

# 杨四知和他的生存哲学

——对话华润新龙医药有限公司副董事长、新龙药业集团董事长杨四知

■ 蒋德洪 胡晶

如果不是改革开放的奔涌大潮,不是因为华润医药近年在医药行业迅猛的发展势头,在中国企业中,笔者很难将注意力投向前身为“全国民营企业500强”的新龙药业集团,也很难在信息爆炸的网络平台上找到新龙药业集团董事长杨四知的更多信息。新龙药业集团总部从北京迁回武汉后,较短的数年时间里,其销售收入从56多亿元增长到2013年华润新龙近85亿元,增幅达到34%。一个拥有近2000人的企业以及企业家能够大隐于市,这本身就是一种宁静致远的大智慧。

落笔于此,笔者不禁将镜头对准了武汉市经济开发区龙阳大道上已经落满岁月印痕的新龙大厦4楼一个并不奢华,更或者说一个普通的办公室,在那里,神色稳重却不失亲切的杨四知正在翻看《2014年华润新龙医药有限公司商业计划书》,运筹着新一年的工作。

俗话说,人如其名。杨四知说:“我是一个很简单的人,要想了解我和我的企业,只要看我的名就能够了解一切。”

杨家老宅里有个“四知”堂,杨四知其名即从这里得来。所谓“四知”——知书、知礼、知义、知信,即是杨四知为人处世,驰骋业界50余年的人生观。问及到方法论的时候,杨四知笑笑:“那自然是‘知四’——知天、知地、知彼、知己。”

在“四知”和“知四”的哲学辩证关系中,乡间小伙到医药行业富豪的蝶变,汉西医药批发市场十几平方米的门市部到18000平方米的龙阳大厦的华丽转身,在时光中沉默的新龙,在世人的端详中,引来一片惊讶声。

知天命:

顺应规律,以出世之心做事

1957年,杨四知出生在湖北省应城市天鹤镇一户贫穷人家。杨四知儿时的回忆,充斥了对生存、这个人类最基本也是最旺盛需求的记忆片段。父母给予我们生命,能够健康地活下去,这就是杨四知最朴素的心愿。而与医药行业割不断的情缘正是出于杨四知对天命的顺应,对人命的珍惜,对命运的把握。

上个世纪80年代初期,24岁的杨四知开始涉足医药行业。那时国家对医药品处于严格管控状态,医药市场并未开放经营。这样虽然使药品这个全民必需品供不应求,但是作为普通老百姓们根本不知道国家政策会怎样变动。正是在这个层面上,杨四知的创业之旅一开始便

充满了勇士般的冒险精神。可是,杨四知却说:“对生存和健康的需求,是我的渴望,也是所有人的渴望。即使做医药这行,路途中充满了未知,可是我却笃定,这一定是顺乎天命顺应人心的健康事业。”

在后来的人生际遇中,杨四知确实一言中了他的话。80年代中期,国家医药市场逐步开放,鉴于对医药行业的支持,那个在乡间销售药品的“泥腿子”转眼间就变成了天鹤镇响当当的“杨百万”。邓小平同志南巡后,杨四知倾其所有扎根汉西药品市场,准备开辟新的天地。可是药品从国家管控向市场的自由流通过程并不是一蹴而就的,汉西市场很快就关闭了。杨四知眼

人物档案



华润新龙医药有限公司副董事长、新龙药业集团董事长杨四知

杨四知,男,湖北应城人,副主任药师。1976年参加工作,历任大型企业医药代表,武汉康寿联合医药公司经理,湖北省医药实业发展有限公司总经理、董事长,湖北新龙药业有限公司董事长;现任华润新龙医药有限公司副董事长,新龙药业集团董事长;北京新龙药业投资集团有限公司董事长,中国光彩事业促进会理事,北京湖北商会副会长,湖北省工商联会常委、副主席,湖北省第九届、第十届政协委员、第十一届政协常委。

见一切化为乌有,无奈之余,他心中还是隐隐觉得,医药行业事关民生,不会就这样萧条下去。反正除了门市部的这些药品也没有其他更值钱的东西,不如维持经营,再做他想。正是这样的坚持让杨四知抵住了市场的变换。当众商家离开汉西市场的时候,价值规律必然导致供不应求局面的产生,全国各地抱着试试运气来汉西市场买药的顾客,碰上了固守在冷落门市里的杨四知。结果大家可想而知,杨四知从真正意义上获得了他的第一桶金,让他成为一个企业家,而不再仅仅是一个门市部的小老板。于是,1997年,杨四知以优异的销售业绩成为国有企业湖北省医药实业成分公

司的董事长。

后来的经营过程中,遇到过销售瓶颈、市场混乱等问题,杨四知一直都没有改变他的想法,那就是对医药行业的坚持,对利国利民事业的坚持。因为这是人之本性,天命之为。也正是基于这一点,杨四知在商海沉浮的几十年时间里,他知道盈利丰厚不过也是靠天吃饭,而当自己遇到困境的时候,自己本不过也就是曾经一无所有的穷小子。正是这种超然和淡泊反而让杨四知和他的医药企业在市场风云中处变不惊,即使做到连续多年保持湖北省企业100强的今天,杨四知和华润新龙依旧保持着世人眼中的低调。

知地情:

把握时代脉搏,以“知书”之功入世

知书而观世事,杨四知在为企业发展谋出路的时候,企业的经济形态的更迭凝结了杨四知对当前局势的正确分析和医药行业未来业态的准确预判。

如果说成药公司为杨四知的发展提供了良好平台的话,那么,真正登上舞台后的主角却能跳脱舞台的掣肘,看到更远的风景。

国有企业对市场反应的迟钝、管理的混乱已经较普遍地体现在中国大地上,成药公司也未能幸免,尽管药品年销售收入不断提高,可是却由于粗放式的经营模式,陷入了销售越多亏损越多的怪圈。此时国有企业改革之风盛起,国家对拥有灵活性高、自主创新能力强的民营企业多有鼓励。杨四知认准了政策形势,2000年,湖北省医药实业成分公司更名为

湖北新龙药业有限公司,变身张扬着时代活力的民营企业。新名字新气象,“新龙”所预示的“兴隆”考验着领航人的个人智慧,而企业壮大发展对地缘的把握、时代气息(政治、政策)的了解更考验着杨四知的魄力。同年,全资收购了此前参股的北京新龙医药销售公司,创下了京城民营资本收购国有资本的先河。杨四知乘着新龙看到了更远的风景:2002年10月,在广东控股广州新龙乐善药业有限公司;2003年4月,与山西亚宝合作组建了山西亚宝新龙药业有限公司;紧接着,湖北龙腾经贸发展公司和湖北欣立包装材料公司相继成立。

在完成一系列的收购重组以后,杨四知的新龙更加壮大起来。作为民营企业的杨四知在越来越成熟的医药市场中,需要更强劲的臂膀来支撑。

于是,2004年6月,与医药行业国企龙头的国药集团联姻,成立国药控股湖北新龙有限公司。公司以武汉、广州、山西、北京等地为中心,辐射全国,与全国29个省市自治区8000多家医药生产企业、经销商、医院和政府采购团建立了良好的商务合作关系。经营品种达一万余种,2006年度销售收入实现60多亿元人民币。

出于品牌建设和企业战略发展的需要,2009年,从国药控股收回股权的新龙,已经发展成为在全国拥有十多家分公司的新龙药业集团。丰厚的羽翼让新龙在创新企业发展模式、精益化的内部管理上下功夫。2010年以来,全国医药行业的重组浪潮蜂起。拥有国际眼光和红色情怀的华润集团也开始组建其医药航母。新龙药业集团瞅准时机,在2011年10

月,出让60%的股权由华润医药商业集团控股。打上华润字号的新龙,重新镀上了国企巨擘的金边。在以令人惊讶的速度一跃成为全国医药排行榜第二的华润医药,让杨四知和他的华润新龙人都更加坚定了对未来的信心。华润诚实守信的价值观与杨四知新龙系的“知信”无缝兼容,华润集团国际先进管理模式也给渴望养分的新龙再次茁壮成长的机会。

从湖北省医药实业成分公司到湖北新龙药业有限公司,再到华润新龙医药有限公司,杨四知和新龙与国有企业的缘分更加深厚。“紧跟党中央的政策,选择适合新龙发展的国企平台发展壮大,从目前看来是不错的。而且我坚信,未来也不会错。因为,这就是中国国情。”杨四知如是说。

知彼知己:

感恩求报,人生不殆

杨四知对天地地情的宏观把握造就了新龙的似锦前程和杨四知淡泊的隐士之风,而对于天地之外你我之间“人和”的把握,才将杨四知这样一位拥有亿万资产的董事长还原为一位真实亲切的人。

知礼节而仓廩实,知信义而得人心。

杨四知说:“古语云‘仓廩实而知礼节’,在我这里,却是知礼节而仓廩实。以礼待人,换位思考,你的员工与顾客也会用真心来回报你。”

华润新龙的老员工很多,跟着杨四知数十年的不在少数,他们说

这是因为这里有人情味。在食堂里,杨四知和高管们与所有基层员工吃同样的饭菜,坐同一张桌子,饭食之间说说笑笑与员工们闲谈两句是常有的事。每年,华润新龙会在年底对困难员工摸底,杨四知等高管在开年后一起进行慰问帮扶。逢年过节,也会给员工们发些实用喜庆的节日礼品,安抚着辛勤工作在一线的员工。与湖北省财税学院、湖北工业大学合作,建立实习实训基地,为当地解决剩余劳动力和大学生就业出了一臂之力。从而使企业员工更加珍惜工作机会。对待顾客,身为医药行

业的领军人物,杨四知坚持严把质量关,即使利润再高,只要药品质量不过关一律不准从新龙公司流入市场。跟新龙打过交道的药商和顾客也都觉得新龙人不摆架子,讲求效率,以获得良好口碑。

在笔者采访过程中,“感恩回报”是杨四知常说的四个字。“我本身无一物的穷小子能走到现在,社会给予我太多。感恩回报是我能为新龙为社会做的一点小事吧。”杨四知这么说的也是这么做的。在SARS风行的时候,对于药企来说如果囤积居奇,哄抬药价,肯定能

为企业谋得一些私利,但是杨四知却在第一时间组织专班,要求各地销售人员严格依据板蓝根的合同价格出售给顾客。“可能我们会少挣点钱,但是赢来的信誉是无价的。昧良心的钱,我不能挣!”杨四知在回忆当时情形的时候如是说。2013年,四川雅安地震时,华润新龙及时向重灾区捐赠了价值240万元的药品。

人如其名,企业则如其人。杨四知一直在践行他的“四知”哲学,而这“四知”哲学也伴着华润新龙隐于商海,不断飞翔。

三江船艇公司:

## 企体融合 实现经济社会效益双赢

■ 谭青海 沈佳

“全速全负荷运转200个小时无故障!”2013年底,由湖北三江船艇公司自主研发并经过性能提升的摩托艇发动机,赢得专家评审组的一致赞誉。据悉,改进后的摩托艇发动机功率达到88.8千瓦每升,转速达到9500转,逼近业界船机水平最高的日本雅马哈发动机。该产品国产化率达99%,在小型船舶发动机领域填补了国内空白,达到国际先进水平。

作为中国航天三江集团旗下湖北三江航天红阳机电有限公司全资控股的子公司,三江船艇公司致力于以军工技术打造优质民用产品,倾力研制摩托艇新品,并通过建立全国首家非营利性民间水上运动俱乐部,广泛开展免费体验活动,为广大乐水人士搭建交流沟通平台,以适应水上运动向全民健身及娱乐活动的转变,满足群众水上健身和休闲娱乐的需求。

云集千人试驾 引领民间娱乐新风尚

这是一场船艇运动与全民健身的“贴身热舞”,更是一曲航天产品对话民族体育的时代恋歌。

“好爽啊!”“真过瘾!”“太棒了!”2013年8月9日,由三江船艇公司举办的“水上摩托艇城市行”丹江口站活动现场人头攒动,掌声雷动。活动期间,承办方湖北省三江航天上运动俱乐部,不仅邀请国家级水上摩托艇运动员为现场观众带来一场精彩的编队表演,还免费提供多款由三江船艇公司自主研发的摩托艇新品,并派出专业车手陪同试乘试驾,让近千名体验者零距离地感受来自水上运动的速度与激情。

“以前只是在电视上看到专业选手驾驶逐波踏浪,没想到自己也可以在这项运动上一展风采。”闭幕式上,从湖北省民间选手32强中脱颖而出的体验者邹佳冰捧着组委会颁发的奖杯及奖金,激动不已。

此次试驾活动是继2012年三江船艇公司在武汉市木兰湖风景区首启“船艇城市行”活动后,以大型赛事为突破口,融入产品营销及推广活动,标志着试乘试驾活动的常态化。

随着三江摩托艇在全国各大城市精彩亮相,不仅使航天品牌深入人心,也获得专业人士及行业圈的广泛认可。活动期间,三江摩托艇顺利获得主办方免费提供的价值20多万元的8个广告位,并以此平台,斩获多个产品订单。

应用航天技术 打造自主研发新品牌

水上摩托艇运动尽管属于非奥运比赛项目,但集高科技、观赏、竞争和惊险刺激于一体,极富魅力,在欧美国家发展迅速。我国摩托艇和游艇生产企业虽有200多家,但受市场、技术等要素制约,其产品时速大多在40公里以下。国内旅游业目前使用的高速摩托艇,主要从雅马哈、本田、川崎等国外公司进口。要想在世界摩托艇运动中拥有一席之地,研发具有自主知识产权、性能优良的摩托艇是一个不可回避的重要课题。

2006年重庆高交会的一次偶遇,让“十年铸剑,走出三线”的三江航天红阳机电有限公司找到了实现“军民融合、军民融合”发展战略的路径。他们深入开展市场分析、总体技术可行性论证、风险评估等工作后,正式对水上三人乘用摩托艇研发项目立项,使航天产品从此与摩托艇运动结下不解之缘。

2006年8月8日,项目全面启动。凭借军工技术的强大支撑,项目以不可思议的速度迅速推进:2007年1月28日,首台发动机一次次点火实验圆满成功;2月25日,首台摩托艇成功下水,发动机机架试验、摩托艇水上试验项目正式启动;12月,发动机缸体加工生产线、艇身模具压生产线、艇身喷涂生产线投入使用。2008年,产品相继通过国际质量认证、挪威船级社认证、欧盟CE认证,民族自主摩托艇品牌获得走向世界的通行证。同年,摩托艇顺利出口波兰,取得Seadance(海之舞)产品商标,中国首批自主研发摩托艇从此走出国门。

随后的几年间,三江船艇公司捷报频频:公司开发的SHS1100型摩托艇、SANJ-1280多用途军用铝合金艇等产品,远销欧美等30余个国家和地区,并领跑国内摩托艇界。

企体完美融合 首创水上运动新形式

7年的潜心造艇,三江船艇公司产品型谱不断丰富完善:自主研发了填补国内高转速摩托艇发动机空白的四冲程艇用发动机,在此基础上开展了摩托艇A型艇、铝合金艇、太阳能艇、高速军用快艇等项目研发,逐步形成产品系列;具备年产1万台高速系列摩托艇的能力,实现规模化生产;营销体系逐渐完善,形成完整的立项、研发、生产、销售、售后链条。

然而,勇于挑战和创新的三江人,并不满足于已有成绩,他们有着更长远的谋划。顺利承办第一届全国摩托艇机械师培训会,经湖北省民政厅、省体育局批准,三江船艇公司成立了“水上运动俱乐部”。俱乐部是一个集群众性、公益性、娱乐性于一体的非营利性全民健身机构,也是首家获得全国摩托艇赛事参赛资格的民间俱乐部。以俱乐部为亲水平台,三江船艇公司将广大摩托艇运动爱好者集结起来,共同致力于推广摩托艇运动,从而将企业营销与体育推广深度融合,在提供产品的同时提供技术输出和个性化服务,既促进了产业链的延伸,也实现了经济效益与社会效益的双丰收。

2011年、2012年中国摩托艇联赛在柳江激情上演。三江航天上运动俱乐部分别派出4位业余选手,与兄弟省市专业运动员同台竞技,参加3个项目中的F4方程式摩托艇和卧式水上摩托艇竞速赛,名列前茅。在2013中国摩托艇联赛彭水、丹江口两站的比赛中,该俱乐部同样表现不俗,分别获得立式摩托艇第二、三名和团队摩托艇接力项目第三名的好成绩。

代表队参赛的比赛用艇全部为俱乐部自主研发,运动员都是俱乐部员工。相对于国内大多数以盈利为目的俱乐部,三江航天上运动俱乐部的运动员与产品具有唇齿相依的天然联系。这为后续比赛用艇性能的发挥、完善乃至升级提供了科学依据,也建立了企业与体育在管理、营销、技术指导领域的血肉联系,为全民健身的多样性树立了典范和标杆。