



扬子江药业制药车间,员工们在生产线上认真细致地工作 本版摄影 现代快报记者 邱雅真

# 中国医药版图上的泰州方阵

CMC  
新常态下的泰州故事③

## 扬子江药业

“没有什么能够把我们打倒,唯有质量!”

扬子江药业集团董事长、总经理徐镜人向现代快报记者透露了一个数据:年初制定的目标任务比去年同期增长了20%,从1到5月份的数据看,完成的情况已经超过了这个数值。而当前整个医药行业同比增长速度与以前相比,仅保持在11%左右。

谈及原因,徐镜人还是几句老话,“抓质量,抓发展,抓创新。”

说话老派,做事老派,40多年来,心无旁骛的扬子江一路高歌猛进。

“没有什么能够把我们打倒,唯有质量!”这句话,扬子江药业的每位员工烂熟于心。

徐镜人认为,一个企业要做大做强做优,首先要创出自己的名牌产品,其中质量是关键。因此,从创牌伊始,扬子江药业就把质量第一放在重要位置,严把药品研发、采购、生产、放行、储存、售后6道质量关。

值得一提的是,其他企业每年开展1次“质量月”,扬子江药业每年3月和9月开展两次“全员质量月”活动,系统排查存在问题,不断持续改进。迄今为止,这项活动已连续进行了33次。

一件事可以管中窥豹。根据国家新版GMP要求,在2015年12月31日前,所有类别的药品及生产药品的企业、生产车间均应符合新标准,未达要求的企业或车间,在期限到来后不得继续生产药品。扬子江药业整整提前了两年完成了认证。

认证之初,国家食品药品监督管理局派人来扬子江药业调研,询问企业通过新版GMP是否有困难,和大多数企业带头人的表现不同,徐镜人不提及任何困难。

长期以来,扬子江药业集团的内控标准高于国家标准,集团内部要求高于国家药监部门的要求。比如,冻干粉针2号车间所有岗位,均采用国际知名的默克密理博以及颇尔品牌双级除菌过滤滤芯进行过滤,为此,扬子江药业要多掏几千万。

自2005年以来,扬子江药业接连夺得全国医药行业质量管理QC小组成果评比一等奖“十连冠”,去年获得92项QC成果一等奖,占有评选一等奖总数的一半。

在2013年江苏省质量奖评比中,扬子江药业以总分第一的成绩从33家参评企业中脱颖而出,成为唯一一家获省政府颁发的质量奖的药企。目前,扬子江药业正在积极申报中国质量奖。

“要求高了,我们就蛮适应的,有些企业就不适应了。”由于医药市场放开,短短数年时间,医药行业出现了6000多家制药企业,10多

个高端品牌,但是新版GMP大限过后,经过市场的洗礼,曾经辉煌的不少品牌已烟消云散。

徐镜人看得很明白,“质量是企业的生命,质量好造福了社会,社会肯定会给你回报的。”

## 济川药业

大健康的目标是让人不吃药

药企老板说:我的目标是让人不吃药。这不是笑话,这是济川药业集团董事长曹龙祥的大健康理念。

这个理念没有停留在纸上,而是已经迈出了第一步,从一支牙膏开始。

去年10月份,蒲地蓝可炎宁牙膏正式上市,这也拉开了济川药业集团发展大健康产业的序幕。

接下来的几年内,济川药业还将投入30亿元,建设一座集医药产品、健康保健、体检疗养于一体的综合性“健康产业园”,实现从“单纯药品制造业”到“打造社会大健康”的转型。

“蒲地蓝牙膏跟其他牙膏不一样,其他是白色或者黑色,我们是晶体,是中药提取后的晶膏。”谈起蒲地蓝牙膏,曹龙祥像是说起一件宝贝。

蒲地蓝口服液是济川药业的拳头产品,市场认可度极高。曹龙祥认为,喝过口服液的人群,也是牙膏产品的潜在消费者。作为制药企业的云南白药可以将牙膏销售19个亿,集团也应该抓住这块市场。

蒲地蓝牙膏是济川药业由单纯的药品制造向大健康产业转型的一个缩影,同时拉开了济川药业大健康产业的序幕。

围绕大健康产业,济川药业集团提出了“三业并进、两翼支撑”的构想。

“三业并进”,就是发展医药产品、日化用品、保健新品三大产业。在医药产品方面,扩张以儿科、妇科、消化科、呼吸科、老年病为发展方向的产品群。

“两翼支撑”,就是积极发展资本运营和公益事业。在公益事业方面,着力打造“老有所养、老有所医、老有所乐”的公益健康平台,先期重点建设好老年会所和体检中心,为老年人生活提供品质服务。

未来几年,济川药业还将分期建设集药品研制、现代中药、中药日化、保健产业、康复治疗、医药物流等六大功能为一体的“济川健康产业园”,推进企业从“单纯药品制造业”向“打造大健康产业”转变。

2013年,济川药业成功在A股上市,无论是资金实力,还是研发实力都足以支撑“大健康产业”。

“大健康”的最终目标是让人不吃药。”曹龙祥正带着他的济川药业集团朝着这一目标迈进。

## 艾兰得

投身大健康“蓝海”的成功样本

如果你去美国旅游,顺手买了一瓶营养品维生素C,你很有可能买到的是位于泰州靖江的江苏艾兰得营养品有限公司的产品。因为艾兰得在美国有个生产基地,目前销量居全美第二。这个基地是艾兰得在五年前并购过来的。

艾兰得营养品公司脱胎于江山制药,而江山制药是国内最早的专业从事维生素C原料生产企业之一,早在2007年,它就开始实施战略转型,投身保健品领域的“蓝海”。

一家位于县级市的企业为何嗅觉如此灵敏?它又是如何上演“蛇吞象”的?江苏艾兰得营养品有限公司董事长常亮接受了现代快报记者的专访。

在外人看来,艾兰得转型并购是慧眼独具,思维超前,董事长常亮却说是形势所逼。

常亮介绍,江山制药是国内从事维生素C原料药生产的最大的企业之一,在高峰时占到全球市场20%,这么大的份额很难继续突破。另外,维生素C从来是一个周期性比较强的产业,随着产能的扩张和收缩,价格会周期性地下跌或上涨。为了摆脱这样的局面,常亮和他的团队分析后发现,维生素C这个原料产品,全球总的销售规模有二三十亿美元美金,而营养品市场可能在上千亿美金。

“如果说能够从原材料切入到营养品市场,那么我们就从小河里的一个大船,变成了一个大海里的大船,这是我们整个的发展目标。”常亮和团队进行了缜密的分析,艾兰得如果进入营养品领域,从各方面相比,与国际上同行差距太大。他们发现,直接收购美国营养品制造企业,是相对便捷的好办法。

经过多次考察调研后,他们将并购的目标聚焦到美国国际维生素公司。这家公司成立于1955年的公司是美国专业的营养品生产企业。

常亮分析,从市场看,美国是全球最大的营养品消费市场;从企业角度来看,资金一定要用在“刀口”上,这家美国公司经过几十年发展,已积累起了非常好的客户渠道,非常好的产品,非常好的技术经验和质量管理经验。还有一个更重要的因素是,美国刚刚经历完次贷危机,这家维生素公司也有易主的意向。

经过反复接触后,2010年1月,艾兰得成功并购了美国国际维生素公司。

在中美员工的共同努力下,艾兰得集团在完成产品结构调整、产业转型升级的同时,位于美国的生产研发基地人员也在壮大。员工从并购前的200多人增加到800人,2011年被新泽西州认定为就业贡献第一名。

目前,艾兰得集团的营养品,不仅在全美主要超市、零售店有售,而且已经成为欧洲、东南亚等70多个国家和地区的主流供应商。



扬子江药业集团董事长、总经理 徐镜人