

KPC PHARMACEUTICALS INC.

| 绿 | 色 | 昆 | 药 | 福 | 祉 | 社 | 会 |

昆明市高新技术开发区科医路166号

www.kpc.com.cn



昆药集团

KPC PHARMACEUTICALS INC

绿 色 昆 药 福 祉 社 会



昆药人自己的文化家园

2015 / 第二期 / 总第36期

创新求变 扬帆起航

——昆药集团品牌发布会盛大开启

来吧，做我们的合伙人

对接国际化，进军生物制药领域

用智能制造，推动生产工艺的国际化

精细化营销，抢占竞争制高点

新常态 新模式 新作为

——昆药集团2015上半年经营工作会顺利召开

昆药集团牵手百洋“易复诊”
打造诊后疾病管理服务模式

昆药集团2015“一对一”捐资助学
160名中小學生获捐助



天眩清 天麻素注射液

三效合一，全面控制眩晕



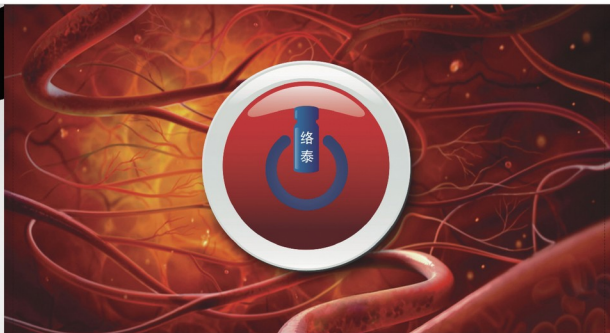
✓增加内耳血供 ✓抑制神经冲动 ✓减轻神经炎症



络泰® 注射用血栓通(冻干) 血栓通注射液

批准文号：国药准字Z20026438
国药准字Z20020664
专利号：ZL 99101852.3

预防、治疗、康复的理想组合



说明书适应症：活血祛瘀，通脉活络。用于中风偏瘫、瘀血阻络证；动脉粥样硬化性血栓性脑梗塞、脑栓塞及脑血管疾病后遗症、胸痹心痛、视网膜中央静脉阻塞属瘀血阻滞证者。





主办 / 昆药集团股份有限公司
Sponsor / KPC PHARMACEUTICALS INC.

Copy Editor 主编	赵中华 Zhao Zhonghua
Art Editor 美编	施瑾 Shi Jin
Photographer 摄影	王伟 Wang Wei
	侯文波 Hou Wenbo
Proofread 校稿	罗静 Luo Jing
	赵中华 Zhao Zhonghua
	罗艺灵 Luo Yiling

Address 地址 昆明市高新技术产业开发区科医路166号
166 / Keyi Road, Kunming High Tech Industrial
Development Zone

Postcode 邮编 650106

Website 网址 www.kpc.com.cn

E-mail 邮箱 office.kpc@holley.cn

Tel 电话 0871-68319868

- 本刊为企业自办刊物, 仅供行业内部交流之用。
- 本刊图文未经本公司同意, 不得以任何形式转载使用, 违者必究。
- 本刊部分图片文字来源于网络, 相关版权归原作者所有, 作者可与本刊联系, 领取稿酬。



扫一扫
加入昆药集团官方微信平台
了解更多精彩

Contents 目录



创新专题 Innovation

- 03 创新求变 扬帆起航
——昆药集团品牌发布会盛大开启
- 09 【研发】对接国际化，进军生物制药领域
- 11 【人才】来吧，做我们的合伙人
- 13 【生产】用智能制造，推动生产工艺的国际化
- 15 【营销】精细化营销，抢占竞争制高点
- 17 新常态 新模式 新作为
——昆药集团2015上半年经营工作会顺利召开

昆药动态 KPC News

- 21 昆明制药正式更名为昆药集团
- 23 昆药集团全新官网正式上线
- 25 昆药集团公司新标识商标获准注册
- 26 研发平台质量分析部喜获实验室认可证书
- 27 昆药集团在73届上海全国药品交易会扬帆起航
- 28 昆药集团博士后科研工作站获博士顺利出站
- 29 云南创客——昆药与你同行
- 30 “昆中药传统中药制剂”参加第五届全国非遗联展

媒体聚焦 Media Reports

- 31 昆药集团再打组合拳 收购贝克诺顿
- 32 昆药集团牵手百洋“易复诊”打造术后疾病管理服务模式
- 33 神秘医药股可能将迎来好几个涨停板，不容错过
- 34 西双版纳傣塔傣医药传习馆：傣医药的文化窗口

产品研发 Product Development

- 37 乙脑天麻素，最新一代的天麻制剂
- 38 银杏胶囊·修药名方
- 39 原研血塞通标准拟定者 血塞通的品质之选
- 40 中国高原酸痛风领导品牌——芒泰®滇芒果片（压片糖果）

管理培训 Business Management

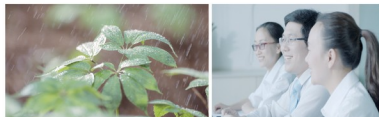
- 43 2015年首场“卒中基层诊疗巡讲”在泸州市顺利召开
- 44 2015VESSEL眩晕规范化诊疗巡讲，精彩开局
- 45 热辣辣的武汉，热辣辣的巡讲
- 46 昆药集团商业有限公司举办“有效亲子沟通讲座”

企业文化 Corporate Culture

- 47 昆药集团2015“一对一”捐资助学 160名中小學生获捐助
- 49 昆药集团庆“七一”表彰大会暨演讲比赛顺利召开
- 50 清凉一夏，酷暑统统赶走
——昆中药2万余余梅苏颗粒捐赠昆明最美公交人
- 51 180名员工唱出昆中人自豪风采

总裁荐书 Recommended book of President

- 53 互联网思维的企业 [美]戴夫·格雷，托马斯·范德尔·沃尔著



创新求变 扬帆起航

昆药集团品牌发布会

2015/05/15 / 中国 / 上海

聚焦心脑血管，专注慢病领域的国际化药品提供商

——昆药集团品牌发布会盛大开启

5月15日，昆药集团股份有限公司(以下简称“昆药集团”)在上海召开了主题为“创新求变 扬帆起航”的品牌战略发布会，公司借全新更名、启用全新VI识别系统之际，推出了系列创新举措和发展战略，未来公司将发展成为聚焦心脑血管，专注慢病领域的国际化药品提供商。

此次会议不仅邀请到中国科学院院士陈凯先、中国中药协会会长李书亭、中国医药企业管理协会常务副会长郭云沛等行业知名专家、还邀请到石药集团、鲁抗医药等行业同仁，以及20多家国内知名媒体、证券投资者等社会各界人士。昆药集团大股东代表、董事汪思洋先生在发布会上介绍：4月初，“昆明制药集团”正式更名为“昆药集团”，同期，昆药集团全面启用以蓝绿两色为主色调的企业新标识(LOGO)，公司全新官网及微信公众平台正式上线，产品新包装也陆续上市，去地域化的更名、更简洁时尚的新标识、VI系统的全面更换都预示着公司国际化发展的方向和决心。

根据公司财报显示：昆药集团一季度实现营业收入9.75亿元，同比增长0.86%；实现净利润7547.18万元，同比增长高达40%以上。

数据的背后，是昆药集团在管理体系、研发战略、生产工艺、营销策略、人才激励、品牌拓展等方面进行的全方位战略布局和创新推动，也是公司正面临“互联网+医疗”，打造国际一流的创新型药品提供商和健康管理者体现。

国际化布局

创新求变 扬帆起航
昆药集团品牌发布会

征战欧美市场正当时

近年来，昆药产品虽然在非洲、东南亚、中亚发展不错，但在欧美市场表现几乎空白。因此，昆药启动了征战欧美主流市场的计划，旗下主打产品血栓通软胶囊有望获得美国FDA的批准，同时公司正在筹备德国、日本开设办事处等事宜。

目前，公司正在向大股东定增募资12.5亿元，其中5.07亿用于补充流动资金。值得一提的是，在公司2015年预算计划安排中，明确提出6.87亿元将用于投资并购项目。“随着公司现有业务和组织架构逐步理顺，外延并购将成为2015年的主旋律，有望打造更多利润增长点。”昆药集团董事长何勤介绍。

对于为何以心脑血管疾病治疗领域为核心何勤说道：心脑血管疾病目前是中国致死率最高的病种之一，随着老龄化加剧、人民生活水平的提高，心脑血管疾病发病率逐年提升。而慢病也已成为中国的主要死亡杀手，占疾病负担的70%，占死亡人数比例超过85%。因此，昆药集团将目光聚焦于此。何勤告诉记者，“以心脑血管治疗领域为核心”是以集团现有的主要治疗心脑血管疾病的血塞通系列和天麻素系列品种作为公司资源

配置重心，产品研发和兼并收购都以该领域为主，重点考虑有协同效应的产品和企业，逐渐将产业边界扩大至慢病领域，符合产业扩张的规律，有望实现产业结构的动态升级。

事实上，昆药的产品很早就走出了国门，1998年，复方蒿甲醚进入全球市场，如今已出口到全球40多个国家和地区；2006年，昆药格泰产品进入越南医保。国际合作方面，早在上世纪90年代，昆药就先后与法国罗纳-普朗克、瑞士诺华公司等达成蒿甲醚方面的合作，并与世界著名的跨国制药企业——美国爱华克斯公司(WAX Corporation)(IAXO)成立了云南省医药行业第一家中外合资企业——昆明贝克诺顿制药有限公司(KBN)。2014年，昆药与AKMANGIT-LAKRITSA公司合资成立昆药集团勃斯种植技术有限公司，专攻甘草项目；同年与香港医药医药技术有限公司组建昆明银诺医药技术有限公司，合作开发长效降糖药GLP-1(胰高血糖素样肽-1)融合蛋白，这一系列举动，预示了昆药集团正式进军生物制药领域。

营销创新

创新求变 扬帆起航
昆药集团品牌发布会

推合伙人制的模式

精细化管理，让专业的人做专业的事，是昆药集团总裁袁东对精准营销战略的定位之一。他说，今年昆药集团给产品销售设定了新的调整方向：不设总代、底价核算、精细化管理、合伙人制的招商管理模式。精细化管理的核心问题就是：团队、产品、制度的规范化、科学化和信息化。昆药集团将把销售团队的基数扩大，增加经销商和终端，同时推行合伙人制的招商管理模式，通过市场细分和纵深挖掘，保证足够的利益到达基层代理商，让每一个参与营销的人都能享受市场红利，旨在打造一种机制，保证合伙人的持续收益。

为此，昆药进行了营销改革，母公司设立络泰事业部、天眩清事业部、血敏事业部、特色口服事业部及普药事业部五个销售事业部，并完善激励机制，不单纯以利润、收入作为考核指标，还有综合的长远指标参考；另一方面，公司推行精细化营销管理，加强销售队伍的建设，让产品真正下沉到终端。

硅谷精神教父、科技商业预言家凯文·凯利认为，不管你做什么行业，你所做的生意都是数据生意。在信息化管理和数据获取方面，昆药也提出了明确的标准，则通过建设有效的营销资源系统，从终端抓取的数据中，系统分析出空白市场、上量情况、资金情况，使之能迅速用于营销决策。



研发新路径

二次开发+生物制药

研发是一个企业的生命力，研发能力不仅代表了企业的创新能力，也代表着竞争力。昆药自1951年办厂起，就坚持“产、学、研”相结合，拥有脑卒中治疗药物生物药研究科技创新团队、Diabegone(长效降糖药)项目创新团队、生物学研究和评价的创新团队、蒿甲醚系列产品研究开发创新团队等多个药学、生物学等专业技术研发团队。公司至今已有60多年的药物研发历史，拥有60项发明专利。

对于拥有国内领先制造工艺的昆药而言，如何研发盘活现有的产品，让老产品发挥新用途也是研发的重点之一，昆药集团血液通药研究院院长杨高祥介绍，昆药致力于现有产品的二次开发成果显著，比如青蒿素系列的复方蒿甲醚，经过研发，发现它不仅能在疟疾方面效果显著，在抗肿瘤、抗癌方面的效果也不

错；昆药神经类主打产品天麻素，在治疗心脑血管疾病方面也有特殊的功效。进军生物制药方面，杨高祥说，从世界医药学、研”相结合，拥有脑卒中治疗药物生物药研究科技创新团队、Diabegone(长效降糖药)项目创新团队、生物学研究和评价的创新团队、蒿甲醚系列产品研究开发创新团队等多个药学、生物学等专业技术研发团队。公司至今已有60多年的药物研发历史，拥有60项发明专利。

研发方式的变革，使昆药不仅从国内相关研究机构和院校寻求研发项目，更将目光放到了广泛、积极的国际合作上，包括海归人士回国项目合作，引进高端科技人才，拓展国际化项目，逐步缩小研发水平的差距。研发经费投入的强度决定了成果的显著性，昆药在研发领域的投入逐步增加，今年的研发费用所占工业营业收入比例，将在去年基础上至少增长一倍。





人才战略

创新求变 扬帆起航
昆药集团品牌发布会

引进高端人才+能者上

未来国际市场的竞争，必将为高端人才的竞争。目前，昆药集团践行并证实成功做法是：引进高端人才，带出创新团队，带来裂变式的增长。

人才是企业发展的基石。在人才引进战略方面，昆药提出了用创客、小微、股份合伙人的机制吸引人才，让进入昆药的人都以公司作为创业的平台。公司总裁袁平东说：企业最大的文化就是用人文化，用人文化中的“合伙人”文化也是我们正在倡导和推进的。目前昆药已引进美国籍华人张建文博士作为昆药集团首席生物学家，搭建生物研发团队；引进美国普渡大学(Purdue University)毕业的高硕博人才李剑峰博士，作为公司药物设计首席科学家，搭建药物设计创新团队。目前，昆药正在用国际一流实验室的管理和科研方法，把实验室成果转化成为工业生产技术。董事长何勤说：“招聘相关国际化人才，不走出去，是不可能实现跨越式发展的。”

2014年，昆药集团实行了组织架构变革，引入了第三方测评，对新成立的事业部或创新小组给以干股、期权、投资入股、跟投项目的机制，使员工成为真正的创业者，而不仅仅为企业打工。同时，公司在内部实行“小微组织”模式的项目创新小组，给每一个员工更多的机会，激发他们的自主性和创造力，实行唯才是用、能者多劳的赛马用人机制。



生产工艺

打造智能化车间

在60多年的发展历程中，昆药集团先后投入大量资金对口服制剂、注射剂和原料药等生产分厂进行全面的GMP技术改造，所有设备和设施均严格按照GMP标准设计和安装，现已全面通过国内、国际GMP认证，这意味着昆药集团不仅拥有先进的技术装备水平，还具有完善的生产质量管理体系。自1986年国家药政部门对药品质量实行抽检以来，昆药集团的市场抽检合格率连续保持100%。为确保产品质量和用药安全，质量管理部门以有关标准和记录为载体，建立了生产、经营全过程监督质量保证体系。

进入工业4.0时代，昆药提出了“数字化车间”和“智能制造”的理念，旨在通过机器取代人的部分工作，实现工艺的改良，让产品质量更有保障。

据介绍，昆药集团目前正在昆明高新区国家生物产业基地建设“昆药生物医药科技园”，建成后将成为世界领先、国内一流的规模化、专业化、国际化生物医药园区，按照现代化工业制造的理念，充分将人工智能运用到生产线上，届时将逐步实现“智能制造”的构想。



互联网+

用信息化提升品牌

近年来，随着移动互联网的兴起，产生了一批跟医疗和健康相关的词语，比如：互联网+医疗、医药电商、精准治疗、健康全产业链等。特别是医药电商的迅速崛起，加上处方药网售的可能性，为未来医药电商带来太多想象空间。积极拥抱互联网已写入昆药集团的发展战略，目前已成为互联网运营管理平台，相关工作已立项开展。

当然，在昆药集团总裁袁平东看来，昆药拥抱互联网不仅仅是销售领域，更重要的是在于充分利用互联网技术和传播手段，让昆药跟人关联、跟健康关联，例如通过互联网让人们便捷地获取防治慢病的要领，在哪个阶段用什么防治手段等等。现代社会，人们对健康的关注，使得个性化医疗的需求增多。

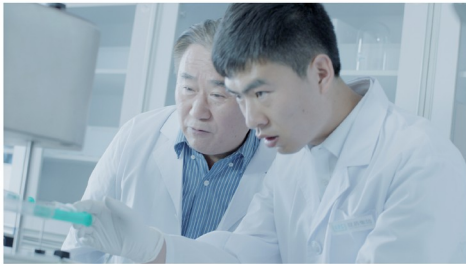
“上医医未病之病，中医医欲病之病，下医医已病之病”，从传统的“对症下药”向“中医”、“上医”的转变，让“靶向式”的精准治疗显得迫切，这就需要以个人信息为基础的大数据，从大数据里算出最佳治疗方案，以期达到治疗效果最大化，这就是个性化医疗。

根据昆药集团的发展战略，未来将依托互联网，将打造以心脑血管疾病为核心的慢病领域的国际化企业。因此，昆药的布局已然明确：在云南构建以植物药为重点的研发和制造基地，在北京打造以化学药为重点的研发基地，在上海打造以生物制药为重点的研发基地，同时，在日本、美国寻找的项目落地也指日可待。届时，一个国际范儿、有实力、有担当、有持续创新和发展的现代化企业，将应运而生。

【昆药研发】

新路径：对接国际化，进军生物药

研发是一个企业的生命力，研发能力不仅代表了企业的创新能力，也代表着竞争力。有人用狼和狗的对比如来解释生命力：乍一看，狼有的，狗也有。然而，面对一些猎物时，狗只能吃猎物的血肉，很多连骨头都吞不下。可是，狼不仅能吃掉猎物的骨头，甚至连毛发都能消化殆尽，这就是生命力。对于企业也一样，具有狼性的企业，能敏锐地嗅到市场风向，为市场而生，最终赢得市场。



昆药集团自1951年办厂之日起，就高度重视新产品的研发，坚持“产、学、研”相结合，拥有一批药学、生物学等专业技术研发团队，为公司的新产品研发作出了巨大的贡献。旗下血塞通药物研究院充分利用云南天然药物资源优势，根据自身实力，走自主研发与联合开发相结合的道路，在植物提取、质量研究、制剂研究方面颇具特色并占有领先地位；在半合成药的研究、开发、中试生产上，处于全国领先水平，至今已有60多年的药物研发历史，拥有68项发明专利。

老产品二次开发 焕发新的生命力

昆药1958年成立研发部门，是云南省最早拥有自主研发新药能力的企业。从自发到自觉的科学天然药发展，昆药引领了中国、乃至世界的天然药物的科学发展。

从当年首次提取出具有显著降压作用的罗布麻生物碱起，时至今日，昆药研发的多产品填补了国内空白，承担了多个国家部委和相关项目研发工作。

60多年来，昆药利用云南丰富的自然资源，在开展新药研究，特别是天然药物的研究方面，已在国际上独树一帜，研究院拥有政府特殊津贴获得者3名、技术创新人才5名，博



靶点治疗是趋势 生物制药是未来

士5名，高级工程师20多名，并成立有20多位国内外知名的医药学专家组成的专家委员会，与多所国内外著名高等院校和科研机构进行项目合作。

如今，昆药集团拥有脑卒中治疗药物生物研究科技创新团队、Diabegone项目创新团队、生物学研究和评价创新团队、药物结构改造创新团队、新制剂研发创新团队、云南省黄甲醚系列产品研究开发创新团队等创新研发团队。

对于拥有全球领先制造产能的昆药集团而言，如何研发出优质的产品，让老产品发挥新用途也是研发的重点之一，昆药集团血塞通药物研究院院长杨光祥对笔者介绍道：“昆药致力于现有产品的二次开发，用新的制剂技术对老产品进行创新，让老产品再次焕发新的生机，目前研发成果显著。”

杨光祥以众人皆知的阿司匹林为例说，刚开始，阿司匹林被用于止痛，到了上世纪80年代被发现心脑血管领域的效果也显著，再后来，发现在抗血栓方面的防治效果也良好。而昆药集团的产品中，不乏类似阿司匹林的杰出产品，比如青蒿素系列的复方蒿甲醚，经过研发，发现它不仅仅在疟疾方面效果显著，在抗肿瘤方面的效果也不错；同样的研发还有昆药集团神经类主打产品天麻素，在治疗心脑血管疾病方面也有其特殊的功效。

杨光祥说，从世界医疗市场发展的趋势来看，未来的治疗将从模糊治疗向精准治疗发展，即以“靶点治疗”为主要手段，而治疗的最高技术将来一定出现在生物药领域。因此，在今年公司战略发展会议上，提出了未来公司将成为聚焦心脑血管，专注慢病领域的国际化药品提供商，向生物制药领域进军。

“招聘相关国际化人才，走出去，才能实践跨越式发展。”在今年的公司战略会议上，董事长何勤如是说。同时，昆药集团也确定了今后一个时期的研发重心，即对研发项目的开发和合作的方式进行变革，从单纯的仅从国内相关研究机构和院校寻求研发项目，转为更广泛、更积极的国际合作，包括海归人士回国项目合作，更多地拓展国际化项目，逐步缩小研发投入的差距。

此外，昆药集团也对研发路径进行了创新，要求拥有一批国际化的、顶尖的项目，寻求国际先进制剂技术，成立国内顶尖的制剂技术平台，使公司的心脑血管用药、生物药、蛋白用药等制剂技术有新突破。

研发经费投入的强度，决定了成果的显著性，昆药对研发的重视程度可见一斑。据介绍，昆药集团在研发领域的投入逐年增加，今年的研发费用所占工业营业收入比例，将在去年基础上至少增长1倍。

【昆药人才】

来吧，做我们的合伙人



于企业来讲，人才是企业发展的基石。随着昆药集团战略的布局，今年在人才战略方面提出了“合伙人机制”，旨在让每一个昆药人都能充分实现自己的价值。

对于今年及今后一个时期的人才战略，大股东代表、昆药董事汪思泽说道：足够的人力投入才能带来利润的增长。公司提出了用创客、小微、股份合伙人的机制吸引人才，让进入昆药的人都可以公司作为创业的平台，都觉得不是来打工的，让他们知道昆药可以帮助他们实现梦想，只有营造这样人才培养的氛围，才能够吸引到人才。

从“营长”到“军长”

张建文博士是昆药集团人才引进的一个范例，他现在的身份是昆药集团首席生物科学家，2013年来昆药之前，他在美国知名药企——百傲晶体制药 (BioCryst) 带领研发团队。

张建文1990年出国，20多年间完成了博士后研究、大学教授、客座教授、科学家、资深科学家到企业研发团队领导者的身份转换，获得了美国绿卡，有俩孩子的大人，是两个孩子的父亲，可谓事业家庭双丰收。

2006年，母亲因为长年中风而离世，让他内心深深歉疚，同时他萌生一个强烈的愿望：在父亲的有生之年，南父亲近一点好好照顾他。在与昆药一段时间的接触后，昆药提出请张

士回国搭建生物研发团队，创新药品的研发模式。他跟太太沟通达成一致后，以最快的速度向供职的美国公司递交辞呈，于2013年3月回到祖国，来到家乡云南的著名制药企业昆药集团报到。

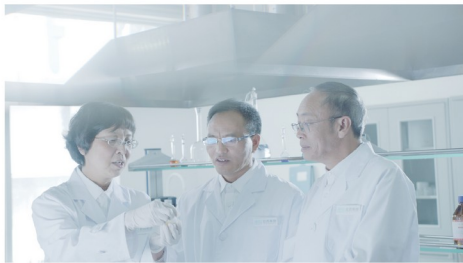
由于家人不在身边，张建文博士除了吃饭睡觉，其他时间几乎全部用在了工作上，他按照国际标准进行项目研究，完成了多个研发项目立项，为公司引入和培养生物学领域的人才，先后入选昆明高新区高端科技人才、云南省第四批海外高层次人才“百人计划”、省科技厅“海外高端人才”、昆明市2013年“三五工程”和“551计划”人才项目，获得政府部门7000万元的项目资金支持。

通过短短两年多的工作，出生于云南的张建文，深深感受到家乡发展的机遇，对于公司和政府部门给予的平台和认可，他感激于心。

他用了一个很形象的比喻，之前在美国工作，他可能是一个“营长”角色，而来到昆药，他就是一个“军长”角色，昆药给予他的平台和信任，让他清晰看到未来事业的无限可能。

求贤若渴 首席科学家比总裁工资高

在昆药集团，张建文作为首席生物科学家，他的年薪甚至高过了总裁袁平东，这也印证了公司不论资排辈、引进人才



从左至右：肖建华正高级工程师、杨兵祥院长、张建文博士。

的决心。袁平东说道：人才是企业发展的基石，也是企业发展的核心战略之一，昆药持续创新，为人才搭建平台做好服务，我们的角色更多时候应该是服务提供者，而不是以往认为的发号施令者。

同样作为昆药高新人才引进的，还有毕业于美国普渡大学 (Purdue University)，长期从事天然产物有机合成化学的海外高层次人才李剑峰博士：他于2014年进入昆药，作为公司物药设计首席科学家。由他搭建物药设计创新团队，正在用国际一流实验室的管理和科研方法，把实验室成果转化成为工业生产技术。

谈及一年来的工作经历，李剑峰感触颇深，出生于云南的他，毕业后在美国工作，按他的资历和专业成就，可在美国任何大学获得有机化学教授资格并指导博士研究生，但他选择了回到祖国。来到昆药后，他搭建起自己的物药设计创新团队，完善物药合成小试中试平台，为昆药集团在研的化学1类新药合成灯盏花素项目以及3类新药帕瑞昔布钠和罗索司特项目的合成工艺路线优化提供技术服务和支持。他的目标是用美国实验室做研究的方法和态度，带领团队进行创新性研发，为公司的国际化发展助力。

对于公司人才培养方式和人才引进模式，昆药董事汪思泽说：“我们应该破除一些陈旧观念，建立新的体制，让进入

昆药的人都可以合伙人的姿态，而非打工的心态，把公司作为创业的平台来发展。”他指出，互联网时代，年轻人只要3-5年的时间就会很快成长起来。希望人力资源平台制定更多具有挑战性的目标，吸引更多的人才。

平台+期权的合伙人机制

内部管理机制如何激发员工的积极性和创造性？2014年，昆药集团实行了组织架构改革，实行扁平化管理，成立血塞通粉针事业部、天眩清注射液事业部、血塞通软胶囊事业部、潜力品种培育事业部及医药事业部五个销售事业部，管理岗位实行竞聘上岗，虽然之前也实行竞聘，但这一次有更多的年轻骨干参与进来，充分激发了员工工作热情与活力。

汪思泽表示，此举是为了最大限度的发挥员工的主观能动性，让员工真正感受到利用公司的平台创业，而不仅仅为企业打工。对新成立的事业部或创新小组给以干股、期权、投入入股、跟投项目的机制，使其成为真正的创业者。

此外，在现有事业部取得成绩的基础上，未来将让成熟的事业部有更大的自主权，使其在新创造的业绩中有更大的收益。

【昆药生产】

用智能制造，推动昆药生产工艺的国际化

对于一个工业企业来说，产品是核心。《中国制造2025》明确提出：推进工业化和信息化深度融合，推进生产过程智能化，生物医药领域的创新发展被明确提出。

昆药集团作为一家老牌药品提供商，产品质量一直是立企之本，多年来，昆药积极进行生产工艺创新，推进工业自动化，并明确提出了机器代人的计划，致力于打造智能化生产车间，从生产工艺上做到与国际接轨。

用大数据提升生产工艺

《中国制造2025》是我国实施制造强国战略第一个十年的行动纲领，认为目前我国信息化水平不高，与工业化融合深度不够。该战略明确了信息技术与制造技术融合发展，推进生产过程智能化，培育新型生产方式，全面提升企业研发、生产、管理和服务的智能化水平。

“质量是第一位的”，作为昆药集团生产平台的负责人，谢波介绍道，昆药的原料、生产工艺、质量监控等内控标准极其严格，甚至高出了国家标准。生产环节的每一道工序，都实行在线监测和在线检测，抓取了大量的数据，用这些数据集成数据库。通过数据分析，改进和提升生产工艺，在关键工序实行智能化，从而保证整个制剂、胶囊等产品质量的均一性。

众所周知，药品生产车间对空气洁净等级指数要求很高，任何一点疏忽都可能导致产品受到污染，如果流向市场，更

可能对患者的健康造成影响甚至危及生命。因此，在昆药集团的生产车间里，室温、湿度、空气质量、通风情况等环境因素都有极其严格的控制，昆药集团生产车间全部采用计算机智能控制、实时监控，最大程度减少人为因素的影响，计算机会根据实时数据立刻做出相应的调控指令。自1986年国家药政部门对药品质量实行抽检以来，昆药集团的市场抽检合格率连续保持100%。为确保产品质量和用药安全，质量管理部部门有关标准和记录为载体，建立了生产、经营全过程监督管理保证体系。

在60多年的发展历程中，昆药集团先后投入大量资金对口服剂、注射剂和原料药等生产分厂进行全面的GMP技术改造，所有设备和设施均严格按照GMP标准设计和安装，现已全面通过国内、国际GMP认证，这意味着昆药集团不仅拥有先进的技术装备水平，还具有完善的生产质量管理体系。



智能制造：战略性的创新驱动

针对德国提出的工业4.0战略，日前中国政府出台《中国制造2025》，提出了生物医药领域的战略方向，发展针对重大疾病、化学药、中药、生物技术药物新产品，重点包括新机制和新靶点化学药、抗体药物、抗体偶联药物、全新结构蛋白及多肽药物、新型疫苗、临床优势突出的创新中药及个性化治疗药物。

在国家战略出台之前，昆药集团早已开始谋划，力争在新一轮全球制造业的分工和竞争中抢得先机，寻求更大的发展空间。据昆药集团血塞通药物研究院院长杨虎祥介绍，医疗科技的发展趋势表明，未来的治疗将从模糊治疗向精准治疗发展，即以“靶点治疗”为主要手段，而治疗的最高技术将来一定出现在生物药领域。因此，在今年昆药战略发展会议上，提出了未来公司应该以植物药、仿制药为主，以心脑血管治疗领域为核心，并向生物制药领域进军战略规划。

要想紧跟国际医疗科技的发展脉动，就得有研发投入、工艺改进的决心，套用李克强总理的话：“打铁还得自身硬。”在研发投入上，昆药的投入逐年增加，今年的研发费用所占主营业务收入比例，将在去年基础上至少增长一倍。在生产工艺改进方面，昆药提出了“数字化车间”和“智能制造”的理念，旨在通过机器取代人的部分工作，实现工艺的改良，让产品质量更有保障。

目前，昆药集团正在昆明高新区国家生物产业基地建设“昆药生物医药科技园”，建成后将成为世界领先、国内一流的规模化、专业化、国际化生物医药园区，按照现代化工业制造的理念，充分将人工智能运用到生产线上，届时将逐步实现“智能制造”的构想。

昆药集团总裁袁平东表示：昆药将紧跟政府政策指导，以“紧和关键工序智能化、关键岗位机器人替代、生产过程智能化控制、供应链优化”为目标，全面建设昆药智能数字化车间，为我国制造业智能化水平的提升做出应有的贡献。

【昆药营销】

精细化营销 抢占竞争制高点

对于制造业来说，既要脚踏实地的做研发和生产，也要学习和借鉴创新的营销策略和模式。在营销的定义上，不仅仅是把产品卖出去那么简单，昆药集团寻求的是一种精细化的创新营销机制，目的是打造一个可持续发展的营销管理模式。

昆药集团2015年第一季度财报显示：公司实现营业收入9.75亿元，同比增长0.86%；实现净利润7547.18万元，同比增长高达40%以上。数据的背后，是昆药集团大力推进内部改革和战略调整的综合效应的显现，这其中也包括营销战略的创新，让每一个参与营销的人都能分享发展红利。

深耕市场 不仅做大还要做强

昆药集团市场部相关负责人表示，在过去很长一段时间，昆药的营销是围绕在产品战略体系之下的，也就是说，营销就是把好的产品卖出去，为公司下一步发展打好基础，重在执行和落实。这个定位在当时也很重要，但在新的市场环境下，营销也要勇于创新。比如以往的药品销售渠道是医疗机构，现在电商也是一个很重要的渠道。同时，营销的角色也将从原先的支持型，向主导型和拓展型转变。

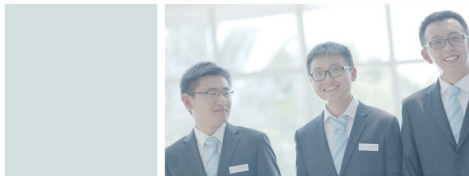
目前，公司三大主营产品络泰®注射用血塞通（冻干）、络泰®血塞通软胶囊和天眩清®天麻素注射液的整体销售都保持平稳增长，在同类产品中具有较强的竞争优势，处于行业

领先地位。其中天眩清占据了天麻素市场半壁江山，连续几年排名第一；络泰®血塞通软胶囊2013年获得中药保护品种认证，络泰冻干粉制剂已进入越南的医保；蒿甲醚制剂已出口到全球40余个国家和地区，连续十几年保持了中国单一药物制剂出口第一的业绩。

毫无疑问，昆药以三棵草（三七、天麻、青蒿）作为整个产品大厦的原料并衍生出生出来的产品剂型、生产规模已相当可观，产品的竞争力没有任何问题。但是，昆药的管理者们也清晰地看到，产品的规模、体量是做起来了，未来把产品和营销做强，在产品研发和市场拓展双双深下去才是王道。

因此，昆药集团发展战略有了一个重大布局的转变，更加明确了未来的发展方向：将公司发展成为一个聚焦心脑血管，专注慢病领域的国际化药品提供商。过去，昆药是一个工业生产企业，重点在产品的制造上，随着战略的新布局，未来昆药将转向药品提供商，以市场为导向，根据市场需求而做出研发、生产、营销和服务的相应部署。

昆药集团总裁袁平东接受采访时说道：未来昆药将继续稳固植物药和化学制药，同时强力进军生物制药。而在市场营销的策略上，将依托专注于慢病领域的“杀手级”产品，精细化管理，做深市场开发，做进药品供应市场的第一梯队。此外，面对现有产品无法满足公司发展需要的现实，昆药集团提出了并购国际化产品和企业，并购治疗值下降以及目前核心治疗领域相关的、有产业协同作用的产品和企业的计划，来拓展企业规模和国际影响力。通过国际合作、国际并购的方式，把昆药带入发展的快车道。



营销创新 合伙人制的多元营销

精细化管理，让专业的人做专业的事，是昆药集团总裁袁平东对精准营销战略的定位之一。他说，今年昆药给产品销售设定的新的营销方向就是：不设总代的、底价核算的、精细化管理的、合伙人制的招商管理模式。精细化管理的核心问题是：团队、产品、制度的规范化、科学化和信息化！昆药集团将把销售团队的基数扩大，增加经销商和终端，同时推行合伙人制的招商管理模式，通过市场细分和纵深拓展，保证足够的利益到达底层级代理商，让每一个参与营销的人都能享受市场红利，旨在打造一种机制，保证合伙人的持续收益。

从2014年开始，公司迈入了营销变革的第二阶段，目标是在广覆盖基础上，进一步挖掘核心产品在中标省份的销售潜力。据袁平东介绍，公司的营销变革分为内外两部分：对内调整销售架构，母公司设立络泰事业部、天眩清事业部、血塞通软胶

囊事业部、特色口服事业部及普药事业部五个销售事业部。对新成立的事业部或创新小组均以干股、期权、投资入股、跟投项目的机制，使其成为真正的创业者。同时完善激励机制，不单纯以利润、收入作为考核指标，还有综合的长远指标参考：对外针对经销商进行筛选，将销售渠道扁平化、对销售能力强的给予倾斜。在药价整体下行的趋势下，公司积极调整营销模式，加强销售队伍的建设，让产品真正下沉到终端。在现有事业部取得成绩的基础上，未来将让成熟的事业部有更大的自主权，使其在新创造的业绩中更大的收益。

一系列的创新举措，让昆药集团在营销改革的浪潮中生机勃勃。用全球发展的战略眼光，激发企业的发展活力与创造力，抢占新一轮竞争制高点，将是昆药集团实现跨越式发展的必经之路。

新常态 新模式 新作为

——昆药集团2015上半年经营工作会顺利召开

综合服务平台 赵中华

综合服务平台 王伟



世间万物，唯变不变。变革是推动社会发展和进步的动力，在“一带一路”战略构想的指导下，随着互联网+医疗的兴起及新医改政策的实施，医药行业迎来难得的发展机遇。传统企业拥抱互联网、积极改革创新已是不可逆转的趋势，我们不仅要跨越认识和思维方式的障碍，还要突破传统业务成功产生的经验、观念和模式束缚。医药行业面临着前所未有的挑战，昆药集团也用自己的行动，开启了全新的转型升级之路。

2015年7月23日，以“新常态 新模式 新作为”为主题的昆药集团半年会，在悦景园度假酒店顺利召开。公司董事长何炯、董事汪思洋、总裁袁平东、经营管理委员会各成员及各部门、各子公司代表等共计260余人参加了会议。

营销改革创新 精细化管理成效初显

此次半年会的一个重要议题，是各事业部及子公司的创新工作报告。各责任人分别从上半年指标达成情况、销售策略执行优势分析、下半年指标分解、销售策略及执行方案、存在的问题等方面进行了汇报。在公司营销精细化管理模式的推动下，各事业部的营销工作中有进，子公司也取得了令人欣喜的业绩。昆中药的大产品战略成效显著；版纳药业四塔修医药传习馆正式开门迎客，迈出了向大健康产业发展的第一步；金泰得药业牵手“易复诊”平台，打造全面完整的疾病管理服务；昆康积极构建公司新发展模式，形成以分销为主，拓展OTC经销、新药、招商与医院业务的多元化格局……各事业部及子公司都在改革创新的道路上锐意进取，探索着互联网时代的企业生存之道。



在总结工作报告中，袁总对集团上半年经济指标完成情况和工作亮点进行了分析和总结。上半年，昆药集团理清了战略，确定了未来发展方向，公司的战略定位为：聚焦心脑血管，专注慢病领域的国际化药品提供商；目标是在2019年实现营业收入过百亿元、净利润十亿元。

根据当前政策形势及行业动态，袁总从研发、中药、医院进药、医保、品牌溢价、互联网发展等几个方面，对未来医药行业的发展趋势进行了预判，在此基础上，袁总对公司当前存在的问题进行了反思，提出改进措施，并对下半年的工作进行了部署。

在营销领域，继续推进营销精细化管理，自建商务队伍，利用互联网推动营销变革，实现跨部门、跨壁合作，整合集团资源，

以用户为中心，以互联网+大健康为项目主要运营领域，打造与医疗和医药方向相契合的、将医生、患者、企业捆绑在一起的昆药智慧医疗生态圈。

在产品方面，通过自主研发及外购，形成丰富产品线，产品将集中于四大产品板块（植物药、化药、OTC、生物药）；植物药板块要挖掘现有核心产品的潜力，开展药经济科学评价进行产品二次开发，让老产品不断的焕发新的生命力；化药板块将充分利用K3N平台国际背景，筛选、引进和推广国际知名药品；在药品零售价格放开大背景下，OTC的发展空间将非常广阔，OTC板块将依托于昆中药丰富的中成品种，整合各子公司的产品，形成昆药大品牌下的丰富产品线，实现业务快速增长；生物药板块将与王庆华教授合作研发的长效降糖药及与Ranl Therapeutics公司的“糖肽胶囊”项目为起点，积极布局新型生物医药，打造研发、销售在国际、国内市场齐头并进的驱动系统。

在并购方面，下半年公司拟并购以色列抗癌药Ceppt等国际项目，同时在日本、美国、欧洲各国积极寻找合作投资项目。公司位于乌兹别克斯坦的甘草项目基地也将于下半年实现试运营；位于埃塞俄比亚的生产基地将完成选址、规划设计等系列工作。

在品牌整合方面，下半年公司将与专业的品牌咨询公司合作，正式启动集团与子公司品牌及产品的整合工作，确定整合及传播方案，进一步推动大品牌的集团化运营，为将昆药品牌推向国际化打下良好基础。

在集团信息化方面，公司已确定合作机构，下半年将把原K/3 Wise系统升级到K/3 CLOUD系统，建设完成营销资源系统、采购系统集成、人力资源管理系统和移动工作平台，预计明年，子公司财务核算、集团的ERP系统将全面建成，真正实现企业运营一体化、业务流程最优化、响应机制最快速的移动化、扁平化的信息大数据管理机制，最终实现企业集团化的管理，即在集团内实现战略的统一、财务的管控、业务的协同。

在组织管理方面，袁总针对新组织架构运营半年多存在的问题，提出了改进和完善的措施，每项工作落实到具体的责任人身上，逐步健全机制，以确保组织快速、有序、健康的运转。



主动出击 持续变革 全方位迎接挑战

在会议的最后，昆药董事汪总先生和董事长何勤先生分别对会议进行了总结。

汪总首先肯定了这一年多来昆药的努力及改革取得的成就，表达了对昆药未来发展的信心和期望，同时也指出了企业面临的危机和挑战。汪总强调，互联网对传统行业的冲击早在几年前就开始了，如果企业只看到眼前利益，满足于现状、固步自封，迟早要被社会淘汰。昆药的创新发展迫在眉睫，持续变革是昆药前行的不二法宝。但是我们的员工思想不够解放，仍然缺乏危机意识，缺乏狼性思维。未来公司的考核将更加市场化，也更加严格，以激发员工的狼性精神和求生的欲望。每个岗位都需要能与之匹配的人才，我们需要变革思想，不变思想就换人。

在产品方面，目前公司虽然确立了产品发展战略，但主要的产品还是集中在植物药和中药领域，国际化程度不高。公司当前最紧迫的任务是如何储备2-3年内能带来效益、并具有持续竞争力的产品集群。如果单靠企业自己做研发，进度就会过于缓慢，昆药应该借助上市公司的资源与平台，通过购买社文、合作、并购、重组等方式，优化产品结构，完善产品战略。

在组织机制上，汪总用一个形象的比喻，昆药就像一艘由无数小船组成的庞大的航空母舰。虽然体积庞大，但不够坚固。如果大家只考虑各自利益，大船沉没的时候，所有小船都会跟着消失，正所谓覆巢卵亡。改革需要所有部门的共同努力，也需要各责任人以身作则，敢于担当，积极有效地沟通，才能促进问题的快速解决和企业的健康发展。

在互联网方面，互联网思维并不是要求公司成为互联网公司，也不可能成为互联网专家。目前昆药和子公司都已招募了互联网思维的种子，但是传统的价值观依然束缚着我们，企业需要反思，是否能提供全新的土壤供互联网思维的生长，领导是否拥有足够宽广的胸怀和开放的心态去迎接新的事物？

在体系整合方面，未来昆药还会继续并购，体系会越来越庞大。但是目前集团和子公司的协同不够，各子公司独立运作，自有一套，很难做大。在信息化社会，集团化运作才是趋势，这样才能充分利用和整合资源，形成良性的竞争和互动。

何董事长当前行业发展趋势及昆药发展现状，从销售改革、产品推广、研发、投资、互联网等方面，对接下来的重点工作提出了几点建议。

销售模式改革方面，在招标价格下降、优质价可能取消的

背景下，基药的增长速度明显放缓，代理商很难维持当前的艰苦销售。原来的销售模式已经行不通，精细化营销必须持续推进，企业要做的是，就是逐渐取消总代，事归所有的商业渠道，保证信息数据畅通到终端，加强学术推广和招租工作，确保学术队伍和招商队伍及时到位。

在产品推广上，公司第二代口服制剂需要进行大规模推广，迅速上量，以取代成粉补剂产品的不足，但目前进展速度过于缓慢，计划不足，缺少人力与资金的支持。要在短期内解决这些问题，企业需要制定更加扎实的奖励及奖励计划。在产品寻找上，不仅要通过并购等途径，还需要企业自己寻找，找到合适的产品后，要挖出亮点，重新包装和定位，积极开展学术推广和销售。

在研发方面，昆药应该和一些大的研发平台、有能力的公司以项目为基础进行合作，合作的项目不限于短期或中长期。

在投资方面，虽然目前公司挑选了一些项目，但进展缓慢。昆药应该充分利用已成立的并购基金，去获得更多的优质项目。这些项目不应该拘泥于化药、中药、生物药、医疗器械，只要有足够的关联性，都应纳入考虑范围。

在互联网医疗方面，何董事长提到，这样的机构应该建立在体制之外，充分授权，如果在传统企业之内运作，很容易受到阻碍；互联网营销的最重要一点，是聚焦产品，快速突破。因此目标不宜太大，集中一点快速突破才能取得较为理想的效果。



一天的会议短暂而紧凑，会议结束，讨论还在继续。在互联网时代，环境变了，游戏规则也变了，传统企业的改革势在必行。然而，改革向来没有一帆风顺，任何改革的成功，都需要不少的牺牲作为代价。面对互联网的洗礼，昆药不能坐失良机，尽管新商业模式仍在探索之中，但它很可能带来无限的机会与可能。无论前方的道路多么曲折，昆药集团都将在创新改革的浪潮中不断探索和前进，我们相信，在所有昆药人的共同努力下，昆药集团在不久的将来，必将成为一个有实力、有担当、有持续创新和发展后劲的国际化药品提供商。



昆明制药正式更名为昆药集团

文/综合服务平台 赵中华

2015年4月2日，昆药集团更名申请通过相关部门审批，正式获得新营业执照，原“昆明制药集团股份有限公司”正式更名为“昆药集团股份有限公司”。更名打破了地域的限制，标志着昆药集团朝着国际化发展目标又迈出了关键性的一步，站在了一个全新的事业起点，并进入新一轮的高速发展时期。

昆药集团启动并推进全新的国际化发展战略早有先兆，2014年，在互联网思维的指引下，昆药集团完成了组织架构改革，正式建立倒三角模式；同年，昆药集团首次涉足糖尿病领域，开发由国家千人计划专家王庆华教授研发的拥有国际和中国自主知识产权的糖尿病一类创新药；在并购领域，昆药集团与平安证券、兴业银行以有限合伙形式成立昆明诺泰医药产业并购基金，致力于挖掘优质投资、并购标的资源；不仅如此，昆药集团大股东定向增资昆药12.5亿元，用于收购北京华方科泰、投资中药现代化建设项目，此举将使昆药集团拥有青蒿素业务完整的产业链，形成全球最大的抗疟药原料药生产基地，并成为全球品种最全的抗疟药品供应商，进一步巩固和提升公司在国际抗疟药市场的龙头地位，促进昆药集团“内生外延”双轮驱动战略的顺利实施。

根据公司制定的最新发展战略，未来昆药集团将发展成为以植物药为重点、以心脑血管治疗领域为核心，逐步扩展至慢病领域的国际化企业。作为国际化发展战略的重要环节，昆药集团品牌发展战略也随之启动。早在2013年，昆药集团就启动了全新VI系统的设计与升级；2015年3月，昆药集团完成新商标国家工商总局的注册，4月获得全新营业执照；在此之前，上交所公告显示，昆药集团的证券简称已由“昆明制药”变更为“昆药集团”，股票代码600422不变。



全新标识 正式启用

随着公司品牌发展战略的推进，昆药集团全新标识正式亮相，企业环境系统及办公事务系统已全面更换完毕。

昆药集团全新标识以蓝绿两色为主色调，蓝色代表蓝天与科技，绿色代表绿地与自然，没有封口的方块向上，体现企业至高至上，积极进取、海纳百川的博大胸怀。新标识的启用，更加符合企业的战略发展规划及国际化定位，预示着昆药集团将成为一家具有国际化视野的现代化企业。



产品升级 全新包装陆续上市

作为新VI重要组成部分之一的产品包装设计，在经过反复讨论与修改后，最终于2015年4月正式与消费者见面。

在设计风格上，新包装依旧保持了原包装的简约风格，但在文字和图案设计上更为简洁明了，高端不失清新，无论美观度还是识别度，都大大高于原包装，符合昆药集团一贯的国际化风格和路线。

包装设计是一个视觉系统工程，是品牌形象设计的延续，也是消费者认识一个品牌的开始。好的产品包装形象不仅能带动产品的销售，还能让消费者在视觉上产生共鸣，记住品牌。昆药集团产品升级受装后，科学、严谨、精确的产品属性更加突出，统一的包装设计风格也更加契合品牌面向未来，走向国际化的发展理念。



目前昆药集团已完成VI系统的更新升级、企业更名、商标注册等系列准备工作，昆药集团将以全新的品牌形象正式亮相于大众视野，进一步完善品牌与产品的整合，为昆药集团下一步国际化发展目标铺平道路，让昆药的品牌发挥更大的影响力，也让昆药的名字在国际市场上获得更多的认可。

昆药集团全新官网正式上线

文/股份服务平台 赵中华

如果您最近打开过昆药集团的官网(www.kpc.com.cn),您会发现整个网站焕然一新,除了启用全新的企业标识外,网站也进行了全新布局。不仅如此,昆药集团的微信公众平台(微信号:kunyaojitian)也进行了优化升级。微官网正式启用,从此以后,通过手机,您就可以接收到昆药集团所有最新、最全的资讯。这也是昆药集团官网首次实现PC端、平板和手机“跨屏同步、三屏合一”的无缝传播,后台系统将会自动识别浏览者的应用设备,并提供适用于相应设备的浏览界面。



业信息;每篇新闻报道的右上方都会有不同的小标志,您可以将喜欢的文章一键分享到QQ空间、微信朋友圈、新浪微博、腾讯微博、豆瓣、贴吧等;此外,网站及微信公众平台都开通了在线咨询的功能,所有咨询信息将根据咨询类别进行分类,并整合到同一个后台,由相关领域的工作人员负责解答,及时为广大消费者提供更为周到、便捷的服务。



除新官网外,公司的微信公众平台也进行了优化升级,微官网同步上线。升级后的微信公众平台将为广大消费者提供更为丰富、详实的企业信息。通过微信平台或直接扫描手机网站二维码,浏览者可在移动端直接进入微官网查询相关信息,并与客服进行在线互动。为了提供更好的服务,昆药微信公众平台还预留了相应接口,为今后移动端更为广泛的应用做好准备。

相较于原官网,昆药集团新官网不仅在外观上做了较大调整,还对每一个功能菜单进行了分类细化,以实用、便捷、美观为前提,结合行业特性,为消费者打造全新的视觉体验。

新官网的主目录由首页、走进昆药、新闻中心、产品中心、投资者关系、昆药国际、加盟昆药、投资者关系组成,每个目录又由若干版块构成,力争为消费者呈现一个全面、丰富、多姿多彩的现代化、国际化的企业形象。为方便广大网民的使用,网站在很多细节上做了精心的设计。例如网站右侧始终出现微信公众账号及手机网站的二维码,以供消费者多渠道获取企

与此同时,昆药集团已成立互联网运营管理平台,相关工作已开展。在互联网时代,我们需要充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用,将互联网的创新发展深度应用于医药领域。移动互联网的高速发展,让我们在接受其资源和技术的同时,也看到了利用互联网解决消费者看病难、看病贵等现状的希望。昆药集团积极主动地拥抱互联网,对互联网基础设施进行优化升级,为企业未来在互联网领域的发展奠定了良好基础。今后,昆药将充分利用互联网技术和传播手段,让昆药与人类、与健康关联,充分利用大数据,为企业的合作客户、消费者提供更加便捷实用的健康服务,也为社会的发展做出更大的贡献。

昆药集团公司新标识商标获准注册

文/综合服务平台 李世勇



2015年4月24日，我公司收到了国家商标局发放的第13969316号“昆药集团KPC”图形商标注册证（5类），该标志着公司新标识（logo）获得了法律保护，产品更换新包装的最后一个法律障碍被消除、法律风险得以化解，新包装产品可以顺利上市。

“昆药集团KPC”图形自2014年初被确定为公司新标识，为保护公司知识产权，相关职能部门在委托商标代理机构进行在先相同或近似商标查询后，随即进入商标申请流程，2014年1月23日获商标局受理。在该商标申请期间，历经了新老《商标法》、《商标法实施条例》更替，商标局信息系统出现严重故障、相关文书无法制作等困难，最终在公司各级领导的高度重视和支持下，在各平台的协助、配合下和代理机构的不努力下，2014年12月13日通过商标初审，2015年3月14日获准商标注册，2015年4月24日取得商标注册证。该商标申请、审查、发证的全部流程完成时间（15个月）创造了公司商标注册的新纪录，这主要得益于公司具有知识产权管理的良好基础，即构成该商标的英文“KPC”、中文“昆药”等文字商标，公司已先注册，因此该商标成功注册为公司新包装产品的顺利上市提供了法律保护！

同时，该商标在保健食品、药品批零、医疗服务等其他类别的注册申请也已获得批准，预计2015年内将陆续取得相关商标注册。

昆药集团研发平台质量分析部喜获实验室认可证书

文/血塞通药物研究院 方芳

近日，研发平台的质量分析部获得中国合格评定国家认可委员会（英文名称“China National Accreditation Service for Conformity Assessment”，以下简称“CNAS”）的实验室认可证书。

CNAS是由国家认证认可监督管理委员会批准设立并授权的认可机构，统一负责对认证机构、实验室和检查机构等相关机构的认可工作。通过获得CNAS认可，可有效提高昆药集团研发项目质控水平，提高社会信任度，确保仪器性能良好，提升人员的专业技术技能和素质，满足药品招标采购对投标企业的资质要求。例如《上海市医疗机构集中采购公告》中其他条件就有一条：企业实验室获得国家实验室（CNAS）认可证书。



昆药集团在73届上海全国药品交易会扬帆起航

撰文 / 市场部 侯文波



2015年5月15日至17日，第73届全国药品交易会在中国国家会展中心举办。在这中国医药行业规模最大、影响最广的行业盛会上，昆药集团进行了一次全新的亮相。公司突破了“昆明制药”这一明显的地域性，将“昆药集团”这一新的企业名称、崭新的以蓝绿两色为主调的标志以及全新的产品包装亮相于世人，我们带着“创新求变”的理念“扬帆起航”。

此次药交会深受公司领导重视，108平的展示空间，透着国际化简洁时尚的造型，在众多的展台脱颖而出。昆中药、金泰得、版纳药业三家子公司在灯箱片和产品包装上也突出各自的企业特色。总公司及分公司的各级领导也亲临现



场。市场部作为药交会的筹备部门，对展会前期的方案竞标、投票、布展及展会期间的广告宣传都做了细致的策划和周密的安排，不断的完善展台设计方案、产品广告资料的审核，使得108平的展台就彰显了集团的主体地位，同时又体现了各子公司独特性。四个独立的展示区，各展示区均设有独立的灯箱广告、样品展示架、接待台及资料摆放台。昆药集团重点展示了格泰系列、天脉清系列、灯银脑通、银杏胶囊和草乌甲素等产品。

在这次展会上，昆药集团新标识、新包装、新VI系统的启用预示着公司国际化发展的方向和决心。2015年5月15日，让我们铭记这个日子，昆药集团在上海药交会的大船“扬帆起航”。



昆药集团博士后科研工作站 龚博士顺利出站

图文 / 研发平台 曹俊平



2015年6月5日下午，昆药集团与中科院昆明植物研究所共建的博士后科研工作站，举行了在站博士后龚俊静先生出站工作报告答辩会。合作单位原则所长刘吉开研究员、罗怀容研究员、李艳研究员，博士后导师赵金华研究员（博士后导师何勤董事长因故不能到会）、国家新药审评专家尚建华高级工程师，以及昆药集团的杨高祥院长、研发平台张伟、曹俊平高级工程师参加了工作报告答辩会、人力资源平台罗红旺主管参加了会议。



报告会由刘吉开研究员主持，首先龚俊静博士对其开展的（KPC-XM14抗血栓活性研究）工作进行了简要的汇报，然后回答了多位专家提出的技术问题以及今后需完善的工作，与会专家认为龚博士在站期间所做工作完成并超出了课题研究计划，取得了突破性成果，超过了预期目标，最后与会专家无名记投票表决同意其出站。



龚俊静博士是公司博士后工作站招收的第三位博士后，其立足公司在研的重大项目KPC-XM14，经过2年多的大量研究，系统性的研究清楚了该品种的作用机理，为本课题下一步的成功注册和今后的深入开发打下了坚实的基础，同时龚博士的顺利出站，对于公司培养高级研究人员具有重要的意义。





云南创客——昆药与你同行

文/孵化事业部 马露

4月1日下午,“云南创客会首发大会”在昆药集团股份有限公司二楼会议厅隆重举办。云南创客会是针对创客提供服务的公益性组织和项目孵化基地,本次会议邀请的嘉宾分别来自昆药集团、俊发地产、银海地产、美菱集团、云南省农科院、昆百大珠宝、招商银行、民生银行等知名企业单位。

会议中,各领域的创客达人分享了自己的创客经验,袁平东总裁作为昆药创客的代表发言,他对创客会的成立表示由衷的祝贺,并对昆药的创客事业提出了殷切的希望。借着云南创客会的首发,昆药孵化事业部第一个创客项目——云南芒泰高原康康风研究中心的“滇芭果片”也圆满完成各项准备工作,正式进入孵化阶段。

会议最后,昆明日报、昆明电视台、中国网、云南交通之声、腾讯云南站、新浪云南站、青年与社会杂志等省内知名媒体参观了昆药的历史文化展厅并对本次活动进行了报道。

“昆中药传统中药制剂” 参加第五届全国非遗联展

文/昆中药 陈宗凤 图/王云鹏

由云南省文化厅、云南省文物局主办的2015年云南省文化遺產日系列活动之“中华技艺·百县百艺”昆明首展第五届全国非遗联展于2015年6月13日至6月15日在云南省昆明市官渡古镇举办,“昆中药传统中药制剂”作为昆明市18个参展项目之一参加了展出。

今年6月13日是第十个中国遗产日。此次联展全国共计100

个非物质文化遗产项目参加展陈,其中云南省内60个,省外项目40个。展示了全国非物质文化遗产精湛技艺,为各省(市)、自治区、直辖市的国家级、省级非遗名录项目或传统技艺搭建“宣传、交流、展示、利用”的平台,促进省际间非物质文化遗产的保护交流,使广大民众感受体验民族民间传统技艺的魅力。



昆中药非常重视此次联展,林钟展总经理在总经理办公会上同意参展方案。昆中药技术总顾问谢民秀代表公司领导现场指导。昆中药组成了非遗联展小组,负责这次联展。联展小组由综合管理部综合档案室科长、非遗办成员陈宗凤带队,中药材炮制区级代表性传承人李恒现场展示炮制技艺,营销业务员陈家强和金宏廷讲解梅苏颗粒等常用药。

6月13日上午,开幕式后,参观的嘉宾陆续来到“昆中药传统中药制剂”展位前询问。公司技术总顾问谢民秀女士向云南省文化厅非遗处处长赖永辉等领导介绍了公司传承情况。展示现场,咨询和了解的市民络绎不绝。14日下午,一位深爱祖国传统中医药的梁女士,大学时学英文专业,现在从事旅游工作,业余的最大爱好就是学习和钻研中医药学。她对

“昆中药传统中药制剂”作了详细了解,坐下来和李恒仔细交流。李恒讲解了昆中药从药品采购如何把好质量关,到中药材炮炒煅炙的每个流程,梁女士拿出笔记本仔细记录。看到这样的“铁杆粉丝”,大家更觉得我们从事这项工作的神圣,尽管市民们的问题更加仔细认真了。

一位重庆客户看到昆中药展示的产品说:“你们都是国家级非遗项目了,我绝对相信你们产品。”当即表示要买两盒益气健胃膏,我们解释,我们只是宣传展示,不卖产品。但他还是说对这个药品很感兴趣,最后,热情的小金打电话给药店工作人员给他送过来了药品。展示最后一天,云南省文化厅现场给昆中药李恒颁发了“优秀展示奖”荣誉证书。为期3天的非遗联展,虽然由于周六、周日加班两天,错过了南博会,但是非遗联展组觉得很有意义!

链接

易复诊系统集合“医患沟通”、“健康档案”和“药品购买”三大功能，能够为客户提供由过去的“诊断”、“诊中”，延伸至“诊后”阶段，改善现在的医患服务模式。

文 / 经济观察网 国尧

昆药集团再打组合拳 收购贝克诺顿

文 / 证券日报 冉伟华

战略布局国内外市场 看好未来全球前景

自上周投资500万美元参投美国RaniTherapeutics有限责任公司，看好蛋白质和多肽类药物巨大需求市场后，昆药集团再次发力打出组合拳，7月7日公告称：出资3亿元收购已经占股50%的中外合资公司——昆明贝克诺顿制药有限公司（英文名称：KBN）50%股权，这样昆药集团拥有了KBN100%股权。

据了解，KBN经过多年的发展，在国际市场上也建立了代理制为主的销售网络，在国内和国际市场上均取得了一系列令人瞩目的成绩。为更加高效、灵活的提升KBN的管理，进一步整合与TEVA的资源，发挥双方的最大优势，同时为符合TEVA（全球最大的非专利药企业——以色列梯瓦制药工业有限公司）的全球战略的方向和昆药集团的战略发展，TEVA最终同意出让由其控制的50%股权，由中方股东对KBN进行全面管理和整合提升。

为此次收购，昆药集团做了大量细致的工作，并设立了美国子公司，通过集团总部和美国子公司分别收购美国贝克诺顿的全部股权。收购完成后昆药集团及美国子公司将持有100%的中美合资KBN股权。

昆药集团方面表示：通过此次并购将受益匪浅，以下有利用资源将有力的支撑KBN的快速发展：

一、在今后的15年KBN将继续作为TEVA的唯一经销商和注

册代理，TEVA将专注于提供优质产品，进一步挖掘产品提供的潜能，将其最大的优势发挥出来；

二、KBN将获得交易前双方股东在中国的包括品牌在内的全部无形资产，并能获得与“贝克诺顿”相关的品牌、商标等无形资产在全球大部分地区的权益。KBN将获得以上无形资产的全部权益，为今后的国际市场开拓提供更大的便利。

三、KBN将发挥其产品资源、品牌、推广队伍等固有优势，成为昆药集团全面进入化学药推广及营销的化学药平台。

四、KBN将充分发挥在化学药品引进的优势，为集团进一步化学制剂的国外品种引进、国际合作、并购，为整个集团的国际化发展提供资源和基础。

收购标的介绍：

昆明贝克诺顿制药有限公司（Kunming BakerNorton Pharmaceutical Co., Ltd., KBN）成立于1992年，是云南省医药行业第一家中外合资企业、国家高新技术企业、国家鼓励类外商投资企业，是中国GMP药品质量管理、产品领域的国际合作和产品学术推广领域的先行者之一。公司产品定位于高端产品，在国内抗生素及骨关节领域享有专业品牌知名度。主要产品有阿莫西林系列、头孢克肟系列、阿法三三、阿洛法、斯霸普系列、利巴韦林喷雾剂等。在国内抗生素、骨质疏松、骨关节药物、儿童呼吸道感染药物治疗领域占据了领先的份额，并享有专业品牌知名度。2005年，全球最大的非专利药企业——以色列梯瓦制药工业有限公司（TEVA），通过并购成为KBN的外方股东。

昆药集团牵手百洋“易复诊” 打造诊后疾病管理服务模式

7月5日，昆药集团股份有限公司与百洋医药集团旗下“易复诊”平台达成战略合作意向。

昆药集团股份有限公司（昆药集团 600422.SH）成立于1951年3月，2000年12月，在上海证券交易所上市。公司拥有深厚的专业制药经验，是国家重点高新技术企业、中国医药工业百强企业。百洋医药集团则专注于健康产业投资，主要投资健康品牌、企业股权及健康产业相关企业，目前集团旗下设百洋医药、百洋投资和百洋地产三大业务板块。

据了解，昆药集团旗下金泰得药业与“易复诊”平台此次签署合作协议后，双方将进行全面的战略合作，特别在面诊后医生如何为患者提供全面完整的疾病管理服务，如何促进医院医生线上服务转型，如何改善医患联系，提高医患关系的信任度等方面开展持续深入的探索。此外，在移动互联网的新形势下，双方也将就医医营销模式展开新的探索。

目前，随着“互联网+”模式的不断加深，医药行业也掀起了互联网的浪潮，移动医疗板块更是最受资本的追捧。互联网BAT巨头在移动医疗领域的遍地开花备受瞩目。然而，尽管现在已经推出的移动医疗APP种类繁多，但是绝大多数功能定位在网上预约和诊前问答，能够真正实现会诊就医购药等患者需求闭环的行业APP则屈指可数。

百洋医药集团副总裁王国滨表示，“‘易复诊’是经过我们移动医疗团队长期研发推出的移动医疗终端，旨在打造智慧医疗生态圈。相对于其他移动医疗系统，易复诊更注重与医疗和医药改革方向相契合，致力于让使用体验与医疗场景相符，以成为医生和患者最便捷的诊后及出院后的疾病管理工具。”

据悉，易复诊系统由连续多年入围全国信息化500强的百洋医药集团投资，旨在打造完善的智慧医疗生态圈，目前已具备

成熟稳定的第三方移动信息服务平台及高效率、符合电子商务标准的GSP物流平台，通过推出医生端、患者端和药端等不同端的互联网应用APP端和Web端，充分满足不同用户的需求，为医院、医生、患者、企业及政府相关部门提供共享的信息交换与药品服务。

易复诊系统集合“医患沟通”、“健康档案”和“药品购买”三大功能，能够为客户提供由过去的“诊断”、“诊中”，延伸至“诊后”阶段，改善现在的医患服务模式。百洋健康网COO、移动终端事业部总经理胡庆进一步表示，易复诊现今已覆盖全国23个省市，约计80余家医院，10,000余名医生正在受益于系统的支持，已成为现在国内最大的全面线上医疗平台之一。而这，也正是昆药集团看重，并最终选择与易复诊平台签约合作的最核心因素。

提到此次与百洋“易复诊”平台的合作，昆药集团执行副总裁、金泰得药业董事长汪绍全在签约仪式上表示，“百洋医药集团以丰富的行业经验为导向，为需诊后患者量身设计“易复诊”平台正是我们目前迫切需要和寻找的。该平台的设计理念与我们企业的发展战略相符合，通过与“易复诊”的合作，可以直接填补我们在移动化医疗方面的空白，而且还破解了当下药品类标面临的问题和门槛，同时也给我们的医药营销带去了新的思路，是一次非常值得期待的合作。”此次与易复诊平台开展合作的金泰得药业股份有限公司，是昆药集团旗下子公司。公司主要开发和利用三七生物资源进行药品生产、研究及销售为主，核心产品为血塞通片剂、滴丸、颗粒，加上昆药集团的血塞通软胶囊和血塞通水针剂、水针，可谓囊括了血塞通类药品最全的剂型，也在逐渐数字化中成为了血塞通类药品生产企业的行业标准和楷模。金泰得药业在尊重传统的同时，也在努力做到创新发展、与时俱进，积极探索新的发展方向、迎接新的合作伙伴，立志成为三七类药品生产的领军企业。

神秘医药股可能将迎来好几个涨停板，不容错过

文/ 春柏蓝

最新消息，昆药集团2015年7月8日晚间公告宣布昆药管理层决定增持公司股份450,000股至1,250,000股。7月9日昆药集团再次发布增持公告：公司实际控制人、华立集团董事长王力成先生，决定自2015年7月9日起三个月内，累计增持昆药股份1500,000股。此举不仅充分显示了公司大股东、公司高管对昆药未来发展和业绩增长的信心，也显示了他们对公司价值的高度认可以及支撑公司业务稳定增长的决心。

大股东及公司高管增持对企业发展信心十足

据昆药集团2015年7月8日晚间公告显示，以董事长柯勉先生为首的董事、监事及高级管理人员，决定自2015年7月9日起三个月内，累计增持公司股份450,000股至1,250,000股，增持所需资金为自筹，并承诺增持完成后6个月内不转让本次增持的公司股份。

据悉，昆药集团此次增持的部分核心管理人员自2010年起，已连续执行了两届《昆明制药集团股份有限公司限制性股票激励计划》，即从2010年开始，这部分管理人员已连续六年从二级市场购入昆药集团股份。令人关注的是，此次增持距上次管理层从二级市场购入股票（2015年5月7日）仅两个月时间，昆药集团高管对企业发展信心不言而喻。

在昆药集团发布公司高管增持公告后的第二天，也就是2015年7月9日，华立集团董事长王力成基于对昆药未来发展前景的信心，积极响应政府号召，决定增持昆药集团股份。这是继大股东华立集团12.5亿定增昆药集团后，再次表明对昆

药未来坚定看好的信心，也是继5月7日，7月8日昆药集团高管两次增持后的又一次坚决表态。

外延并购 强势进军慢病领域

随着昆药集团现有业务和组织架构逐步理顺，外延并购将成为公司2015年的主旋律，有望打造更多利润增长点。根据昆药集团的发展战略，未来将依托互联网，打造以心脑血管疾病为代表的慢病领域的国际化企业。

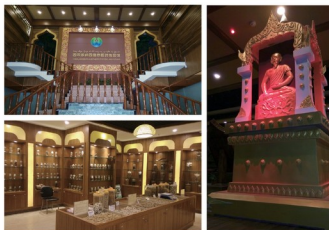
至此，昆药集团的布局已然明确：在云南构建以植物药为重点的研发和制造基地；在北京打造以化学药为重点的研发基地；在上海打造以生物制药为重点的研发基地。同时，在日本、美国寻找的项目基地也指日可待，以昆明贝克诺德有限公司为国际市场的化药制剂生产销售平台，以美国Ran1 Therapeutics公司的“糖针胶囊”项目作为起点，布局新型生物医药，打造研发、销售在国际、国内市场齐头并进的三轮驱动体系。届时，一个有国际范儿、有实力、有担当、有持续创新和发展后劲的现代化医药企业，将应运而生。

西双版纳四塔傣医药传习馆：傣医药的文化窗口

独具特色 受到欢迎

走进位于傣庄西双版纳景洪市的西双版纳四塔傣医药传习馆，就像走进了一座充满艺术气息的植物博物馆和天然药房、南药展示中心，生动逼真的热带景观引人入胜，排列整齐的标本让人目不暇接，傣医药文化长廊带人探寻民族医药的神奇……在这里，你可以了解傣药材的名称和功效，开阔眼界，增长知识，也可以求医问药，解除病痛，强身健体，甚至还可以在充满草药清香的阅读室安静地浏览傣医药书籍和上网查阅资料。

4月27日，记者走进西双版纳四塔傣医药传习馆，感受全国首个四塔傣医药传习馆的与众不同。



在悠扬的葫芦丝声中，我们走进了森林区，微缩的原始森林里摆放着孔雀和黑熊标本，展示了西双版纳独有的森林生态，让人窥见西双版纳动物王国和植物王国的神奇；在标本区，三叶蕨、猫须草、竹叶兰、薄荷等500多份水浸标本和腊叶标本，将应用于傣药、南药的植物原貌完整的展示给游客；在傣医药文化长廊，图文并茂地介绍了傣医药的起源、传说，傣医药的简介和傣医传统疗法；在多功能厅，通过电子触摸，能够方便快捷地查阅傣医药资料；在理疗区，结合传统方法和现代科学，可以体验傣医、按摩、推拿、刮痧、拔罐等傣医十大传统疗法；在产品展示区，还可以欣赏到品种丰富、包装精致的100余种特色傣药。

据悉，傣族传统医药是傣族贝叶文化和我国传统医药的重要组成部分，与藏、维、蒙医并称为“中国四大民族医药”。是西双版纳傣族人民在长期的生产生



“暖雅”（睡药疗法）

搭建平台 各方受益

西双版纳版纳药业有限责任公司是一家以傣药为主体的药品生产型企业，致力于傣药的研发和生产。2014年在昆药集团的引领下，集团拟投资3500万开展《西双版纳四塔傣医药传习馆》项目，向全世界人民展示西双版纳独有的药物资源，同时通过傣医药的历史传说向游客展示傣医药的神奇理论和医药体系。通过传承、推广、宣传傣医药文化，扩大傣药在全国的影响力，为傣药走向全国市场做铺垫。

传习馆占地1560平方米,设立热带雨林、标本展示、文化长廊、多功能厅、理疗、多媒体室、产品展示等区域,向参观者介绍傣医药的历史、现状、发展,傣药资源,傣医特色疗法等,售卖各种独具特色、疗效明显的药品和保健品。

建馆过程中,西双版纳药业有限责任公司依托热带雨林资源优势,专注于傣医药发展,通过建立傣医药传习馆进入大健康领域,展示西双版纳植物多样性、药材广泛性以及傣医的特色疗法和傣医学理论

活实践和与疾病斗争过程中,认真总结民间流传的傣医、傣药基础上,吸收了随南传上座部佛教经典传入的印度医学、药学知识,汲取汉族中医知识,创造出具有民族特点和地域特色的医学、药学理论。它以傣医“四塔”“五蕴”理论为指导,包含的人体组织结构和精神感知系统,对治疗疾病阐述了傣医对人体物质和精神关系的认识,对预防疾病有独到的见解,符合现代人天然、绿色、健康、养生的需求。

据西双版纳四塔傣医药传习馆负责人胡臣介绍,项目通过一年的筹备和建设,于今年4月12日试营业,吸引了国内外众多的团队游客前来参观。其中,傣医药历史传说区最受人瞩目和欢迎。一名来自泰国的游客告诉记者,通过了解傣医药的历史发展,知道了傣医药区别于其他医药的“四塔五蕴”医疗体系,对神奇的“风病论”和“解药论”产生了极其浓厚的兴趣。

同时,充分利用西双版纳旅游的独特优势,加大对游客的宣传促销力度,扩大傣医药的认知度,通过传习馆的宣传、体验和推广,加快傣医药康养生、未病先治的市场化应用。

为提高传习馆的权威性和影响力，西双版纳药业有限责任公司加大与州民族医药研究所、西双版纳傣医药的合作力度，请技术人员制作标本和医疗器具，聘请林艳芳等著名傣医为馆内专家顾问，收集整理傣医药的系统文字资料，售卖疗效独特、市场认可的傣药、保健品。一位长期被胃病困扰的顾客告诉记者，自从食用了傣药

双姜胃痛丸后，胃病改善了很多，现在自己是该药的忠实“粉丝”；而前来参观的许多游客，则对石斛、傣医院制剂等产品很感兴趣。

“对于游客，我们将加大傣医药的宣传、体验和推广力度，提高傣医药的知名度，使这一民族医药奇葩绽放出夺目的光彩；对于本地市民，我们将开展预约、打折等活动，使市民受益，达到康体养生、未病先治的目的；对于企业来说，我们将通过这一平台，更好地整合资源，把资源优势转变为经济优势，做大做强企业。”谈到今后的工作重点时，胡超这样告诉记者。



西双版纳版纳药业有限责任公司
XISHUANGBANNA BANNA PHARMACEUTICAL CO., LTD.
မြန်မာအစရှိသောမိမိတို့သည်လည်းကောင်း၊ မြန်မာနိုင်ငံတော်အတွင်း



(产品新包装)

双姜胃痛丸

傣名“雅叫帕中补”，意为“亚洲宝丸”；
被冠予“治胃之宝药，调理之奇药”的美称。

民族医药中的奇葩——傣王御用品：

保护胃黏膜，中和胃酸；

独家研制生产的国药准字号药品。

功能主治：

理气止痛，和胃降逆。

用于中焦气滞所致胃脘痞满胀痛，慢性浅表性胃炎见上述证候者。



全国招商电话：0871—65361635

生产地址：云南省景洪市澜沧江路39号 邮编：666100

电话/传真：0691—8993167（景洪）

网址：www.xsbnny.com

乙酰天麻素，新一代的天麻制剂

文/营销服务平台 唐文琳

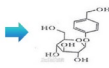
天麻自古以来就是非常名贵的药材，早在《神农本草经》中就有关它的记载，当时名曰“赤药”，在此书中称其具有“久服益气力，长阴，肥健，轻身，增年”的功效。李时珍《本草纲目》记载“天麻，乃肝经气分之药”。在2010年版的《药典》一部中，对天麻的功能与主治描述为“息风止痉，平肝阳，祛风通络。用于小儿惊风抽搐，破伤风，头痛眩晕，手足不遂，肢体麻木，风湿痹痛”，可见天麻的药用价值很高。

在天麻两千多年的应用历史上，共经历了三代天麻产品：第一代为天麻的中草药饮片以及天麻为组方的中药制剂，例如全天麻散

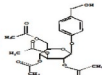
膏、天麻头风灵胶囊等。二十世纪七十年代，由中科院植物所周俊院士等人在对天麻深入研究的基础上，应用现代的提取、分离技术，从天麻中获得了其有效成分——天麻素。天麻素在天麻中的含量很低，一般仅为千分之五，体现了对天麻精华的高度浓缩，是天麻的第二代产品，例如天麻素胶囊或天麻素片即是这一有效成分的单体制剂。单体制剂是去除天然植物中对人体无用或有害的成分，提取单一的、有效的活性成分，采用现代药物工艺而制成的制剂，具有针对性强，疗效确切、直达病源的特点。



天麻



天麻素



乙酰天麻素

由于天麻素水溶性较强，口服后生物利用度较低，同时也并不容易通过血脑屏障进入脑部发挥作用，因此天麻的口服制剂效果不理想。为解决这一难题，二十世纪八十年代后期，昆药集团的技术专家团队对天麻素进行了结构优化。在优化过程中，研究人员采用定量构效关系 (QSAR) 分析以寻找结构规律，并合成了13个有效的衍生物。通过对这13个衍生物结构、活性、药理进行对比分析，最终得到了理想的天麻素衍生物——乙酰天麻素。乙酰天麻素的化学名为4-羟苯基-2'-3',4',6'-四-O-乙酰-B-D-吡喃葡萄糖苷，分子式为C₂₁H₂₆O₁₁，分子量为454.2。与天麻素相比，乙酰天麻素在分子结构上引入了脂溶性较大的四个乙酰基，由于脂溶性的提高，药理实验证实，产品具有了生物利用度高，容易通过血脑屏障的优点，其镇痛指数达到了天麻素的1.77倍，在天麻产品中最为合适口服给药，真正做到了传统中药与现代科技的完美结合，因此被誉为天麻素的第三代产品。

乙酰天麻素可以调节大脑皮层兴奋与抑制之间的平衡，增加

脑血流量并缓解脑血管痉挛，多途径重调海马神经，具有安眠、镇静、镇痛、镇静的药理作用，可用于治疗失眠、神经衰弱、焦虑障碍、偏头痛及紧张性头痛等疾病。在6省市14家医院684例双盲、对照、随机多中心的临床试验及20多年的临床运用中不断证明，乙酰天麻素片具有传统中药的作用温和、持久，疗效显著，安全性高的特点，并且长期使用不易产生蓄积性毒性，不良反应仅与安慰剂相当，没有生殖毒性。

四个乙酰基的增加，看似简单，但背后是昆药科研团队日以继日，不断探索的忙碌身影，是科研勇于创新的宝贵精神，是昆药人致力于人类健康的坚定态度。正是这种坚定的科研信念，使天麻这种传统的珍稀名贵药材可以不断绽放光彩，以乙酰天麻素片这种更适宜口服的天麻制剂形式来承载其功效。较之天麻的有效成分天麻素，乙酰天麻素以更高的脂溶性，更强的镇痛指数，更佳的药物疗效福广大的患者，帮助患者摆脱失眠、神经衰弱、焦虑障碍、头痛的困扰。



银苓胶囊·傣药名方

文/营销服务平台 唐文琳

西双版纳这块神奇的土地孕育了丰富的动植物资源。生活在这里的傣族人民经过千百年来对各种植物的试身口尝，得其甘苦，总结和创造出了以“四塔”和“五蕴”为核心理论的傣药，并创立了民族医药奇崛——贝叶经，其中记载了许多至今仍然非常有效的天然药物方剂。傣药与藏药、蒙药、维药并列为我国的四大民族药。

在傣药中，最具特色的药物之一即是“排瘴yapei”，意为“解药”，专解体内的各种毒邪，强调在未发病或初发病时，通过预防和干预，防止疾病的发生，从而使这种潜伏状态向健康的方向转化。傣族名医康朗合在“四塔五蕴”和“排瘴”的理论基础上，根据几十年的医疗工作经验总结出“排瘴膏”一药，用于治疗风湿热毒。康朗合被称为傣族人民的好“摩梭”（医生），他行医多年，有丰富的临床经验，医术高超，医德高尚，深受广大患者的爱戴和信任。康朗合在1990年的时候，经国家批准成为首批持证带证的傣医指导老师。“排瘴膏”意译为“清热降火的解药”，在民间应用历史悠久，疗效显著。其清热补益的疗效使得本方不仅在傣族地区广为流传，甚至周边其他少数民族地区包括汉族在内的儿童也纷纷慕名使用，均得以治愈。

为了使更多患者受益，康朗合无偿献出此良方，交由昆药集团和西双版纳州傣医医院联合开发。经过科研人员的艰苦努力和科

学探索，将其开发为现代传统药制剂——排瘴黄胶囊。排瘴黄胶囊在保留其原方的原汁原味的情况下，提取四味药材的主要有效成分，使之保留了原方确切的疗效，而且具有整洁、美观、容易吞服，在胃肠道中分散快、吸收好、生物利用度高等优点。排瘴黄胶囊于1998年获云南省批准，滇Q061339-1998，同时根据国经贸字[2000]452号文件，被列入“2000年度国家级新产品试点计划”。并在2002年的时候作为国家标准，获国家生产批文，批准用于治疗外感风热所至的发热、咳嗽等上呼吸道感染等。为了使公众理解和推广使用，排瘴黄更名为银苓胶囊。

银苓胶囊由金银花、黄芩、鱼腥草和三七叶四种植物相助组方而成，方中的金银花，性寒味苦，有解“疮痍扰毒”（热风毒邪）之功；黄芩性寒味苦而助金银花发挥清热风毒邪、破邪“家卓塔”（火）之作用而降热；鱼腥草性凉辛寒苦气腥，专入上盘而解在上之风热毒邪、化热痰，助上二药发挥更大的泻火毒、化热痰、止咳喘的作用；三七叶性温味苦温，具有温水定痛之功，且有一定补益作用、增强机体抗病力，助上三药发挥更好的泻火泻火解毒毒邪的作用。全方合力起到很好的补益温火泻火解毒毒邪的作用，共同发挥清热解毒、清宣风热之功，故能治疗风热毒邪之疾病。

在2003年非典爆发的时候，银苓胶囊被云南省药监局推荐用于“非典”预防，并得到了中国中西医结合学会的肯定，在此期间，昆药集团积极迅速地向社会捐献出价值100万的银苓胶囊支援非典。银苓胶囊发展至今，已远远超出了康朗合先生对其“进一步开发研究，扩大应用，为患者解除病痛”的最初心愿，主动承担了更大的社会责任，不断体现民族药对人民健康所担当的崇高使命。





原研血塞通标准拟定者 血塞通的品质之选

文/ 营销服务平台 张云波

络泰®血塞通软胶囊

六大优势

三七是我国传统名贵药材，享有“南国神草”、“金不换”等美誉。现代医学已证实三七中药理活性的成分是三七总皂苷。近年来，国内外学者对三七总皂苷进行了一系列研究，发现其具有扩张血管、降低心肌耗氧量、抑制血小板聚集、延长凝血时间、降血脂、清除自由基、抗炎、抗氧化等药理作用，广泛应用于心脑血管和相关疾病的预防和治疗。现在广为人知的络泰®血塞通软胶囊的主要成分即为三七总皂苷。

早在上个世纪70年代，昆药集团就首家分离出了三七总皂苷中间体，并于1983年首家应用于临床，1985年首家申请使用“血塞通”名称，1999年首家采用招徕语对产品进行质量控制，2003年络泰®血塞通软胶囊获得国家知识产权局发明专利，2005年成功上市，2013年获得中药保护品种认证。

昆药集团一直以来都是三七总皂苷的国家质量标准的拟订者，拥有多项技术专利和独得工艺，引领整个行业的技术革新。为了确保络泰®血塞通软胶囊皂苷的高含量和高纯度，原料均来自于“云南文山”昆药集团GAP种植基地，并且只采用皂苷含量最高的芦头部位进行提取。络泰®血塞通软胶囊的总皂苷含量高达85%以上，远远高于国家标准10个百分点。此外，为了确保络泰®血塞通软胶囊皂苷的均一性，每个生产环节都采用了现代化高科技设备进行质量控制，因此最大程度发挥了三七的药效价值，同时突破了传统中成药成分不均一、疗效差异性较宽的瓶颈。



- 1、口感好，掩盖了药物中挥发性成分的不良气味，便于服用。
- 2、服用量少，携带方便。
- 3、有效成分含量高，其最大限度保留了挥发性的有效成分。
- 4、进入胃肠迅速溶解人体吸收，达到有效血药浓度显著。
- 5、生物利用度高，采用先进的制备工艺，内容物为高科技萃取精华，杂质含量低，不含生药粉，更符合卫生学指标。
- 6、软胶囊，一次成型，全封闭型，避免久置后出现崩解不合格等现象。

中国高尿酸痛风领导品牌 ——芒泰®芒芒果片（压片糖果）



100%天然水果萃取，源于自然，回归健康

产品说明

距今4000多年前，印度人发现了野芒果，并就地可吃的芒果。而第一个把芒果印刷到印度国以外的人正是中国唐朝的高僧玄奘法师，在《大唐西域记》中有“庵波罗果，见珍于时”这样的记载。云南省凭着自身的自然环境和地理区位优势研究开发出中熟种、晚熟种等品种的芒芒果，在西双版纳、德宏、思茅、丽江等地均有相当的产量。芒果素有“热带果王”的美誉。祖医学认为，芒果味甘、酸、性凉，具有益胃止呕、理气止咳功能。

芒果的降酸功效

芒果果不仅含有丰富的维生素A、B、C以及蛋白质、胡萝卜素、叶酸等营养物质，其中微量含有的黄酮类物质更是拥有重要的药用价值，具有调节免疫力、抗菌、抗病毒、抗肿瘤、抗氧化、镇痛及降尿酸降血糖等多重益处。

尿酸是嘌呤化合物代谢的终末产物，嘌呤代谢紊乱可导致尿酸水平升高而产生高尿酸血症。临床研究表明，高尿酸血症与糖尿病、高血压以及高脂血症之间存在紧密相关性，并可诱发炎症反应，加重血管内皮损伤，最终加速冠心病和肾脏损伤的进展。而芒果内的黄酮类有效成分，可降低尿酸，辅助治疗痛风，有研究显示芒果的代谢物可以降低黄嘌呤氧化酶活性，从而减少尿酸的形成，提示其有治疗痛风的辅助作用——该研究发表在杂志《营养与代谢洞察》(Nutrition and Metabolic Insight)中。



特别推荐“芒泰”（芒芒果片）

芒果富含膳食纤维、多种维生素和微量元素及多酚黄酮类，几乎不含脂肪。但直接食用芒果或芒果汁其含糖量太高，大大限制其作为天然营养素补充或强化。

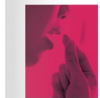
芒芒果片（压片糖果）采用先进提取工艺，无任何添加剂，达到无糖无味，而天然营养大富集，每2片中所含提取物相当于1kg鲜芒果，用于预防高尿酸痛风，每次2片每日三次，其微甜于等摩尔的别嘌呤，但不亚于茶马陆；无肝肾毒性和过敏反应。（摘自“中国药理学通报”2012 Nov; 28 (11)期）

芒芒果片作为天然营养素强化补充，尤其适宜于高血糖、高血脂、高尿酸人群的需要。烟酒过度、高嘌呤饮食的人群补充芒芒果片亦非常有益。

云南芒泰高尿酸痛风研究中心

云南芒泰高尿酸痛风研究中心是昆药集团股份有限公司为适应医药行业并快速发展及人们对医药专业化、科学化发展的需求而于2014年依托昆药集团药物研究院成立的专门科研机构。

昆药集团是云南省首家拥有自主研发新能力的企业，有实力走自主研发与联合开发相结合的道路，主持研制、生产了一系列天然药物产品，填补了多项国内外空白，并获得国际世卫组织和医疗界的广泛认可，特别是近几年昆药集团的血液毒物研究院获得了“国家企业技术中心”、“国家创新型试点企业”、“博士后科研工作站”、“云南省天然药物联合开发中心”、“云南省产学研联合研究中心”、“研究生联合培养基地”、“省创新团队培养”，国家质量监督总局“天然产物国家标准样品验证实验室”，云南省工信委认定的“云南省食品药品质量控制和技术评价实验室”等称号，在产品的研发、技术推广、成果转化和管理上经验丰富。

产品功效
PRODUCT BENEFITS

- 降低尿酸
- 降低成年人肥胖患者的血糖水平
- 辅助治疗痛风
- 加强自身免疫力
- 辅助治疗心脑血管疾病

中心成立的宗旨在于利用药学知识、科学的新药研发技术、有针对性地治疗高尿酸、痛风的预防和治疗的保健品、药品的研发，采用全新的分子生物学理论诠释高尿酸痛风的发病机制，结合已知的高尿酸痛风的发病机制对易感人群进行全方位的、科学的、科普知识宣传指导。

目前中心已经建成了一支国内知名的科研队伍，取得了一系列骄人的学术成果，在研的治疗高尿酸血症痛风的芒果甘项目等获得了省内科技和工信委的大力支持。并与云南中医药大学、昆明医科大学、大理医学院、昆明理工大学、云南大学、中国药科大学、复旦大学、上海医工所、等建立了合作研究和人才培养的关系。

目标：成为国内著名，并具有国际影响力的高尿酸、痛风研究机构，为推动高尿酸痛风学术发展做出积极贡献。



以下是昆药集团及国内外对芒果提取物部分研究报告：

芒果降低高尿酸血症尿酸水平、促进肾脏尿酸排泄、肝肾功能保护作用明确，具有较好的安全性。

- 降低高尿酸血症小鼠血清尿酸水平
- 芒果苷对氧嗪酸钾所致的慢性高尿酸血症大鼠具有降尿酸作用，其效力弱于等摩尔的别嘌醇，但不亚于苯溴马隆，其机制与抑制黄嘌呤氧化酶有关。
- 促进尿酸血症小鼠肾脏尿酸排泄
- 保护肝肾功能

芒果苷灌胃给药5周后，对高尿酸血症动物尿中肌酐和尿素氮的影响不明显，而阳性对照药别嘌醇和苯溴马隆明显降低尿中肌酐含量，提示芒果苷对肾功能没有影响，但别嘌醇和苯溴马隆则减少了肾脏对肌酐的排泄。

实验结果显示：芒果苷0.78, 1.55mg · kg⁻¹组和苯溴马隆组明显升高血清ALT水平，接近正常动物的水平，此外，各给药组对血清AST、GGT水平均无明显影响。综上所述，芒果苷在降低血尿酸的同时，并不影响动物的肝肾功能，具有较好的安全性。

参考文献：

1. 胡庆华、张英、王钰、孔令东，芒果苷促进高尿酸血症小鼠尿酸排泄和肾功能改善以及调节相关肾脏转运体的作用，药学报 Acta Pharmaceutica Sinica 2010, 45(10):1239-1246;

2. 牟艳芳、高丽霞、刘旭、林华、张强、李玲，芒果苷对氧嗪酸钾所致慢性高尿酸血症大鼠尿酸及肝肾功能的影响，中国药理学通报 Chinese Pharmacological Bulletin 2012, 32(11):1578-84.

芒泰
mango candy
清芒果片压片糖果



RECOMMENDED GROUPS
推 | 荐 | 人 | 群

- 尿酸偏高者
- 血糖偏高者
- 代谢紊乱者
- 抵抗力低下者

100%天然水果萃取
源于自然，回归健康



扫一扫立即购买



云南(芒泰)高尿酸痛风研究中心

电话：15508710430
0871-68319868-6120

2015年首场“卒中基层诊疗巡讲”在泸州市顺利召开

文 / 市场部 熊雨

2015年6月13日，以“加强多层次卒中领域科学研究和学术交流，推进基层卒中规范化诊疗”为目的“卒中基层诊疗巡讲”在中国著名的酒城—四川泸州召开。本次会议由中国农村卫生协会、中国医师协会中西医结合医师分会神经病学专业委员会、四川省泸州市卫生和计划生育委员会组织共同主办，昆药集团本着“绿色昆药，福祉社会”的宗旨独家承办此次会议。

本次会议得到了泸州市卫生和计划生育委员会的大力支持，由泸州市卫计委委派到各区、县卫生局及各级医院，基层医生也踊跃参会，当日到会370人。卫计委李道西副局长担任了本次会议的主席。在会上他介绍“目前中国卒中患病人群庞大，流行病学数据显示每年新发卒中200万人，每年150万人死于卒中中，每21秒就有一人死于卒中，卒中的发病率剧增，死亡率难以下降。基层脑卒中诊疗规范和质量控制的推行迫在眉睫。卒中基层诊疗巡讲是基层医生的非常需要的学术盛会，通过多层次的卒中领域科学和学术交流能够促进基层医疗水平的提高，让更多的医生获益，为更多的卒中患者造福！”

参加本次会议专家团队成员为：中国医师协会中西医结合神经病学专业委员会副主任委员李涛教授、中华中医药学会神经病学专业委员会副主任委员袁旭东教授。报告内容包括了：“中西医结合未卒中研究”、“脑梗死中药中西医结合应用”以及“活血化瘀与缺血性脑血管病”。

在报告中，袁旭东教授系统地阐述了脑血虚及其历史渊源，提出“瘀血不去，新血不生”、“血虚证贯穿卒中发病发



发展的整个过程”、“血虚是各种中风病症发生的关键”、“活血化瘀是治疗中风的根本大法”，并且详细阐述了“脑缺血和炎症”的关系，就昆药集团“络泰”在缺血性卒中中能够“快速抑制炎症反应，抗炎作用明确”、“促进神经功能恢复，提高生活质量”做了大量的讲解。李涛教授详细介绍了脑梗死的发病及病理机制、常见活血化瘀中药药理及药理研究、中药的辩证论治以及中药的应用时机，提出“在急性期、溶栓期、支架植入后、并发症处理期、恢复期、二级预防都可以使用活血化瘀的中药制剂及使用后的作用”。蔡定芳教授在报告中阐述了“缺血性的本质是由于血栓形成或者梗塞”，“TIA患者卒中高发，应早期干预”，“应该中西医结合提高机体抗卒中能力”，“大量文献证明阿司匹林能够有效预防及减少卒中”，“黄芪注射液、参脉注射液等可以和络泰联用，在活血化瘀的过程中也可以起到神经保护作用”，报告中他还详细介绍了“昆药血塞通制剂的发展史，络泰的主要成分为三七总皂甙”以及“络泰在卒中患者溶栓以后24小时即可使用，疗程可以到15天”。

会中的互动讨论环节，参会医生踊跃提问，三位专家一一作出解答。专家指出“不建议出血性卒中中2到7天使用抗血小板聚集的注射剂”，“血塞通在卒中后如果不清栓的话越早使用越好，溶栓以后24小时后即可使用，15天的疗程是没有问题的”，“80%以上的缺血性卒中患者不需要做脑水肿处理”，“血压的高低与活血化瘀药的使用关系不大，高血压病人可以使用”。

本次会议主要采用讲座与经验介绍相结合的模式，由专家对常见病、多发病提出诊疗方案、判断措施及解决方法，会后专家与参会人员展开研讨互动，为多层次的卒中领域科学研究和学术交流提供了很好的平台，得到了业内各位专家与同仁的一致认可和好评。首场“卒中基层诊疗巡讲”在美丽的中国酒城四川泸州圆满落幕！



2015VESSEL眩晕规范化诊疗巡讲，精彩开局

图/文 | 临床事业部 熊雨

近日，眩晕规范化诊疗巡讲—南京站拉开序幕，精彩开局。江苏省医学会神经病学分会主委、南京鼓楼医院神经内科主任徐运敏教授担任本次巡讲主席；江苏省中西医结合学会专业委员会常务副主任委员、江苏省中医院脑病中心姜亚军教授主持此次会议。

本次会议一共四场讲座：北京大学临床医学院神经科杨旭教授《眩晕诊断若干问题及对策》，解放军总医院耳鼻喉头颈外科吴子明教授《耳石症（BPPV）的诊治》，北京大学人民医院耳鼻喉头颈外科马鑫教授《前庭功能检查》，第二军医大学附属长海医院神经内科曹阳大教授《前庭神经炎》。每场讲座都精彩纷呈。

本次巡讲除南京主会场外，通过网络直播在黑龙江、山东、河北、天津、江苏、陕西、云南等地设立12个分会场，同步直播主会场专家讲座。VESSEL巡讲首次实现主会场与分会场的同步直播。

2015VESSEL眩晕规范化诊疗巡讲，精彩开局！

热辣辣的武汉，热辣辣的巡讲

图文/天晟清事业部 纳耀星



提到武汉，总会让人想起武汉的小吃“热干面”、“油焖小龙虾”，还有“周黑鸭”。这些小吃都有一个共同点，那就是辣，和武汉的天气也是十分的符合。2015年5月16日，VESSEL 耳鼻喉规范化诊疗巡讲第二站，在这热辣辣的武汉热辣辣的开启来了！

下午1:20，武汉协和医院副院长、耳鼻喉科主任孔维佳教授拉开序幕，北京脑血管病防治协会王志江会长回顾了VESSEL巡讲这一年多走过的历程，每一场巡讲都令人难忘，每一场巡讲都像极了武汉的天气“火热而又精彩”。

第四军医大学西京医院神经内科韩军良教授带领大家由近及远、由浅入深了解“发作性眩晕”，站在神经科的角度把握

眩晕诊疗的关键点，鲜活的案例分析让枯燥的医学讲座变得异彩纷呈。山东省立医院眩晕中心张道富教授、武汉协和医院耳鼻喉科孔维佳教授分别对耳源性眩晕的诊断和治疗进行深入剖析。最后，“眩晕哥”武警总医院耳鼻喉科主任、北京医学会眩晕分会主要单科教授更是从学科发展的高度提出眩晕医学专业化发展的思路和实践，并对VESSEL巡讲跨学科学术交流平台寄予厚望。

VESSEL2015，精彩还将继续！沈阳站，5月24日，期待中……

昆药集团商业有限公司举办“有效亲子沟通讲座”

图/昆商 潘芳 文/张红丽

在昆商公司即将迎来十周年庆典之际，行政管理部于2015年5月14日下午在昆药集团二楼会议室组织了《“有效亲子沟通”讲座》。

今年是公司成立十周年，回首公司成长的十年，也是昆商无数员工成长的十年。我们的很多员工同昆商公司一起成长；在公司工作、在公司经历恋爱、成家、生小孩……公司与员工互相见证了各自的成长！

当了爸爸妈妈后，如何与孩子实现有效沟通，这是困扰每一位家长的问题。为帮助大家与孩子建立和谐的关系，让孩子尊重父母，顺从的接受父母的教育，在快乐工作的同时，也能享受到快乐的家庭生活，行政管理部特邀国家认证亲子咨询师/沟通培训师——晏良云老师来进行本次讲座。晏老师从事教育工作二十余年，了解不同年龄段学生、家长的心理特点，有着丰富的理论与实践经验。

讲座首先围绕亲子沟通的三要素：表情/动作，语气/语调、语言展开。沟通中最主要的要素是表情、语言。其次是语气、语调，语言只占了7%。这一结论出来，震惊了在场的家长，也让他们意识到自己沟通的误区。接下来，晏老师阐述了亲子沟通的基本准则、如何达成有效沟通、亲子沟通问题的界定。他一边讲，一边结合实例，一边互动，在座的每一位妈妈都听得格外认真。

这场讲座持续了三个小时，晏老师教大家很多与孩子沟通的方法技巧，也让大家意识到，孩子有问题，根源在家长。提醒各位家长应学会“感受孩子的感受”，与孩子一起“学习、成长、改变”。

通过这次有效亲子沟通讲座，相信各位家长或多或少都会有一些启发，也会更加注重自身在孩子教育技巧方面的学习！快乐工作，快乐生活，让我们一起努力吧！



昆药集团2015“一对一”捐资助学 160名中小學生获捐助

文/ 综合服务台 刘颖、赵中华 图/市场部 侯文波

2015年5月，昆药集团“一对一”捐资助学活动分别在富民县散旦乡及禄劝县云龙乡举行了简单的捐赠仪式，本次活动受捐助的中小學生共计160名，其中富民县散旦乡受助學生107名，禄劝县云龙乡受助學生53名。受助學生每人每年将获得昆药集团1000元的助学金。据统计，截至今年，昆药集团“一对一”捐资助学活动累计捐助贫困學生709人次，捐赠助学金70.9万元。



第一站 富民县散旦乡

5月23日上午，近250多名受捐助學生、家长及捐助人士聚集在富民县散旦小学校区，参加一年一度的昆药集团助学金发放仪式。昆药集团的员工及爱心人士向当地受捐助的107名學生进行了一对一的捐助。

今年是昆药集团在富民县开展“一对一”捐资助学活动的第8个年头，在捐赠仪式上，富民县教育局副局长李有红致辞，他感谢昆药集团对富民教育事业的支持，昆药集团在企业做大做强、发展的同时，心系教育，捐资助学，用实际行动真心回报社会，充

分显示了崇高的社会责任心。何雨山主席也真诚地表达了对于贫困學生的殷切期望和关怀，希望受捐助的同學好好学习，为社会多做贡献，并表示今后将继续资助更多的贫困學生。

对于受捐助學生的筛选和助学金的发放，昆药集团有着严格的审核。昆药工会根据当地学校和政府提供的學生资料，

走访每户贫困家庭，了解他們的实际需要。除助学金外，昆药也会为孩子们提供必要的生活及学习用品。为确保孩子们能够得到真正的帮助，昆药助学金的发放都是在捐赠仪式当天，由捐赠者亲自交到孩子或者家长的手中。



第二站 禄劝县云龙乡

经过近三小时的颠簸，5月27日上午十一点，昆药集团爱心人士们终于来到了禄劝县云龙乡中心小学。学校的老师和同学们早早地在校门口等候着，当一张张朴实、温暖的面孔映入眼前时，所有的疲劳顿时都被化解了。

此次受捐助的孩子共有53名，较去年增加了15%。云龙乡是昆药集团去年新增的“一对一”帮扶点，主要受助对象为居住在大山里的傈僳、苗、彝等少数民族。2013年年底，昆药集团团委前往云龙乡联合办事处的马院、大界地、三棵树、双坝等自然村进行实地考察，大山里的贫困和落后深深触动了团员的心，昆药集团当即决定将云龙乡贫困山区的孩子们纳入帮扶对象。由于云龙乡受助學生大多居住于贫困山区，交通极其不便，此次捐赠仪式只能在县城里的云龙乡中心小学进行，但还是有一些大山里的孩子，不畏路途遥远，经过四五个小时的走路、坐车、转车赶到县城的中心小学参加捐赠仪式，令在场的爱心人士们感动不已。

仪式上，何雨山主席代表各位参与捐赠的爱心人士作了发言，发言中说道：“捐资助学，功在当代，利在千秋，昆药将坚定地把握这一有意义的活动进行下去，帮助更多贫困孩子完成梦想，收获希望！”

授人玫瑰、手有余香，奉献爱心、收获希望。八年来，昆药集团“一对一”捐资助学活动从未间断，从最初几名员工自发资助，发展到现在的上百名员工积极参与，我们的爱心队伍还在不断壮大，我們的愛，也将传播到更远的地方。

数据链接 昆药集团“一对一”捐资助学活动于2008年启动，截至今年已成功开展了8年，累计捐助贫困學生709人次。每年昆药集团的员工根据工会提供的學生资料，根据自身经济情况进行定期、定向帮扶，可以选择“一人资助一人，多人资助一人或一人资助多人”等形式，受助學生每人每年可获得1000元的资助。从去年开始，受捐助的地区已从最初的富民县散旦乡扩展到禄劝县云龙乡。



事实上，昆药集团的捐资助学活动不仅在贫困地区的中小学开展，还涵盖了部分贫困大学生。早在2008年，昆药集团就与浙江绿色共享教育基金会合作开展了“爱心圆梦”捐资助学活动，受助的贫困大学生每人获赠助学金一万元，该活动目前已成功开展七届，共捐赠助学金142万元，帮助了富民县、禄劝县及五华区142名当年参加高考并被二本以上全日制普通高校录取的贫困大学生完成了他们的大学梦。今年昆药集团的“爱心圆梦”捐资助学活动将于8月份继续开展。



昆药集团庆“七一” 表彰大会暨演讲比赛顺利召开

文/ 综合服务平台 林德芳 图/冯国光

7月1日上午，公司管理中心二楼会议室气氛热烈，来自各基层党组织的老党员齐聚一堂，以简朴而热烈的方式共同庆祝建党94周年，公司党委委员、经营委员会成员、受表彰的先进集体和先进个人及各基层党组织的党员代表共120多人参加了会议。

大会在《团结就是力量》的歌声中拉开了序幕。公司党委委员、经营委员会成员孟丽代表公司党、政、工重要讲话，她与在场的党员干部一起回顾了党的历史，重温了我们党光辉灿烂的奋斗历程。她在讲话中强调，广大党员要结合公司现阶段工作立足本职岗位，恪尽职守，为昆药发展做出更大贡献。在鲜红的党旗下，来自各基层党组织的21名新党员在党委委员、工会主席何丽山的带领下，整齐列队，举起右手，庄严地宣誓：“我志愿加入中国共产党，拥护党的纲领，遵守党的章程……”，参会的全体共产党员一起重温了入党誓词。

会上，公司党委委员、经营委员会成员徐朝能宣读了表彰

决定，对2014年为公司发展做出贡献的4个先进基层党组织，22名优秀共产党员、1名优秀党务工作者进行了表彰，在热烈的掌声中公司领导为先进个人颁发了荣誉证书。

此次演讲一改枯燥的“作报告”模式，将“网络、融和、创新”的主题演讲比赛融入其中。经各个基层党组织推荐选拔的15位年轻的员工进行了内容丰富、形式多样的演讲。选手们的演讲或深情、或激情澎湃，将昆药在创新发展过程中的感人故事娓娓道来，精彩纷呈的演讲技术深深打动了大家，会场发出阵阵掌声，为党的94岁生日献上了一份真诚祝福。经过激烈角逐，昆中药党委的罗伟豪荣获一等奖；制造党支部的于海闻和昆药商业公司党支部的刘金凤获得二等奖；生活服务党支部的马敏、研发党支部的王一帆和原料药分厂党支部的赵保其获得三等奖。

本次演讲比赛，不仅激发了大家的工作热情，更充分展现了公司广大员工积极向上、朝气蓬勃的精神面貌。

清凉一夏，酷暑统统赶走

——昆中药2万余元梅苏颗粒捐赠昆明最美公交人

文/ 昆中药 王云鹏

他们是穿梭城市大街小巷风里来、雨里去的运输者，为保障人们快速便捷出行默默奉献。6月16日下午，昆中药厂有限公司联合昆明公交集团第四公司，开展“昆中药夏日梅苏颗粒爱心活动——走进昆明公交四公司”公益活动，为他们送去清凉与健康。

此次爱心公益活动，是经昆中药厂有限公司OTC部协调、组织、安排，昆明营销公司向昆明公交集团第四公司捐赠了昆中药生产的价值约2.3万元的20件梅苏颗粒。这是OTC部实施的系列爱心公益活动之一——昆中药夏日梅苏颗粒爱心活动。昆中药OTC部总监谢淑英、昆明营销公司经理冯加林出席了捐赠仪式，昆明公交四公司党委书记吕磊及部分公交驾驶员代表昆明公交四公司接收了这批药品。

在爱心公益活动中，昆明公交四公司党委书记吕磊表示，春天爱犯困、夏天易中暑、秋天爱打盹、冬天防霜冻是所有

公交司机经常面临的问题，他们作为一线运输者，工作环境固定单一，特别是这个季节，经常顶着烈日酷暑在各个站点间来回奔波，因此引发眩晕、热射等高温中暑现象，而梅苏颗粒正是他们所急需的夏季解暑良药。

据了解，梅苏颗粒将被分配到整天风吹日晒的奔波在基

层一线的1000余名公交司机手中，以助他们度过炎炎夏日。昆中药肇始于明洪武十四年（1381年），其秉持“毋或毋修精品，助心助力于康宁”的使命，经过630余年的传承发展，现已是中华老字号企业，并于2014年12月入选第四批国家级非物质文化遗产名录。据档案资料显示，昆中药生产的梅苏颗粒是由已经使用了1000多年的宋代《圣济总录》中的解暑方为梅苏丸演变而来的。梅苏颗粒由乌梅肉、薄荷、紫苏叶和附子组成，功能主治为：“清解暑热，生津止渴。用于感暑暑热引起的口渴，咽干，胸中满闷，头目眩暈。”一般将梅苏颗粒作为解暑剂使用。



180名员工唱出昆中药人自豪风采

文/ 昆中药 王兴凯 图/ 刘云森



5月29日下午16时，由昆中药工会携手委策划组织的“庆五四—如意花开咏青春”昆中药企业之歌歌唱大赛在公司会议室完美落幕。本次大赛由独唱《如意花》、合唱《昆中药人多自豪》两首曲目组成，来自制造、销售、综合的5支基层工会演唱队伍参与了比赛角逐。最后，制造三基层工会摘得《如意花》独唱桂冠，制造一基层工会摘得《昆中药人多自豪》合唱冠军。

《如意花》、《昆中药人多自豪》两首大赛演唱曲目是为丰富企业文化、深度推进昆中药文化创新建设，由公司高层领导与外界文化公司反复修改、精心打造的全新企业歌曲。《如意花》、《昆中药人多自豪》两首歌曲融入云南民歌元素，歌词朗朗上口，前者歌声清脆、旋律悠扬，后者则铿锵有力、壮气豪迈，充分彰显了昆中药厚德、高效的内敬文化特色。



现场：如意花开，活力四射

所有基层工会自接到歌唱大赛通知一个月以来，踊跃报名，并且利用下班空余时间积极练习。多年来，昆中药一直重视公司员工的文化生活，举办员工趣味运动会，组织开展篮球、乒乓球、羽毛球等比赛。而本次大赛以“庆五四—如意花开咏青春”为主题，面向公司各基层工会爱好唱歌的员工开放。本次大赛现场，聚集了180多名喜爱唱歌的昆中药人，中午12点左右他们就带着服装，来到大赛现场准备下午的比赛，涂腮红、系领结、盘头发，排练歌声此起彼伏。

特别是合唱队，虽然参赛的5支队伍成员人数有多有少，但是个个挺胸立背，精神抖擞。在生产制大楼旁的综合基层工会合唱队吸引了过往员工的驻足观看，虽然综合合唱队演唱人数最少，并且女多男少，但是大家站得笔直，声音嘹亮，唱起歌声声回荡四周。“我平时很少唱歌，但是为了参加这次歌唱大赛，唱出昆中药人自豪风采，我积极参与每周两到三次的排练”合唱队中的一名成员如是说：“获不获奖并不重要，能不敢取得第一也不重要，重要的是可以让大家看到我们综合员工率直、豪迈的形象风采。”排练的指导老师为员工打气说。

比赛现场，《如意花》独唱中，有的演唱者身着红袍，宛如绽放的如意花，婀娜多姿；有的演唱者，身穿旗袍，温文尔雅、轻盈柔美，尽显江南风情；有的则搭配本土民族服饰，嘹亮歌喉依唱民族风，赢得掌声不断。而《昆中药人多自豪》合唱中，各合唱团队仪表整洁，她们或配白色筒裙，或着简洁黑白套装，队员们表情自然，青春洋溢，

活力四射，歌声响彻整个厂区。

现场的5支队伍都很有实力，经过二个多小时的激烈角逐，制造三基层工会孙慧芳凭借完美的歌声和极具民族风情的服饰摘得了《如意花》独唱冠军，制造一基层工会则依靠强大的队员阵容和气势如虹之势完胜综合基层工会，获得《昆中药人多自豪》合唱第一名。

比赛：学习第一，比赛第二

黄T恤、黑裤子、整齐的步伐，制造一基层工会合唱团一上场，就获得了热烈的掌声。制造一合唱团的成员全部来自于前处理车间，前处理车间组织的各类活动在整个公司大有名号，他们曾连续两年在公司年会节目表演中荣获一等奖。此外，他们还开展户外拓展活动、知识技能竞赛，被广大员工所熟知。参赛队员表示，他们一边工作学习，一边坚守着各自的爱好，忙里偷闲之际，唱歌健身、工作娱乐两不误。这次号召车间广大员工来参加歌唱大赛，就是希望通过比赛与其他基层工会中热爱唱歌的人交流学习。

今年虽然是昆中药第一次组织基层工会开展歌唱大赛，但活动规模也不算小，公司工会希望赋予本次歌唱大赛真正的文化生命力，也旨在让全体员工熟知企业文化和企业歌曲，带动全员参与对企业文化创新建设，共同成长卓越昆中药。也正如林特副总经理所说，希望通过《如意花》、《昆中药人多自豪》两首歌曲的演唱演出昆中药人风采，展现企业风采，使昆中药文化伴随随唱的如意花绽放得更加灿烂！

总裁荐书

Recommended book of President

互联网思维不是新概念。早在桌面互联网时代就有。虽然桌面互联网时代诞生了一批以互联网广告或佣金作为收入来源的互联网公司，但传统企业仍然只是把互联网当作一种先进的生产和运营工具。随着移动互联网时代的到来，社交网络和移动应用的普及，人们再一次认识到互联网真的会把这个地球上的每个人联系到一起了。于是，互联网思维再次浮出水面。只有具备互联网思维的企业才是互联企业，才能成功。

《互联网思维的企业》有两位作者，戴夫·格雷（Dave Gray）是Dachis Group集团高级战略副总裁、管理咨询师，他的《Gamestorming》销售逾50000册，被翻译成14种语言。托马斯·范德尔·沃尔（Thomas Vander Wal）是InfoCloud Solutions公司总裁，拥有丰富的管理咨询经验。当然，最重要的还是《互联网思维的企业》本身囊括了大量传统企业向互联网企业转型的案例，对国内企业具有

非常高的借鉴价值。《互联网思维的企业》对众多创业公司和新型互联网企业战略及管理的剖析也非常深刻到位，可以说是理论与实践结合的一本好书。

互联网，特别是移动互联网的兴起，已经深刻影响到人类社会的各个领域。而《互联网思维的企业》有幸入选中国好书榜，更体现了广大读者对这本书，对这个时代的认同。

作者简介

戴夫·格雷（Dave Gray）

Dachis Group集团高级战略副总裁、作者、管理咨询师，帮助世界领先的企业制定和实施竞争战略。他的上一本书Gamestorming（O'Reilly）畅销了50000册，被翻译成14种语言。



《互联网思维的企业》

[美]戴夫·格雷，托马斯·范德尔·沃尔 著

托马斯·范德尔·沃尔（Thomas Vander Wal）

InfoCloud Solutions公司总裁，该公司围绕社会化企业、数字内容与人社会的信息交流提供咨询建议。他还是Web标准项目指导委员会成员，参与建立了信息架构协会。他开创了“大众分类学”（folksonomy）和“信息云”（Infocloud）两个词，并一直致力于大众分类学的研究。

Dachis Group，致力于为全球品牌设计、制定、实施和监测社会化运营的绩效体系，业务涉及社交大数据分析、SaaS社会化智能数据服务，是全球领先的社交类业务解决方案公司。

内容推荐

消费者接受颠覆式技术的速度比企业快。只要消费者高兴，他们就会以前所未有的方式帮你做广告。可如果你做的没有说的好，消费者也会迅速散布他们的失望和不满，影响你的品牌形象，而且让你追悔莫及。

为了与当今深度互联的消费者保持同步，你的企业也必须变成互联的企业。换句话说，必须密切与员工、合作伙伴和消费者交流与联系，改变工作方式，改变对成功的定义，改变对业绩的褒奖方式。你必须重新思考自己的企业应该是什么样子：不要像人操纵的机器，应该更像一个复杂、动态，而且能学习和适应的与时俱进的有机体。

互联的企业就具备这种能力，它们学习和进步的进度比竞争对手快。竞争对手还在孤立运作时，它们已经通过互联拥有了无限可能，扩大了自己的影响力。

互联企业不论在哪里，都可以快速获得消费者支持和竞争优势。本书全面讨论了互联的企业怎么做这一点，为什么可以做到这一点。另外，我们还会告诉读者在这个不断变化的全球市场中，如何采用同样的做法并运用互联网思维取得成功，获得发展。



西双版纳版纳药业有限责任公司
XISHUANGBANNA BANNA PHARMACEUTICAL CO., LTD.
ຮັກສາພຣະບໍລິເວນພູມີຄົວປ່າດິນແດນໄຫວພັນທະມະນູນ



龙血竭

功能主治：活血散瘀，定痛止血，
伤处生肌。用于跌打损伤，瘀血作
痛，妇女血气凝滞，外伤出血，跌
打久不收口。

珠子肝泰胶囊

治疗慢性乙肝特效药：
传古印度医学文化。求五千年中华
秘方研制生产的国际准金品质药。

功能主治:

A. 抗乙肝病毒;
B. 保肝、护肝作用;
C. 防止胆汁酸化。



双姜胃痛丸

原名“胃叫柏中补”，意为“亚洲
宝丸”；
独家研制生产的国药准字药品。
功能主治：理气止痛，和胃降逆。
用于中焦气滞所致胃脘痞满胀痛，
慢性浅表性胃炎见上述证候者。



感冒清热颗粒

功能主治：风热感冒，解表清热。
用于风热感冒、头痛发热、恶寒身痛、鼻流清涕、咽喉干。



肾茶袋泡茶

功能主治：清热的毒，利水通淋，用于膀胱湿热所致尿急、尿热。



全国招商电话：0871—65361635
网址：<http://www.xsbnyy.com>



昆药集团

国药准字Z20113072

全国医保产品

血塞通颗粒

(无糖型)



目前CFDA唯一批准的
无糖型血塞通颗粒

糖尿病患者专用的血塞通口服制剂

全国服务热线 400 091 3737



昆药集团金泰得药业股份有限公司

企业内刊使用，仅供内部人员参阅