

科源制药“奋战50天，从我做起”主题征文活动获奖作品刊登

二等奖作品

奋战五十天 从我做起

我自豪！因为我们是山东科源制药股份有限公司的员工，还是“科源制药，山东大学”学历提升班学员，我们要更加努力，因为我们有梦想，我们要为自己代言！在接下来的五十天我们要为公司的生产经营指标，为自己的学习任务而奋斗，在工作中关注好每一个细节，时刻以“节约光荣、浪费可耻”勉励自己，“高标准、严要求”，学习工作相结合，以优异的

工作业绩和学习成绩回报公司的支持和关爱。在科源这个舞台上，绽放属于我们的光彩！四季度过半，到了冲刺全年生产目标的紧要关头，在市场、成本、环保、质量、安全等各方面要求越来越严格的背景下，设备老化，冬季低温生产等生产不利因素影响下。工作任务相对更重、难度更大、要求更高，实现年度各项生产经营目标时间在即，聚焦重点，远近结合，我们要以更加充足的干劲全力以赴完成全年各项任务，以实际行动为企业长远发展打下坚实基础出一份力。为确保各项工作按时、保质、保量完成，一定要做到三点：一是要统一思想，提高认识。把事情当作自己家的事来做，不能推脱，要敢于担当；二是要细化工作目标。对上级下达的生产目标一一对应，逐一细化，对没有完成

的任务，明确责任和工作时限；三是要狠抓工作落实。要以问题导向为切入点，精准发力，要正排工序、倒排工期、挂图作战、全力以赴冲刺五十天，为公司的发展再添新的活力。

作为公司的一员，我深知个人发展与公司发展是息息相关的，没有公司的发展就没有个人的发展，没有公司的繁荣就没有个人的繁荣。作为公司的一份子，我感谢公司为我提供了发展的平台和机会，也感谢公司的培养和照顾。我将不断提升自己的业务能力，努力工作，为公司的发展贡献一份力量。在接下来的50天里，我将和同事们一起奋战，凝心聚力，团结各方面力量，共同面对年底低温生产，设备老化，同时生产节奏快等挑战，做好各项应对措施，完成公司交待的各项任务和指标，为公司完成年度经营目标贡献一份力量。

辛勤工作，为项目建设做最后冲刺，奋战50天，保证项目年底顺利试车。为公司的未来再添新的活力。

作为公司的一员，我深知个人发展与公司发展是息息相关的，没有公司的发展就没有个人的发展，没有公司的繁荣就没有个人的繁荣。作为公司的一份子，我感谢公司为我提供了发展的平台和机会，也感谢公司的培养和照顾。我将不断提升自己的业务能力，努力工作，为公司的发展贡献一份力量。在接下来的50天里，我将和同事们一起奋战，凝心聚力，团结各方面力量，共同面对年底低温生产，设备老化，同时生产节奏快等挑战，做好各项应对措施，完成公司交待的各项任务和指标，为公司完成年度经营目标贡献一份力量。

(科源制药 2车间 赵风美)

我一直在努力

力诺光伏 / 孙文明

在平凡的岗位上如何实现人生价值？相信许多人在思考，许多人在追求，也有许多人感到困惑迷茫。

我的价值观其实很简单：兢兢业业、认真努力地做好每一天的工作，尽职尽责、诚心诚意地干好每一份内之事。

如果所付出的努力能得到一声称赞，我会欣喜万分，也会乐此不疲，这也是我在平凡的工作岗位上无怨无悔的动力。

也许有人会讥笑：胸无大志，鼠目寸光，我不想反驳，也不会改变初衷，反而感到无比自豪，无尚荣光，一个人的价值，靠自己追求实现，是别人评价衡量。

如果我们每个人都在自己平凡的岗位上实现真正的价值，那么就能实现我们产品质量的提高，获得客户的认可，就能实现96%的综合利用率就能实现集团的灿烂辉煌！

莫信经验主义 坚持精细沟通

力诺药业 / 刘晓东

前几日接到采购申请，仓库正在使用的4盏灯不够亮，为了不影晌日常工作，需要购买可以达到亮度要求的灯泡。

经过沟通得知，该4盏灯使用的灯泡是125W的汞灯，我当时觉得既然125W的汞灯不够亮那我就买几个瓦数大点的不就行了，于是我就想当然的购买了4只450W的汞灯。

可是当拿回来的时候发现，450W的汞灯接口是E40大功率接口，而仓库现在使用的是E27正常家用接口，结果用不上，不仅耽误了仓库使用，还造成了时间的浪费。

第二天，我仔细的和仓库进行了沟通，然后又咨询了设备部的师傅和供应商，经过详细的沟通我了解到，在不改变E27接口的条件下，不仅限于使用汞灯，节能灯和LED灯都可以满足亮度要求，

于是我就分别拿了105W的节能灯泡和36W的LED灯泡，最后经过仓库试用，确认了36W的LED灯泡的亮度符合要求。

事后我还找到汞灯供应商了解到，在E27家用接口下，汞灯因为工艺的复杂性、发热性、亮度不够等原因已经逐渐遭到市场的淘汰，现在已经很少使用了，不仅如此，36W的LED灯泡的价格仅仅是450W的价格的一半。

通过这件事我反思，作为一名采购员不能因为自己的一知半解产生的经验主义就进行盲目采购，不仅影响正常工作，还造成了公司资源的浪费。

所以，一定要心里牢记采购无小事，购买需谨慎，以认真仔细的态度进行每一次采购。

铸国家品牌 领智慧未来 力诺瑞特举行国家品牌暨智慧热水战略发布会

本报讯 2017年1月1日，力诺瑞特“国家品牌暨智慧热水战略发布会”在济南隆重举行。盛会的主题为“铸国家品牌 领智慧未来”，来自国家住建部、中央电视台、中科院、清华大学、上海交大、中国房地产协会、中国太阳能产业联盟等机构的专家学者与众多媒体及800余位经销商一同出席本次盛会，共同见证力诺瑞特成为“国家品牌”重要时刻，并一同分享了力诺瑞特全新的“智慧新能源热水热能产品及方案”。

在现场，力诺瑞特正式启动了“领跑者计划”，2017年，力诺瑞特将携手央视，共同打造国家品牌。

成为“国家品牌”后的力诺瑞特，将以智慧产品为依托，以领跑者为姿态，深入贯彻习近平总书记提出的“中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”的目标，进一步提升企业的品牌竞争力和国际影响力。力诺瑞特总经理苏明在会上正式向社会发布了力诺瑞特“智慧热水热



力诺瑞特国家品牌暨智慧热水战略发布会现场

能”战略，他表示力诺瑞特将针对用户在使用太阳能热水器过程中对节能、健康、舒适、个性化洗浴、全屋热水等多样化需求，全面提升产品附加值，开启智慧热水热能新时代。

2017年力诺瑞特成为“国家品牌”，这无疑为太阳能利用行业里一件值得骄傲的事情。接下来，力诺瑞特将

充分发挥行业领跑者的作用，以匠心打造集智慧、阳光、科技于一体的产品，以创新助力太阳能热利用行业的健康转型，以战略成就中国创造的国际化的品牌，以新能源的力量助力“生态中国梦”早日实现。（精彩内容详见本期第2版）

(力诺瑞特 李妮妮)

力诺集团与中国建设银行签署战略合作协议



中国建设银行山东省分行重点客户战略合作协议签约仪式暨FITS产品推介会在山东大厦如期举行，山东省副省长夏耕出席仪式并致辞，集团总裁应邀参加并代表集团签署战略合作协议。

本报讯 12月27日下午，中国建设银行山东省分行重点客户战略合作协议签约仪式暨FITS产品推介会在山东大厦如期举行，山东省副省长夏耕出席仪式并致辞，集团总裁应邀参加并代表集团签署战略合作协议。

据悉，本次签约仪式由山东省金融工作办公室、建行山东省分行主办，

包括山东高速集团、山东魏桥创业集团、齐鲁交通发展集团、山东重工集团等皆是各行业领先企业出席并签署战略合作协议。力诺集团应邀参会并签署战略合作协议，是集团产业发展实力的高度肯定，也为力诺集团的资金建设提供了广阔的空间。

(本报记者)

力诺药业召开2017年度营销公司动员大会

12月29日，凌晨三点的力诺药业会议室仍旧灯火通明，全国营销将士依然斗志昂扬，共同总结2016年市场营销工作得失、明确新的一年公司营销战略目标，落实营销各项指标细则，认真贯彻落实集团“2017全面营销年”的战略部署，众将士意气风发，毫无倦意。

这仅仅是为期一周的力诺药业营销公司2017年年度动员大会中的一个缩影，本次会议以2017年预算指标落实情况为落脚点，将提升终端覆盖率作为2017年营销工作重点，突出各省份新开发市场、新开发医院与终端情况，并着重了解各区域的现存问题，公司各个部门负责人给予现场解决。各区域营销将士分别根据各自市场情况，进行了现场探讨交流。临床事业部密切围绕各省份招标情况，以盐酸氟西汀分散片为核心产品，落实临床终端开发，以综合医院和精神



力诺药业2017年营销动员大会现场

专科医院作为销售主线，加大医院终端的覆盖率，并制定出相关科室的具体推广策略，同时推进氨来咕诺糊剂与硝酸异山梨酯喷雾剂等产品的医院开发；普药事业部将聚焦于氨咖黄敏胶囊、单硝10mg与盐酸二甲双胍片三个产品的渠道体系建设，优化代理商结构；商务部将根据公司全国战略市场的营销布局，以山东、上海、广东、四川四个核心市场为基础，健全临床佣金制商务体系；OTC事业部借助公司提供的优质客户资源，落

实与全国百强连锁核心资源的对接，拓展OTC单硝类重点产品渠道，注重门店铺货率与动销量。公司财务部门针对目前的市场环境，给予相应的培训与指导，并着重对2017年度营销预算目标提出具体要求，严格执行年度、季度、月度预算进度，并保证市场开发与推广的相关费用及时到位，同时，营销公司各职能部门从各自工作职责角度，给予一线市场支持方案和具体保障措施。

随后，营销公司各事业部逐一签订了2017年销售目标责任书，各营销将士对2017年销售指标的完成信心满满。瑞雪兆丰年，营销将士赴各自战场，新的一年，希望众将士在集团营销规划及力诺药业营销战略的正确指引下，全面完成2017年营销预算指标，捷报频传！

(力诺药业 石磊)

>> 本期导读:

济南首届宏济堂阿胶文化节隆重举行

■ 详见第5-8版专刊

欢迎扫码关注 力诺集团



力诺集团服务号二维码



力诺集团订阅号二维码



《吉祥迎春》画作 / 力诺瑞特 员工刘宗昌家属 刘成思

每位画者都赋予作品以故事，同样，这也是一副有故事的画作。

这幅画是力诺瑞特员工刘宗昌的父亲刘成思为感谢《力诺时代》编辑部多年来每次都邮寄最新《力诺时代》而作。这是一种感恩，我们感到欣慰；也是一种激励，我们充满力量。感谢读者对《力诺时代》的关注和支持，我们将倍加努力，不负众望。

上央视 奖奔驰 出国游

力诺瑞特与经销商同行开启领跑

2017 年第一天，力诺瑞特正式向社会发布“国家品牌暨智慧新能源热水战略”。在新的一年，力诺瑞特将充分发挥行业领跑者的作用，针对用户在使用太阳能热水器过程中对节能、健康、舒适、个性化洗浴、全屋热水等多样化需求，全面提升产品附加值，以匠心打造集智慧、阳光、科技于一体的产品，开启智慧热水热能新时代。



发布会前经销商进行产品咨询

签约现场火爆

国家品牌的升级。这样的品牌形象升级能够提供更多用户体验的机会窗口，将品牌态度植入到商品和服务中去。这正是力诺瑞特在 2017 年品牌战略中格外在意的部分。

送奔驰出国游 力诺瑞特重奖经销商

在 1 日当天举办的力诺瑞特优秀经销商颁奖典礼上，来自河北任丘、山东济宁、浙江杭州的三位经销商由于在过去一年的出色表现，荣获 2016 年度“品牌贡献奖”，每人获得一辆奔驰 smart 汽车作为奖励。另外，36 名市场表现优异的经销商，获得了 2017 出国游的奖励。

经销商一直是力诺瑞特赖以发展的重要渠道资源，在此次参加“国家品牌暨智慧新能源热水热能战略发布会”的七百余名经销商中，不乏跟随力诺瑞特在太阳能行业摸爬滚打十年以上的忠实伙伴，也有更多刚刚加入新能源行业不久的新战士，他们在不断开拓新市场的同时，为力诺瑞特在全国的品牌传播做出了积极的贡献。

力诺瑞特对经销商给予更隆重的感恩和回馈，也进一步表现出对“智慧新能源热水热能产品系统”的市场信心，以及将在 2017 年全面发展市场，壮大品牌的决心。（力诺瑞特 李妮妮）

力诺营销

力诺制药总经理王子文 全员营销服务市场 以精神系统产品为主导



12 月 26-30 日，力诺药业举行了 2017 年度营销动员大会，来自全国各地的营销将士齐聚力诺药业，探讨市场得失，商讨解决措施，全面规划市场。就此，本报记者采访了力诺制药总经理王子文。

记者：力诺药业本次营销大会主要内容是什么？

王子文：整体来说，就是将全国营销将士汇聚在一起，总结 2016 年的市场得失，规划 2017 年的市场发展，将 2017 年任务指标具体细分到产品、细分到客户，细分到终端，同时针对目前的医药形势及时调整营销思路，有针对性的制定应对措施。2016 年，力诺药业的经营预算指标圆满完成，成果可喜，但成绩的获得离不开市场，没有出色的营销，企业就得不到长久的发展。同时契合集团“2017 全年营销年”的战略部署，力诺药业也将 2017 年定为市场营销年，2017 年营销工作的重点是加大医院、药店的终端覆盖率，本次会议就是以全国各省新开发市场、新开发医院终端情况为切入点，及时解决各区域的现存问题，部署重点产品在各个市场的终端开发和学术推广上量。

记者：力诺药业 2017 年的营销措施有哪些？

王子文：2017 年是力诺药业的营销营销年，力诺药业会以市场营销为核心，全面贯彻落实“全员

营销”的经营理念，深入市场一线服务终端，确保产品在市场的开发到位、客户服务到位、让客户满意，确保圆满完成 2017 年各项经营指标。主要从以下几个方面进行。

全员统一思想认识，合力助推市场营销。全员营销，不是全体人员奔赴市场，而是视营销为各部门共同的核心工作，只是具体的分工不同而已。不仅仅是销售部门的事情，也与财务、生产、技术、采购、人力、质量等部门息息相关，销售部门是直面客户一线，其他部门要全力支持销售、服务于营销，要把公司各个部门都调动起来，全力推动全员营销理念的贯彻执行。

经营班子密切配合，全员冲击市场一线。2017 年 3 月起，力诺药业总及以上高管人员每个月都将抽出一周以上的时间，有针对性地走入市场一线，了解并掌握公司产品在一线市场的实际销售情况，现场办公，及时发现问题，解决问题，同时洞悉市场变化，有的放矢的制定准确性、可行性、可操作的营销提升措施；真正意义上服务营销、支持营销，同时所有营销职能部门人员每个月都要冲到市场一线，搜集信息，了解竞品，制定以市场真

实情况为依据的支持方案。以精神系统产品为主导，内外齐发，提高质量。随着社会的持续发展和竞争的日益加深，个人社会压力增强，尤其是高收入、高学历、高层次人才精神抑郁问题日益普遍，心理疾病的发病率每年以 18%-32% 的速度递增，有数据表明到 2020 年心理疾病将会成为仅次于心脏病的第二大疾病，因此心理健康成为社会普遍关注的热点。人们在注重养生的同时也越来越注重心理健康，2017 年力诺药业将以精神类产品为主导，将盐酸氟西汀分散片作为核心产品，利用 2017 年各个省份招标陆续执行的有利机遇，加快临床终端开发，以综合性医院和精神专科医院作为销售主线；优化代理商结构，积极部署直营和招商团队的建设。

同时加大氨来咕诺糊剂与硝酸异山梨酯喷雾剂等独家产品的医院终端开发力度；氨酚黄敏胶囊、单硝 10mg 与盐酸二甲双胍片要聚焦销售渠道体系的建设，优化代理商结构；落实与全国百强连锁核心资源的对接，拓展 OTC 单销类重点产品的销售渠道，注重连锁药店门店的覆盖率与动销量。

在产品生产方面，引进现代化一流设备，建立智能生产线；为适应市场需求，引进新产品、新技术，强化技术研究，推进新产品开发，以提高产品质量，提升企业的知名度和客户的满意度。企业文化建设从不放松。前线的奋斗离不开后方保障，力诺药业积极进行企业文化建设，组织各类团队文化的建设活动，凝聚力、向心力明显增强。每个月人力资源部会和办公室都会统计当月过生日的员工数量，举行集体生日会，在总经理的带领下，办公室都会向当月过生日的员工赠送蛋糕、鲜花等物品；对职工家属也是关爱有加，每年组织游园活动、表彰活动，共享集团发展成果，感谢家属背后的默默奉献与支持。真正像我们的产品一样，关注企业“心理”健康，保持“精神健康”原生态。

通过以上措施，实现产品、市场的循序开发建设，深入覆盖终端市场。这一切的发展和实现离不开集团的支持与帮助，在集团高瞻远瞩的战略眼光指导下，力诺药业在新的一年里定将齐心协力与宏济堂为主的中医药产业并举，共创力诺集团大健康产业之辉煌。（本报记者）

> 优秀经销商获奖者感言 <



> 力诺瑞特河北经销商 张素梅

这次能够获奖，我很激动，非常感谢力诺瑞特把最大的奖给了我，这对我一年来工作业绩最好的肯定。另外，我也要感谢一直跟随我的二级经销商，感谢他们的不离不弃，和我一样一直坚定的紧跟力诺瑞特的发展步伐，我相信，我们肯定能携手获得更大的成功！

此次发布的新产品，种类非常丰富，涵盖了燃气、电、太阳能等大部分家用新能源领域，产品体系较以前也有了更好的深化，为我们进一步开拓新的市场，提供了有力的武器。

通过这次会议，以及力诺瑞特入围“国家品牌计划”，大手笔地在央视黄金时段

投放广告，让我对 2017 年的发展底气十足。新的一年，我们将进一步细化市场，分品类地拓展新的二级渠道；配合力诺瑞特全年的品牌传播规划，把入围央视“国家品牌计划”之后的系列动作列入后期促销活动的宣传中，争取圆满完成全年任务，再创辉煌。

> 力诺瑞特山东经销商 李刚

这次在全国 800 多名经销商面前，拿走最重要的一个奖项，这对我来说意义非常重大。力诺瑞特的经销商都非常优秀，在市场竞争激烈的情况下，他们很多在各地都是行业中的佼佼者。所以这次我能获得奔驰车，我觉得非常幸运，也非常高兴得到力诺瑞特总公司这么大的肯定。每次参加公司组织的经销商会，我

都能感到很温暖，从去年的合伙人会议，成为力诺瑞特首批合伙人，到今年品牌战略发布。有机会跟这么多同仁齐聚一堂，交流和分享各自征战市场的经验和教训，都让我觉得像回到了家一样。力诺瑞特在全国的发展步伐是比较先进的，有很多先进理念，包括产品、技术、品牌、制度等层面，很多都是我们这

些长期处于区域市场的经销商所无法达到的。所以说，参与经销商会议，聆听公司和行业领导对市场的看法，让我受益匪浅，我也很珍惜这些机会。新的一年，市场竞争会更加激烈，但是通过这次会议，看到了公司在产品和品牌方面给我们提供的大力支持，希望自己能够再接再厉，争取明年再获大奖。



> 力诺瑞特陕西经销商 王峰

这次来参加会议，可以说是惊喜连连，再一次让我感觉到作为力诺瑞特经销商的自豪。因为在地方，最近几年越发感觉到市场竞争太激烈，特别是农村地区，杂牌太阳能专卖店很多，我们在价格上和他们相比是没有竞争力的。而消费者购买太阳能，价格和品牌是他们主要考虑的两个因素。所以说，这次看到力诺瑞特总公司在央视投放的广告，加上之前在全国大力宣传的“金钻品质，质保十年”，都让我感觉到我们跟随的是一个有优质品牌、优质产品和优质服务的太阳能龙头企业。让我更加坚信，我们能够在新的一年里抓住市场的机遇，迎来更加美好的明天。2017 年，我们首先要做的工作就是学习公司此次推出的一系列新产品

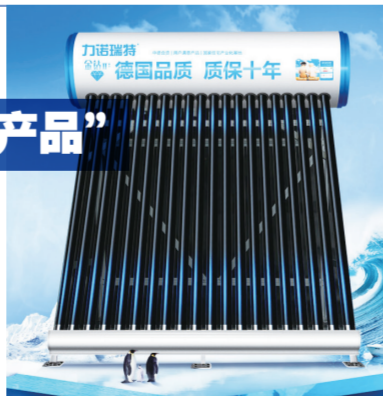


知识，积极配合总公司在当地宣传品牌。认真执行公司针对地方市场做出的规划和要求，抓住机遇，创造机遇。比如因为我们对“阳光服务站”活动的执行到位，为我们带来了更多新的客户，效果比较明显。因此 2017 年要继续关注后期的服务延展工作，不做一锤子买卖，维护好“力诺瑞特”的品牌形象。

力诺瑞特金钻入选 “优品济南·十大工业产品”

12 月 24 日，“优品济南 100 强”颁奖仪式在泉城广场举行，力诺瑞特金钻系列太阳能，凭借过硬的品质和优质的服务，通过了层层评审和选拔，荣膺“优品济南·十大工业产品”称号。力诺瑞特金钻系列太阳能热水器 2015 年上市，是力诺瑞特推出第一款质保十年的太阳能热水器，自上市以来，备受消费者的充分认可，屡次获得力诺瑞特月度及年度产品销量冠军。

2016 年，力诺瑞特再次对金钻产品进行了升级，增加了德国 6S 活水洗技术，以纳米活化装置和高纯度颗粒物改善水质，保护内胆，保证产品热效率，活化颗粒物，可净化水中余氯，释放矿



物质，提供弱碱性、小分子团、负电位、高含氧量健康热水。使水垢不易在内胆壁上积存，真空管结垢量可下降 60%。另外，纳米活化器是由 1120 度的高温烧结而成，内部海绵状微孔结构可吸附汞、铅等重金属离子，降低腐蚀，保护内胆，保证产品热效率，延长使用寿命。（力诺瑞特 李妮妮）

重点市场实现重大突破 宏济堂制药： 年底大盘点，营销新突破

取得实效。

国际市场出口成绩斐然

宏济堂制药根据“市场国际化”的要求，加大了出口力度。安宫牛黄丸作为重点出口产品在越南等东南亚市场畅销多年。2016 年参加了欧美、东南亚、澳洲多个国家药品展会，重点推介中成药和阿胶产品，成果可喜。与美国 Herblo CA Inc 公司就中成药、保健品等在美国销售事宜达成共识。与印尼等国家知名中药代理商合作，推动了安宫牛黄丸、阿胶枣等业务进程，达成了熊胆救心丸、阿胶速溶粉等多个产品的合作

新的精彩 只因你同行 武汉双虎涂料召开年度经销商大会



意向。与澳大利亚第一大中成药批发商达成合作意向。重点产品有力拉动市场 宏济堂制药多个核心产品发货再创新高，以金鸣片、安宫牛黄丸、复方西羚解毒胶囊、海龙蛤蚧口服液、雏凤精、小儿消食片等为拳头产品的 OTC 系列，在拉动增长中起了关键作用，负责发货的营销公司胡文忠感受很深。他回忆，12 月份总计发货约 25000 件，在生产、运营、以及仓库各岗位同事的配合下，最多的一天发货达 4000 件，通过加班加点，保证了货物的及时发出，满足了

2016 年 12 月 31 日，武汉双虎涂料有限公司 2016 年度经销商大会在武汉力诺工业园区隆重召开。力诺集团、双虎涂料相关负责人及省内近百名经销商代表出席了本次大会。2017 年双虎涂料将紧紧围绕“务实、诚信、共赢、突破”四个主题开展工作。会议总结了 2016 年工作中存在的问题及不足，阐述了 2017 年重点工作及服务改进项，就销售目标、返利、营销政策、工作思路、研发团队及装备支持、品牌推广力度等问题进行了重点阐述，得到了在场经销商的一致认可。会议指出，过去的几年，双虎经历了很多波折，首先是厂区的整体搬迁，搬迁过程中产能供应不足，造成了市场流失，也给经销商的经营带来了困扰。但是有变化，才会有突破，面对各种艰难险阻，双虎人越挫越勇！搬迁后新厂区引进了国际一流自动化生产设备、环保设备，产品复制性提升，产品体系增多，年产能也由老厂的 4 万吨上升到了 11 万吨，为日后的市场开发提供了基础保障

市场需求。传统商业模式转型升级 营销公司负责人表示，12 月份实现突破是全年重视营销、加大客户合作的结果。今年以来先后与九州通、上药集团、国药控股、瑞康等多家大型商业公司签订战略合作协议；通过参加博鳌会、西普会、药交会、医药物资协会成长论坛等全国性会议，引起来合作伙伴、代理高的关注，品牌发挥进一步发挥。四季度重点突出了以区域为单元的事业部制，对营销组织架构做出新的调整，注重产能释放与区域市场更好地对接，拉动了销售提质上量。全面发力确保新年开门红 2017 年是力诺集团的营销年，在国家品牌计划指引下，宏济堂制药营销有望再创新突破，力争 2017 年实现首月销售开门红。（宏济堂制药 韦钦国）

和可持续发展的条件。会议坚决抵制假货，将打假工作进行到底。针对双虎涂料组织机构的调整，会议强调不管人员怎么变动，双虎的根没有变+，力诺集团对双虎的支持没有变，广大经销商可以放心选择双虎。新一任团队成员虽然都很年轻，但是在双虎工作年限基本上不少于 5 年，不仅专业，务实，而且对公司的忠诚度都还相当的高，这是对双虎营销工作的最大保障。2017 年，力诺集团将在上海、济南筹建高端产品生产线、高性能实验室及高产能基地，在全国涂料市场形成山东、湖北和上海三足鼎立辐射全国的发展布局。在国际化进程中，进一步利用集团国际化的资源优势，开通和拓宽涂料产业发展的国外渠道，加快双虎涂料在欧美、印度等市场的国际化进程。在广大经销商的大力支持下，双虎涂料必能在重振雄威。我们相信，在即将到来的 2017 年，双虎涂料厂商携手，必定能创造新的精彩。（武汉双虎涂料 王志东）

阿胶精彩老故事

文/宏济堂制药韦钦国

阿胶既是药品又是补品

阿胶历史很悠久，最早记载阿胶入药的是成书于战国（一说秦汉）的《神农本草经》...

驴皮阿胶与牛皮阿胶

根据原料来源阿胶分为两种。一种是一般意义上用驴皮做的阿胶...

宏济堂阿胶文化节有感

游园 赏景 品胶 处处是文化 冬至 瑞雪 福地 每每皆盛景

——记参观宏济堂阿胶节 文/参观来宾 赵广珍

偶然翻阅报纸时，看到一则“宏济堂阿胶节”的新闻，作为一个土生土长的济南人看到本土的老企业举办这样的活动，感觉煞是有趣...

每种动物皆姿态不一、生动形象。在导游人员的介绍下，我们了解到传统的中药材取材于植物与动物，我们脚下踩的便是上千种植物药材...

刚下车，门口的工作人员就热情的迎了上来，引导我们入园参观。我们先后参观了力诺集团的文化展厅、宏济堂的历史博物馆、宏济堂的阿胶庄、手工熬胶作坊...

宏济堂的阿胶庄是一个展示区，里面有宏济堂在美国展览会摘得金奖的奖牌，有宏济堂在民国时期的阿胶产品老包装...

值得一提的是在宏济堂的手工熬制阿胶的作坊里还有一口纯金打造的“金锅”！当我们好奇的问为什么要用黄金打造熬胶锅时，老师傅说：“古时候只有给皇家贵族用的皇家器具才会使用纯金的材质...”

刚踏进宏济堂的博物馆时，我们都被震撼住了，迎面是历朝历代的中医药名家铜雕，形象逼真、栩栩如生。再看脚下的地板砖每块都是不同的中草药药材...

颂词

文/力诺药业 刘晓东

大雪纷至刺骨寒，难敌东部一缕春；宏济阿胶文化节，盛大威名齐鲁颂；园区张灯和结彩，一路彩旗齐飘飘；四面游客竞来到，八方团体共祝贺；锣鼓震响与天齐，鞭炮噼里隆咚咚；面塑糖人民俗街，红黄舞狮迎宾客；民医义诊来把脉，传统戏曲拍板唱；金锅银铲熬好胶，祭拜老祖继传统；胶工号子倍响亮，正宗阿胶香溢洋；百年堂训续传承，再现辉煌名儿扬。

1970年代，上海、南京、济南等多个中药厂都曾研制猪皮胶并取得实际进展，这三种胶各有特点，各有所用。驴皮胶用来补血滋阴，马皮胶有破气功能。猪皮胶也是中药原料之一...

阿胶曾为战略物资

1915年，在旧金山举办“巴拿马万国博览会”，宏济堂“福”牌阿胶获得“优等金牌奖”，这也是迄今为止中医药制品在国际上获得的最高荣誉...

重视。以阿胶为龙头，宏济堂的产品畅销国内外。《济南范儿》一书曾提到，“宏济堂的产品远销南洋和日本，就连日本采取歧视性措施限制中药进口时期，对宏济堂的产品都是免检放行。”

阿胶曾上“最高指示”

许多员工都知道宏济堂阿胶转移至平阴和东阿的故事，但对细节可能不是太了解。宏济堂档案室有一份“最高指示”，“最高指示”下有一行字：“抓革命促生产、促工作、促战备...”

（上接本报第7版·记者采风篇）

在阿胶节上感受到了市民对宏济堂的热爱

阿胶节期间，宏济堂制药每天有20名员工提供不同内容的服务，对他们的工作状况，本报记者于12月26日在现场随机进行了采访。

从12月25日夜就开始下雨和下雪，到了26日上午雪势开始加大，但这似乎没有影响到前来参观的客人与市民，更没有影响到阿胶节的工作人员与服务人员...

12月24日上午，张玲在宏济胶庄服务时，遇到一位86岁的老人。老人表示想喝水，但不知去哪里找水，张玲就主动帮他接了一杯水，老人很高兴，主动与张玲聊天...

在宏济堂阿胶文化节能嗨翻

12月23日，晴空万里，一扫阴霾，真是逛园好光景啊。由教师、医生、退伍军人、女企业家等各行各业的都市女报粉组团来到宏济堂阿胶文化节，一睹百年老字号的风采...

“头回见到驴子，头回坐驴车，我刚才把合影发了朋友圈，朋友们都说太酷了！”23岁的读者郭女士玩嗨了。“呀，一股浓浓的阿胶味。”把熬制阿胶的过程全面向市民开放，是此次宏济堂阿胶文化节的一大亮点...

“蓝天的映衬下，一片带霜的枫叶”，走在园区中，柳女士随手拍下了冬日小景；“古色古香的宏济堂，红墙白瓦，精美雕刻”，宏济堂的人文风情让柳女士不停按下快门...

协议甲方为国营济南人民制药厂（即现在的宏济堂制药），乙方为东阿县药材公司。协议说，双方根据山东省药材公司革委会省药革字（68）号“关于济南人民药帮阿胶生产任务移交平阴、东阿两胶厂生产”的通知进行移交...

这两份“最高指示”有着鲜明的时代特色，现在的许多年轻人可能认识不到“最高指标”四个字的真正分量。但这两份材料内容翔实，数字具体，真实地记录了当年宏济堂阿胶移交东阿、平阴生产的经过...

有渊源。原来，老人名叫李笃森，曾是《济南日报》记者和《济南农民》报主编，当年曾多次报道过宏济堂，并向张玲讲述了位于现在的五龙潭公园内宏济堂阿胶厂的典故...

张玲说，类似这样的事情可不少，每天不停地跑来跑去，确实有点累。但通过服务于阿胶节，更感受到了企业的魄力与济南市民、消费者对宏济堂这个品牌认可与热爱...

济南首届宏济堂阿胶文化节隆重举行 赏魅力健康园区 品传世正宗阿胶

冬至进补，来年打虎。为弘扬滋补养生文化、展现古法熬制纯正好胶、展示中医药文化产业园魅力、响应国家品牌计划形象塑造，提高产品知名度...

整个阿胶节活动持续半个月，每天活动异彩纷呈，具体分为参观篇、活动篇两大类，参观从进入力诺集团产业园区开始，沿400吨阿胶生产车间、阿胶办公楼、集团展览馆、力诺文化广场...



限，回味无穷。

11点28分，伴随着洪亮的胶工号子呐喊声，熬胶活动正式开始，现场使用直径3米的铜锅熬胶...

正宗，现场看到熬制过程更是放心，口感不错，色味纯正，送给家人也安心。宏济堂阿胶会持续跟踪销售，落实购买。胶庄里有专家义诊、健康讲堂、曲艺演出等文化活动...

副市长来咱宏济堂阿胶文化节啦！



12月23日，济南市副市长张海波携上海新世界股份有限公司党委书记、总经理徐家平及旗下同德药业到集团学习考察。集团总裁携各二级集团负责人带领客人一行参观了集团展览馆及力诺科技园...

对于前不久宏济堂制药正式启动国家品牌计划，张海波一行表示祝贺，并表示宏济堂启动国家品牌计划是极佳的发展机遇，国家平台必将助推宏



入围2017年国家品牌计划行业领跑者的力诺集团为宏济堂量身打造的阿胶文化盛会，让宏济堂阿胶扬名内外，轰动异常。12月14日，宏济堂正式开启国家品牌计划之路...

（本报记者 撰稿）

宏济堂新闻简报

宏济堂制药荣开钰荣获“第十八届济南市优秀企业家”称号

12月28日，“2016年全国企业家活动日暨济南市优秀企业家表彰大会”在济南举行，宏济堂制药集团常务副总经理开钰荣获“济南市第十八届优秀企业家”荣誉称号...

宏济堂制药荣获“济南市两化深度融合示范企业”称号

12月27日，“2016年度两化深度融合总结大会”召开，宏济堂制药获得“济南市两化深度融合示范企业”，信息总监乔寿华获得“山东省两化融合先进个人”荣誉称号...

宏济堂制药动力中心雨中施工为阿胶文化节献礼

最近制剂车间蒸汽供应不足，动力中心维修员工根据经验判断出蒸汽管道泄漏。他们根据蒸汽管道分布，利用挖掘機挖开可能出现泄漏的部分，并在12月20日发现前处理两处泄漏...

一场拾金不昧引发的深思

自19日起，宏济堂举行了首届阿胶文化节系列活动，12月24日下午，宏济胶庄内，阿胶文化节之平安夜免费品鉴堂活动正在热闹举行...

16:00整，集团后勤保障人员隶属三元物业的保安人员丁立柱在现场维持秩序的时候，捡到现金200元，问了问周围的同事和来宾，都不是他们的。于是，在现场维持秩序的同时，他放大嗓门喊“这是谁的钱.....？”无人回应...

拾金不昧，社会无数，小小200元，钱也不多，但小事见大义，一分也高德，

这彰显的是力诺集团对本次阿胶节的后勤安保措施之缜密，更彰显的是力诺集团德为先的用人标准和崇道尚德之风。细分责任，分片到人，切实保障活动安全实施...

不言而喻，当守护送老人、活动导游等个人力所能及却帮他人大忙的工作。这，正是力诺集团“德为先”用人理念的真切体现，正是这些德行高端的人们，不仅坚守了各自的岗位，而且还热心帮助他人，才保障了集团的安定...

兢兢业业，时刻待命，人人顾全大局保障活动有序进行。在半个月的阿胶节活动期间，集团60余名安保人员，

不论雨雪、冰雹、大风、严寒天气，像往常一样坚守在各自岗位上，每天活动之前七点到晚上活动之后十点，一天15-20小时站岗，维持秩序，保障活动顺利进行。此次丁立柱拾金不昧就是在安保过程中发生的，据记者了解，丁立柱年纪不大，却是个勤劳踏实的人，做好本职工作的时候还经常帮助别人，在阿胶节期间，还当起护送老人、活动导游等个人力所能及却帮他人大忙的工作...

（本报记者 撰稿）

传承阿胶文化 共享发展成果

济南首届宏济堂阿胶文化节纪实

自12月19日起,首届宏济堂阿胶文化节盛装启幕,持续半个月,每天活动有参观和活动两大类,参观线从进入力诺集团产业园区开始,沿400吨阿胶生产车间、阿胶办公楼、集团展览馆、力诺文化广场、宏济堂文化墙、研究院、宏济胶庄、博物馆,车接车送,值得一提的是,在力诺文化广场到宏济堂这一段曲径通幽沿湖小路,力诺集团专用阿胶溯源——黑驴观光车,一边欣赏文化园区美景,一边感受黑驴拉车带来的时光倒流感,现场来宾纷纷表示这是独特的文化之旅,既为宏济堂阿胶溯源正名,也为宏济堂阿胶特色文化代言。本版为纪实篇,主要分为文化活动篇和记者采风篇,真实展现本次文化节活动,反映广大来宾的真实感受,以绘读者。

文化活动篇

活动一：3米铜锅手工熬制，还有一众小锅个性化熬胶，讲究！

传承百年的宏济堂拥有自己独特的熬胶文化。在古色古香、纯净古朴的宏济堂胶庄内,叩拜宏济堂创始人乐镜宇先生,给直径3米的铜锅添水、众嘉宾一块点火熬胶……在冬至到来之时,正是熬胶点火日。

11点28分,熬胶仪式正式开始。宏济堂阿胶集团第三代技艺传承人武祥伦带着十几位熬胶师傅,齐声喊起了响亮的阿胶号子。整个仪式充满了庄严肃穆的文化

感,仿佛回到了百年前。武祥伦告诉记者,这口熬胶锅直径3米,全铜制作,与之配套的数把熬胶铲也是全铜材质,百年之前,点火熬胶,学问大,处处都是讲究。衣着讲究。胶工们都身穿青蓝色的中式棉袄,这是遵循古法熬制的祖训,也还原了百年前的熬胶现场,百年前古法熬胶时,他们都是统一穿着这身行头。

号子讲究。胶工们嘴里喊出的是简短有力的“阿胶号子”。武祥伦说,现在的阿胶号子是在原有基础上的“更新版”,把宏济堂的创新求变也容纳其中。

取水讲究。“这是今天早上凌晨4点左右,自玉泉湖取的水。”武祥伦说,取水是阿胶重要一环。此水必须是山泉水,古时讲究“三更、五更取水”,因为经过一夜的过滤,此时的山泉水最为纯净,没有任何杂质。换算到现代,正是凌晨4点左右。

取水讲究。“这是今天早上凌晨4点左右,自玉泉湖取的水。”武祥伦说,取水是阿胶重要一环。此水必须是山泉水,古时讲究“三更、五更取水”,因为经过一夜的过滤,此时的山泉水最为纯净,没有任何杂质。换算到现代,正是凌晨4点左右。

当记者说“欢迎报业集团领导记者们的到来”时,单总一句话让人倍感本地报业的亲切和热情,“都是家人,自己人,来到自己家了,不用这么客气”,本报记者顿时感到放松、引导自如了。

在商讨报道方案后,报业的记者们就开始散开寻找新闻点,“爱济南”客户端的文字苏记者、摄影张记者上蹿下跳,跟着人潮直播现场盛况,一会就没影了。刚进入宏济胶庄的民俗大街,报业记者们未混的童真就暴露无遗,纷纷往糖画、吹糖人、糖球堆里扎,都市女报的赵记者拿到糖画艺人专为她制作的糖画玫瑰时;像是回到小时候的过年时”,她开心地又跳又转圈,拍照发朋友圈,还想着再做个带回家给孩子吃,她说,“这都是冰糖和蜂蜜做的,孩子吃了对嗓子好,而且还好看,好玩,她一定很喜欢!”、“今天来采访,真是值,不仅能吃到好吃的,还能见到好玩的,很开心啊!”。

11点多钟,报业记者们在等待熬胶仪式开始的空子,在现场个性化熬胶摊位前,一边采访询问,一边品尝成品,还点点头说,“大品牌就是不一样,现场熬制过程清晰可见,全是健康食材搭配,细腻柔软,真是太好吃了!”

根据本次阿胶文化节的活动规则,持有套票的客人皆可获得阿胶枣、阿胶山楂、报销路费等礼品赠送,本报记者为他们办理好了礼品之后,她们说,“宏济堂阿胶节真是实惠,又好吃好玩的,还能带回家。可得带回家让老人吃,这些都是滋补营养品”。当天晚上,赵记者打来电话说:“我们的礼品都没了啊,我们带到单位,本想稍微分分给同事吃,剩余带回家,结果,她们觉得太好了,全给瓜分了,当场吃空,我们还没带回家呢,老人还没吃上呢!”、“等我忙过这阵,一定找你们买些,正好要过很多个节日了,带回家给老人孩子吃”,她还不满足地追上了一句“你们多生产点哈!”,本报记者感叹道,处处是灵感的文人,是不是都这般玲珑?恍如永远沉醉在童真般的世界里。(本报记者)

便被渲染得非常喜庆。此次阿胶节,剪纸艺术也出现在了民俗大街上。家住经四路的宋老师是此次阿胶节活动上的剪纸艺人,阿胶节期间每天从早到晚都有市民来现场参观游玩。

草编。在此次阿胶节上,有位95后的年轻小伙子备受大家欢迎,他的拿手绝活就是草编,将一根宽宽的草叶仔细折叠、裁剪,不一会一只活灵活现的蚂蚱就出现在他的手中。阿胶节上小林的草编台经常被市民们哄抢一空,小林说,小巧的昆虫他十几分钟就能做好一件。但是要做得非常精致需要2个小时左右。准备材料更需要提前两三天。小林说现在的自己越来越懂得草编蕴含的情感,草编承载着人们儿时的珍贵记忆,为着这份感情会努力把这门技艺传承下去。

活动二：听小曲、琴书、快板、相声，喝大茶，惬意！

在宏济堂阿胶文化节里,你能亲身体验到这种民国风情。听着百年前的宏济堂故事演绎的小曲、琴书、快板、相声,喝个大茶,像玉泉山庄说书的快书里讲的济南话那样“冷滋滋”,听半天都不想挪开。宏济堂阿胶文化节里听曲艺的地方有三个,一个是宏济堂博物馆的宏济艺苑,第二个是宏济胶庄的曲艺演出,第三个是玉泉山庄里的午宴演出,个个精彩,曲曲好听,尤其是胶庄曲艺,一听仿佛回到解放前的年代。

本次阿胶文化节的活动聚集地——宏济胶庄里请来了济南市曲艺团山东琴书二级演员罗晓静,青年快板书演员王心天,山东琴书演员马业奎演绎由宏济堂故事改编的琴书、快板;玉泉山庄午宴演出请来相声名家王万顺、孙建国演绎由宏济堂阿胶文化故事改编的相声《宏济堂》;首届济南好乡音冠军孙宗可演绎山东快书;来自济南市吕剧院二级吕剧演员韩冰演绎《马大宝喝醉了酒》;还有以宏济堂阿胶为主题创作编排的快板《新唱歌来宝》等

活动三：吃糖人、糖画、糖葫芦，看舞狮迎宾、剪纸、草编，满满的回忆！

在宏济胶庄入园引导道上,聚集了传统民俗活动,有舞狮迎宾、有糖画、糖葫芦、剪纸、草编、吹糖人等等,现做现送,好不热闹。相信很多宾客看着这些民俗都会顿时温馨起来,伴着噼里啪啦的鞭炮声,像是回到小时候的过年一样。现场也是摆摊爆满。

舞狮迎宾。每当有客人进入胶庄时,都会有咚不隆咚隆的敲打锣鼓声,舞狮也应声而跃,喜迎宾客,让宾客们感受到传统民俗文化的魅力。本次阿胶节,集团专门邀请舞狮团队为阿胶节添喜气,每天从早到晚,只要有宾客来,都会武斗一下子,真是喜庆又隆重。

糖葫芦。糖葫芦是每个人童年时代不可抹去的一笔。此次阿胶节上,就有手艺人

傅现场为市民们熬制糖葫芦,而且阿胶节上的糖葫芦可是与众不同的,里面加了纯正的宏济堂阿胶粉,吃起来别有一番风味。

糖画。与宏济堂一样,糖画同样也是国家非物质文化遗产。在此次阿胶节上现身,显示了宏济堂阿胶传承传统手工艺的决心。值得一提的是,此次阿胶节上为市民表演糖画的艺人是位90后的小姑娘,她与制作糖葫芦的杜师傅是如假包换的母女。母女二人一个做着酸酸甜甜的糖葫芦,一个挥舞手腕做着糖香诱人的糖画。

剪纸。剪纸是一种镂空艺术,是我国历史悠久、流传很广的一种民间艺术形式。逢年过节抑或新婚喜庆,人们把美丽鲜艳的剪纸贴在雪白的窗纸或明亮的玻璃窗上、墙上、门上、灯笼上,节日的气氛

活动四：名医把脉问诊，专家教您养生，为健康着想，靠谱！

本届阿胶文化节,一路参观而来,宏济胶庄其实是个文化驿站,这里传递着阿胶文化节的精髓——不论力诺发展如何壮大,不论宏济堂制药还是阿胶,皆为健康二字。阿胶文化节,为的就是健康滋补,健康地产胶,产健康的胶。

健康地产胶。宏济堂阿胶采用传统“九提九炙”古法熬胶,活动一的熬胶仪

式就证明了宏济堂阿胶生产过程的讲究、正宗。

产健康的胶。宏济堂阿胶遵循“张张驴皮进行DNA检测,二维码一扫描正宗黑驴生活信息”的客观真实信息,保证源头纯正,产地健康。

本届宏济堂阿胶文化节上专门请来了全国著名的老中医药专家浦家祚、郭瑞

华、陶凯等多位大夫义诊,几十年经验,专治疑难杂症、内科病症,文化节期间,早八点到晚九点,全天候诊,望闻问切,提方抓药,一气呵成。养生讲堂请来了山东省首批中医药文化科普巡讲专家诸多头衔的刘鹏博士,你有什么关于冬季养生甚至四季养生的问题,皆可在养生讲堂上得到答案。

宏济堂阿胶,百年老品牌,内行人都信赖。九提九炙、拿大奖、DNA检测、智能生产线等等,各类媒体纷纷报道,记者不在此里重复,记者只想讲述一件事,也是深受感触的一点。

每天亮点活动——熬胶仪式上,宏济堂阿胶“九昼夜精提精炼”技艺的第三代传人武祥伦师傅带着他的徒弟们,都会三叩首创始人“乐镜宇”,不论是而

产品都执行6-7折的亲民价,让老百姓用优惠的价格买到真正的好阿胶。

好多领取过礼品的来宾反馈说,拿回去的礼品还没到家,在单位就被抢光了,好吃到爆!还有宾客今天参观,明天亲自

活动五：福利！千万馈赠，千万拿着，千万再来！

本次阿胶文化节,力诺集团拿出千万豪礼惠赠全体客户市民,只要来参加活动的宾客,都报销路费,并有机会获得宏济堂阿胶固元糕、阿胶枣、阿胶山楂等礼品,只要有来,就有送。现场所有阿胶



记者采风篇

“宏济堂阿胶产品太好吃了，在单位就被抢空了！”

12月19日,首届宏济堂阿胶文化节在力诺科技园内盛大启幕,当日,山东省、济南市、历城区的电视台、广播电台、客户端等媒体纷纷前来参观报道,济南报业集团更是由副总编单宝珠、总监徐传强带队组成采访团,成为第一波感受阿胶节盛况的媒体,本报记者有幸接待了他们。

当记者说“欢迎报业集团领导记者们的到来”时,单总一句话让人倍感本地报业的亲切和热情,“都是家人,自己人,来到自己家了,不用这么客气”,本报记者顿时感到放松、引导自如了。

在商讨报道方案后,报业的记者们就开始散开寻找新闻点,“爱济南”客户端的文字苏记者、摄影张记者上蹿下跳,跟着人潮直播现场盛况,一会就没影了。刚进入宏济胶庄的民俗大街,报业记者们未混的童真就暴露无遗,纷纷往糖画、吹糖人、糖球堆里扎,都市女报的赵记者拿到糖画艺人专为她制作的糖画玫瑰时;像是回到小时候的过年时”,她开心地又跳又转圈,拍照发朋友圈,还想着再做个带回家给孩子吃,她说,“这都是冰糖和蜂蜜做的,孩子吃了对嗓子好,而且还好看,好玩,她一定很喜欢!”、“今天来采访,真是值,不仅能吃到好吃的,还能见到好玩的,很开心啊!”。

11点多钟,报业记者们在等待熬胶仪式开始的空子,在现场个性化熬胶摊位前,一边采访询问,一边品尝成品,还点点头说,“大品牌就是不一样,现场熬制过程清晰可见,全是健康食材搭配,细腻柔软,真是太好吃了!”

根据本次阿胶文化节的活动规则,持有套票的客人皆可获得阿胶枣、阿胶山楂、报销路费等礼品赠送,本报记者为他们办理好了礼品之后,她们说,“宏济堂阿胶节真是实惠,又好吃好玩的,还能带回家。可得带回家让老人吃,这些都是滋补营养品”。当天晚上,赵记者打来电话说:“我们的礼品都没了啊,我们带到单位,本想稍微分分给同事吃,剩余带回家,结果,她们觉得太好了,全给瓜分了,当场吃空,我们还没带回家呢,老人还没吃上呢!”、“等我忙过这阵,一定找你们买些,正好要过很多个节日了,带回家给老人孩子吃”,她还不满足地追上了一句“你们多生产点哈!”,本报记者感叹道,处处是灵感的文人,是不是都这般玲珑?恍如永远沉醉在童真般的世界里。(本报记者)

记者手记

宏济堂阿胶文化节自开幕以来,受到社会各界的关注,不仅吸引济南市民,还吸引了省内包括烟台、淄博、潍坊等地的游客前来参与,据统计,不论雨雪、暴风、严寒天气,宏济胶庄每天参观人数在500人次以上,销售额也是日最高突破5万元,泉城内外一时兴起了购买宏济堂阿胶的浪潮,似乎,不买宏济堂阿胶,不时髦呢。

宏济堂阿胶,百年老品牌,内行人都信赖。九提九炙、拿大奖、DNA检测、智能生产线等等,各类媒体纷纷报道,记者不在此里重复,记者只想讲述一件事,也是深受感触的一点。

每天亮点活动——熬胶仪式上,宏济堂阿胶“九昼夜精提精炼”技艺的第三代传人武祥伦师傅带着他的徒弟们,都会三叩首创始人“乐镜宇”,不论是而

“昨天就想买，礼品多，拿着不方便，今天就来啦！”

宏济堂阿胶文化节期间,所有的阿胶产品一律6-7折售卖,在都市女报的粉丝团里有位孙女士,是女报的读者,四十来岁,在23日的粉丝团来文化节参观品尝后,“感觉特别香,跟别的阿胶不一样,纯正的香醇,我觉得特别好吃,当时就想买一些,正好家里老人要来过节,买一些给家人吃吃,可昨天人太多,都坐的大巴统一来,还有那么多的礼品,我怕买了阿胶不好拿,就没买,这不,今天专门开车来拉”孙女士说道,“我亲自试了试熬胶过程,一斤阿胶片才能出两小盒阿胶糕啊,真是不易,过程清晰可见,芝麻、核桃、大枣、枸杞,随意选,随意配,真是太放心了,吃的安心”。

与孙女士一样,家住淄博的曾女士也是专门驱车赶来购买宏济堂阿胶的,今年45岁的曾女士从去年开始经常感到头晕目眩,并且容易抑郁、紧张和烦躁,在医生的建议下她开始食用阿胶。今年年初经朋友推荐,曾女士食用了宏济堂阿胶,从此一发不可收拾爱上了宏济堂阿胶。听说宏济堂阿胶文化节上活动价6-7折,专门来到宏济胶庄购买。“很开心宏济堂阿胶不仅履行了一个企业应有的责任,并且还不忘回馈社会与百姓,让所有有能够买到实惠的好阿胶”,曾女士告诉记者。“我就是喜欢这个味道,传承百年的工艺,不忘初心,我信赖,会一直买下去,我已经留下了我的联系方式,再有优惠我一定记得通知我!”

家住济阳县曲堤镇的姚先生已经60岁了,25日一早他就与老伴一起赶到了阿胶文化节现场。“我老伴经常吃宏济堂阿胶,听朋友说宏济堂阿胶文化节正在举行,还听说有很多好看、好玩的活动,就过来凑凑热闹,回家后我要向村里人宣传宣传,很值得来玩玩。”

25日的活动现场还有一抹特殊的身影特别引人注目,他们就是“济南骑行俱乐部”的叔叔阿姨们。这支平均年龄超过60岁的老人骑行队伍人老心不老,一大早自发组织骑行二十余公里来到宏济堂阿胶文化节现场参加活动。活动期间英姿飒爽的阿姨们品尝完宏济堂的阿胶产品觉得找回了以前的味道,并表示以后要经常食用。(王海婷)

孟宪明： 坐诊专家对年轻人有非常大的帮助

阿胶节期间,宏济医馆请了不少名医专家前来坐诊,为患者诊治医病,为市民提供养生建议,受到不少市民、员工、家属的欢迎。其间,记者多次到宏济医馆实地采访。

孟宪明毕业于江西中医药大学,今年9月入职宏济医馆,现在为名医专家坐诊提供服务。在谈到名医坐诊对自己的影响时,孟宪明说,“坐诊专家都有着丰富的经验,辨症准确,患者疗效明显,这不仅提高了宏济医馆的知名度,更重要的是,他们在诊断用药、做人做事方面对年轻人有非常大的帮助,自己受益匪浅。

有患者自己治好病以后,也向熟识的人推荐,许多人向宏济医馆工作人员或在宏济堂制药工作的员工打听教授专家的坐诊时间,这对自己有服务水准就有了压力,当然也是动力。

浦家祚：治病必求于本

浦家祚是全国闻名的老中医,从事临床工作40余年,擅长治疗中风、头痛、失眠等病症。孟宪明表示,浦教授不仅医术很好,开出的药方疗效很好,给他留下深刻印象的是,浦教授的医德同样很好,从来从不从提高自己收入的角度为患者开药。如果他认为没有必要就不给患者开药,而是根据药食同源的原理,建议患者通过食疗或锻炼的方式来治疗,并就预防等提出建议,达到治未病的目的。善心天知,这和宏济堂济世养生的理念可谓相辅相成。

12月21日下午,记者利用浦教授坐诊的间隙,在宏济医馆就开方及药价一事对其进行了采访。浦教授听到这个问题时笑了笑,然后解释,“看病要实事求是,中医的望闻问切是为了充分了解掌握患者的真实病情,以便临床治疗。然后,再根据中医辩证施治理论对病情进行理顺,找出症结所在,治病必求于本,用老百姓的话就是找到病根。有了这个过程才能判断寒暑虚实,才能做出准确诊断,才能保证用药的准确性和和疗效。作为医生,不应以药价高低来评判疗效效果,药品价格这不是医生应当做的(关注),关键要对症。”

患者：在宏济医馆诊治有三个好处

记者在12月19日采访时了解了如下几件事。

11月份中旬,公司邀请某小区业主来园区参观,在参观过程中一位业主看到国家名老中医药专家陶凯教授正在宏济医馆坐诊,很激动地跑过去,热情地与陶教授打招呼。原来,这位业主因患病曾在医院找陶凯教授就诊,治疗后感觉效果很好,两人就这样认识了。此后,这位业主先后推荐熟人来宏济医馆就诊。

事有凑巧,21日记者在医馆采访时,这位业主刚好带着朋友前来复诊。当记者问他们在这里就诊与在别处就诊有何区别时,业主的朋友说有三个明显的好处。一是减少挂号排队以及过度等待,免了周折;二是有一定的私密空间,保护了个人隐私;三是可以与专家进行相对充分的交流,也可以带着咨询其它方面的问题,可谓私人定制。这种待遇在其它地方难以享受到。(韦伟国)(精彩内容转至本报第8版)

