

“责任”在企业基业长青的过程中

——自贡鸿鹤制药有限责任公司董事长杨万石访谈

□ 本报记者 何沙洲
特约记者 蓝斌 文迪佳

在追求利润最大化的今天，假药甚至危及生命的药时有发生，怎样确保药品质量，保障百姓用药安全成为了全社会共同关注的问题，国家也加大了对原料药、药用辅料监管的力度。在这样的背景之下，原料药及药用辅料的生产企业如何实现持续发展？



杨万石董事长(中)在公司调研

作为我国西部最大的无机原料药生产企业，四川自贡鸿鹤制药有限责任公司决策层始终将企业的社会责任成本与企业的可持续发展战略结合起来考虑，践行了鸿药“关爱生命，心系健康；诚信经营，真诚奉献”的发展宗旨，产生了广泛的社会影响。在采访鸿药公司董事长杨万石过程中，我们也切实感受到鸿药处处践行着民生为上的企业道德，也为自身发展奠定了基础。

在发展中履行责任

记者：刚才走进药厂，我们感觉这是一个洁净的企业，也很少看到诸如“质量”、“责任”类的标语。很多企业是将这种标语作为企业文化形象展示的。对此，您的看法是什么？
杨万石：安全卫生是对制药企业的基本要求。鸿鹤制药的生产经营严格按 GMP 认证执行，诸如“质量”、“责任”不是一句简单的宣传口号，不是挂在墙上的标语，而是已经融化到企业的战略系统、管理系统、文化系统、研发和生产系统中，并在经营实践中有效执行的一种理念。换句话说，“责任”已贯穿在鸿鹤制药企业基业长青的过程中。
记者：我们的理解是，用更多更具

体的方式回报社会，已是鸿鹤制药发展的一种习惯和行为。

杨万石：是的，企业是经济社会的基层组织，对社会和谐与持续发展有着直接与关键的影响。鸿药是民族医药工业的一分子，国家所需就是我们企业的奋斗目标。因此，鸿药是把经营和发展放到整个社会层面上，来充分考虑社会的需求，在发展中履行责任。鸿鹤制药是全国工业企业 500 强之一，吴华西南公司的控股子公司，主要生产化学原料药和医药制剂，是全国碘与碘酸钾产销联合体成员单位和全国食用盐加碘定点生产企业。2001 年，鸿药企业重组，当时国家调研西部省份是碘缺乏病高危地区，鸿药凭借重组后技术资源优势，争取到定点生产碘酸钾等碘制品，负责四川省加碘食盐的碘酸钾供应。2004 年鸿药被全国碘与碘酸钾联合体确定为加碘食盐用碘酸钾定点生产企业，至 2005 年，鸿

药的碘制品达到了全国销量第一。鸿药在承担防治和消除地方碘缺乏病的责任中，也为企业的发展定位寻找到了新方向并奠定了基础。2007 年，鸿药建成医药中间体项目，初步涉入有机原料药和中间体领域，新兴产业的不断成长推动了公司持续稳定发展。鸿药还在 2003 年的 S A R S 疫情和 2008 年 5.12 的汶川大地震中，第一时间为灾区 and 病患生产消毒液，奠定了鸿药在国内公共消费

领域的地位。

加大监管规范二甲硅油市场

记者：鸿药公司经过二十多年的发展，目前在国内外原料药厂中占什么地位？在与国内药厂合作中，如何实现双赢发展？
杨万石：鸿药公司是国内最早从事有机硅高分子药品和医用高分子材料研制生产的企业，是全国唯一生产二甲硅油原料药和部分制剂药品的制药企业。目前鸿药无机原料药国内销售收入处于前六名左右，氯化钠品种规模处于行业第 3 位，公司生产的“自井”牌注射氯化钠、注射氯化钾，是国内如科伦药业等大输液厂家首选的原料药品牌之一。与国内最大大输液企业科伦集团进行战略合作，充分利用了地理原料优势实现双赢发展。药用碳酸氢钠等原料药与医药物流公司九

州通、安徽太和、科伦医贸、天津中新药业等进行战略合作，辐射扩展了销售半径。同时，公司通过接受国内外企业委托加工、定制生产，促进公司经营上规模上档次，为公司持续发展积累更高层次的市场基础。

记者：二甲硅油被称为“工业味精”，它在医药行业应用有什么重要性？作为国内唯一一家通过 GMP 认证的二甲硅油生产企业，贵公司在生产技术上有什么优势？

杨万石：由于二甲硅油具有一系列的良好特性：它无色透明，粘度范围大，具有良好的生理惰性、耐热性、耐寒性、可压缩性、抗剪切性以及极低的表面张力和较高的表面活性、憎水性、消泡性、脱模性、溶解性、润滑性、耐辐射性、光的透过性等，被称为“工业味精”。优良的综合性能，使它在医药、医疗器械行业应用于丁基胶塞的硅化处理，胶囊剂、糖衣片、滴丸剂的抛光、脱模、冷凝等，一次性使用医疗器械如安全套的润滑，一次性注射用针筒、针管的润滑，以及在食品、化妆品行业广泛应用。

鸿药不仅拥有先进的工艺、设备，背后还有吴华西南晨光化工研究院，它是我国有机硅领域的鼻祖企业，能为鸿药提供强大的研发能力和技术支持，鸿药二甲硅油系列产品的生产工艺就是晨光化工研究院针对药业需要专门研发出来的。到目前为止，国内从事高分子制药的企业仍然很少，可以说，鸿药的优势很明显。

记者：二甲硅油应用范围如此广泛，贵公司产品销量有多大？

杨万石：2005 年前我国国内二甲硅油年消耗量为 20 多万吨，其中医药卫生方面消耗量即达 2000 多吨，现在的消耗量应该更大。应用范围如

此广泛，年消耗量如此巨大，其市场潜力难以估量。但是，去年全国二甲硅油原料药销售不到 100 吨。这两年鸿药结合国家加大药品监管力度的宏观形势，大力拓展市场也就是一年销售了几十吨。

记者：这种理论上巨大的市场蛋糕和手中实际分得的狭小份额的怪现象是如何产生的？

杨万石：据有关部门调查，所谓的医药卫生方面消耗量达 2000 多吨，并不是消耗了 2000 多吨二甲硅油原料药，其中有“偷梁换柱”，以工业二甲硅油代替二甲硅油原料药。由于工业二甲硅油与二甲硅油原料药在原料控制和使用、生产工艺、生产环境、产品质量监控以及产品质量标准等方面存在着巨大的差异，价格上也有很大差异，好多企业为了私利仍然选择使用工业二甲硅油。

国家有机硅研究中心专家介绍，工业二甲硅油中含有成分复杂的、通过一般检测手段和检测方法难以检测出的对人体极为有害的多种化学物质，他们倡议医疗卫生、药品、医疗器械、食品、化妆品等行业的生产企业，应该诚信使用二甲硅油原料药作为原辅料，以保证人民的身体健康和生命安全。制药行业是特殊行业，其健康发展和政府部门的监管力度密切相关。这几年，国家对药品食品安全监管力度持续加大，它对于管理严格、规范生产的药品原辅料生产企业来说，是一件好事；而国家加大了行业监管力度，也将改善市场竞争环境，使企业走上良性竞争、合法竞争的轨道上来。我们对二甲硅油原料药市场的开发和企业发展也有了较大信心，毕竟医药行业良性健康发展是避免药害事件发生、提高监管效能的关键。

提升免疫力与病毒共舞(中)

□ 凤玲

对现在有人提到“药补不如食疗，食疗不如神补”，上海中医药大学研究员夏炎理解为“食疗、药补、神补”是根据不同情况互相配合而相得益彰的。

祖国医学早就提到药食同源，而且国家卫生部已先后公布了 87 种既是食品又可作为药品的清单，食品可以分为两类：一类如青菜、白菜、五谷类等，可提供人体能量和生物酶，是人生长发育不可缺少的物质；另一类是具有药性的食品，如绿豆、荷叶、阿胶、蜂蜜、大枣、山楂、海参等，可用于补虚疗疾。

食品一般无毒，药则不同，有“是药三分毒”的说法。以药治病《黄帝内经》中曾有记载：“大毒治病十去其六，常毒治病十去其七，小毒治病十去其八，无毒治病十去其九。”所以提出“知其所犯，以食治之，食疗不愈，然后命药”，这说明，以谷肉果菜疗疾养生不会损伤正气，也就得出了药补不如食补结论。

“神补”，即是精神调节，中医有“心主神明”的理论，大脑与人体内部器官密切相关，人可以通过静养、气功、太极拳、陶冶情操等方法保持愉快和满足的好情绪，用意念调节的方法使内部脏器活动取得平衡，最终以“阴平阳秘”而起到治病强身作用。夏炎提醒，“神补”既不花钱又容易学，所以从这角度讲“食补不如神补”。但这决不能理解为“神补”可以代替食补和药补，只有以三种方法互相配合那才是最好的调补方法。

关于食疗，夏炎建议，凡平时有气短、懒言、神疲乏力、自汗、脱肛、妇女有子宫脱垂等“气虚”之症者，可选用山药、扁豆、红枣、香菇、牛肉、火腿、鹌鹑蛋、鱼类等。如有头晕、面色苍白、心悸、失眠、失血、贫血等症者，多为“血虚”，可选用牛奶、花生、大枣、荔枝、桂圆、鸡汁、猪肝、骨头汤、动物血、菠菜、黄豆、黑木耳等。有怕冷、手足不温、阳痿、遗精、早泄等症，多为“阳虚”，可选用胡鸡肉、桂圆、羊肉、牛肉、狗肉、鸡肉、葱、韭、蒜、姜、辣椒等。有低热、盗汗、口渴、白带增多等症者为“阴虚”，可选用鳗鱼、木耳、芹菜、马兰头等。

常常胃胀的人可多食萝卜、山楂、山药、藕、米仁、茴香、玫瑰花、茯苓、芡实、扁豆、大枣等。想美容的女士可选用西红柿、奇异果、肉皮、海带、西兰花、胡萝卜、蜂蜜、牛奶、豆浆等。而糖尿病患者应多食西葫芦、冬瓜、南瓜、青菜、青椒、茄子、西红柿、韭菜等。

滇虹康王半月谈

为药用去屑洗发水崛起叫好！

□ 本报记者 何沙洲

扭转观念，认清头屑

很多人认为头屑是肌肤新陈代谢的产物。有了头屑，他们一般都会到超市购买一至两瓶普通去屑洗发水，以解燃眉之急。却很少有人知道当头屑非正常滋生，头屑过多时，头屑就成了一种病，一种因真菌(糠秕马拉色菌)异常繁殖而引发的头皮疾病。随着知识水平的提高及消费观念的转变，越来越多的消费者开始正视头屑问题，逐步走出了对头屑的认知误区，也逐步认识到“许多的普通去屑洗发水只能清洁去污，无法深入解决真菌问题，难以根治头屑”。慢慢接受了头屑是病，需要药物治疗的理念，并把目光看向了药店。

药用去屑洗剂的强势崛起

调查资料显示，目前中国的去屑洗发水仍以“妆”字号为主，而且市场已经相当成熟，竞争非常激烈。有关人士提醒大家，普通去屑洗发水原则上

无需通过任何有关去屑功效的权威测试和认证，它们本质上仍属化妆品类，效果良莠不齐。而随着消费者认知水平的提高，以及解决产生头屑根本问题的呼声越来越高，不少去屑洗发水显然已不能满足他们的需求。

因此，以康王发用洗剂、采乐等为代表的 OTC 药用去屑洗剂强势崛起，他们独辟蹊径，瞄准了“药物去屑”，开发出了一种全新的更安全、专业的功能性去屑洗剂，打破了普通去屑洗发水“一枝独大”的格局，为去屑洗发水市场开辟了一片蓝海。经过十余年的发展，OTC 药用去屑洗剂已在全国各大药店都有销售，且市场份额呈现不断增长的趋势，越来越多的群众加入到了“药用去屑”的大军。原因很简单：大家尝到了药用去屑的甜头！药用去屑洗发水，真正快捷、标本兼顾！

单复酮康唑 PK 复方略胜一筹

其实，市面上的 OTC 药用去屑洗发水，也要加以区分，绝对不是完全属于同一类别的产品。其中很重要的

一点就是要学会区分单方酮康唑洗发水和复方酮康唑洗发水。

单方酮康唑去屑洗发水，他们都含有直接对抗头皮真菌的特效成分酮康唑。但是，复方酮康唑显然更有优势！它是在单方酮康唑抗菌杀菌的基础上，添加了丙酸氯倍他索，其协同增效作用，不仅去屑更彻底，而且还能显著止痒，防止复发。同时达到更安全、更彻底治疗的临床效果。其中最具有代表性的就是滇虹药业生产的康王复方酮康唑发用洗剂。

买药就是买疗效 头屑止痒就用康王

康王复方酮康唑发用洗剂是国药准字药品，其质量可靠、疗效确切，受到众多消费者的青睐。虽然广告不多，但品牌知名度、市场占有率及销量增长却是 OTC 药用去屑洗剂中最快的。资料显示，康王发用洗剂在云南省年销售过亿的 8 个品种中，以稳定的销售增长而占据一席，销售网络更是覆盖到全国各地各大正规药



中国顶级男星陈道明成为滇虹“康王”品牌的代言人

店。

康王复方酮康唑发用洗剂内含多种强效抗真菌药物，能将药力直接作用于感染真菌的体内，从源头上抑制真菌数量，杀灭头皮浅表的真菌，并使其恢复到正常水平。而突破性添加了纯天然植物合成的强效抗痒痒、抗过敏药物——丙酸氯倍他索，彻底改善单方酮康唑只能杀灭菌丝体的局限性，更有利于药物对致病菌的全面清除，彻底杀灭感染的糠秕马拉色菌，不留隐患。而两种药物的科学配伍更

能彻底去屑，轻松止痒。

很多年来，康王发用洗剂的消费者状态可以用 4 个字概括：稳定 + 迅速。稳定：因为用过康王发用洗剂的消费者，多数都觉得这个产品真的有效果、真的可以针对根源解决问题、真的信得过！所以用过康王发用洗剂的消费者，多数都成了忠实的老用户！迅速：因为康王发用洗剂口碑好、传得快，虽然没有多少广告，但是就靠这么一传十、十传百，使用康王发用洗剂的人越来越多！

片仔癀开创绿色药妆新纪元

目前，在欧美国家，药妆化妆品的市场份额占整个化妆品市场的 60% 以上。而在中国，尽管化妆品销售总额数目庞大，药妆销售年增长速度在 18% 左右，但药妆化妆品市场份额依然很小。虽然在经济最发达的广州、北京、上海、杭州、深圳等城市已有不错的销量，其销售额也只占不到整个化妆品市场的 10%，如果按全国药妆市场情况分析，二线市场估计不会超过 5%。中国药妆市场无论从市场容量还是目前的消费意识看，可以说与十几年前的女性美容市场没有两样，还存在着巨大的潜在发展空间。根据专家预测，药妆将会成为化妆品市场的主流发展趋势，很多厂家开始关注药妆市场的发展，也有很多公司开始设立药妆的研究机构。

5 月 18 日，在第 15 届中国美容博览会(上海 CBE)上，绿色药妆第一品牌——片仔癀化妆品作为本次博览会新的亮点，成为本届年度峰会研究的新课题。会上，片仔癀提出“黄种人美肤计划”为主题的绿色药妆理念，倡导广大消费者改变传统的化妆消费观念，推行化妆上的绿色消费。绿色药妆为什么如此受人青睐呢？近年来，以功效性需求为主流，崇尚自然、回归自然，注重美容与健康相结合的市场消费需求变化影响着化妆品的发展。专家认为，因黄种人肤色和肤质原因，中国人普遍存在肤色暗沉、黯黄、缺光泽、易过敏、色素沉积等问题。专业数据显示，色素沉着现象在女性占到大约 80% 的比例，美白是中国消费者最关心的话

题、最难解决的美肤！具有绿色药妆的美白产品将会成为解决这一问题的主要方式。而片仔癀特含的片仔癀精华成分能直达肌肤内层，瓦解、排除深层有害滞留物，活化细胞代谢，从根源上解决皮肤黯哑、黑色素沉积问题，让皮肤告别黯黄，由内养出肌肤真美白，真光泽，是真正适合东方女性肌肤的健康美白产品。片仔癀药妆以“国宝名药、国家绝密配方”为核心，充分利用片仔癀精华成分的美肤功效，结合国际护肤机构科丝美诗的美肤科技，针对特殊护理、特色护理、基本护理推出“国密养颜、国粹焕颜、国色润颜”3 大系列产品，这些产品将为广大消费者在肌肤方面带来一种全新的护理方式。专家预计，全球化妆品销售额到

2010 年将达到 170 亿美元。目前，虽然我国的化妆品市场还比较小，但正以每年超过 10% 的速度发展。随着中国与世界的接轨，我国美容界对西方的现代美容护肤理论有了更多的认识，中国的科学家和美容专家开始研究，如何引入现代美容技术，开发直接作用于肌肤表面的中药美容养颜产品。目前在这方面的企业有片仔癀、同仁堂等。纵观国内外化妆品流行趋势，“肤黄亮白”将逐渐成为 2010 年的畅销热点。因为，肤黄亮白产品形成一个悄然成长，却被忽视和低估的市场：虽有众多品牌相继推出系列产品，却未有实力品牌大力运作；这也为绿色药妆企业进入化妆品市场提供了一个有利的条件。

本届展会，福建片仔癀化妆品有限公司以“黄种人美肤，国片仔癀”为核心诉求，依托国宝名药、国家级绝密配方片仔癀的强力支持，全新推出的“国粹焕颜”、“国色润颜”、“国密养颜”三大系列近百款产品，全方位覆盖特色护理、基础护理和特殊护理，产品一推出就受到市场的热捧。其中，肤黄亮白焕颜霜还荣获本届美博会美伊奖。目前，国际上的许多品牌也非常看好中国化妆品市场这块大的蛋糕。纷纷进入中国，作为中药领军企业的片仔癀，已具有本土企业的在中药科技、人文等方面的巨大优势，相信她会引领广大消费者改变消费观念，进入绿色药妆消费时代。

