

提到扬子江药业,人们很少在铺天盖地的广告中寻觅到它的身影,一个不做广告,不在公共媒体作秀的药企,靠几十年如一日坚持在质量上默默耕耘,成为有口皆碑的民族品牌,无可争议地扛起中国医药第一品牌的旗帜。2015年,扬子江药业这一品牌再次蜚声大江南北,并登上国际舞台,大放异彩。

# 扬子江药业: 倾力打造 中国医药第一品牌

## 屡获大奖 品牌形象再次大放异彩

10月5日至7日,一年一度的国际质量管理小组竞赛在韩国昌原举行,扬子江药业代表中国药企参与角逐,一举摘得两项QC国际金奖。这次获奖,扬子江药业创造了两项纪录:首次代表中国药企登上国际质量管理最高舞台,首次获得ICQCC金奖,此举标志着扬子江质量管理得到国际认可。

7月10日,由中国医药质量管理协会主办的第36届全国医药行业质量管理(QC)小组成果发布会传来喜讯,扬子江药业以95项QC成果一等奖,94项最佳发布奖的喜人成绩,再次勇夺全国医药行业QC成果一等奖总数“桂冠”,奖牌总数创历史最好水平,并蝉联全国医药行业QC成果一等奖“十一连冠”。

7月12日,“中国医药工业百强榜”正式发布,扬子江药业继2009年、2010年之后,第3次昂然登上中国医药百强榜榜首,并连续六年跻身中国医药工业百强榜前三甲,连续四年排名中

国化学制药工业百强榜第一名。

6月,世界品牌实验室在京发布2015《中国500最具价值品牌》排行榜,扬子江药业“护佑”品牌以200.36亿元的品牌价值荣耀上榜。

11月20日,由中国医药质量管理协会主办的2015年中国医药质量年会在连云港举行,会上颁发了首届“全国医药行业质量管理奖”,扬子江药业集团获此殊荣。

2月,扬子江银杏叶提取物和银杏叶片顺利通过欧盟GMP认证。这标志着,扬子江成为国内第一家打进欧洲市场的银杏叶相关药品生产企业。

去年,扬子江药业质量品牌同样硕果累累,光芒四射,熠熠生辉——

2014年12月12日,由中国品牌建设促进会、中国国际贸易促进会、中国资产评估协会等单位联合发起,中央电视台向全球发布中国品牌价值评价

榜,通过专家评价打分、严格核查、过程监督和模型测算等环节,扬子江药业品牌强度得分903分,名列中国生物医药板块第一位;品牌价值评价为103.92亿元,名列生物医药板块第二位,一举成为中国医药行业最强品牌。

2014年2月,江苏省政府正式公布了2013年度江苏省质量奖获奖名单,扬子江药业位列“江苏省质量奖”5家获奖企业第一名,成为全省制药行业唯一入选者。

2014年,扬子江还被授予“2014年度卓越企业社会责任大奖”、“中国企业社会责任杰出企业”、“全国医药企业社会责任贡献奖”、“全国守合同重信用企业”、“中国医药企业创新力二十强”等荣誉。

扬子江药业将每一粒药都做到极致,做成最强品牌,44年如一日,不忘初心,历经时间的淬炼,终究铸成中国医药第一品牌。

## 质量过硬

### “没有什么能击倒我们,唯有质量”

最近,作为中国制药国家队的主力,扬子江药业集团首次在国际大赛中亮相就一鸣惊人,勇夺两项最高奖——金奖。ICQCC被誉为QC界“奥林匹克”,是QC活动发表的世界最高平台。

获得这个成绩是必然的,因为董事长、总经理徐镜人常说的一句话,在行业内流传甚广,“没有什么能击倒我们,唯有质量!”

“我们员工都有一个理念,即我们是在为父母生产药品。”徐镜人说,如果患者是员工自己的父母,那么在生产药品时,员工肯定特别用心,希望药品

见效,让父母早日康复,“所以我们一直在灌输这个理念,对待患者要像对待父母一样,始终想着,我们是在为父母制药。”

扬子江药业始终把质量视为企业生命线,严把药品研发、采购、生产、放行、储存、售后六道关,并建立了一整套高于法定标准的企业内控标准。

扬子江人对药品质量无止境的追求,更表现在质量月活动上。每年两次的质量月是集团的重头戏。按常规,9月是全国质量月,一般企业都会开展质量月活动,但扬子江药业同时将3月份定为公司的质量月,

每年坚持开展两次质量月活动,至今已连续开展了34次,17年从不间断。

为进一步推动全员质量管理,扬子江药业在企业生产、科研、质量第一线成立了100多个质量管理(QC)小组,常年开展质量提升、工艺革新和技术攻关活动。截至目前,扬子江药业有4个车间通过欧盟药品GMP认证,两个产品拿到欧盟市场准入授权书。生产的20多个剂型,200多个品规的药品,保持了药监部门质量抽检合格率百分百的纪录,有20多个产品质量达到欧美药典标准。

## 品牌之路

### 创新驱动,高质惠民

不久前,由100多家权威行业协会举办,人民网等网络参与的网上“中国产品质量用户满意度调查”,经80多万消费者投票,胃苏颗粒荣获“中国产品质量用户满意度第一品牌”。此外,“胃苏颗粒”还相继获得“全国医生推荐用药”、“中国中药名牌产品”、“国家中药保护品种”、“消费者信得过产品”、“全国知名品牌”等众多荣誉称号。

2014年11月份,在中华中医药学会科学技术颁奖大会上,扬子江的明星产品苏黄止咳胶囊获得中华中医药学会科学技术奖最高荣誉。在2014年中国化学制药工业企业峰会上,扬子江的拳头产品地佐辛注射液、盐酸左氧氟沙星制剂、注射用洋托拉唑钠分获2014中国化学制

药行业神经、精神系统类、抗感染类、消化系统类优秀产品品牌。在10月份由中国非处方药协会举办的年会上,又有蓝芩口服液等3个名牌产品位居中成药分类前三名。多年来,扬子江药业保持了各级药监部门质量抽检合格率百分之百,成为社会公认药品质量最好的企业之一。

扬子江的“黄芪精口服液”、“银杏叶片”等拳头产品获得“中国中药名牌产品”、“江苏省名牌产品”等殊荣,“碘海醇注射液”被国家科技部立为国家火炬项目,“银杏叶片”获得“中华优秀科技创新产品”称号,“香芍颗粒”、“银杏叶片”项目荣获国家科技进步二等奖。

2010年4月,在原国家卫生部颁布的《手足口病诊疗指南(2010

年版)》中,扬子江药业集团独家生产的蓝芩口服液被指定为中医治疗手足口病普通病例的首选中药,并以17.15亿的品牌价值成功进入TOP50,在咽喉、口腔类用药中位列第一。

站在“十三五”的起点,扬子江药业豪情满怀:以“成为世界有名、中国顶尖制药企业”为愿景,把创新驱动、高质惠民作为新一轮发展的价值取向和根本战略,坚持内生式增长、外延式扩张、整合式发展并重,坚持走高端化、规模化、集约化发展道路。集团将继续大力推进“三药并举”发展战略,倾力打造龙凤堂中药“王国”,全面实施“质量强企”、“研发创新”、“依法治企”、“人才至尊”、“经营国际化”五大工程,为跻身千亿级药企行列而不懈进取。

(刘良鸣 罗婧 贾雯雯)



## “生二胎”能防乳腺癌?

专家:坚持长时间哺乳,养成良好生活习惯更重要

专家表示,单纯“生孩子”对乳腺癌的防治起不到太大作用,“只有足够长时间的哺乳才对预防乳腺癌起到一定作用。”

另外,乳腺癌的发作因素很多,除了产后加强哺乳外,保持良好的饮食习惯和心理状态,加强运动,少用刺激性化妆品等,均可降低罹患乳腺癌几率。



本报记者 刘志浩

时下全面“二胎”成为热门话题,近期就有一则关于“生二胎能防治乳腺癌”的消息在朋友圈中不胫而走,称生二胎能促进乳腺发育,从而防治乳腺癌,这让不少摩拳擦掌准备生老二的妈妈们更加振奋。

“单纯生孩子对防治乳腺癌起不了什么作用。”11月29日下午,山大二院乳腺外科副主任医师傅勤桦表示,目前世界卫生组织的哺乳时间为18个月左右,“时间太短对乳腺癌的防治起不到太大作用。”

众所周知,哺乳是女性乳房最基本的作用,但在现实生活中,很多产妇因为自身乳汁少,或出于“保持身材”的想法,产后难以坚持给孩子哺乳。“这其实不利于产后恢复及身体健康的。”傅勤桦表示。

据了解,哺乳可以刺激女性产生更多孕激素,从而使得体内激素保持相对平衡状态,有利于防治乳腺癌。

同时,通过新生儿吮吸使女性乳房受到刺激,从而产生催乳素,产出更多乳汁,让乳腺组织保持通畅,也在一定程度上减少乳腺癌发病几率。

“除了与哺乳相关的激素原因外,还有好多因素也能导致乳腺癌。”傅勤桦说,这些因素包括遗传,使用含精油化妆品,情绪抑郁,性格内向及药物使用不当等。

尤其值得一提的是,导致肥胖的高脂饮食,同时也会造成女性的激素分泌不当,加上现代人长期久坐,缺乏锻炼,生活不规律等不良习惯,也是乳腺癌的重要导火索。

“想靠哺乳完全避免乳腺癌是不现实的。”傅勤桦说,乳腺癌的防治是一项“综合性”工程,除了产后加强哺乳外,保持良好的饮食习惯和心理状态,加强运动,少用含激素类化妆品等,均可降低罹患乳腺癌几率。

## “医疗新科技、新技术” 征集令来啦

本报济南11月30日讯(记者 陈晓丽) 近年来,受益于化学、机械工程等学科的不断进步,医学科学也获得了飞跃式发展。虽然“彻底消除疾病”看起来还很遥远,但是医学科学的每次进步都让我们倍受鼓舞,因为这意味着我们的生命健康有了更多一重保障。

为了让更多的人了解到医学科技的日新月异,即日起,本报生命周刊面向山东省内医疗机构征集“新科技、新技术”,如果这一药物的发明可以更加有效地治疗各类疾病,如果这一器械的采用可以降低患者治疗时的痛苦,如果这一技术的采用可以大幅度减少患者的就医成本,欢迎来稿向我们推荐。生命周刊、齐鲁壹点客户端将予以刊登,惠及更多人群。

爆料方式:qlushengming@126.com。