

明摆着亏本,这俩国企为何还要坚持生产

新华制药新华医疗 76年来坚守初心,持续产制百姓必需的廉价好药和医疗器械

新华社记者 卢刚 邓卫华 邵鲁文

布洛芬片、阿司匹林肠溶缓释片、尼莫地平片……这些百姓“最贴心”的常用药品,是新华制药(山东新华制药股份有限公司)的“拳头”产品。这些药品多数价格都在“个位数”,价格最贵的也只有十几元,是名副其实的“廉价药”,但更是货真价实的“救命药”。

二三十块钱一把的医用剪刀和镊子看似简单,但再简化的生产工序,也需要70多道,加上机器运转的消耗与劳动力成本,企业完全是贴钱生产。但就是这样一把把“亏本”的手术剪刀,新华医疗(山东新华医疗器械股份有限公司)却甘愿生产了76年。

时光倒流到76年前的1943年,艰难时世中,缺医少药,民生维艰,胶东军区抽调18名战士成立了一个制药小组,进行战时药品的研制与生产。1944年,制药小组被正式命名为“新华制药厂”。1953年,制药厂下的医疗器械分厂与制药厂各自独立挂牌。

70多年来,“分家”却不“分心”的两家共和国医药国企——新华制药和新华医疗,秉承“红色基因”,无论是战时的应急救死扶伤、新中国成立之初的系列技术攻关,还是改革开放后的现代化转型,都坚守着让世人看病更便宜、更方便的朴素“初心”。

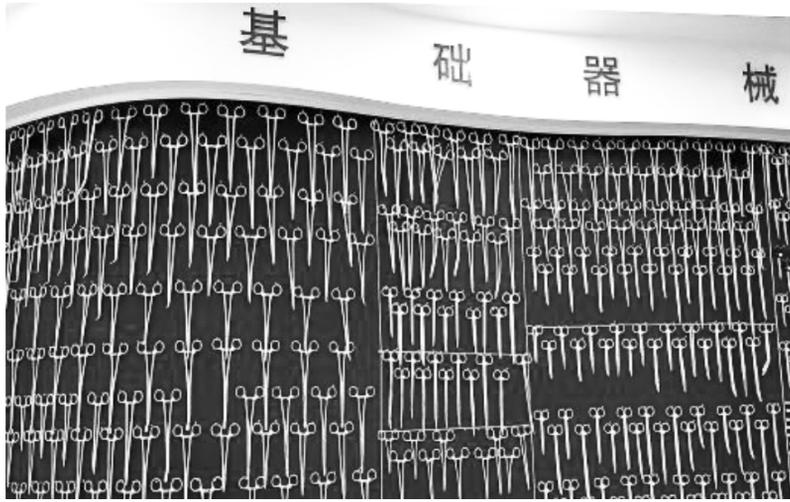
不忘初心:让百姓看病少花钱、让国人用上廉价药

1949年,中国华北黑热病流行,由于没有特效药,不但病死率很高,而且互相传染。形势严峻!研制新药的任务,落到了刚刚6岁的新华制药厂身上。经过紧急攻关,第二年,我国第一个治疗黑热病的特效药——斯梯黑克就研制成功,一举扑灭了肆虐半个中国的黑热病疫情。

随着医学的进步,黑热病早已不再多见,但新华制药仍在坚持生产斯梯黑克这一销量极低且无任何利润的药物。这样见效快、“不赚钱”的药单还很长:布洛芬片、阿司匹林肠溶缓释片、尼莫地平片……

为何始终坚持生产这类利润并不丰厚的药品?新华制药党委书记、董事长张代铭告诉记者:“我们一直没有忘记成立时的‘初心’——新华制药的诞生就是为了解决药品紧缺问题,新华人对于自己骨子里红色基因带来的责任感,看得比利润重。”

记者了解到,斯梯黑克以及用于治疗鼠疫鼠强的特效药乙酰苯胺注射液,目前只有新华制药生产。“由于保质期短,生产的这类药物,90%以上最后都报废了,企业还要为此付出高额的成本。但就算亏本,我们还是生产。关键时候这些药能挽救宝贵的生命,不会因为没有利润,就放弃国有企业的社会责



● 新华医疗的各式手术剪。手术剪看似简单,但再简化的生产工序,也需要70多道。新华社记者 邓卫华 摄

任。”张代铭说。如今,医疗器械行业生产基础医疗器械的厂家少之又少。在新华医疗的展览室里,各式各样的手术剪刀挂满了墙,足有两三百把。其中简单的一把14尖直手术剪,工艺流程也要74道:“机器运转消耗、劳动力、仓储物流等成本算下来,企业完全是亏本。”新华医疗副总经理杨兆旭说,保障最基础医疗器械的供应,就是保障老百姓看病不涨价的基础。从1943年起,新华医疗就坚持生产各类廉价又好用的基础医疗器械,“初心”始终如初。

“去医院验血看似是一件小事,但在这背后,却是国外医疗器械企业高昂的利润。”杨兆旭告诉记者,一台瑞士进口的全自动血型分析仪价格约20万欧元,但新华医疗自主研发出的相似产品,售价仅20万元人民币。

“只有把医疗设备的费用降下来,才能降低看病成本。”杨兆旭告诉记者,多年来新华医疗牢记“初心”,一次又一次打破发达国家尖端医疗设备在市场上的垄断地位,让更多人能用上价格更便宜的好设备。

牢记使命:从跟跑并跑到领跑,让民族品牌更闪亮

“上个世纪80年代去德国,德国人对我说,你们中国的药品,加起来也就我们拜耳(德国制药公司)那么多,言下之意很瞧不起中国!”说起过往的事情,今年已经92岁、曾任新华制药总工程师的陈洛熙老人依旧印象深刻。

如今,新华制药每年向全球提供3万多吨原料药,80多亿片剂,近20亿粒胶囊剂,10亿支针剂,出口额2亿美元,阿司匹林、布洛

芬等产品全球市场占有率1/3以上。经过几十年耕耘,新华制药在不少领域打破了垄断,在药品质量上实现了从跟跑到并跑甚至领跑的飞跃。

北京大学第一医院老年内科主任刘梅林告诉记者,在全国18家医学机构共同参与的“阿司匹林肠溶缓释片有效性、安全性的对比研究”中,新华制药生产的阿司匹林肠溶片与进口阿司匹林肠溶片相比,不良反应发生率显著降低,安全性明显优于进口产品,对于这种已有百年历史的药物而言,新华制药这一民族品牌实现了对国际知名品牌的赶超。

“原先,这件设备我们国内都进口日本的产品,但现在我们自己的产品已经卖到了日本。”说起新华医疗自主研发的过氧化氢低温灭菌器,新华医疗党委书记、董事长许尚峰难掩心中的激动。曾经,从日本进口的灭菌设备占据国内70%以上的市场;新华医疗自主研发出过氧化氢低温灭菌器后,因质量过硬、价廉物美,不仅占领国内市场,在日本市场也获得了很好的美誉度。

记者在位于淄博市高新区的新华医疗总部生产车间,看到新华医疗自主研发的国内最大孔径螺旋CT,它填补了国内尚无放疗专用大孔径CT的空白。“这类器械全球仅有两家公司能够制造,一家是飞利浦,另一家就是我们。”许尚峰说,新华医疗的新品上市后,国外同类产品价格从700万元降到了500万元。

类似的例子还有不少,目前新华医疗正在研发国内首台自主知识产权的高能医用电子直线加速器,这代表着最前沿、最尖端的医疗设备研发技术。这一产品一旦投入使用,将打破美国、瑞典等企业对中国市场的垄断,单



● 如今的新华制药车间。据新华社

台设备的引进费用会降低1000多万元人民币,国内肿瘤患者的治疗费用也将因此下降。“过去,国外医疗设备巨头根本看不起我们的产品,现在很多企业主动来寻求合作,甚至引进我们的设备。新时代新使命,我们下定决心,要让民族医疗品牌走向世界,在世界舞台展现中国一流的研发实力和产品质量。”许尚峰说。

继往开来:“老字号”提升“智造”水平,创新转型激发动能转换

“新中国成立后的新华制药生产车间,机器轰鸣声夹带着大钟声,真是‘抡起铁锤响叮当’。但现在,厚重的玻璃幕墙后面都是无声运转的先进设备,仅有的两三名工作人员也是对着电子屏幕操作。”1948年加入新华制药厂、今年89岁的徐经奎感慨地说。

诞生76年来,“老字号”光环没有羁绊住两家国有企业前进的脚步。尤其是进入新世纪以来,两国企业通过搭建创新研发体系,不断提升“智造”水平,实现了产品产能与品质的同步提升,驶入了发展的快车道。

“多年来,无论企业遇到什么困难,公司都坚持科技投入不放松。2018年新华制药的科技投入达到1.87亿元。”张代铭说,在他看来,科技创新是企业发展的动力,也是促进企业加快新旧动能转换的一把金钥匙。新华制药研究院院长郑忠辉告诉记者,目前新华制药的生产车间全部设备实现了智能管控,企业的“智造”水平大幅提升。

“我们的发展秘诀就是创新,公司始终以创新为核心,不断改进和完善技术、营销、管理三大创新体系,推动企业发展勇立潮头。”许尚峰说,新华医疗按照“生产一代,研发一

代,储备一代”的方针,依托不同层次的创新主体,构建了面向市场、着眼未来的“三级研发体系”。

这一体系的一级研发负责市场上销售产品的升级换代、工艺改进。二级研发有针对性地研发3年至5年内要上市的重点新产品。三级研发则是依托在北京成立的高端放疗和生物医学影像产品研发中心,以及在上海成立的生物医学材料和微創器械研发中心,重点研发5年后上市的战略产品,为未来发展提供重要的技术和产品储备。

新华医疗总部刚刚举办过山东省新旧动能转换重点项目现场观摩会,正在建设规划总建筑面积达到15.6万平方米的医学影像产品产业化项目和生物制药装备项目。项目建成后,将形成高端医疗影像诊断和治疗设备440台(套)、生物制药真空冷冻干燥系统80套、大型输液灌装线15套、制药消毒灭菌设备200套的年生产能力,预计带动年产值约15亿元。

在持续加大研发投入的同时,“两个新华”还努力锻造了一支高精尖与多梯次兼备的人才队伍。2017年,新华制药与清华大学药学院合作建设了科研平台,与沈阳药科大学合作建立了博士后科研工作站,与青岛科技大学联合成立了解热镇痛药先进制造工程技术中心。2018年11月,新华医疗获批国家级博士后科研工作站……

“76载岁月峥嵘,76年砥砺前行,‘两个新华’始终与国家、民族同呼吸、共命运。新时代新征程,新华人正以饱满的热情和奋斗者的姿态,向着远方的星辰与大海进发。”“两个新华”始终如一“一颗红心”,这是走过76载的几代新华人共同的心声。

互联网“巨头”纷纷布局重庆

新华社记者 栗建昌 何宗渝 黄兴

阿里云创新中心(重庆)日前在重庆两江新区正式投入运营,成为继北京、杭州之后阿里云布局的第3个重点创新中心。根据规划,该中心将通过构建开放式创新生态圈,聚集一大批云计算、大数据、物联网、智慧城市等领域的龙头企业和创新创业企业,孵化超过100家中小型数字经济企业。

2017年年底以来,重庆大力实施以大数据智能化为引领的创新驱动发展战略。看准了重庆的区位、政策、产业基础等优势,阿里巴巴、腾讯、百度、浪潮、科大讯飞等互联网“巨头”纷纷前来布局,有力带动了重庆智能产业发展和传统产业转型。数据中心是大数据智能化发展的重要基础设施。记者从腾讯公司获悉,位于重庆水土高新生态城的腾讯西部(重庆)云计算数据中心项目二期第二工程即将开工,这个总投资超过100亿元的数据中心建成后,将形成20万台服务器的计算服务能力,成为西部地区最大的单体数据中心。

腾讯公司副总裁、西南区总经理蔡光忠告诉记者,重庆是西部地区唯一的直辖市和工业“重镇”,区位、政策和产业优势突出,同时重庆正面临传统产业转型升级的迫切需求,契合了腾讯公司的发展方向。“目前腾讯已有腾讯云、腾讯游戏、腾讯影业、腾讯信息安全等多个团队驻重庆,业务覆盖智慧城市、智慧政务、智慧医疗、智慧教育、工业互联网、数字文化等领域,今年年底前在渝员工将超过1500人。”

近两年来,以汽车产业、电子制造业为支柱的重庆工业增长乏力,部分企业陷入经营困境;向智能化转型,成为重庆传统制造业“突围”的关键一招。为此,重庆

提出实施以大数据智能化为引领的创新驱动发展战略并出台相关激励政策,着力推动互联网、大数据、人工智能同实体经济深度融合,改造提升传统制造业。

以长安汽车为例,近两年来长安汽车在大力推动智能制造的同时,还携手腾讯公司开发了面向汽车行业的开放式车联网平台,双方协力开发的多款深度搭载腾讯车联网智能生态系统的车型一经推出就迅速受到市场追捧——车主不仅能享受到QQ音乐、腾讯电台等腾讯独家资源,还能享受智能人机交互、车载地图、社交出行等服务。

据重庆市经信委统计,在相关政策引导激励下,2018年重庆已实施203个智能化改造项目,认定76个市级示范性数字化车间和智能工厂,这些示范项目建成后生产效率平均提升了67.3%,产品不良品率、运营成本、单位生产能耗均实现明显下降;根据规划,今年重庆还将推动1250家企业实施智能化改造,打造10个智能工厂、100个数字化车间,建设3个具备国内较强竞争力的工业互联网平台、推动250家企业“上云上平台”。

不仅在工业领域,一大批互联网“巨头”还在重庆各展其长——以语音识别见长的科大讯飞拟从“产、学、研、智”4个方面推动人工智能在重庆的创新应用,目前正推动智慧教育、智慧司法、智慧政务、智慧旅游、智能服务等项目落地;依托在智慧政务领域的积累,浪潮集团不仅协助重庆实现了全市一体化“互联网+政务服务”平台向基层延伸,还针对重庆行业特性开发出多个特色行业云平台……

“这些‘巨头’布局重庆后,不仅自身实现了快速发展,还有力带动了重庆传统产业转型升级、提质增效,成为重庆经济迈向高质量发展的重要‘牵引力’。”重庆市经信委副主任涂兴永说。

从“618”大数据看中国消费新活力

新华社记者 韩洁 王雨萧

“618”购物节期间,京东平台累计下单金额达2015亿元;天猫上百个国内外品牌成交额超去年“双11”,最高增长超40倍,110多家品牌成交额过亿;截至18日晚6点,苏宁全渠道订单量同比增长133%;19日0点前,拼多多平台订单数已超11亿笔……

19日,记者汇总各大电商平台陆续披露的交易大数据显示,不断创新高的交易额折射高质量发展大背景下的中国经济新活力,更彰显中国消费格局的悄然变化。

“品质消费”渐成主流

“618”大数据再度彰显中国消费升级趋势。京东平台高端旗舰手机单品销量Top20中,价格超过2999元的手机占据8席;华为品牌日当天,P30 Pro获得单品销量冠军。5G技术发展带来高速路由器的热销,18日当天前1小时销量为去年同期的27倍。

除了满足“刚需”的大家电,提升生活品质的小家电也十分走俏。天猫数据显示,电动牙刷在“618”开场第一分钟就卖掉1万多支,16小时销量破40万支。聚划算平台智能锁销售额同比增长454%,滤水器同比增长243%,蓝牙耳机同比增长1516%,车载小冰箱同比增长78%。在网易考拉全球工厂店,无线吸尘器、家用射频美容仪等商品成最受欢迎消费品类。

浙江宁波:推进传统制造业共享服务升级

记者从宁波市人民政府获悉,《宁波市共享经济发展行动方案(2019-2022年)》近日已正式印发。方案明确,宁波将推进传统制造业共享服务升级,建立以互联网技术为基础的产能共享网络平台。

宁波市人民政府相关负责人介绍,宁波将促进大型制造业企业开放自身优质资源,为中小微企业提供协作创新等综合性服务,并鼓励行业龙头企业与中小微企业共享通用工序设备、生产线设备等,建设共享工厂。与此同时,

“服务型消费”展现巨大潜力

服务型消费商品在这个“618”强势崛起。京东平台数据显示,6月1日至18日,国际酒店类商品成交额同比增长7.6倍,互联网医院问诊量同比增长36倍,汽车安装服务销量同比增长105%。苏宁在“618”期间推出主打快递代收寄、家电维修清洗的“1小时服务圈”,受到消费者欢迎……

从“买商品”到“买服务”,网络零售逐渐走向线下,融入生活。不同产业间的边界正在逐渐消失。

城乡消费格局正在改变

拼多多数据显示,一二线城市消费者正呈现“向下趋省、向上趋好”的消费趋势,他们对最顶尖商品的需求旺盛,同时也是产地直发的平价农产品最大的消费群体。“以前是农业农民支持工业和城市,现在一二线城市居民通过电商平台消费农产品,这也是一种消费反哺。”拼多多AI数据研究院首席分析师王涛说。

在很多人的传统观念里,价格敏感型“小镇青年”习惯了“9块9”的低价货,他们对更高的品质有需求吗?“618”大数据给出了不一样的答案。

跑步机品牌亿健推出千元跑步机“亿健note”,在“618”天猫聚划算上线后销量一路攀升,购买者7成来自三至六线城市,风靡于北上广深的健身热潮,已经吹到了中西部小镇。

据统计,“618”期间,聚划算为品牌带来3亿以上新客,小镇青年的品质购物需求彰显下沉市场广阔空间。

“爱吃”“爱美”也是“生产力”

“吃货”和爱美人士跻身消费新主力,消费升级趋势下,“舌尖经济”和“美丽经济”正在成为拉动消费的新增长点。

京东生鲜18日销售生鲜产品共计8500吨,成交额同比增长90%。6月16日第1小时,天猫售空140万支棒棒,“吃货”力量推动应季水果桃子和车厘子成交额分别上涨307%和139%。苏宁打出组合销售,啤酒小龙虾销售同比增长356%……

网易考拉“618”开跑1小时,乳液面霜、面部精华和爽肤水在最受欢迎品类TOP5里占据三席;京东全球售主站美妆护肤类商品成交额同比增长412%;天猫美妆成交额同比增长70%以上,6月16日仅花59秒即成交额破亿。不少男性消费者也在加入爱美大军,“618”开场第一小时,京东男士面部护肤商品成交额同比增长287%。

亮眼消费数据的背后,是中国消费者生活方式和消费习惯的改变。中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍表示,透过“618”大数据可以看到,品质化越来越成为消费主流。消费升级大趋势下,对商家提出更高要求,如何进一步创新供给,更好满足消费者对美好生活的需求,是所有电商和品牌下一步需要努力的方向。

(顾小立)