务空间,提高其服务医药全产业链的实

力,加快重药从传统的医药商业企业向“医药+互联网”融合型现代医药商业提档升级。



“重药健康小站”服务户外劳动者

【数读】

勇挑国企责任 践行使命担当

近年来,在企业壮大的同时,重药积极践行国企担当,将企业发展与履行社会责任深度融合,在脱贫攻坚、抗震救灾、疫情防控、慈善公益等方面作出了重要贡献。

新冠肺炎疫情发生以来,重药累计调拨配送防疫物资及药品近10亿元,执行中央、地方两级储备任务,向社会机构调运物资近1.6亿余件。疫情暴发初期,重药开展多次跨国采购,出口防疫物资近7000万元,并协助中国政府赴巴基斯坦、阿尔及利亚防疫医疗专家组完成援助任务,旗下800余家和平药房、新健康药房正常营业,有效保障各地医用防疫物资供应和复工复产。重药及所属企业、职工多次受到各地政府的表彰。

建成615个“重药健康小站”,累计投入近50万元,培训2038名专业人员,覆盖约9200户外劳动者。