

质量铸就品牌 创新引领未来

——河南羚锐制药股份有限公司发展纪实

十多年来, 乘借改革开放的春风, 地处大别山革命老区的河南羚锐制药股份有限公司(以下简称羚锐制药)走特色发展道路, 不断推进品牌建设, 在社会各界人士对老区的关怀与帮扶下, 发扬开拓进取的创业精神, 从一个科技扶贫企业发展成为拥有数千名员工、10 亿元资产、年创利税逾亿元, 集医药科研、生产销售、保健品开发、金融投资等为一体的集团化医药企业、公众上市公司, 走出了一条山区、贫困地区, 尤其是革命老区兴办企业的新路子, “羚锐”亦成为国内外用贴膏剂市场的领先品牌。

总部位于鄂豫皖苏区首府所在地——河南省新县的羚锐制药厂始创于 1992 年 6 月, 十多年来, 羚锐制药坚持科学发展观, 立足当地资源, 着眼全国市场, 突出以外用贴膏剂为主业的经营特色, 坚定走自主创新道路信念, 注重产品质量, 依靠科技, 不断创新, 一直以来都保持着良好的发展态势, 且于 2000 年 10 月在上海证交所成功上市, 成为鄂豫皖革命老区和全国橡胶膏剂药业中的首家上市企业。

在 2009 年世界金融危机带来不利影响的情况下, 羚锐制药积极响应政府的号召, 通过扩规模、上项目的方式不断提高透皮贴剂研发和生产技术水平, 既进一步加强了自主技术研发平台建设, 又确保了企业经济效益的逆势上扬。羚锐制药之所以能保持这种持续稳健的发展态势, 是与企业采取的几项科学举措分不开的。

注重产品质量 努力打造羚锐品牌

羚锐制药从建立之日起就以“诚信立业, 造福人类”为企业理念, 以“振兴民族药业, 发展老区经济”为己任, 致力于打造河南省医药经济的龙头企业、中国医药的优秀企业和中国乃至世界透皮吸收剂型第一品牌, 跻身国际医药生产企业的先进行列。为了坚定走“科技兴企、质量创优”道路, 全国人大代表、全国劳动模范、该公司董事长熊维政始终强调“产品质量是企业的金字招牌”。药品是关系到人们身体健康和生命安全的特殊商品, 羚锐制药在质量管理过程中, 始终贯彻“药品质量关系人的生命, 产品质量关系企业的生命”这一理念。在药品原材料采购上, 公司宁可多花一倍的钱, 也要收购到上等的药材, 从源头上把住质量关; 在药品生产中, 公司严格按照 GMP 规范进行生产, 确保产品质量, 在生产车间开展“产品质量日日行”活动, 让每道工序的质量指标都严密处于受控状态, 自上而下形成全方位、多视角、持久性的质量控制体系; 公司在强化员工质量意识的同时, 还以强制和非强制的双重手段, 影响和规范企业及全体员工的质量行为, 全面实行质量考核、质量举报、质量曝光、质量赔偿等制度, 并特别注重从客观上把质量与产量、效益、企业整体利益因素之间的关系, 一旦相互发生冲突, 一切为质量让路, 一切为质量保驾护航。从原料购进到产品出厂, 公司一直坚持履行“班组、车间、公司”三级质量审验手续, 杜绝了不合格产品流入市场。羚锐制药始终重视产品质量的提高, 积极组织力量先后对十几项产品标准进行了提高和升级。目前, 公司产品中有 10% 以上为独家生产的国家级新药和市场优势产品, 产品质量达到国内先进水平。坚持质量第一和实施名牌战



▲2009 年 4 月, 中央政治局常委、全国政协主席贾庆林同志莅临羚锐公司视察调研。



▲2009 年 12 月, 国家卫生部党组书记、副部长张茅同志(中)莅临羚锐公司调研。



▲2009 年 12 月, 河南省委书记卢展工(左二)莅临羚锐公司考察。

略, 使羚锐品牌形象得到了不断提升。

实施名牌战略 提升自主创新能力

随着社会的发展, 市场竞争已由质量竞争进入品牌竞争时代, 打造产业品牌已经成为增强企业核心竞争力的、提高品牌竞争力的必然选择。在市场经济条件下, 企业需要独立地面向市场, 承受各方面的竞争压力。所以, 企业只有参与制定具有自主知识产权的标准, 通过掌握关键技术, 发展拥有自主知识产权的核心技术和核心产品, 才可以在行业领域占领技术制高点, 在竞争中处于优势地位。羚锐制药把科技创新作为企业品牌战略的一个重要方面, 自 1993 年始, 公司每年提取科研专项资金, 全力投入科技创新和科研工作, 积极推进名牌战略的实施。

羚锐制药积极创造有利条件, 吸纳了一大批国内著名专家和优秀人才加盟, 带动了企业研发团队的快速成长。公司大力推进技术创新, 先后对传统膏药进行二次研发, 推出了通络祛

痛膏(骨质增生一贴灵)、壮骨麝香止痛膏、辣椒风湿膏、伤湿止痛膏、关节止痛膏、冰樟桉氟轻松贴膏等系列膏剂产品, 促进中药现代化, 使膏药生产技术达到了国内一流水平。在不断研发新产品的同时, 科技人员对膏剂生产的各项工艺均进行了改进, 将膏剂的背衬材料由原来的纺织布改为弹力布, 在膏药药物基质中采用透皮吸收促进剂, 进一步提高了产品的科技含量。公司还经常开展 QC 小组活动, 组织科研人员、技术骨干和一线工人进行生产技术攻关。企业还充分调动员工创新的积极性, 鼓励他们提出有利于提升产品性能或成本的方法或建议。这种全员创新的机制极大地调动了每位员工的创造激情和创新积极性, 成为企业技术创新的原动力, 不断推动羚锐制药的技术创新实现新跨越。

公司在进行创新进程中, 还不断在内部和外部相互补充的资源中下功夫, 采用外联与自创方式着手提升产品的质量标准 and 工艺研究来实现新的创新: 2002 年, 与华中科技大学激光加工国家工程研究中心等单位合作,



▲花园式的羚锐新县工业园

将 CO₂ 激光应用于橡胶膏剂生产工艺, 研制出“膏剂在线激光切孔设备”, 成功地将激光先进制造技术引入橡胶膏剂药品行业。超微切孔既增强了产品透气性, 克服因传统工艺造成的药物流失, 又便于药效充分发挥, 全力祛痛, 还减少了皮肤的过敏反应, 使用更方便、更舒适、更安全, 更有效地保障了广大消费者的利益。该技术及设备具有国际先进水平, 已获得国家发明专利和实用新型专利各一项, 并列入“中国企业新纪录”。2004 年, 引进和采用日本先进贴膏剂生产技术, 开发出了不沾毛系列贴膏剂产品; 积极开展技术革新, 采用密闭式热压法、热熔胶生产工艺, 成功生产出了新的膏药产品, 进一步提高了产品质量。依靠科技创新, 羚锐制药先后研发胃疼宁片、复方拳参片、参芪降糖胶囊等国家中药保护品种, 并获得了通络祛痛膏(骨质增生一贴灵)和胃疼宁片等多个产品的专利权。

在科技创新的思路下, 羚锐公司制定了“生产一代、储备一代、研制一代”的新产品开发方针, 使羚锐产品由单一的橡胶膏剂发展到拥有片剂、颗粒剂、胶囊剂等十大剂型百余种产品, 产品结构不断优化, 产品市场份额连年递增。2001 年, 公司就被国家科技部认定为“国家火炬计划重点高新技术企业”; 2002 年 2 月, “羚锐”商标被国家工商行政管理总局认定为“中国驰名商标”, 成为国内橡胶膏剂药业中的首件驰名商标。2009 年 4 月, 羚锐制药通过引进、消化国际先进的经皮给药成果技术, 新上生产强效镇痛药芬太尼贴片(骨架型)项目, 计划投资 2 亿元, 生产规模为年产骨架型芬太尼透皮贴片 5000 万贴。芬太尼贴片, 系人工合成的强效麻醉性镇痛药, 药理作用与吗啡相似, 其镇痛效力为吗啡的 80 倍, 该型产品在生产工艺简化的同时也将消除患者使用安全风险问题。目前, 技术引进、设备采购工作基本完成, 生产基地正在建设中。

整合营销资源 努力拓展销售市场

随着市场的不断变化, 羚锐制药的品牌和产品不断走近消费者, 在市场管理和营销政策上适当向零售终端倾斜。2005 年以来, 羚锐制药持续加强对零售终端的建设和管理, 通过缜密的市场调研做好营销管理变革的经

验准备, 完善组织结构并优化各个岗位人力资源的职能绩效, 采取互惠的终端政策使企业和客户实现利润的双赢。在主推公司核心产品之一的羚锐通络祛痛膏(骨质增生一贴灵)成为骨质增生患者首选品牌的同时, 大力推进壮骨麝香止痛膏、辣椒风湿膏的销售力度, 不断增加公司产品的市场份额, 促成品牌知名度与美誉度同步提升, 企业价值和顾客价值的共赢。

在销售组织架构和职能规划上, 削减终端上的管理层级, 全面实行终端组织扁平化。公司特别重视打造团队的整合营销力, 先后邀请业界知名人士进行讲座, 组织各个销售片区的业务人员参加各种培训, 促进业务人员逐步更新营销理念, 提升业务技能。

在终端管理上, 羚锐制药推行“终端精细化管理”, 利用扁平化体系中单兵作战能力强的特点, 单位片区内的考核体系定性和定量相结合, 从铺货、维价到陈列、推广, 紧紧围绕“精细”的原则, 做深、做透, 力争使工商合作达成共识, 实现与客户的双赢局面。在产品品类的选择上, 羚锐制药根据市场需求结构, 定位了相应的营销结构, 形成了以羚锐牌通络祛痛膏(骨质增生一贴灵)为品牌窗口, 带动精品壮骨麝香止痛膏、伤湿止痛膏、关节止痛膏和辣椒风湿膏等系列产品品牌升级, 促进其他简装普药产品上规模, 出销量。在传播上以央视为主、地方卫视为辅, 在品牌建设和终端突破的基础上, 通过三大组合——营销与传播组合、品牌与产品组合、明星产品与普药组合, 不断扩大了羚锐产品市场占有率, 从而奠定了羚锐膏药国内第一品牌的地位。

打造产业链条 不断扩大产业规模

依托科技创新, 推进名牌战略的实施, 提升了羚锐产品市场占有率, 培植了羚锐品牌优势、规模优势和市场优势, 企业经济效益实现了跨越式增长。羚锐制药利用企业上市优势, 整合资源, 加快发展, 在业内寻求品牌与效益良好的企业实施强强联合, 向规模化、集约化方向发展, 进一步提高资本运营能力。在企业经营战略中, 公司立足于大别山的自然资源进行产品开发和产业结构调整, 组建了河南羚锐保健品股份有限公司, 以“公司+农户+基地”的产业化模式, 开发了羚锐银杏

保健茶、羚锐山茶油、羚锐蜂胶软胶囊、羚锐山茶油软胶囊、羚锐杜仲茶、羚锐润通茶等系列产品, 催生了药材产业经济、生态经济, 通过农、工、贸产业链条, 使“羚锐”品牌畅销全国。目前, 羚锐制药已经在北京、上海、武汉、信阳等地控股、参股十余家企业, 拥有多个科研、生产基地: 羚锐新县生态工业园区的外用贴膏剂生产基地; 羚锐信阳科技园的内服药生产基地; 与中国中医科学院中药研究所、北京化工大学在北京联合建立的北京药物研究院, 是公司的科研创新基地; 新县的银杏、颠茄草等中药材 GAP 种植基地。其中, 羚锐新县生态工业园膏药年生产能力达到 30 亿贴, 初步建成了国内最大的外用膏剂药品生产基地。羚锐制药在多个基地的建设中, 十分重视药品生产技术的现代化、生产工艺的规程化和产品质量的规范化, 先后设立了河南省药品研究所、省级企业技术中心、省级经皮给药制剂技术研究中心、国家级博士后科研工作站、国家级企业技术中心, 将现代科学技术运用到中药生产的各个环节, 形成了产学研一体化的产业链条。形成了特色产业集群, 在行业内建立健全了左右侧互补、上下游延伸的经营格局, 进一步完善了自己的生产能力与产品系列, 培植了企业规模优势、品牌优势和市场优势。

多年来, 公司坚持自主创新, 把科技创新放在企业发展战略高度上去认识, 羚锐产品的市场占有率不断提高, 企业品牌美誉度不断提升, 企业经济效益也实现了跨越式增长, 企业资产比 1992 年创立之初净增近 300 倍。公司先后被表彰为“全国医药优秀企业”、“全国中药系统先进集体”、“全国精神文明建设工作先进单位”等, 并被认定为“河南省‘十一五’重点扶持成长型高新技术企业”、“国家火炬计划重点高新技术企业”; 公司党委被中组部表彰为“全国先进基层党组织”。

强劲的产品研发能力, 不断提高的生产技术水平和质量品质, 不断提高的企业核心竞争力, 不断为“羚锐”品牌注入新的内涵, 也为企业在国际化的进程中拓展了更广阔的发展空间。羚锐的迅速崛起不但给老区人民脱贫致富带来了难得的机遇, 也促进了当地社会秩序的稳定, 加快了工业化的进程, 推动了城乡一体化发展, 为建设新农村作出了积极贡献。

(胡凌)



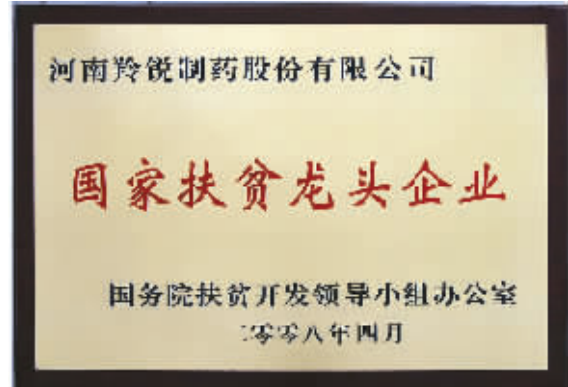
▲羚锐新县总部大楼



▲羚锐科研人员进行生产工艺创新实验。



▲全国先进基层党组织奖牌



▲羚锐公司获得的“国家扶贫龙头企业”称号