

CCWealth Communications

2003

新年迎接新夥伴

合富通訊

JANUARY 2003

NO. 4

新年迎接新伙伴

新年迎接新伙伴——总裁致词 / 1
结合伙伴的力量——策略联盟展示中心 / 3

专家专访

两岸学术交流后感 / 6
——上海二医大副校长朱正纲教授
一封来自远方朋友的信 / 8
——吉林省永吉县人民医院朱宏志院长

合富生化

合富Medica特别报道 / 9
有朋自远方来，“愚自乐手”——记桂林医疗展 / 12

合康科研

三羊开泰 / 14

合益信息

现代传播媒介对塑造医院形象的作用 / 15

经营管理

合富集团IT之发展方向 / 17
新年新气象，新人新目标 / 21
眼科2002年回顾与2003年展望 / 22

合富生活

我在合富的这些年 / 24
喜悦、压力、感激 / 25

合富2002年要闻 / 26

合富Medica特别报导



在“提升现有的效率”上，我们追求的是几十个百分点的成长；而在“引进新伙伴”的策略上，我们则可以设定倍数的成长。

新年迎接新伙伴

□李惇 □合富集团总裁

周五，我由于刚出差回来，正埋头于清理积压已数天的文件。Sophia轻声的走进我的办公室并对我问道：计划何时交出下期的合富通讯投稿？我应声扬首，见她面带笑容却也露着得不到个肯定的答案不会就此罢休的坚定，我知道自己又得周末加班了！目送她回到坐位时，见仍有来自不同部门的数人在附近活动，相互讨论着公事，当时已是晚上八点半！这景像唤起我当初这批人加入合富时所提出的要求“愿付出，要学习，要发展，更要成功”；这景像也给了我如释重负的感觉，因为在他们身上我仿佛见到了合富未来的骨干及接棒的队伍；这景像又象是在告诉我公司必须现承诺提供机会给这些优秀骨干的人供他们学习及成长！而只有公司业务持续成长才能产生足够的这种机会供他们发展！

做了近二十年的专业经理人，我早已养成了在每年年底做总结的习惯。总结一年来的得失，也总结一年来学习的心得及观察，更透过上述总结规划未来的工作目标及计划！从一个巨观的角度来回顾合富的过去一年，检验科的生意仍扮演着举足轻重的角色，过敏源检测及酶免仪(e-STAR)，蔡司医疗设备及眼科(Zeiss)及医院局域网络电视台(AIM II)的成绩虽皆有超过100%的大幅成长，但前期基数相对较小。除了成绩的成长，我们的另几个主要的成绩是(一)现金流动首次达到收支平衡；(二)人才引进及健全各部队伍的工作初步完成；(三)为因组织成长及上市需求而建立的配套制度已具备大框架；(四)自产品的技术及规格(含e-STAR及AIMII)做到了更符合市场的需求；(五)策略联盟的几个重要厂家的关系更臻成熟及稳定；(六)合康生物科技(注册于浦东张江高

科技园区)完成了生产设备的引进及整厂试机！上述几项成绩代表着合富集团在2002年分别在业绩、资金、人才、组织、制度、产品及技术等几个重要领域取得了进步及成功；也替合富集团2003年及以后的发展奠定了良好的基础！



至今，合富集团已在许多方面为将来的发展奠定了良好的基础

用同样的角度回顾过去一年，合富也暴露了数个做得不够好及待改进的缺点，如(1)对中层干部的培养没有完整的计划及投入不够；(2)对销售及维修队伍的管理要求不够，缺乏纪律，因此明显的影响了工作效率及结单成绩；(3)销售组织过于扁平，未能及时因应及支援多元化的业务发展，更未能对新人的培养提供足够的师资并做到经验传承！所幸合富的团队里是人才济济，再加上2002年吸收了众多精英，我深信在新的一年第一个季度结束前能够同时达多层次销售队伍的建立及中层干部培养的实施。至于对前线工作人员的管理要求及工作效益的提高则是要从管理者的自我要求，更完善的工作报告再加以定期的会议来追踪考核等多方面同时着手。这一部分的工作将会立即启动，施行的细节也会随每一步骤而逐项公布。

即将来临的2003年，将会是合富集团“私有”的最后一个年头。因为合富预定在2004年公开上市。然而，2003年的成绩好坏不但会影响到上市时的个股价钱；也会直接影响到员工所持有公司配股分红选择权的员工的价差获利多少。因此不论于公于私，尽心尽力的在新的一年替合富创造一个好的成绩应该是大家共同的目标！具体的说，公司将依据“提升现有的效率+引进新伙伴”两个策略来推动2003年的工作，来创造业绩的高峰！所谓“提升现有的效率”，就是在原有的人力及项目做到业绩成长；应用已有的资金、人才、组织、制度、产品及技术的优势，再加上对自身缺点的改进来提升个人及团体的生产力。



在“提升现有的效率”上我们追求的是几十个百分点的成长

这一部份的工作没有窍门，只有制度加上大家的自我要求。我们靠自我要求来达到成长的目标；靠制度来节省管理的成本。再将节省的成本二次投入产生效益，如此则能做到在同样的资源下完成更多的业绩。大家的自我要求愈高，公司的成就就愈高；制度执行的愈彻底则必定愈节省，也代表着可以用在产生效益的二次投入就愈多，启动了这样一个良性的循环后当然就能在现有的基础上做出更佳的成绩！另一个方针就是“引进新伙伴”。在原有的基础创造更高的效率的同时，合富必须要靠“引进新伙伴”的策略创造业绩的飞跃。在“提升现有的效率”上我们追求的是几十个百分点的成长；而在“引进新伙伴”的策略上我们则可以设定倍数的成长。何谓“引进新伙伴”呢？



在“引进新伙伴”的策略上我们可以设定倍数的成长

(一) 在资金方面：2002年合富第一次达到现金收支平衡(含对新签的协议的设备的投入)，这是一个可喜的现象！它代表合富已有能力靠回收资金的重复投入，支持现有项目的业务成长！

然而，追求翻倍的成长，我们需要准备对等的资金来应对！

寻找引进资金的新伙伴成了必要的工作。所幸这是一个规划且进行中的工作。在2003年的年初就会有具体的结果。届时合富将会有法人投资公司加入股东的行列，也会有更多的银行对公司提供授信及融资的额度来支持我们翻倍发展的资金需要！

(二) 在产品方面：2002年底合富正式与德国拜耳公司签署了策略联盟；自此此后我们多了大型生化设备的项目；德国蔡司公司在新的一年又对合富提供准分子激光(LASIK)及眼底断层扫描(OCT)两个大项目合作；全自动过敏源检测仪(e-STAR)的高经济效益单板机将在2003年第一季度正式推出；接洽中还有一些世界名牌或高科技的产品，预定分别会在第一季度与合富签署策略联盟。这些新的策略联盟及产品，再搭配合富特有的灵活付款方案，一定能闯出一块新的成绩单！

(三) 在人才方面：合富于2002年的后二个季度，将其销售队伍做了三倍的扩编，同时对这些新人提供了完整的培训并置于市场历经数月的磨练。

2003年将会是这些新聘的伙伴发挥的一年！于此同时，公司又已再次的启动了各部门新人的招聘，预计第一个季度会另增加近50名职工。数个月后，相信这50名职工也必定会在下半年带来新增加的产值，替合富创造原有基础以外的新的成绩！

(四) 在客户方面：除了原有的基础，原有的项目的持续成长，新的策略联盟及产品会带来新的用户！合富的“产品打开通路，通路创造规模，规模产生效益”策略，就是藉新产品增加用户总数，再将不同的产品对已成交的用户进行二次的销售。更大的用户群自然也会成就更多的二次销售；也就是创造更好的业绩。

在激励原有的基础及项目上创造更高的效率的同时，我也竭诚的欢迎这些代表资金、策略联盟、产品及人才的新伙伴的加入，来共同创造翻倍的成长！当然，我更盼望更多的新的用户加入我们成功的伙伴行列！

时值年末，预祝大家新的一年

事业顺利，万事如意！



2002年10月23日在上海的一个角落，被一群医疗界的专家巨星照耀的格外明眼，合富策略联盟展示中心在小而美的空间内诞生，却展示了延伸于空间之外的实力与潜力。

结合伙伴的力量—策略联盟展示中心

□王琼芝 □合益信息总经理 □上海

成立原由

合富在成立之初即立定了短、中、长程的发展策略，其顺序依次为：产品打开通路、通路创造规模、规模产生效益。以目前合富的经营成果，已达中、长期的发展阶段，然而有趣的是，这样的一个长程策略，其实是一个可以循环的过程，也就是说虽然合富已到小具经济规模的阶段，但仍需不断的用“产品打开通路”策略，以创造另一阶段更大的经济规模，产生更高的效益。

因此我们决定邀集更多的科技伙伴，提供更优质的“产品”

以再度实践这个“产品打开通路”的行动。

要实践这个行动，总要有些“具体”的展现。经过合富团队反复的与厂商沟通，其间也与联盟厂商共同参加了许多市场活动，了解了一些彼此的需要，最后我们决定要走一条自己的路，用创新的思维展现“策略联盟”的真谛，所以这个小而美的展示中心成立了，她是合富与合富的伙伴们专属的空间，更是策略联盟共同的客户们专属的销售服务平台。



李梓董事长和研发事业部金权总经理共同为策略联盟展示中心揭牌



嘉宾参观策略联盟展示中心
(左二: 上海二医大附属仁济医院范关荣院长、
左三: 北大附属第一医院章友康院长)



嘉宾对合富自产品e-STAR表现出浓厚兴趣。

推开合富的玻璃大门，首先见到的是合益信息自行开发的医院局域网络电视台，利用多媒体技术，动态地展现与医疗有关的科普知识与应用的结合。而再走入后段的设备展示台，中央是合富自产的过敏源检测设备e-Star，两侧则是蔡司显微镜与AMO的超乳设备，而一旁则是专门介绍超乳手术的多媒体科普节目播放，更让人仿佛置身于实体应用环境。至于其他的大型临床生化检验设备，则只能用灯箱片的模式取代实物的陈设了。

在展示中心的其中一角，除了有小型的休息空间外，尚有一间精致的视讯会议室，月形的房间内，安装了除合益自行设计的

策略联盟

与合富结盟的国际知名厂商，包括各类设备与各种试剂与耗材厂商，目前为止已达20多家。实际的合作关系，以著名的德国蔡司公司(Zeiss)为例，特别派驻了代表在展示中心作技术及销售支持，又以国际级的拜耳公司(Bayer)为例，提供了在新加坡的技术培训，以满足共同客户的技术支援能力。其他如美国AMO公司(原Allergan)，德国Allergopharma公司等等都将透过与合富的策略联盟以更积极的服务面向全国更大的市场。

合富集团下的合益信息公司在今年也获得了微软公司的经销授权，肯定了合益在技术平台上进一步发展，而由另一集团的新生儿合康生物技术公司所生产的e-Star产品也获德国莱茵公司(TUL)的CE认证，势必将使得合富集团未来的策略联盟更趋强大。

展示中心

走进宜山路合富所在的园区大门，才会发现合富大楼朝南的建筑风貌，而策略联盟展示中心正位于大楼的一楼入口大厅。科技感、简明感以及通透感是设计的重心。

视讯会议系统外并铺设了宽带网、音视频及信息网路。合富集团将利用最新设备与台北总部进行视讯会议，更可与设有视讯会议室的客户进行即时会议，沟通的效率将大幅提升。

贵宾支持

合富的策略与耕耘是被肯定的。在10月23日的策略联盟展示中心揭碑仪式是我们最欣慰也是最骄傲的一刻。在受邀的20多位贵宾中，几乎全数到齐，本文受篇幅限制无法每位介绍，但由照片中众贵宾的笑容中可见他们对合富信任与支持。

揭碑仪式是由李焯董事长及研发事业部金权总经理共同主持，



公司领导与部分来宾合影留念。(前排左起依次为：同济大学附属铁路医院顾小萍院长、潍坊市市直机关医院杜进香院长、北大附属第一医院章友康院长、上海二医大附属仁济医院范关荣院长、上海市第六人民医院何梦乔院长、复旦大学附属华山医院张元芳院长、北京口腔医院闫梦兰书记；后排左四为：同济大学附属同济医院赵慧康院长、左六为：上海中医药大学附属岳阳医院阮龙德院长、左七为：上海市公利医院孙国武院长、左八为：上海二医大朱正纲副校长、左九为：上海二医大附属新华医院沈晓明院长、左十一为：上海二医大附属仁济医院蔡秉良副书记、左十二为：同济大学附属同济医院蔡宣松院长、左十三为：上海宝钢医院龚圣洁院长、左十四为：上海二医大附属第九人民医院张志恩院长、左十五为：上海第五人民医院徐元钊院长、左十六为：上海二医大附属仁济医院李卫平副院长、左十七为：复旦大学附属眼耳鼻喉科医院高解春院长)

而贵宾则由首都的北京大学附属第一医院章友康院长及上海的第二医科大学校长兼仁济医院院长范关荣先生共同代表致意。由南北二位重要专家的祝福与期许，合富过去五年的努力诚悬经营确实是值得的。

揭碑之后，则由五位自北京、山东来的贵宾开香槟酒庆祝，喷得又高又远的香槟酒雀跃了所有参与人员的情绪，也给合富未来的策略成功带来了好彩头。合富则回报了诸位贵宾一只中国虎，希望诸位贵宾也拥有个吉祥物，共同与合富创造大家的荣景。



公司领导与嘉宾为揭碑仪式开酒庆祝。(左二：潍坊市市直机关医院杜进香院长，左三：北京口腔医院闫梦兰书记，左四：首都医科大学附属北京朝阳医院李宁副院长)



朱正纲教授：医学博士

上海第二医科大学副校长

上海第二医科大学附属瑞金医院外科常务副主任

两岸学术交流后感

——记合富公司与上海第二医科大学副校长朱正纲教授的访谈

耳闻2002年9月在台湾举办的“海峡两岸医院管理学会”的成立在医学界影响很大，2002年12月30日，合富集团副总屠世明先生特别率合益信息市场部陈月红和郭绍文一行对参加这次成立仪式的朱正纲副校长进行了专访。整个专访过程在朱副校长的亲力配合下显得很轻松。

以下为专访摘要：

屠副总：朱副校长，请问这次随团去台湾有什么感想和收获？

朱副校长：这次赴台是由上海市医院管理学会组织的，主要有两个目的：一是参加“海峡两岸医院管理学会”的成立仪式；二是考察台湾有代表性的几个大医院，与同行进行交流，以增进相互的了解。

我认为台湾医院的整体管理水平较高，尤其对他们“以人为本”印象很深。例如：台湾的许多医院住院部普遍设有方便的生活设施，对老年病人的特别照顾，对糖尿病患者日常饮食的详细介绍等。另在医院建设和整体规划上也有值得我们借鉴的地方，如急

救部门都有专门的化学中毒抢救室。当然大陆的医院在这些方面也正在逐渐完善。

在医院管理方面，感触较深的是台湾许多医院的院长都经过专业的医院管理培训，具有较先进的医院管理理念。

屠副总：通过访问台湾的医院，在医疗纠纷方面发现和大陆有什么不同的处理方法吗？

朱副校长：在台湾，医院同样存在很多问题有待解决，病人吵闹也同样有。我认为医院与病人之间的纠纷，这是任何一种社会体制下都会存在的。但不管是哪种社会制度，首先要有法可依，才能依法办事。台湾在处理医患矛盾过程中比较强调通过法律途径行事，所依法律也更具体。

屠副总：去台湾访问和去其他地方，如欧美，有什么不一样的感受？

朱副校长：完全不一样。在台湾基本没有身在异乡的感觉，台湾同仁看到我们就象见到久违的亲戚一样。我们双方都很珍惜这次机会，在各种交流场合，我们都能感觉到台湾与中国大陆的这种一衣带水的亲情，希望以后有更多的这种民间学术交流，也希望我们的这种民间交流对海峡两岸的和平统一有推进作用。

屠副总：瑞金医院在管理及规模上都很超前，现又走集团化管理。那么台湾的医院又能从我们这学到些什么？我们对将来加入竞争的外来医院态度如何？

朱副校长：台湾由于地域等各方面的限制，发展肯定也是有限的。而大陆的医院通过“改革开放”和国外的交流日益增多，这有助于提高我们的整体管理水平。我们希望以后海峡两岸的医学界能有更多的机会交流，相互促进发展。

我国已正式加入WTO，医院的医疗工作作为服务领域，也将逐渐对外开放。台湾同行来大陆投资办医院有助于双方优势互补，促进竞争，而只有存在竞争才能真正促进发展。

屠副总：您是上海二医大的副校长，请您介绍一下目前在台湾的招生情况。

朱副校长：我校一直都有在台湾招收应届高中毕业生的计划。但在实际操作中有一些问题：台湾的教育和大陆有区别。这致使台湾学生在参加大陆的高考时有一定难度，这也是我们招生率较低的一个主要原因。当然对于大陆的学生参加台湾的考试也会存在同样的问题。所以我们设想：先让台湾的学生参加半年至一年的学前适应性教育，以帮助他们尽快融入大陆的教育模式。总之，我们希望有更多的台湾学生来大陆学习、交流。

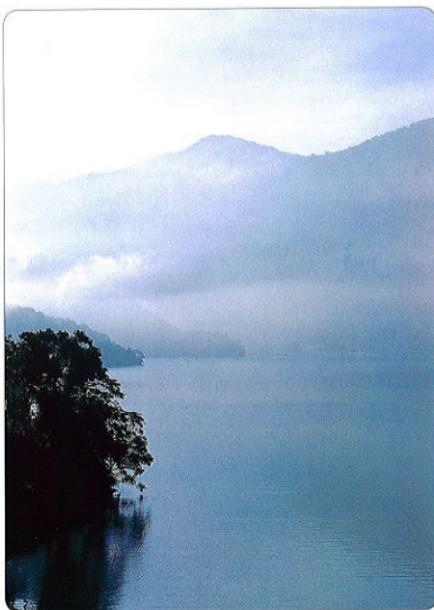
屠副总：您刚才提到医院规划、宣传等，请问贵校附属医院，诸如瑞金医院在医院整体形象宣传方面有什么大的规划吗？

朱副校长：上海大的医院对整体形象宣传都很重视，我校瑞金医院有自己的宣传科和市场部，主要从事对整个社会宣传防病治病，医疗卫生改革，医疗科研成就，医院重点学科特色等有关医院整体形象的工作。当然医院还需进一步加强和病人之间的交流。我了解到合富集团下属有一个专业从事医院宣传管理的合益信息公司，我想你们可以通过和医院多多沟通和交流，找到一个共同的需求点，为医院的对外宣传作出自身的贡献。

屠副总：最后还想请朱副校长对我们合富的发展提一些勉励的建议。

朱副校长：希望合富在新的一年更上一层楼！

整理：陈月红 郭绍文



台湾日月潭

永吉县人民医院的朱院长，在与合富公司开展生化分析仪合作的第二个年底，又赴上海签下了血球计数仪合作的协议。期间朱院长与李总秉烛长谈，从人生理想到事业家庭，感慨万千。以上即是朱院长在返回永吉家中后给李总写来的一封信。虽寥寥数笔，却洋溢着一个热情纯朴的东北汉子与李董事长之间诚挚深厚的友谊，更掩饰不了朱院长那因为合作成功而由衷的喜悦，与对美好未来满怀的希望。

一封来自远方朋友的信

李總您好：

我們一行是27日乘飛機返回吉林的。由上海到吉林經歷了兩個季節的變化，上海是美麗的深秋，吉林已是白雪皚皚的冬天了。在兩個城市和兩個季節的變化中我深切的感應到了您們的熱情和真誠。

28日，我院財務科周科長及器械科姜科長頂着小雪去了數百里外的烏拉街鎮，給您選購了純正的、無污染的綠色食品——白小米。白小米是清朝皇上食用的御膳，其營養豐富，具有健脾、養胃、散寒之功效。希望您帶給臺灣年邁的父母，以表我們的一點心意，望您笑納！

近兩年的合作，使我們醫院無論從經濟效益還是社會效益都有了明顯的提高，這都得益于貴公司的大力支持，在此表示衷心的感謝，同時邀請您及您的家人來吉林做客，欣賞一下吉林美麗的霧凇及冰雪世界，我們將熱情的恭候您！

祝您健康！

2002年11月29日



Medica医疗器械展是全球最大，也是最富盛名的医疗器械交易会，每年于德国的杜塞道夫举办，杜塞道夫是位于德国北方的小镇，拥有全球最大与最完善的展览设施，全镇80%以上的收入，来自与展览相关的行业与活动。一年365天，除了更换展览的准备工作时间外，几乎是全年无休。

合富 Medica 特别报道

□杜家海 □合富集团副总经理 □上海

全世界各家医疗器械生产及经销厂商，无不以参加这场盛会来为公司未来发展做定位，并做为开拓市场的最佳途径，每一年除了有上千家厂商前来布展外，更有数万家各国医疗相关业者前来参观学习与寻求合作机会。

这一次合富公司在Medica的参展，除了现场展示我们

e-STAR全自动过敏原分析仪设备外，主要抱着三项目标：

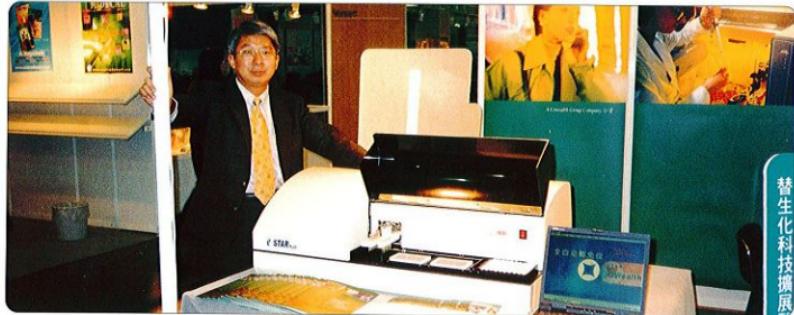
第一：是将我们与德国Allergopharma公司合作自产的全自动过敏原分析仪，推向国际市场。

第二：是开发国际销售渠道，为未来将中国的优良医疗产品推荐到国际舞台作准备工作。

第三：是积极寻找国际上优秀的医疗设备产品，引进到中国



合富集团杜家海副总与对e-STAR感兴趣之外籍客户合影留念。



自产品销售处副总经理杜家海于Medica全球医疗器材展示会e-STAR展示区。

市场，提供给国内医疗院所，改善医疗技术水平。合富公司希望扮演一个世界医疗与中国接轨的桥梁，

11月19日我就是秉持着这三项指示，由上海浦东机场搭乘德国航空公司班机，先飞抵德国法兰克福城市，再换班机前往杜塞道夫，到旅馆已经是当地时间晚上11点了，从出发到抵达，总共花了15小时，到达旅馆后立即与由合富台湾总部早一天抵达布置会场的杨凤鸣副总及生产部林栋梁经理，进行布展检查与未来几天的工作分配讨论。

在接下来五天的展览期间，我们三个人轮流留守展位，一位负责招呼对e-STAR全自动过敏原分析仪有兴趣的经销商及希望将该公司产品透过合富公司引进中国的生产厂商，另外两位则前往17个展览馆，寻求适当的合作厂商。每一个展览馆都有一

个体育馆那么大，平均每天要来回2到3趟以上，每天早上08：30以前必须到达会场布置环境，晚上则要到19：00以后才能离开，回到旅馆用过餐后，都已是21：00以后的事，由于白天长时间走路，因此晚上睡得特别香，相信如果能在杜塞道夫开上几家按摩院，生意必然很好。最后两天，看到跟按摩有关的设备上，坐或躺满了试用的人，甚至还有人呼呼大睡，被当成了塑料模特儿。这一次在德国的参展，是合富公司进军国际舞台的第一步，成果相当辉煌，有超过24家，来自不同的国家与地区经销商，有巴西、土耳其、伊朗、伊拉克、美国、英国、澳洲、意大利、西班牙、叙利亚、苏联、斯里兰卡、印度、以色列、埃及、南非等许多国家，表示希望经销合富公司的e-STAR全自动过敏原检测仪，其中有三家在展览结束后已立即发函要求展示机的报价，目前正在积极协商中。



Medica全球医疗器材展示会上e-STAR展示区全景

另外还有许多家生产厂商，对于合富公司在中国的成功经验与销售渠道抱有非常大的兴趣，三番两次前来展位上洽谈，希望我们能代理他们的产品，共同开发中国市场，这其中包含了内窥镜、大型酶标系统(4*8块板)、自动加样器、血糖仪、输液泵、临床监护系统、X光检测仪及各种免疫试剂等，我们将筛选优质产品后评估市场，再与国外生产厂商讨论进一步合作事宜。

对于这一次Medica参展，我们不仅很成功的将e-STAR推上世界舞台，获得许多国家经销商的认可，对于中国人研究制造的

产品给予了极高度的评价。合富公司在中国大陆五年来所投注的心血与努力的成果，也吸引了许多国际医疗设备制造厂家的青睐，同时对未来与合富公司共同投资中国大陆引进更高科技的产品，建构更大的医疗市场规模与经济效益，充满无比的信心。这一切的成绩，不但是每一个合富人的骄傲，也是合富公司对广大用户的负责及合作伙伴的承诺最佳的表现。



合富采购副总杨凤鸣与外籍客户洽谈e-STAR市场潜力



有朋自远方来，=愚自乐=乎！

□ 吴春翌 □ 合富市场部 □ 上海

记 桂 林 医 疗 展

短短一个多小时的会议，既体现了我公司的技术实力，也向来宾们展示了合富美好的未来。来宾们通过会议加强了对合富的信心，他们看到了一个正在走向成熟的多元化企业。与会的朋友们对合富这种新颖的客户联谊活动给予了高度的评价。

深秋的细雨最是恼人的，既没有春雨的暖润温柔，又不似夏雨的磅礴爽利，阴冷的天气，昏暗的天际，再加上雾气氤氲中飘零的枯叶，就是这样的天气我们到了桂林，到了这个举世闻名的地方参加全国秋季医疗器械博览会。桂林的朋友安慰我们说“桂林一年365天，至少有300天在下雨，桂林的雨可是有名的，人说夜上海，雾成都，烟雨漓江梦。桂林在雨中的美是更为特别的。”

全国医博会对于桂林这个不大的城市来说绝对是个大事，大街上处处张贴着庆祝医博会的标语横幅，气氛极为浓郁。刚刚建好的会展中心坐落在一个平缓的坡地上，细雨中来参加展会的厂商和医院领导摩肩接踵，从桂林市的各个宾馆饭店涌了进来。各大厂商都使出了浑身解数来吸引来宾的眼球，气派的展位，专业的设备，精美的礼品，发传单的美女，都构成了展会独有的风景。

“合富的展位在哪里？”熟悉公司的朋友们在急切的寻找着。原来在这里，A5展厅的大门口，合富公司把守着两条主要通道，但

是展位上没有任何设备，公司的生化、血球、眼科、e-STAR设备都没在展位上出现，葫芦里究竟卖的是什么药呢？登记一下您的客户信息吧，我们会给您一个惊喜的。

惊喜来自于合富公司对此次展会的独特创意，我们认为此次展会不仅仅是推销产品的展台，更应该是展示企业风采，结交新朋友的大好机会，我们希望在一个轻松的气氛下，让更多医学界的朋友认识合富，了解合富。同时公司业务的扩大使我们和世界的知名公司有了更多的合作机会，我们和德国的Bayer(拜耳)公司，Zeiss(蔡司)公司，Allergopharma公司，美国AMO(眼力健)公司都成立了策略联盟，成为共同开拓大中华市场的伙伴。为了向医疗界的朋友们介绍我们的合作联盟，同时进一步推广公司最新的产品明星e-STAR，我们设计了一个别具一格的活动，在一个特别的地方举办一次特别的聚会，这个地方就选在了一个充满了艺术灵性的地方“愚自乐园”。



"愚自乐园"位于桂林与阳朔之间的一片保留了原有喀斯特地貌的山地上，说是山地其实并不险峻，一个个线条圆润的山包层层叠叠错落有致的分布在一片盆地之中，在淡淡的雾气中前面的线条清晰，颜色鲜艳，后面的影影绰绰，淡淡的近乎于灰白色，真正是一幅活生生的中国水墨山水画。"愚自乐园"是我国目前唯一的雕塑主题公园，众多国内外现代雕塑家在这里得到了艺术的灵感，并把他们的作品留在这美丽的山坳里。这里是大自然的鬼斧神工和艺术家们创作激情的完美结合。在这里任何人都能够感受到双重的美感。10月29日下午，依然下着小雨，被我们邀请到的客户陆陆续续上了大巴车直接开往了活动现场。来自全国各地150多名医学界的朋友共聚一堂，来参加合富的盛会。他们来自全国各地的各大医院，北起吉林南至广州，东起山东西达青海，在现代化的多媒体会议室里我们的活动正式拉开了序幕。首先"愚自乐园"的主人同时也是我公司的董事的曹光潔作为东道主对嘉宾们来"愚自乐园"表示了热烈的欢迎。

中国变态反应医学界的权威之一，北京协和医院的顾瑞金教

随后合富集团总裁李焯先生、副总裁王琼芝女士分别致词，对远道而来参加合富盛会的朋友们表示感谢，希望大家通过这次盛会进一步增进友谊，扩大合作。王琼芝女士作了关于集团现状和未来展望的简报，将合富集团辉煌灿烂的明天呈现在各位朋友的面前。策略联盟的代表也来到了我们会议的现场。蔡司公司和拜耳公司的代表分别介绍了各自公司与合富公司的合作背景，在中国市场的状况，并介绍了各自与合富的合作策略，表达了共同开拓市场的决心。

短短一个多小时的会议，既体现了我公司的技术实力，也向来宾们展示了合富美好的未来。来宾们通过会议加强了对合富的信心，他们看到了一个正在走向成熟的多元化企业。与会的朋友们对都对合富这种新颖的客户联谊活动给予了高度的评价。

徐州矿务局总医院的朱院长说"愚自乐园这个会议地点选得不错，很有创意，活动组织有序，可以看到合富用了一番心思。"

策略联盟拜耳公司的代表表示"合富是一个很特别的公司，非常有自己的风格。在这种大型的会议上，这么多参展厂家，合富能够请到这么多医学界的朋友专程来参加这个会议，说明合富拥有庞大的客户群体，而且客户关系非常好，很有"人缘"。同时我们也看到，合富能够将这种大型客户活动组织安排得井井有条，不受天气因素干扰，说明合富的工作效率非常高，我没有听到一个来宾对活动的安排有任何抱怨，我们拥有了合富这个合作伙伴，相信能一起把生意做得更好。"

济南的经销商燕君表示："公司举办这些活动能够联系客户，有助于感情的沟通和业务的发展，为我们经销商开辟更广阔的市场创造了很多机会。"

夜幕降临了，在新朋老友的频频举杯中，在充满了民族风情的歌舞节目中，我们的聚会接近了尾声，这是我们合富集团五年征途上的一个小结，也是我们再一次冲击高峰的起点。相信在新的一年中，全体合富人能够团结一心，再创辉煌！

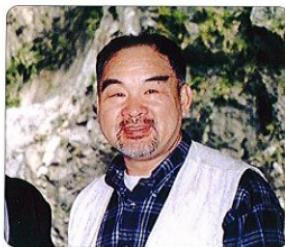


来自山东的朋友们

授结合当前变态反应医学界的最新研究成果，给大家做了精彩的学术报告，使大家进一步了解了过敏性疾病的发病机理，同时还介绍了酶联免疫吸附法与传统方法相比较的优势。我公司e-ST_AR设备配套使用的德国Allergopharma过敏原纸片安全、可靠、准确性高、病人无痛苦、不受抗组胺药物及激素、免疫抑制剂等干扰，拥有600多种（常见的372类单项，43类200种混合项目）过敏原项目。医院可以根据病人的实际情况选择单项，多项，筛查等测试项目，经济实惠。所以我们的e-ST_AR酶标免疫分析系统是各医院开展过敏原检测治疗项目的最佳选择。



愚自乐园代表性雕塑作品：“水火之间”



本文标题“三羊开泰”喻意合富生化、合康科研、合益信息三家合富的子公司羊年大吉。

三羊开泰

□ 金权 □ 合富集团副总裁 □ 合康科研总经理 □ 台北

再过两天就要过年了，就我们一般的习惯，在进入一个新的年度之际，总免不了要回顾一下过去这段时间的心得、结果，思考一下未来应有的步调与方向，也就是所谓的检讨过去，惕励将来。另外，还设法在愈来愈没有空隙的生活里，整理一下个人当下的情绪，让不再那么年轻的梦想依然闪亮，依旧能够飞扬在未来的日子。

e-Star投产推出，大概是过去一年研发相关工作里，大家最关心的一件事情。经过近两年的开发改善，带着三个专利项目和无数的祝福，e-Star终于顺利的生产上市。半年内，不仅在国内获得广大用户们的好评，更在李总积极规划下，透过欧洲当地策略伙伴的配合，将于近期取得欧洲共同市场认证，进军欧洲市场，佳绩可期。即使从今天这个时间点看来，我还是感觉e-Star的研发历程就像是一个孩子的成长，有时让人心力交瘁，有时又让人心旌动摇，总是搞得跌跌撞撞，但却代表了一个梦想的实现。从今而后，这一个曾经让人担心的孩子，将会引领我们穿越更多的希望。

接着e-Star，合富预计在未来一年内完成过敏原芯片及芯片阅读机原型机的开发。不同于其他从事生物芯片的研究的生技公司，我们在生物芯片这一个项目上表现得出奇的冷静，不合常情的低调。原因是在哄抬得翻了天的生物芯片领域里，我们的过敏原芯片就算不是唯一，大概也是真正最接近市场的产物。你儿曾见过挖到金子的人会大声嚷嚷！

合富过敏原芯片系借由微区域、微流体技术在极小的面积上建成大规模、大项目的平行分析，式样量少，准确性强，灵敏度

高，费用大幅度降低，已于2000年分别向中国（包含台湾）、美国、加拿大、澳大利亚、日本及欧盟提出专利申请，且都已获得优先登陆。此外，为了配合过敏原芯片的应用，我们也同步进行芯片读取及资料分析系统的研究开发，这会是一套可以符合广大客户需要的中阶共轭扫描分析仪，预计可在新年度内问世。

从产业发展的过程来看，初期是以技术为主，谁掌握了技术谁就赢得了胜利，一旦技术普及，便转由生产主导；谁生产成本最低、最便宜，谁就具有最大的优势，等产品进入成熟期后，则又转变成以通路的建设和整合为主。在发展的任何一个阶段中，技术都起到关键性的作用，缺乏技术，也就是不具备竞争力的企业，随时都会被迫退出市场。然而技术导向的竞争其实是没有止境的，市场全球化的趋势更促使技术也成为全球化的竞争。因此，企业如果想在竞争中继续保持领先，必须能够在确定的策略下，不断的发展出独特的核心技能，以确保未来的竞争优势。也就是说，一个成功的企业，除了要不断创新，建立核心价值，维持企业的竞争力，更重要的是，必须随时保持知识上的前瞻性，掌握潮流动脉，与时俱进，使之成为企业价值的典范。

中国自古以干支计岁，新的一年乃癸未，肖羊，主吉祥。今年的这只羊尤其带着火气，红红火火的，特别的大吉大利！

敬祝，全国各地的朋友及合富的伙伴们

新年恭喜 万事如意！

**作者简介：**

毕业于北京电影学院，获电影硕士学位，现为复旦大学新闻学院传播学博士生
主要执导的作品：电影《幻女》，电视剧《小站故事》，电视剧《黑山洼》，电视片《
中华精粹》等

现代传播媒介对塑造医院品牌形象的作用

□邵奇 □合益视觉企划部经理 □上海

随着中国加入WTO和医疗体制改革的逐步深入，医院间的竞争也日趋激烈，虽然中国大陆还未进入医院过剩的状态，人均拥有医生的数量仅为西方发达国家的1/10。但由于中国农村人口的过多，城市人口的贫富差距加大，因经济条件所限的广大患者对医院的选择越来越谨慎，而高收入者对医院的特殊需求也在增加。他们在选择医院就医时除了要考虑医院的位置，是否是医保医院外，医生的医疗水平、服务质量、医院环境、就诊的性价比，甚至医院的独特文化也成为重要的选择标准。因而，宣传医院的独特个性，把塑造医院的品牌形象作为医院建设的重要内容已引起越来越多医院高层管理者注意，而现代传播媒介在塑造医院品牌形象中起着重大作用。

对医院来说，现代传播媒介由两大媒介组成：大众传媒和医院传媒。大众传媒是利用机械和电子技术连续不断定期面向大众传播信息的媒体。例如：报社、广播电台、电视台等。

医院利用大众传媒向大众（不仅仅是患者）通告医院的最新医疗及科研成果，使大众对医院的医疗水平有了一定的认识；定期参加媒体举办的《名医大会诊》等类似节目，使大众了解医院的专家并通过节目也认识了医院的形象大使。通过媒体报道医院举

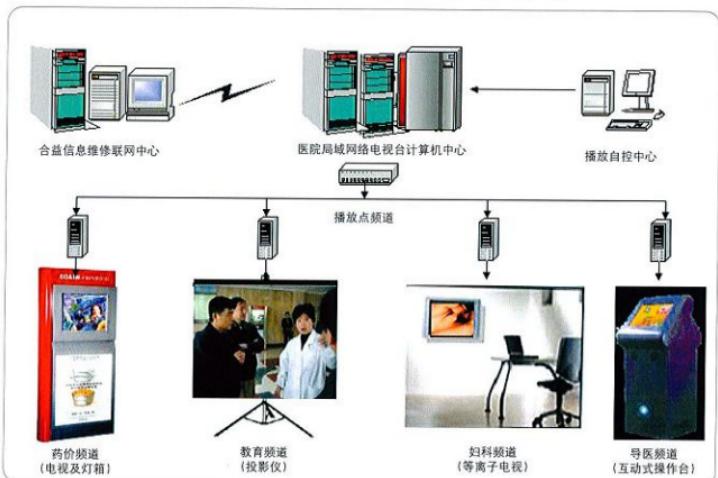
办的公益活动（义诊、捐献等）提升医院的品牌形象等等。由于大众传媒的“光环”效应，经常光顾大众传媒的医院必然会引“人”（患者和潜在患者）注意，并引导他们对医院的最后选择。

但是，大众传媒在塑造医院形象的同时也存在着局限性。媒体由于版面及栏目时间所限，不可能把医院所有业绩及专业特点都予以刊登和播出，大众媒体代表的是公众利益，并不是医院的代言人，对医院并不总是唱“赞歌”，它也充分发挥舆论监督的作用，医院的某些失误也毫不留情地予以曝光，这样很容易使大众（医院的消费者）形成以偏概全的成见。其对医院品牌的侵蚀不是唱几首“赞歌”能挽回的。特别是中国实行市场经济以来，不少媒体为获取大众的注意力，时常把天平的砝码倾向于患者，而不是以事实为依据。因为对弱势群体的偏爱总能引起大众的好感，从而赢得发行量和收听收视率。因此，大众传媒对医院来说是一把双刃剑，医院管理层尤其是医院的宣传部门应科学审慎地利用大众传媒，需与媒体建立有效的沟通渠道，长期不懈地“经营”与媒体的关系，为医院创造良好的外部环境，为塑造医院的品牌形象而服务。

与大众传媒相比，医院传媒有着不可替代的优越性。医院传媒是利用机械和电子技术连续不断定期向医患传播信息的媒体。例如，医院自办的报纸、网站及局域网络电视台（AIMII系统）等，由于医院的报纸主要用于医院职工的信息交流，出于卫生的考虑不利于患者间传阅，受获取信息习惯的影响，大部分年长患者很少上医院网站，而建立在医院内的局域网络有线电视台（AIMII系统）则担当起医院媒体的重要角色。在各个科室的候诊区、住院病房、门诊大厅、手术室外、会议室都可放置

播出终端，即时收看各个频道（分科）的节目。它具有1、强制性。候诊的，躺在病床的，观察室里输液的患者他们的行为在一定时间受到限制，注意力就较为集中，收视效果就能够保证。2、容量大。根据医院的需求，可以做到24小时不间断的播出医院设定的节目。3、刷新率高。节目不受条件限制，能够即时更新，滚动播出。AIMII系统以上特性保证了来医院就诊的患者能够在较短的时间里获取大量的自己所需要的最新的医院医疗信息包括医院的特色（重点科室），专家特长，医疗设备，医疗健康常识，医院最新

医 院 局 域 网 络 电 视 台 拓 扑 图



合益公司的AIMII系统在信息部注册的正式名称为“局域数码网络多媒体播放及平台管理系统”简称“医院局域网络电视台”

的医疗成果。

这些丰富的信息使患者享受了知情权，从而可以发挥选择权（选择医生，选择治疗方案等）使医生与患者产生互动而又和谐的关系，为最终获得满意治疗结果创造了条件。而满意的内涵就是对医院品牌的认可，医院局域网络电视台为医院利用传播媒介塑造品牌形象提供了良好的条件。

综上所述，两种传播媒介在塑造医院的品牌形象方面都发挥着强大的作用，都是医院不可缺少的，大众传媒侧重在宣传上，把医院与众多的他医院区分，引导患者走进自己的医院大门，而医院

局域网络电视台更主要体现在服务病人上，而这种“以病人为中心”的服务精神的体现就是对医院品牌很好的宣传；对医院局域网络电视台的优越性，上海二医大校长仁济医院院长范光荣教授有着精辟的论述。他在仁济电视宣教系统（局域网络电视台）开播仪式上说：“仁济医院有200余名专家，80个专科特色，很难完全通过版面宣传，仁济电视宣教系统既能宣传医院的形象，又能宣传专家特色，还能为病人提供正确的医疗知识，护理知识和健康理念，它将是医生治疗病人的时间和空间的拓展，也是与病人沟通的良好阵地。”



合富集团的成长与发展，是大家所有目共睹的，而在此一企业快速茁壮成长的背后，“信息化需求”也成为大家亟需思考的问题与急待解决的课题。

合富集团IT之发展方向

□詹豫峰 □合富IT总监 □上海

合富集团的成长与发展，是大家所有目共睹的，而在此一企业快速茁壮成长的背后，“信息化需求”也成为大家亟需思考的问题与急待解决的课题。在探讨集团IT之发展方向前，在此也先就几个大家思考及争议的话题，做一点简单的分析与探讨。

市场在变，企业跟着变变变，ERP真的缓不济急吗？

企业在面临“信息化需求”时，最直接的方式是采购或自行开发系统以因应需求。久而久之在企业内部将会有许多为了不同目的而建置的信息系统（IS, Information System），这些系统使用的操作系統平台（Operation System, OS）、程序开发语言（Programming Language）及讯息传递标准可能不同，更遑论能相互整合在一起。

有鉴于此，一个将大部份企业内部所必需的系统整合起来的解决方案应运而生，这种称为ERP（Enterprise Resource Planning统称为企业资源规划）的解决方案，一次的系统导入将进、销、存货及生产管理需求全面解决，虽然能有效的满足企业需求，并改善了企业内部流程，但仍无法有效的将所有的系统纳入，当有新的需求要加入ERP时，又将面对一连串的程序开发与流程变更，更重要的是成本高而导入期间过长，进而丧失竞争优势。

企业系统之分类与演进

MRP	Material Request Planning	(物料需求计划)
MRP II	Manufacturing Resource Planning	(制造资源计划)
ERP	Enterprise Resource Planning	(企业资源规划)

当企业面对以下变动时，建立新应用程序与导入ERP将缓不济急：

- ◆ **企业瓶颈：**当企业经过一定时间之发展后，企业内部或外部之业务及流程因为不顺畅，导致企业必须思考资源之重新整合，以期达到提高效能及降低成本之效，并让企业以崭新面貌重新踏入发展，并让管理者有充足之决策支持信息(DSS)以供企业选择并走到正确的方向去，这时候，一套有效率的ERP便成为企业之寄望所在。
- ◆ **企业并购/合并：**当两家企业进行合并时，将会有分属在两个企业中大量的资料需要重整，而应用程序间的连结则是关键。抑或是整合成一个ERP系统。

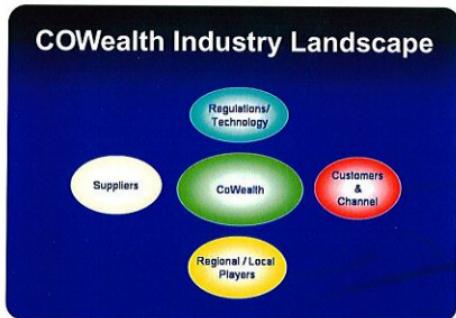
- ◆ **客户关系管理CRM：**根据一项研究报告指出，当企业失去一个既有客户，需要找到五个新客户，才能弥补因失去旧客户所损失的利润。目前企业为加强对既有客户服务，并增加对新客户的开发，纷纷投入建置客户关系管理（Customer Relation Management, CRM），而客户关系管理系统必须与既有的Call Center, 客户数据库, B2C网站及商业智能系统整合起来，如何以快速且低成本的方式进行，将是成功的关键。

- ◆ **电子商务e-Commerce：**整合企业内的应用程序，将达到营运流程自动化及跨应用程序间交易（Transaction）的整合，打破原本存在于各应用软件间的鸿沟，对于电子商务而言是重要的竞争优势。此外，对于企业内部部份封闭的作业环境，导入企业应用整合能将电子商务与这些封闭的系统结合在一起。

- ◆ **资金运用问题：**许多企业投入大笔资金建构许多应用系统，当面对网际网络上电子商务需求时，这些系统变得缺乏弹性且难以与网站结合。新的资金流必须透过有效的ERP加以整合及导正。

◆ 流程管理：当企业迈向e化后，内部的工作流程以电子化的方式进行。举例来说，当ERP系统进行存货查询时，就要透过库存系统的信息来进行，应用程序与应用程序间仍存有的系统整合及流程问题；当商业环境转变时，工作流程也必需保持一定的弹性，可以随企业最新的需求变更。

◆ 协同商务：企业透过网际网络与供货商整合进行协同商务时，为能实时反应、防止错误资料产生、避免重复输入并达到营运流程整合，需要将内部的应用程序与供货商的应用程序整合起来。面对不同的协同商务需求，企业需要一个简单且单一的解决方案，透过内部应用程序整合，提供对外单一的窗口会是企业最佳的选择。



企业应用整合

企业应用整合(Enterprise Application Integration, EAI or Enterprise Integrated System, EIS)旨在将企业内各应用程序透过讯息整合，达到高度的信息透明性(Through-Put)。运用中央数据库，针对特殊需求在应用程序间传递讯息，透过软件组件Components的开发建立软件间讯息的网关(Message Gateway)，或是以批次(Batch)的方式在特定时点进行档案转换(例如EDI电子资料交换)等等，这些普遍存在于各企业中的解决方案，虽能解决企业燃眉之急，却也给信息管理带来高度的复杂度并增加日后系统扩增的困扰。

这些点对点应用程序连结的现况，加上各种不同的资料交换标准与通讯协议，使企业在进行e化时，不得不砸下大笔的金钱与人力。企业e化的范畴包含了内部与外部，从企业内系统的连结到与客户或供货商的讯息传递，这包含了网际网络上的应用如电子商务、电子市集(e-Marketplace)及协同商务(Collaborative Commerce)，以及在增值网络上的应用如EDI。

利用N-Tier多层次架构开发一整合性系统，实为之一急迫，整合企业内部资料、讯息，以及一切可化为信息储存与传递之资源，以管理的角度，发挥信息整合所带来快速、正确以及跨地域的特性，让企业

资源充分发挥最大效益，并以简单的可程序化信息存取，以及提供企业伙伴一个应用程序连结的窗口，建立垂直及水平之整合，形成一业务链及信息链，进而全面整合，并运用简单、单一的存取接口，让User轻易且快速的得到所想要的资料与信息。

Web Service 与企业应用整合

要架构企业应用整合必须先解决整合各应用程序的困难，各系统开发的技术不同，使用的平台不同，Kernel的结构不一，传递讯息的方式更是千奇百怪。为了要让这些系统能以统一的XML数据结构来传递讯息，势必要搭起讯息转换的桥梁，一端对应用程序传递特殊编码的信息，另一端则对Message HUB传递合于标准讯息传递结构的讯息，这样的软件组件称为转接器(Adapter)。目前众多的Adapter为能达到跨平台及跨不同程序开发技术，有许多不同的型式，如在UNIX系统有一个Adapter，另在Windows 2000/ Linux系统上再架一个Adapter，或是透过MQ - Message Queue Server来解决问题。这对于系统发展上来说，有相当的复杂度，对于跨企业间的讯息传递与整合，将更形困难。传统的方式以EDI作为资料交换之核心，随着Internet之广泛应用，单一的Browser整合所有信息，Web Based Solution已成为习惯及一个无可阻挡的趋势。

Java 的Web Portal Service架构以XML Web Service为基础，以XML为讯息交换编码标准，以XML让应用程序间的交互操作变成易事，而利用组件(Class 组件管理)管理更提供企业一个标准方式来描述其服务并整合信息，透过Java Web Service 以及 Application Server做企业内部资料的处理中心，并透过各种平台Browser之VM(Java Visual Machine)，化成UI (User Interface)呈现于End-User。

Web Portal Service以XML为资料编码标准，因此可以与支持XML的系统进行连结。举例来说若应用系统可接将讯息以透过Web Service以XML编码传递到Database Server，就可被其它的应用程序读取并进行处理。

对于与电子交易市集整合，利用结构化的XML，不仅能将产品型录与采购单予以结构化编码，更可让客户轻易的撷取，并搭配各产业的讯息交换标准，与该产业的合作伙伴或客户接轨。

透过EAP (Enterprise Application Portal)企业单一入口，对于未来第三代网际网络的Web Service架构世代，各企业的应用程序透过Web Service与网际网络上合作伙伴、供货商及客户间的讯息传递与应用程序间整合，当企业导入以Java Serverlet Application Server为核心的企业应用整合解决方案，而Serverlet Framework就是以Java技术所开发，因此Serverlet Server与企业伙伴的Web Service可以快速进行连结。并可展开Web Service间的信息连结与互动。

为什么要投资IT技术？

为什么要投资IT技术呢？要回答这个问题，我们不妨先了解

一下有关ERP软件的投资效果和回报。

“哈佛大学商学院正从事ERP软件对公司运作性能影响方面的研究。他说，一般情况下，正确安装和利用ERP系统的公司已经从中获益。一封写给哈佛商学院“工作知识”机构成员的电子邮件中，论述了ERP软件的成功及失败之处，以及如何规避实施ERP时的失误。”

◆ 今天的ERP需要什么投资？实施这些应用软件需要公司支付多少费用？

2001年企业级应用软件市场总额约为470亿美元，而且仍在保持10位数的成长速度。ERP应用软件占其中的40%，也就是大约190亿美元（成长率大约6%）。其它开销包括涉及的硬件和实施咨询服务的费用，这些要素结合在一起使得ERP总投资额大量增加。在正常的情况下，可以预测相关企业在硬件、培训和实现服务方面的花费将是公司软件开支的3~5倍之多。

◆ 通常来说，ERP实现了用户所希望获得的利益吗？

我们都听说过一些ERP项目在具体实施中遇到了麻烦。比方说，Hershey巧克力公司就没有赶上万圣节到来时，向市场推出新的糖果产品；耐克公司也曾因此丢失过订单；Foxmeyer公司不能及时处理订单等等。考虑到这些公司实施ERP项目的规模和范围，不难发现ERP项目实施如果失败会造成严重的不良后果。然而，我们仍然有理由从ERP实施中获取回报一事持乐观态度。研究发现，实施ERP的企业在多项事务操作上都显著地提高效率，比如：订单处理时间、订单收集周期和实时送货等等。范围更大的公司及研究已经表明，以ROA这类高级指针衡量，企业的收益、生产率甚至市场资本都获得提升。那么企业的行政人员是怎么看待ERP的呢？通过最近对企业内CIO实施的一项调查显示，大约86%的被调查人认为他们的ERP项目是成功的，超过60%的被调查者还宣称，实施ERP项目之后的收益超过了他们的预期目标。当然，有时候部分公司会对ERP表示失望。以上的调查资料亦显示，大约14%的被调查者认为ERP项目陷入了困境甚至被取消，而大约40%的被调查人员表示，其ERP项目还没有达到预期的收益目标。这些调查资料均有代表性。实施ERP不但成本高而且非常耗时，通常还超出了预期的资源需求。关键是企业必须做好足够的准备，并制订周密的实施计划。

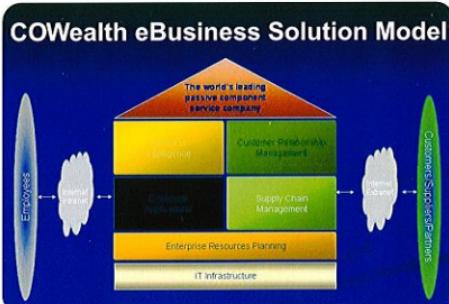
◆ 早期实施ERP的企业或行业有获得成功的案例吗？

有的，比如Cisco和Tektronix就是成功实现其ERP项目的两家典型企业。Cisco采取了经典的、加速度似的实施措施。它们宣布在9个月的时间里就实现了ERP项目，而耗资不过1500万美元。Cisco在着手实施ERP项目时，具备许多优势。那时他们的企业规模比现在小多了，公司只有一套相当简单的旧系统环境。然而，当

它们的企业规模以指数级成长时，旧系统就几乎无法拉动这辆飞驰的马车。于是他们在很短时间内为了选择、实施和平稳运行正确的系统，而耗费很多功夫。至于Tektronix，其曾面临非常不同的ERP实施状况。做为一家历史悠久的测量仪表和彩色打印机生产商，他们原有的系统环境是非常复杂的，不但产品种类繁多而且企业系统分布在范围广泛的地理区域内。Tektronix就是在功能和地理分布方面，分阶段成功实施ERP的优秀典型。

◆ 研究显示ERP可改进订单处理程序，这种技术对企业整体运营性能有何影响？一旦系统到位，负责的管理人员该如何操作才能以最大程度提升系统性能呢？

Coffeeler认为这个问题的答案应该就短期还是长期而定。从短期来看，负责人员需要关注新进程和技术的稳定处理，为使用ERP的人员提供一个学习环境。用户需要时间把他们接受的培训，转化为真实环境中的行动，对许多人而言这是一个比较困难的过程。为了帮助他们为此我提出以下一些建议。持续到底。假如在实施ERP期间你知道的越多，那么你很有可能遭遇更多的问题。尽力解决你所面临的问题是很诱人的。Coffeeler几乎用了两个月的时间才拒绝了这样的诱惑。否则实施ERP的公司就会在其职员了解自己扮演的新角色时，面临目标游移的危险，最终影响有关人员对新系统的掌握程度。为了解决一个问题你可能无意间又创造出其它一些问题。当然这个处理方式不能扩及影响具体操作的技术，或者过程方面的问题。最严重的问题还是需要立即解决。部署超级用户。所谓超级用户指的是参加项目的用户群体中的成员。这些用户代表可信任的、其它职员在实施初期所依赖的知识。精明的负责人着眼于这些有价值的资源，如何整合到部署系统之后的机构中，因此可以组织有他们参加的实施团队。



合富要什么？

ERP的概念已经为企业家和IT专家所详知。但企业在实施ERP

的过程中通常面临很多困难，而最大困难在于：ERP既非一个纯粹的管理变革，也非一个纯粹的IT项目，成功的ERP必须把管理经验、行业经验和信息技术这三者结合在一起，实现有效的整合，达到“ $I+I+I>3$ ”的效果。

通常企业应该按照如下的步骤来实施ERP，以确保整个项目的成功： Δ 商务沟通 Δ 业务咨询和系统选型 Δ 应用和实施 Δ 组织改造 Δ IT基础设施。

◆ 商务沟通

商务沟通阶段包括内部和外部沟通两部分。一方面，企业的高层管理者应该加强内部沟通，对ERP系统的实施目标、复杂程度、收益和可能出现的问题等，有比较深入的了解，进而加强支持的力度，确保系统在实施中可获得企业内部从上到下的积极配合，这就是成功的关键所在。另一方面，外部的沟通应该慎重选择ERP的实施服务商，一个服务商的实力、知识体系、服务范围和实施经验，都将会对实施的效果带来巨大的影响。调查显示，大多数不成功的ERP实施经验都是由上述的两方面措施不当所引起的。

在商务沟通阶段，企业应考虑的问题包括：需求评估、确定项目的预期值、项目范围定义以及可行性分析。

◆ 业务分析/咨询

企业进行业务分析或由服务商来提供业务咨询，是整个项目实施的第二步，由于不同系统开发的重点各异，所适用的行业也各不相同。在业务阶段，企业应该考虑的问题包括：定义业务标准、分析各个部门流程与管理模式、分析部门之间的资金流、信息流、物流三方的衔接、特定领域中的业务分析、目前企业信息化能力评估、候选系统演示、系统评估与选型。

◆ 应用和实施

应用和实施阶段是ERP项目中，运作时间最长的阶段，主要包括项目计划、项目实施、项目阶段评估和更新。在此阶段，企业需要注意的问题可谓千头万绪，例如：项目计划中的风险评估、时间计划、成本与预算计划、人力资源与管理计划等的制定、项目实施中计划的执行、阶段成果的汇整报告、成本和时间的控制、实施文档的整理等；以及项目评估和更新步骤的阶段性评估、质量保证体系和评估标准确认。

◆ 组织再造

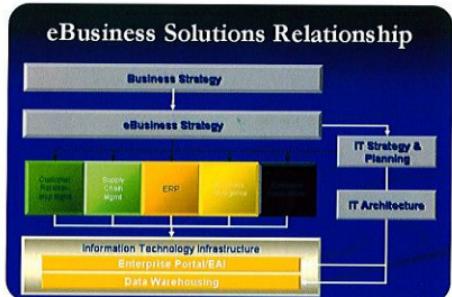
对于建设ERP系统的企业而言，组织改造的目标其实早已渗透进项目的每一阶段。企业在组织改造的过程中需要考虑的问题如下：组织改造的目标（长期和近期目标）、组织改造的方式、改造期间组织内部利益的平衡、最终用户的培训、组织改造的延续性。

◆ IT基础设施

IT基础设施(IT Infrastructure)是企业ERP系统的技术基础，ERP

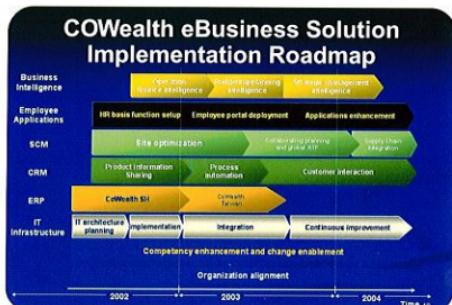
系统与其它信息化系统一样需要软件、硬件、储存、服务等共同构成的高效率稳定电子商务基础设施。因此企业必须充分考虑软件、硬件、服务、整合、系统支持、资源配置等一系列的问题。

上述的五个步骤实际上也就是ERP项目，整个生命周期的不同阶段，企业需要根据项目不同的阶段，选择正确的方法和解决方案。从另一个角度看，作为电子商务的核心基础之一，ERP同样也遵循IBM提出的电子商务发展理论，也就是由利用、转变、建立和运行四个阶段所组成的电子商务循环。这是一个周而复始、永无止境的升华过程，是企业进行自身改造时所必须经历的四个阶段。



与时俱进的CIEP - (COWEALTH INTEGRATED ENTERPRISE PLATFORM)

有了以上的项目模型，我们建构了以网络基础应用及Work Flow Engine(工作流程引擎)为核心，以Java Portal为技术，以N-Tier架构为发展方向、以资源整合为目标及以人性化需求考量之CIEP，相信可预见的未来，合富的员工们将不再有距离以及工作上的限制，使用系统将不再枯燥乏味，管理者可以透过CIEP掌握全局(DSS)，销售可以用CIEP战况取得资源(SRM)，员工可藉CIEP完成工作(ERP)，客户由CIEP取得服务(CRM)，将合富带上另一高峰。





财务部一向是集团内部的重头戏，有财务部的鼎力支持，才能让在外面打仗的业务部门无后顾之忧全心冲刺，创造业绩，使集团才能快速成长，全体员工共享其利。财务部的同仁，让我们相互共勉，于明年再度缔造佳绩！

新年新气象，新人新目标

□王慧中 □合富集团首席财务长 □台北

加入合富集团已两个月了，对我个人而言，新的工作有极高的挑战，不仅会计税务处理的复杂度高，在财务结构的运作与上市上柜的规划上，都需要费时费脑，幸好有我们财务团队同仁的支持与投入，一切均能渐渐上轨道了。

展望2003年，工作的重心将会有五大项：

一.如期完成公开发行，并加强与辅导券商、签证会计师(KPMG)与上柜买卖中心之三向沟通及相互配合，达成2004年上市上柜之目标。

二.增强总部(Head Office)财务会计统筹计划功能，制定重要会计政策与施行要点，强化与签证会计师(KPMG)之沟通；致力与银行协商，扩充融资额度，以改善财务结构；并积极接触知名法人投资者进行私募，以改善股东结构。

三.订定标准流程程序(SOP)，落实内部控制，执行全面内部稽核，以增进营运效能，并降低营运风险。

四.与资讯部门合作，完成合约管理系统电脑软件之更新，改善财务会计软件，减少人工作业时间，以期符合日益多元化的营运模式与需求。

五.为财务部同仁举办在职训练，弥补专业知识与电脑技巧之不足，对中级以上干部，强化管理观念，并培训管理技巧，以落实在内部培养经理人才之目标。

虽然在合富集团的时间不长，和财务部同仁相处的时间尚短，在此岁末，我仍要诚挚的表达我对各位的谢意：在上海有姜(Steven)财务长及卢(Cindy)会计主任带领我们的团队处理繁琐的会计与税务作业，在台北能借助(Myra)经理与周(Rick)经理过去在大陆的实战经验，协助我做多项业务之规划与推动；

当然不能不提的是大伙们的努力与全力以赴，让我们一天比一天更好。

财务部一向是集团内部的重头戏，有财务部的鼎力支持，才能让在外面打仗的业务部门无后顾之忧全心冲刺，创造业绩，使集团才能快速成长，全体员工共享其利。财务部的同仁，让我们相互共勉，于明年再度缔造佳绩！

个人小档案

星 座：天蝎座(感觉敏锐但是爱憎分明！)

婚姻状况：已婚(对不起！你没机会了)

育有一子一女(我眼中的超级宝贝！)

学 历：美国纽约市丕士大学(Pace University)会计系硕士

台湾大学经济系学士(虽没考过第一名，也没有留过级！)

经 历：美商强生(Johnson & Johnson)医疗公司台湾分公司财务处长

美商康柏(Compaq)计算机公司台湾分公司财务处长

勤业会计师事务所(Arthur Andersen)查帐部经理

(虽从没当选过最受欢迎员工，但曾获选亚太地区年度杰出表现员工！)

专 业：美国纽约州会计师 台湾会计师

(老女人的梦想，取得大陆会计师资格！)



财务部全体同仁



眼科2002年回顾与2003年展望

□ 徐伟恒 □ 合富眼科市场部经理 □ 北京

临时接到通知，要写一篇关于眼科市场的回顾，并且限定我在一天内完稿，当时我正与晓华坐在北办楼下的餐厅共进晚餐。我一时感觉心中思绪杂沓纷来，这2002年已过去了，其实最近我已经在思考如何迎接2003年，只是尚未认真开始，我想这篇文章就是一个开始。

经过一年的锤炼，眼科渐渐明确及融入公司的发展策略。公司拥有蔡司及眼力健等世界一流的产品，可以为公司打开通路。亦可在现有的通路客户上创造更多的合作机会。在2003年，眼科会在以下几项产品及方案的基础上开展业务：

1. 眼力健超乳仪分期付款合作。
2. 蔡司系列产品的销售。
3. 蔡司OCT(光学相干断层扫描仪)分期付款合作。
4. 蔡司准分子激光分期付款合作。

眼力健及蔡司均为公司策略联盟的供应商，就眼力健而言，除了超乳设备及人工晶体投资合作外，合富亦为眼力健人工晶体全国的仓储及发货中心，而与蔡司的合作关系亦相当紧密，目前我们是蔡司医疗仪器西北五省的总代理，在其他区域我们有优先的经销权。因此，我们拥有投资合作及销售两个管道来与客户建立关系。

新年度开始后，其中一项主要的工作即是建立队伍，这是一个持续进行的工作，我们必须在前进中的同时建立队伍，而队伍建立的速度会决定我们在2003年的目标达成率。

在2002年曾有许多人加入眼科的队伍而又离开，当然有许多原因造成这不好的结果。2003年在新进人员筛选、培训、及管理皆是我们必须慎重处理的课题。

在年度即将结束之际，对自己在过去一年里的工作做个简单回顾：年初加入公司，九月份从上海到北京，似乎地理位置的改变也提供一个蜕变的契机。总的来说，在过去的一年里本人在生意模式、风俗民情、心理素质等几方面有了相当程度的进步：

当然，还有结识了许多新的同事和朋友，加入合富让我有了许多新的体验及成长，也有来自于长官及同事给予的激励和支持，丰富了这个过程。

2003年对眼科及我个人而言，就是执行任务达成任务的一年。



眼科部分同仁在西安全国眼科大会上



前些天翻看旧相片，看见以前的自己，有种很陌生的感觉。又赶上公司做通讯的同事约稿，所以决定写些什么，留住那些可贵的记忆。

我在合富的这些年

□胡震宁 □合富市场部经理 □上海

前些天翻看旧相片，看见以前的自己，有种很陌生的感觉。又赶上公司做通讯的同事约稿，所以决定写些什么，留住那些可贵的记忆。

98年春节前我去公司应聘，那时候是应聘做系统工程师，面试我的是位很亲切的女经理，有着一个影星的名字—赵薇。很顺利的就通过了面试，过完年上班。2月5日我第一天上班，那时候公司北京办事处也是刚成立不久，屋里还挺乱，人倒不多就三个。一个经理、一个秘书、一个工程师（那就是不才我了）。接受的第一个培训就是接电话，要说“合富你好”，以前做学生时候没有这种习惯，适应了很久才习惯，习惯了以后搞得我现在心不在焉的时候在家接电话也会说“合富你好”。

然后有一天亲切的女经理抱了很厚的一本英文说明书开始给我培训，刚翻了几页她说“其实我也不懂，你还是自己看吧。”

啊？怎么会这样？

我抱过那本书，上面写的什么我全不明白。

说不会？那多不好意思，还是清华毕业的留美学生呢，怎么好意思说不会。

于是捧起一脸的微笑“您放心吧，没问题。”心里却把写这书的人祖祖辈辈问候了个遍。

回到座位上，把书在面前一立，挡住女经理温柔的眼光，心里盘算该怎么打发这要命的工作，想啊想啊也想不出个所以然来，倒是看这些洋号码看得有点困了。

正犹豫要不要趴一下打个小盹，从门外风风火火地撞进来一个中年白胖男子。说中年其实也就30多岁，主要是因为头发少了。后来才

知道他是我们的销售—潘经理。

没想到他却成了我的救星，因为他来了以后女上司的注意力全放在他身上了，全然不管我的死活。每次他总是在里面遭到热烈的批评，而他本身憨憨厚厚的，也更能激发起别人哀其不幸怒其不争的同情心来，自然加倍地关照他。

另外我又发现了他的两个更加可贵的品质：

1. 他比我胖

2. 他比我年纪大

这算什么可贵的品质？你不要着急，听我慢慢说么。他比我胖，他的目标就比较明显，当女上司想找人发泄一下的时候他就成了首选目标。他比我年纪大，每次我们一起犯了什么错误（比如在办公室吸烟）的时候他总是要承担更多责任。而且又胖又年纪大的人脾气比较好，在遭到发泄的时候往往比较没有反抗倾向，批评他比批评我这样貌似忠厚的小滑头过瘾多了。从此以后我每次要犯什么错误总是会记得拉上他。

第一次见老板是在一个晚上，在金山城火锅店，至今我一直不懂为什么要安排在火锅店。其实那天我很饿，但是看老板吃得那么起劲就没好意思也上去抢开膀子吃，很斯文地要了一杯扎啤，静静地看着老板和女上司贪婪地消除他们的饥饿，同时面带微笑地回答一些无关疼痛的问题。红红的翻腾的火锅汤让我想起每天骑车总要碰到的无数个红灯，偶尔翻过的叶子就是绿灯。脑子里就这样红灯绿灯地迷糊了一会就听到他们说要走了，其实我早想走了，却仍大方的说“没关

系我们先送您回去。”我想我那一脸虚伪的表情一定是触动了他，要不然他怎么会想到让我做销售。第一次见面就这样，相安无事。

很快就有了第二次见面，这次是来北京开会。那天一上班，看到两个人在办公室，第一反应是公司被抢了，一想不对，被抢应该很乱才对。后来再一想这两个人兴许是老板的打手，虽然老板看起来不象黑社会，但没准人家台湾流行请个打手在身边也不一定。后来七问八问才知道那两个人一个是上海合作伙伴李总经理，一个是当时华东区经理。这次大概是合富第一次全国会议，我在对面京都假日酒店租了个会议室。总共只能坐11个人，结果还没有坐满。开完会老板请客吃饭，我还记得那顿饭，是因为那是我生平第一次喝八宝茶，原以为会很好喝。

在次会议上，老板阴差阳错地决定让我去做销售。那时的条件比现在艰苦很多，好在大家都把合富当作自己的事业，倒也不觉得很难。至今还记得很多事情都是在那段时间发生的。

有一次我和一位销售一起到山东一个县城出差，晚上下着大雪，车开得很慢，原本2个小时的路程开了5个小时。车里乘客只有我和那位销售。天气很冷，到了要下车的时候发现鞋子被不知哪里来的水冻在地板上了，拔不下来。

那时老板还没有来上海定居，总是一个礼拜大陆，一个礼拜台湾的做空中飞人。每次来北京总要拉住我们在他住的酒店开会，而且每次总要开到半夜两三点，第二天7点就得起来，那时很佩服他的精力旺盛。有一次开会为了节省费用，7个人挤在一间房里，我是睡地板的，半夜起来上厕所，完事以后习惯性地爬上床，迷迷糊糊地觉得被窝里有个人，还裹着被子不放，便使劲踹了两脚。老板突然从床上跳起来问“怎么啦，怎么啦？”。一吓我也醒了，发现老板坐在我对面很纳闷地看着我，原来我跑到他的床上把他踹醒了。

李总经理的能力，我们那时候颇为艳羡。那时都是刚坐这行，还没有什么经验，还跟他请教过“害怕见院长怎么办”的问题，结果他告诉我，他比我还怕见院长。我结的第一个单子是威海404医院，结单以后的兴奋心情是很难用言语表达的，看着合同上红红的图章，觉得比威海的风景还美丽。

结了单就需要工程师，到了烟台的人才招聘市场，给了钱就让进，也不要证不证的，我自己找了张大纸写了要招的项目，坐定以后才发现，这里好象是招民工的地方，高素质的不多，管不了那么多，既来之则安之。没想到从众多的民工中还是被挖到了金子——张智亮，也就是现在的山东大区经理。后来又因为他

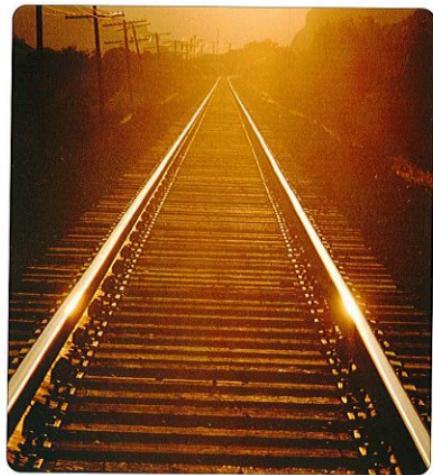
小小眼睛中闪烁的智慧的光芒，老板又决定让他做销售了。

那时候也没有专门的队伍来负责公司宣传品的制作，我就兼顾了这部分的工作，现在看到当初做的那些东西总会有些感动，似乎还能回忆起和老板在电话两头反复讨论修改的情景。

公司渐渐大了，我也当上了大区经理，那时有另外两个能大的大区经理，都是一夫当关万夫莫开的好销售。一次在光大的年会，晚上老板和我们几个在咖啡座聊天，当初的我们是那般的意气风发，似乎觉得一努力世界就在我们手中，纷纷表示明年能有好成绩，话越说越大，觉得明年能做一个亿的成绩，说话间仿佛很多很多的零在我的周围飞舞。

一晃已经5年过去了，伴随着合富从一个只有几个人的公司成长到今天，日子是艰苦而快乐的，因此和合富也有着难以割舍的感情。但是随着时间的推移，我似乎也没有了当初决战沙场的豪气，也没有了野草般的生命力。因此我决定换个环境，自己创业，用我一生中所剩不多的最好的时光再打拼一个新的天地。我要感谢合富教会了我很多东西，这是我一生中最宝贵的经历。

再见了合富，再见了在合富的朋友们，祝愿你们一切都顺利！





压力与喜悦并存这就是工作，我喜欢这份工作，不断迎接挑战、不断成就辉煌。人有旦夕福祸，天有不测风云。用一颗平常心去看待这些压力和喜悦。

感谢、压力和喜悦

□倪煊标 □合富E-STAR销售经理 □北京

不知不觉中来到合富已经半年有余，回首半年来的风风雨雨，可以说思绪万分感慨良多，然而在心中铭刻得最深的却是一感谢、压力和喜悦。

首先，我由衷地感谢合富给了我一个良好的成长空间，记得在刚来合富的一个聚会里我说过“合富是我人生的起点”，在这里，我增长了知识，锻炼了能力；虽然每日忙忙碌碌，却倍感充实。在我困惑的时候，Michael、胡震宁给了我的新的工作思绪、方法，更给了我信心和放松的心态。魔鬼式的培训使我尝试到了考验的滋味。平日同事之间的交流和与客户的畅谈，使我对事事有了更深入更细致的认识。合富精神、合富文化在潜移默化地感染着我。在这样一个优秀的个体组成的强有力的团队中我受益匪浅。

其次，压力每日如影随形般地伴随着我；压力使我不敢有半点的懈怠；压力使我不得不去弥补我那浅薄的医学知识。对于每一个新加入合富的销售人员，三个月内是否出单是被聘任与否的一个重要的参考指标，但是e-STAR产品本身的前景和李总给我的信心使这些压力被暂时的放在一边了。在第一个月里，我重点在努力开发经销商，通过朋友的介绍、医院候诊室的结识、主任的介绍甚至在黄页中的寻找，我认识了很多经销商，可是一个月过后能考察合格

一家都没有，这些经销商不是市场不对口就是对项目不积极或者是实力不够。当时的我压力猛增，要说做销售没有压力那是不可能的，可当时的压力的确很大，因为我怀疑自己的工作方法、同时自己又没有合适的方式在市场里切入，当时Michael跟我说首先要调整自己的心态，其次是努力使自己开心，再次是相信自己。听了此番话我的心境开阔了很多。在第二个月里，努力的工作使积极的经销商有了，意向客户开始多起来了，但是我的压力并没有因此而削减，因为时间一天一天的过，单子还是没签……

最后，不负众望在第三个月里我签下了在合富的第一个单，那是我参加工作以来首次感受到成就感和喜悦感的日子，巨大的压力一下子释放了出来，真有些欣喜若狂的感觉。可能是我终于成为了合富的一员，更重要的是我深深的体会到自己的价值，很开心。

可是，如何来签我的第二单？第三单？如何来完成全年的指标？…

压力与喜悦并存这就是工作，我喜欢这份工作，不断迎接挑战、不断成就辉煌。人有旦夕福祸，天有不测风云。用一颗平常心去看待这些压力和喜悦。

合富要闻



● 2002年9月6日合富公司与大连中医院共同举行了“过敏性疾病科普讲座”和“过敏性疾病研讨会”，此次活动，在当地反响极为热烈，不但众多患者对过敏性疾病有了更充分的认识，医院也开发出了很多潜在的病员，活动达到了预期的效果。



● 2002年9月底，合富集团合康工厂正式成立，2002年12月工厂开始投入试生产。合康工厂不仅可以为合富自身产品e-STAR生产部分配件，也可为将来合富研制生产其它产品打下基础，而且还可以作为OEM的厂商接受其它公司的OEM订单，工厂的成立使得“生产”继“销售”之后成为合富又一生存的支柱。



● 2003年12月11日至12月19日，在合富集团的促成下，上海第二医科大学附属仁济医院，北京同仁医院、北京市大兴区卫生局、北京市大兴区人民医院、山东潍坊市卫生局及市直机关医院、山东省高青县人民医院、河南省漯河市第一人民医院、吉林省磐石市医院等相关专家，一行16人应“中华职业病医学会”邀请，赴台参加“两岸学术交流会”。



合富集团
COWealthGroup
www.cowleath.com

合富生化科技投资有限公司

上海 办公室 021-3414-4555 F 021-6400-3206

南京 办公室 025-2277-4343 F 025-2738-2169

北京 办公室 010-2294-9162 F 010-2664-8163

武汉 办公室 027-8571-2069 F 027-85251762

成都 办公室 028-651-6239 F 028-6510-1391

沈阳 办公室 024-2380-0918 F 024-2380-2271

西安 办公室 029-4278-2117 F 029-4278-2117

美国合富管理顾问股份有限公司
800-718-52 FAX Mondays NY 11905 USA

合富生化科技投资(上海)有限公司

合富生物技术开发(上海)有限公司

上海合富信息技术开发有限公司

中国 上海市 莘庄路 711 号
T (021) 3414-4555
F (021) 3414-2819
雅顿 服务热线：800 820 3308
试用及咨询热线：800 820 6591