

- ★ 创新 壁垒——
远大医药2019年经济工作会成功召开
- ★ 创新国际思维 构筑价值壁垒
- ★ 今年，我80周岁啦！



”

主编的话



惶者生存 思则有备²

——“创新”布局、“壁垒”突围

2018，政府力量推波助澜，掀起医药商业整合的高潮，“4+7”城市药品集中采购、仿制药一致性评价、医改新政策……经济反弹过程中“黑天鹅”频现，“灰犀牛”迭出。“惟有惶者才能生存”。在整个医药行业增速放缓、政策调控影响加大的经济环境下，远大医药遵循五大发展逻辑，大力推进国际化、专业化进程，促使企业始终保持组织活力并不断发挥出整体协同效应。

直面行业政策的波澜壮阔，新的医药产业生态初步成形，医药产业发展即将从高速发展阶段走向高质量发展阶段，合规运营、守护风险底线是全球化拓展的基石。过去的一年，我们围绕“创新”、“壁垒”做了一些积极的尝试和探索，在国际并购、产品转型、人才引进、管理提升、安全环保、技术质量等方面都取得了一些成绩，企业综合实力不断增强。这是一个最好的时代，也是一个最坏的时代，企业发展真正的竞争对手是这个时代。只有面对

不断变化的环境并超越环境创造价值，才能带领我们的企业在大有可为的战略机遇期决胜未来。

斛饭不及壶飧，今岁晚矣，子将奈何？与其临渊羡鱼，不如退而结网。

你准备好了吗？我们准备好了吗？每一位远夫人都应时刻研精竭虑：

- 1、在快速的时代变革与汹涌的商业洪流中，站在新的行业发展周期，我们是否能始终保持公司的战略优势？
- 2、如何做到深挖洞、广积粮，助力企业“二次长征”腾飞之路？
- 3、研发布局如何能深挖重掘、细分深耕，打造重磅过亿品牌，形成有强大壁垒的产品集群？
- 4、人力资源如何才能构建强有力的人才队伍支撑企业百亿目标？
- 5、在企业发展到一定阶段后，我们的管理者是否还能保持创业激情，持续提升国际化视野，锻造更大的胸怀、格局、气度？
- 6、……

CONTENTS

01 新快线

创新 壁垒——远大医药2019年经济工作会成功召开	03-06
远大医药亮相世界大健康博览会 靶向放射性肝癌治疗引发广泛关注	07-08
远大弘元喜提“中国好专利”	09-10
远大医药荣获“2018金港股最具价值医药及医疗股公司”大奖	11
远大医药成功引入“全球新型”复方鼻喷剂产品——Ryaltris	12
远大医药自主研发罕见病药氨己烯酸被列入优先审评名单	13
远大医药引进的Conavi项目进入国家药监局审批程序“绿色通道”	14
下沉市场、强力出击！远大医药携立可安®、白内停®首次亮相西鼎会	15-16

02 新聚焦

一切创新的动力，都源于人才的活力	18-19
创新国际思维 构筑价值壁垒	20-22
大浪淘沙沉者是金·风卷残云剩者为王	23-24
创本质安全企业·建绿色发展壁垒	25-26
构建技术壁垒·探寻研发路径	27-28
在构建壁垒的道路上持续不断地创新	29-30
顺应形势·聚焦高壁垒创新的升级引擎	31
时间铸就壁垒 创新引领未来	32-33
具有壁垒意识，才能打好壁垒的根基	34-35
深度运营构筑企业核心壁垒	36-37
打造优势·构建壁垒·保卫护城河	38-39

03 心贴心

今年，我80周岁啦！	41-43
------------	-------



“
01

新快线



创新 壁垒

——远大医药2019年经济工作会成功召开

文 徐炜

2月底的武汉，春意还尚有些“犹抱琵琶”，但三亚的大街小巷却已随处可见满树繁花，姹紫嫣红。远大医药2019年经济工作会，在融融春日里如约而至。

在过去的一年，一系列重磅政策密集发布，国家医疗保障局正式挂牌、九部委联合发布严打商业贿赂、破除以药补医深化公立医院综合改革、加快推进仿制药一致性评价、新版《国家基本药物目录》发布、进口抗癌药零关税、国家4+7带量采购方案公布、临床审批与国际接轨、为创新药审批开辟绿色通道、辅助用药规范……

今年是远大医药成立80周年，也是决胜迈向双百亿关键之年，远大医药如何上下同心，凝聚信心和力量，再创辉煌？远大医药怎样建立壁垒、扎实推进创新？

在三亚CLUB MED酒店会议室，在公司总经理史晓峰的主持下，与会的远大医药管理团队，围绕“创新、壁垒”这个主题进行了激烈的讨论交流。

史总首先向大家介绍了公司在2018年的整体经营情况，通过强化壁垒产品、品牌产品、原料制剂一体化的企业发展策略，企业在经营上取得明显成效，年利润持续增长。史总介绍，远大医药在进入上市公司的10年里，公司的收入复合





增长率达到24%，利润复合增长率达到34%，这为市场和投资者都贡献了不错的业绩。

史总指出，2018年，公司完成了两项重大投资与收购活动，强化了现有核心治疗领域的市场领导地位，我们把握市场机遇，将产品领域扩展到品牌药物产品以及肿瘤治疗等更为广阔的病症治疗领域。

2018年5月，远大医药收购中国心脑血管急救药品的著名企业上海旭东海普药业有限公司。旭东海普主要从事制造及销售不同容量的注射液类医药制剂，其核心产品领域包含重症急救、心血管及呼吸道等十余大类近百种药品，丰富了公司目前心血管急救重症及呼吸道等核心治疗领域产品线，进一步扩大该领域市场份额及品牌影响力，增强公司在心血管急救方面产品的市场领导者地位。

2018年6月，远大医药和其合作伙伴全资收购澳洲 Sirtex Medical，Sirtex是一家总部位于澳大利亚的生命科学公司，主攻肿瘤介入治疗，核心技术为一种选择性内部放射疗法。其主要产品SIR-Spheres®钇[90Y]树脂微球是一种永久性单次使用植入式医疗产品，附有具放射性的钇-90物



质，用作治疗一期和二期肝肿瘤。该次海外并购将为远大医药进入介入肿瘤学领域带来良好契机，并将开拓SIR-Spheres®钇[90Y]树脂微球产品在中国市场的巨大潜力。公司将协助Sirtex展开在中国商业化的工作，准备将其领先的治疗方案带给中国的病患者。近年来，中国医药监管机构陆续发布若干支持、促进和加快国际上拥有创新特色的药物以及市场急需的危重病种的治疗产品引进、注册的优惠政策，这都会有利于Sirtex产品在中国市场的注册和审批，加速产品在中国落地和商业化进程。

史总强调，公司一直大力投入资源自主研发，目前有超过三十个在研项目，主要覆盖公司核心发展板块，包括心脑血管、五官科药物及医疗器械及罕见病。2018年在研的五个罕见病药均被列入到五部委联合发布的《关于公布第一批罕见病目录的通知》，其中本公司自主研发的用于治疗高氨血症的卡谷氨酸片和以及用于难治性局部癫痫症和婴儿痉挛症的氨基烯酸片更被纳入优先审批名单。由于政府日渐重视罕见病，同时有多项政策的支持，包括增值税优惠、优先调入医保和加速审批等政策，都有利于公司储备大量罕见病新药。



2018年上半年，凯德诺公司两项世界先进的药涂球囊研究工作也取得重大的进展。用于治疗冠状动脉狭窄的RESTORE 药物涂层球囊（[RESTORE DCB]）的两个临床试验已经完成。目前该产品的两个适应症均已进入注册阶段。同时，中国首个针对动静脉瘘狭窄治疗的药物涂层球囊产品Aperto在中国的临床研究工作已经完成。两个产品期望能于2019年下半年在中国市场推出。而于2017年下半年开

始投资的Conavi公司的一个核心血管内超声光学相干断层同步成像系统NOVASIGHT在2018年4月通过美国食品药品监督管理局的产品上市许可，预备在北美市场率先上市。



今年2月，远大医药与瑞士一家创新医药研发机构签定了独家授权协议，公司被授权在中国区域内独家销售Glenmark正在研发的一种新型复方鼻喷剂Ryaltris。引入Ryaltris将会战略性地补充公司在五官科领域产品品种，使得公司获得一款五官科国际性新产品，提高核心产品的竞争力。

史总提出，纵观美国日本医药发展历程，医药行业都经历了从仿制药到创新药的发展历程，最终有三类企业获得了成功：一类是创新药企业；第二类是仿制药，原料制剂一体化的企业；第三类就是细分市场的领导者。目前我们企业在这三个方面都有涉及，并呈现出良好的发展态势，值得期待。

随后，在史总的主持下，会上各位领导就此次会议的主题进行了激烈的讨论和交流，并最终形成远大医药壁垒模型：

主壁垒	辅助壁垒
1 企业制度+文化+人才观	1 安全环保工艺
2 有价值、技术壁垒、专利（有效）的产品	2 快速的、丰富的仿制能力
3 政策、法规保护	3 医药和网络的结合
4 品牌	4 产业链
5 营销优势	5 高效、安全、合规的运营管理
6 资本	
7 规模	





会议最后，公司董事长谢国范充分肯定了各公司取得的成绩，并诚挚分享了2018年在欧洲、美国、日本等国实地考察企业的心得体会。谢总围绕“持续性创新和颠覆性创新”进行了重要讲话，提出在2019年，我们要注意防范法律风险，防范“黑天鹅事件”，要结合实际工作情况，扎实推进壁垒建设工作。

远大医药的前进脚步没有终点，我们始终致力于成为受中国医生和患者尊重的制药企业，并把深邃的目光投向了未来。永不满足，永不止步，远大医药将以研发为基础，以市场为导向，巩固现有产品的壁垒性基础，全力布局，持续不断实现高质量发展，尽早实现向创新型医药企业的转型升级，为人类健康保驾护航。



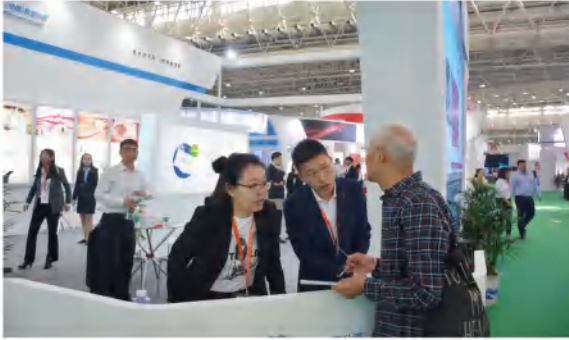
远大医药亮相世界大健康博览会 靶向放射性肝癌治疗引发广泛关注



2019年4月7日到10日，首届世界大健康博览会（以下简称：健博会）在湖北武汉国际博览中心开幕。本次健博会以“科技引领、健康未来”为主题，旨在研判大健康产业未来发展趋势，展示最前沿的科学技术、最具代表性的企业、产品和模式。

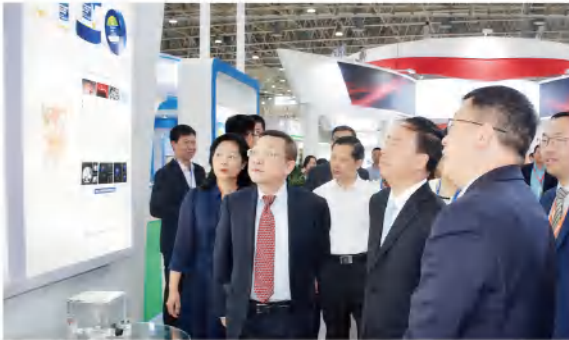
作为中国制药工业百强，湖北省代表性优秀制药企业之一，远大医药受邀亮相B1展区，通过展会形式集中展示了企业近期在肿瘤介入、心血管急救制剂/器械、生物技术等领域的亮点产品及创新成果，并与公众分享了企业在五官科、心血管、肿瘤、罕见病等重点疾病治疗领域带来的最新的诊疗技术手段及成效。





图：位于B1展馆的远大医药参展区

4月7日至8日，湖北省、武汉市以及硚口区等领导相继视察了远大医药展台，并重点听取了远大医药有关靶向放射性介入治疗恶性肝癌“钇90”树脂微球项目的介绍。



图：湖北省副省长杨云彦视察远大医药展台



图：武汉市委副书记、市长周先旺视察远大医药展台

“钇90”树脂微球主要应用于恶性肿瘤治疗领域，该产品可以精确地杀死癌细胞，明显提高患者的生存质量。目

前钇90微球已在全球47个国家和地区应用，其中包括世界公认最为严苛的美国食药监局上市前批准。

2018年，远大医药联手鼎晖投资以近百亿元的报价收购澳洲Sirtex公司，将治疗肝癌药物钇90引入中国，就曾引发媒体对该治疗项目的广泛关注。展会期间，该项目再次受到强烈关注，不少来到远大医药展台的领导、公众以及媒体纷纷并对该项目的技术领先性、操作原理等进行了细致的了解，并迫切的希望该项目能在国内尽快落地，早日惠及广大患者。



图：澳洲Sirtex公司Keven P. Smith亲自现场讲解钇90项目

作为远大医药布局高端医疗器械领域的核心产品，此次展会上，远大医药还对拥有独家代理权的加拿大Conavi公司自主研发的“Foresight ICE”系列及“Novasight Hybrid”系列心血管病诊断及治疗器械产品，以及收购的德国Cardionovum（凯德诺）公司的全球领先的血管介入器械药物涂层球囊系列产品进行了展示。

此外，远大医药的切诺“桉柠蒎肠溶软胶囊”、抗病毒口服液，舒邦，立可安®复方木香小檗碱片，瑞珠滴眼液等多款明星产品也现场进行了展示。

作为湖北医药产业的龙头企业之一，远大医药持续深耕大健康领域，坚守工匠精神，不断优化产品和服务，践行社会责任，助力“健康中国”产业可持续发展，推动健康生活方式，为打造武汉“世界大健康产业之都”贡献自己。在坚持做好五官科、急救用药、特色原料药等成熟领域的同时，近年来远大医药围绕转型升级，不断提升企业的核心业务优势，已实现了在肿瘤介入、医疗器械、生物技术以及罕见病药领域的战略布局和技术突破。放眼当下，远大医药将通过现代化管理平台和专业化技术平台，推动着企业向现代化和国际化目标迈进，努力成为受中国医生和患者尊重的制药企业。

远大弘元喜提“中国好专利”



2018年12月16日，由国家知识产权运营公共服务平台联合中国知识产权发展联盟共同主办的2018年交通银行杯“中国好专利”颁奖盛典在人民网一号演播厅隆重举行。

今年恰逢我国改革开放40周年，也是《国家知识产权战略纲要》颁布实施十周年，作为纪念改革开放40周年知识产权大型系列活动之一，“中国好专利”颁奖盛典始终紧扣“好专利、高质量、品质生活”理念，现场气氛热烈，精彩纷呈，为观众带来了一场中国好专利的视听盛宴。人民网、新华网、中国新闻网、今日头条等各大媒体争相报道。



本次评审活动经过初审、专家评审、大众评审以及网络公选，历时8个月，最终从企业申报的专利与大数据工具推选出来的上万件专利中，评选出“中国好专利”和“中国好专利”提名共27件。海尔集团、珠海格力电器股份有限公司等13家企业获颁“中国好专利”，武汉远大弘元股份有限公司（下称“远大弘元”，“弘元公司”）、联想（北京）有限公司等14家企业获颁“中国好专利”提名奖。远大弘元是全国获奖的2家生物医药企业之一，是湖北省唯一获奖的生物医药企业，湖北省3家获奖企业之一。



21世纪，知识产权创新战略是企业发展的根基所在。弘元公司积极响应远大医药集团知识产权发展战略，公司董事长钱志强、总经理杨磊高度重视知识产权工作，通过国家“知识产权管理体系认证”等工作构建了具有弘元特色的知识产权组织架构和管理体系，提升了全员的知识产权保护、创造意识。弘元公司也成为整个远大医药（中国）最早开展海外PCT专利布局的企业。



获奖专利——一种表达产生枯草芽孢杆菌精氨酸酶的基因工程菌及构建方法（ZL201110103176.6）是在弘元公司整体战略规划下，技术带头人刘爱福教授带领王君英、王炯等研发人员潜心研究，不断突破，最终获得了国际领先技术研发成果。该专利属于生物医药基础专利，弘元公司以该专利产品为核心，通过对其上下游产品不断延伸，目前已形成了全面的专利布局网络，构建了坚实的技术壁垒。



在企业的发展战略中，创新是知识经济时代的灵魂，知识产权成果有效保护是支撑。随着国家创新驱动发展战略的实施，远大弘元必将以此殊荣为契机，持续加强知识产权创新保护，不断突破，构建全产品链的知识产权技术壁垒，为企业高效发展，产业升级，保驾护航。

远大医药荣获“2018金港股最具价值医药及医疗股公司”大奖

2019年1月16日，在深圳举办2018“金港股”年度颁奖盛典上，远大医药（HK.00512）荣获“2018金港股最具价值医药及医疗股公司”大奖。



本次2018“金港股”上市公司评选活动，由国内领先的港美股资讯门户智通财经和同花顺财经共同主办，雪球、云锋金融协办，香港中资证券业协会全程支持，股查查提供独家数据支持，艾德证券、华大证券作为战略支持单位。

本次评选专家委员会根据企业过往一年业绩成长、行业排名、公司治理、商业模式、市场影响力及资本市场表现等因子进行评分，配以相应公众投票权重，遴选出最终获奖名单。

“2018年金港股最具价值医药及医疗股公司”旨在表彰在2018年年度成长速度最快、资本市场倍受关注并且有极大

发展潜力的医疗及医药企业。正如颁奖词中描述的那样：“2018年，远大医药在资本市场表现令人欣喜，被誉为港股通医药及医疗行业所有上市企业中的一匹高速成长的黑马”。此次远大医药获得“2018年金港股最具价值医药及医疗股公司”奖项，凸显了业界和投资人对医药行业的关注，对远大医药过往良好表现的高度认可和表彰，更是一种对远大医药的一种鼓励和鞭策。



远大医药一直非常重视规范谨慎的资本市场运作，积极主动与资本市场各类参与者沟通，把实现股东价值最大化放在重要地位。未来，远大医药将围绕“双百亿”目标继续努力完成各项经营任务，力求更全面、更充分地释放公司的市场价值，为股东创造最大价值。

远大医药成功引入“全球新型” 复方鼻喷剂产品——Ryaltris

远大医药 (HK.00512) 2019年2月8日发布公告, 与印度医药巨头Glenmark公司签署全球新型复方鼻喷剂产品Ryaltris在中国20年独家授权协议。



Ryaltris产品是一种用于治疗过敏性鼻炎的全球新型新药。该药品由Glenmark公司自主研发, 采用具有高技术壁垒的鼻喷混悬技术将莫米松(优选激素)和奥洛他定(优选抗组胺药)混合制成的一种新型复方鼻喷剂。

中国是世界上过敏性鼻炎发病率最高的国家之一。据调查从2005年到2011年6年间, 我国成人过敏性鼻炎患病率从11.1%上升到17.6%, 目前成人过敏性鼻炎患者已达1.5亿人, 中重度过敏性鼻炎患者更是超过600万人。受近年来环境污染严重影响, 预计未来患者人数还将持续增加。


据2016年《美国变应性鼻炎及其对哮喘的影响(allergic rhinitis and its impact on asthma, ARIA)》及《中国过敏性鼻炎临床用药》指南推荐中重度过敏性鼻炎患者应联用鼻用激素和鼻用抗组胺药物进行治疗。

据市场调查, 门诊中重度过敏性鼻炎患者约占68%会采用以鼻用糖皮质激素及抗组胺药两种单方药联合治疗。而在已上市的单方激素类鼻喷剂中, 莫米松在起效时间和受体亲和力方面优势明显, 排在国内激素类鼻喷剂销量首位。同时, 相比中国已上市的抗组胺类单方鼻喷剂, 奥洛他定则是美国FDA获批的最新一代抗组胺药, 具有半衰期短, 不易产生蓄积, 显著降低苦味等显著优点。

Ryaltris产品则是将莫米松和奥洛他定这两者合二为一的创新型复方鼻喷剂产品, 不仅疗效增强, 还降低了单方产品的副作用, 具有起效快(通常在15分钟内起效)、气味芬芳(无怪味)、用药安全、携带方便等优势, 将更易被患者所接受。

远大医药此次引入这款全球新型复方组合药品, 将开创性的填补我国在复方鼻喷剂型治疗的空白。作为远大医药重点发展的五官科, 此款授权产品战略性补充了该领域重磅潜力品种, 未来再协同已有的两大鼻用明星产品: 桉柠蒎和诺通, 将进一步提升鼻用产品核心竞争力, 持续巩固远大医药在五官科治疗领域的领导者地位。

远大医药自主研发罕见病药 氨己烯酸被列入优先审评名单

 国家药品监督管理局药品审评中心 CENTER FOR DRUG EVALUATION, NMPA СЕНТЕР ЛОБ ДРЮГ ЕВАЛУАЦІОН, ИНБВ					
受理号	药品名称	注册申请人	公示日期	公示截止日期	提出异议
CYHS1800517	氨己烯酸片	远大医药(中国)有限公司	2019-03-21	2019-03-28	+

3月21日,国家药品监督管理局药品审评中心(CDE)网站发布信息显示:远大医药(中国)有限公司自主研发的“氨己烯酸片”作为该批次唯一一款罕见病国内首仿药物被列入优先审评名单。

氨己烯酸片主要用于治疗难治性癫痫、复杂的部分癫痫发作、继发性全身癫痫发作,以及用于治疗韦斯特(West)综合征(婴儿痉挛症)。据不完全统计,全球癫痫发病率约为千分之六,其中三分之一属难治性,一般治疗方式为使用药物、手术、生酮饮食、迷走神经刺激术等联合治疗;而婴儿痉挛症在中国每年新发病例在5700人左右,目前也暂无良好治疗方式及治疗药物。此次,远大医药氨己烯酸片获纳入优先审评通道,将进一步加速该产品的上市审批及注册,填补中国患难治性癫痫及婴儿痉挛症罕见病患者无药可医的治疗现状。

据中国食品药品网发布的市场数据表明,我国有2000多万罕见病患者,但因其患病人群少、研发成本高、回报效益差,加之医保政策受限,以往制药企业对罕见病药物鲜有关注。事实上,我国罕见病药物的市场潜力巨大,业界曾有评

估,如果中国医保报销制度参考日本模式,考虑到人口数量,国内罕见病药物最大市场潜力约为396亿美元。2019年,国家对罕见病药物再发政策“红包”,包括将“加强罕见病药保障”写入2019年国务院《政府工作报告》,罕见病治疗用药将会优先调入国家医保目录以及增值税方面的优惠政策等……种种迹象表明,罕见病药物研发风口已至,罕见病患者用药难、用药贵的状况将逐步改善。

罕见病药物研发作为远大医药的重点战略布局,早在2014年,远大医药就已与中国医学科学院签署战略合作协议,联合开发多种罕见病药。目前,远大医药已有5个罕见病药物处于在研阶段,其中用于治疗高氨血症的卡谷氨酸片,在2018年8月被国家药监局列为“优先审核首仿罕见病新药产品”,预计最快将在今年面世。此次,“氨己烯酸片”也被纳入优先审评程序,将更加增强企业在罕见病领域的研发信心。未来,远大医药将进一步加大对罕见病药物的研发投入与布局,充分利用国家在罕见病用药研发方面政策,尽快向广大中国罕见病患者提供有效、高质量的医药产品,为社会和医疗事业做出更大贡献。

远大医药引进的Conavi项目进入国家药监局审批程序“绿色通道”

2月28日，国家药品监督管理局医疗器械技术审评中心（CMDE）官网发布《创新医疗器械特别审查申请审查结果公示（2019年第3号）》。根据公示，创新医疗器械审查办公室组织有关专家对创新医疗器械特别审查申请进行了审查，拟同意由远大医药参股引进的加拿大Conavi“血管内超声光学相干断层同步成像系统”（商品名：Novasight Hybrid™）通过创新医疗器械特别审批，进入特别审批程序的“绿色通道”。



创新医疗器械特别审查申请审查结果公示（2019年第3号）

2019-03-05 14:40

依据国家药品监督管理局《创新医疗器械特别审查程序》（国家药监局2018年第3号公告）要求，创新医疗器械审查办公室组织有关专家对创新医疗器械特别审查申请进行了审查，拟同意以下申请项目进入特别审查程序，现予以公示。

1. 产品名称：可吸收医用封堵器系统
申请人：美健科技（深圳）有限公司
2. 产品名称：防水测压仪
申请人：Sensible Medical Innovations Ltd.
3. 产品名称：血管内超声光学相干断层同步成像系统
申请人：Conavi Medical Inc.

作为远大医药引进的一款心血管介入领域的高端医疗器械，Conavi“血管内超声光学相干断层同步成像系统”主要应用于经皮冠状动脉置入手术（PCI），针对冠脉系统及病变区域的手术检查及诊断工作，该系统由于其高分辨率，穿透性好，可为术者清晰地提供患者冠脉病变的具体情况，便于做出对患者最有利的治疗方案，优化手术治疗效果，降低风险，该产品也将是当前和今后广泛使用的一项很有前景和应用价值的检查工具。

此次Conavi“血管内超声光学相干断层同步成像系统”因其在拥有核心专利、国际领先的定型产品以及显著的临床应用价值，得到有关专家的认可，所以被批准进入特别审核程序，从而有望加快其上市临床审评的进程。

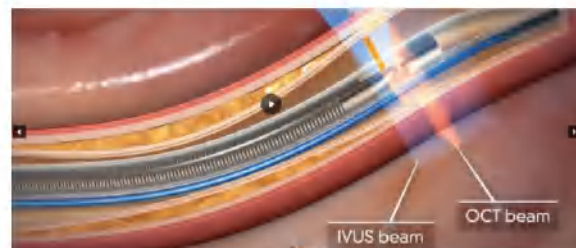
2017年，远大医药合营入股加拿大Conavi Medical Inc.，并获得该公司“Foresight ICE”系列及“Novasight Hybrid”系列等产品在中国大陆、香港、澳门及台湾等地区的20年独家代理权。其中“Foresight ICE”系列产品曾于2016年在美国TCT（经导管心血管治疗学术年会）中被业内媒体推荐为最佳心脏病学创新技术之一。“Novasight Hybrid”系列产品现已获得了美国食品药品监督管理局（FDA）的上市许可，预备北美市场率先销售。该系统能够同时对血管内超声（IVUS）和光学相干断层扫描（OCT）进行冠状动脉成像，是全球首个超声及光学两种成像技术结合的腔内影像诊断产品。

据全国介入心脏病学论坛统计，2009至2017年，我国PCI病例数由22.8万例增长至75.3万例，年均复合增长率16%。随着中国正逐步步入老龄化社会，预计到2020年我国PCI病例数可达近110万例，同时叠加国内支持高端医疗器械发展等利好政策，心血管病诊断及治疗器械在未来5-10年，将有巨大的发展前景。

此次Conavi“血管内超声光学相干断层同步成像系统”通过创新医疗器械特别审批，不仅是对该产品创新性的肯定，同时将对产品后续的临床及注册具有积极的推动作用。该产品后续通过审批上市也将对远大医药布局高端医疗器械领域产生积极影响，同时给专业领域和市场带来新的期待！

背景链接：

创新医疗器械特别审批，是国家为鼓励医疗器械产业的创新发展，而特意开辟的审批“绿色通道”。申报创新医疗器械的产品作用机理应为国内首创，产品性能或安全性与同类产品比较应有根本性改进，技术上应处于国际领先水平，并且具有显著的临床应用价值，本产品核心技术发明专利已获得专利授权。



下沉市场、强力出击：远大医药携 立可安[®]、白内停[®]首次亮相西鼎会

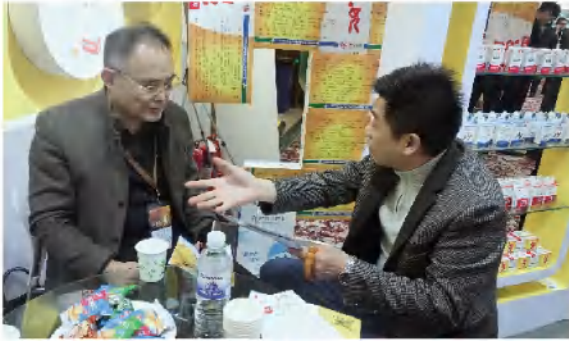


2019年西鼎会盛大开幕

3月12日，第四届中国县域连锁药店发展峰会——西鼎会在山东青岛盛大开幕。本届西鼎会以“共享式生存·县域狂飙”为主题，旨在集结力量针对县域药品零售市场的新变化新形势讨论中国县域药品零售市场的新对策。

远大医药作为一家拥有80年悠久历史的现代医药集团，在新时代的发展浪潮中不断创新布局壁垒突围，赋能终端销售和寻觅更加长远的发展方式。此次亮相西鼎会，远大医药在J29展台设置了独立的产品展示区，公司旗下包括立可安[®]复方木香小檗碱片、白内停[®]冰珍去翳滴眼液、白内停[®]吡诺克辛钠滴眼液、润宁[®]萘敏维滴眼液等多款实力产品更是吸引了不少县域连锁的代表们前来咨询，为进一步扩大旗下OTC品牌在零售行业的影响力和产品的终端推广持续助力。





丨 前来咨询的人络绎不绝

Tips:

立可安®复方木香小檗碱片是一款专门治疗肠道感染、腹泻的OTC产品，具有安全、速效、精准的使用特点，自上市以来受到消费者的广泛认可。除此之外，立可安®的品牌也多次获得业内的专业认可：首届“OTC品牌月”入选品牌、2018“健康中国·品牌榜”锐榜上榜品牌、2017-2018年度中国家庭常备肠胃药榜单上榜品牌等。而白内停®作为远大医药旗下的核心眼科品牌，目前也是在消费者心目中有口皆碑的产品品牌，两款有代表性的针对老年性白内障的产品——白内停®冰珍去翳滴眼液和白内停®吡诺克辛钠滴眼液也出现在本次西鼎会的展台上。



丨 立可安®复方木香小檗碱片和白内停®吡诺克辛钠滴眼液



”

02

新聚焦

一切创新的动力 都源于人才的活力

张建国



2015年以来，国家对于医药行业改革的举措应接不暇，各种医药新政，如两票制、一致性评价、4+7带量采购、药品优先审批、上市许可人制度等国家层面的法律法规及地方政府的各种配套政策文件，将中国医药行业推向了改革深水区，结构调整和产业升级成为了行业发展的两大主旋律。例如，通过仿制药一致性评价，淘汰一大批落后企业，做强做大拥有强大研发实力的企业和拥有制剂出口优势的国际化企业；鼓励创新，用创新药品提高供给质量，出台优先审评审批政策，加快具有临床价值药品的审批进度等。

尽管医药行业的环境瞬息万变，但企业的战略核心却一直坚守未变。远大医药一直围绕着主营业务，持续关注细分领域的研发，大力开展创新药品/器械产品的海外授权引进，通过“仿制药研发和新产品引进”两条腿走路，内生外延双轮驱动，以推进远大医药的发展。目前，远大医药就制剂仿制药业务正在瞄准打造精准立项、快速的研发速度和能力以及丰富的产品线上，建立自己的技术壁垒；在研的罕见病药及国际化并购的SIR-Spheres[®][90Y]树脂微球正在积极争取获得优先审评的机会，有效推进产品快速上市，提前收益。

如何能为我们事业发展提供源源动力？何如让创新成为我们未来最重要的品质？在发展中，我们始终清楚地认识到人才是实现企业战略的重要保障。古人云：“致安之本，惟在得人”。人才是事业之本，人才是第一资源，远大医药也一向重视人才的可持续发展，积极构筑有竞争力和成长力的事业，以良好的本土化及面向国际化人才为目标，积极打造一支具有远大医药价值理念，年轻化、专业化、国际化的人才梯队，为企业的可持续发展奠定人才基础。



2019年中国远大集团总经理年会上提出要“培育新的增长点，严肃执行制度纪律”。与此同时，2019年远大医药经济工作会上总结形成了“远大医药壁垒模型”，其中“企业制度+文化+人才观”作为第一主壁垒，对加强组织的思想建设，打造符合远大思想文化要求的管理团队提出了更高的要求。优秀的企业文化是提高企业人力资源管理风险防范水平的重要条件之一，一大批认同企业核心价值观和企业文化的员工才能为企业带来长足发展潜力。



依据远大医药未来五年总体经营目标，将“打造国际化人才、建立制药行业的西点军校（打造具有远大医药特色的干部管理培养体系）、构建共享成果的机制、实行民主公平的管理、创造协同合作的文化”作为HR核心理念。以“控总量增效益、调结构强素质、建机制提效率”为指导方针，提升集团人力资源战略定位，完善人力资源管理体系，为支撑远大医药发展转型提供坚强的人力资源保证。

为进一步推进人才战略规划落地，远大医药不断加大“三懂三有”人才引进力度，遵循“以潜力人才为主，成熟人才为补”的外部引进策略和重点，重视人才引进工作，做大人才基数，促进人才队伍升级。

2019年的远大医药人才引进工作将重点围绕“双百人才引进计划”展开。

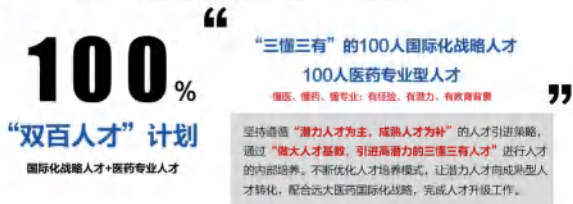


双百人才

“国际化战略人才”：因远大医药国际化业务推进，企业面对业务转型升级，建设符合国际标准的技术管理体系所需的人才。

“医药专业人才”：具有同行业专业背景的，技术水平符合成员企业发展需求，能为企业补短板，能提升企业各个专业线业务水平的医药专业人才。

战略人才：加强国际化创新人才及医药专业型人才队伍建设

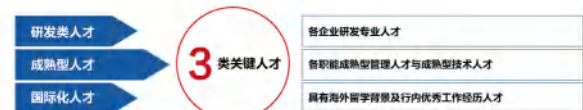


近年来，随着国内外新成员企业的不断加入，对集团化管控的体系需要不断探索及改进。对其管控的范围，人员专业化深度，全局性视野等方面对集团总部职能管理人员提出了更高的要求。具备集团公司平台工作经验、有集团化运营管控能力、具备国际化背景的各业务职能类管理人才将成为支撑集团未来管理思想落地的重要保障。

而随着集团对新业务领域的不断开拓与深入，企业现有知识体系亟待更新与升级，集团需补强新业务开展所需的专业技能以及国际化思维。在新业务相关成熟专家型人才引进的同时，将进一步加大引进培养具有专业一致性的海外留学背景的硕士及博士研究生、专业稀缺性的国内博士研究生，与企业共同成长，承担企业发展新支点的重要使命。

在国际化新业务方面，我们面临更多的全球化的、国际化的机会，当然同时也将经历“国际化”的挑战，很多职能或者项目，是远大医药过去没有经历过的，我们的人才队伍没有这一段经验，所以我们不得不从市场上找到拥有这类可转化经验的人才加入。现阶段我们的海外项目，更多以进口注册的形式落地国内市场，那么，医学支持、临床运营以及有医学背景的专业营销队伍，是未来推动业务的重要职能。近几年远大医药发展很快，并且未来将有更多的海外项目落地，国际化进程不断推进，然而不得不承认，我们还在路上，为了更快更稳地推进国际化进程，我们需要从外部市场，从管理水平更高、发展阶段更成熟的企业，招才引智，外引外部的成熟的项目运营及管理经验，并做好企业内部高潜人才的培育培养，为新业务的运营不断贡献新生力量。

聚焦3类关键人才



2015年，我们启动了管理培训生项目，项目启动的背景是根据当时业务发展的情况，要求定在国内985/211高校的硕士研究生，而随着2015年第一起海外并购的落地，国际化人才需求增加，2016年起将“管理培训生”项目升级为“全球管理培训生”项目，提高要求，强调海外留学背景。截止2018年末，集团管理培训生项目成员共计23人，且项目成员全部为硕士及以上学历，其中博士有5人，且具有海外留学背景的项目成员有14人，占总数的67%，人才质量较高。经过2-3年的轮岗培养，目前已定岗16人，其中有9人加入到国际化新业务团队中，并逐渐在新业务各个职能上发挥更重要的作用。

一切创新的动力，都源于人才的活力。面对创新发展的新形势新要求，培育好、开发好、利用好人才这个“第一资源”，后续集团将进一步在如何用好人才、留住人才，如何让他们体现价值，如何使他们获得认同感、归属感和成就感上开展工作，做到人尽其才，才尽其用，为推动远大医药的可持续发展集聚力量。

创新国际思维 构筑价值壁垒

陈小波



中国医药产业正在经历剧烈的震荡与变化，一系列有关医药产业深入改革的政策接连出台，一系列影响行业未来发展的大事件不断出现。正在进行的仿制药疗效与质量一致性评价及集中采购，以提高行业集中度，实现仿制替代原研，并为医保支付腾出空间；在医药商业领域则有营改增、两票制等规范经营，回归价值。诸多政策导致中国现有的以仿制药为主的市场空间受到压缩，制药企业要寻求可持续发展，必须另辟蹊径，建立有效的壁垒势在必行。

壁垒在我理解，就是企业所独有的竞争优势，这种优势能够让企业在长久的竞争中生存下来，并且维持住原有的利润率和市场份额。一个具有持久竞争优势的公司通常会有强有力的壁垒，就像护城河一样宽广且深厚，能够有效地阻挡竞争者的进入并长时间把竞争者阻挡在产业之外。

未来五年我们将围绕着大制剂，打造全产业链的核心壁垒。建立核心战略品种有效、多层次、长周期的专利壁垒，从而取得市场独占权，提升利润率，延长产品生命周期。加强顶层设计、推动产业链各环节、引导理念变革、完善管理机制、不断提升企业的整体生产质量管理水平，加强产品力，形成企业所特有的核心竞争力。



1、利用紧抓国际化的契机，实现质量管理的飞越，打开新的市场创造新的盈利空间

为了进一步优化业结构，实施产业链升级改造，集团在2018年启动了“制剂国际化战略”，以原料药为后盾，以制剂作先锋，发力指向了欧美日等主流市场，这对整个远大医药来说具有深远影响和重要的战略意义。

制药行业的特殊性在于GMP管理，既是门槛又是壁垒手段。当国内绝大部分企业只满足GMP的情况下，我们已率先引入ICH，展开CGMP的认证。这样做的制剂国际化战略的目标有三个很明确，其一，我们期望通过与CGMP的对标，将我们质量管理理念和管理能力提升到国际认可一流的水平，培养一批具有国际化思维的技术人才和管理团队人才；其二，选择一批在国际市场上有需求的产品，通过深度的再次开研发，进入欧美日等主流市场，扩大了我们可盈利的市场；其三，充分利用MAH制度，让我们的企业能够具备国际化CMRO的资格；其四，国际化带来更大的盈利空间，进入欧美日等规范市场后，可以向其他地区延伸，带来更优越的利润；其五，国际化药企可借助最新政策，在一致性评价、优先审评、招投标中受益，进一步带来利润弹性、估值弹性以及发展空间。

我们应该深刻认识到，自身与国际先进企业之间的差距，竞争力不强，国际化思维和理念薄弱要想打入主流市场，必须提高产品标准，提升质量保障体系，用先进技术改造传统产业。



2、打造快速、丰富的仿制能力，延长巩固并丰富现有产品线

2016年3月，口服固体制剂仿制药一致性评价的发令枪打响，随着一致性评价的持续开展，越来越多的国产仿制药加入“通过一致性评价的”的行列，没有通过的企业将会被市场淘汰，也预示着国产仿制药将改朝换代。

虽然目前注射剂一致性评价还没有正式文件出台，但不少政策都指向注射剂的质量与疗效问题，注射剂一致性评价已驶入快车道。2018年初集团就加紧推进注射剂一致性评价，目前已经完成的部分注射剂与原研制剂的质量、处方工艺、标准比对等药学研究。相比于固体制剂仿制药一致性评价，注射剂的竞争将更为激烈，这也迫使我们必须进一步加快注射剂一致性评价的研究速度和推进力度，确保集团的大品种能在市场竞争中占有一席之地，为后续参加国家带量采购奠定基础。

集团除了积极布局一致性评价外，更在丰富产品线上下足了功夫，引进了国际先进的进口预灌封生产线。预灌封注射器系列产品将为临床使用提供新的给药方式，有效避免使用过程中的二次污染，提高了注射的安全性，更让临床操作变得更为快捷简便。随着经济的发展和技术的更新，未来预灌封注射器将逐步取代传统的玻璃安瓿、普通注射器。这也是集团顺应临床的需要，应用先进技术丰富产品线的大胆尝试。

针对前期研发技术转移过程中的问题，由集团技术质量中心牵头起草了技术转移的管理制度，并经过与原料和制剂企业的充分沟通，已正式颁布执行，该制度的颁布实施对研发顺利向生产转移起到了很大的作用。2019年集团还将建立研发项目的内审制度，组建研发项目的内审团队，确保所开展项目的进度和质量。



3、加强原料制剂一体双轮驱动化，完成产业链一体化布局，高质量低成本，赢大市场

原料药和药用辅料在整个制药工业产业链上的价值权重已经越来越高，近几年的专利悬崖导致大量药品品种的收入大幅降低，环保政策趋严，国内原料药供给大幅收缩；国家带量集中采购、控制医疗及医保支出，降低药品价格；MAH制度推出，制剂企业对原料药的质量承担更大责任，导致企业面对着巨大的压力，对具有规模优势的原辅料企业会更为依赖。

集团整体思路仍然是以企业战略规划品种为核心，确保其原辅料供应，同时通过关联审评作和战略供应商建立新的战略联盟，完成原料制剂双轮驱动的产业链一体化布局。我们部分主打品种的原料药为自产，有一定的资源优势 and 成



本优势。原料药企业在合规生产的情况下，应积极开展原料药关联审评的研究，不断进行工艺优化和标准提升，确保我们在原料药方面的优势。

但还有大部分的原料药和主要的辅料均为外购，受到较大的制约。原料一制剂一体化一直是我们的优势，这种优势体现不仅可以保证原料的供应，同时能最大限度的控制成本。

原料保供方面，这两年受国家政策影响，原料市场风云莫测，原料断供或者价格成倍的翻涨已是常态，对制剂的影响不言而喻。为了有效的应对该问题，2017年底集团就提出了战略供应商的合作思路战略，先后与国内多家辅料供应商建立了战略合作关系，暂时解决了部分主要辅料的供货。但某些主打品种的原料、辅料和药用包材仍是外供的，风险较大，为解决目前的困境，集团将从原料药自主研发、并购辅料及药用包材的生产企业等入手，为未来构建完整的产业链。从2018年的实际运作情况来看，解决了我们部分问题，例如某些关键辅料的保供，但是我们关注的核心原料仍然风险很高。因此，在集团的整体决策下，在仙桃启动了新的原料工厂的建设项目！当然，整体思路仍然是以企业战略规划品种为核心，确保其原料供应，同时通过关联审评工作和战略供应商建立新的战略联盟。

对成本而言，4+7带量采购之后，稳定的质量和较低的成本是药品生产企业参与竞争的基本条件将成为增加我们竞争力非常有效的一个手段。要把成本管控好，我们应该从以下我认为有几个方面着手：首先，要有稳定的原辅料的供应，这是确保市场供应的前提条件；其次要做好过程控制，企业要建立生产过程中每个关键工序的控制要点（包括工艺要点、质量要点、收率数据），确保产品的一次合格率能够达到100%；再次就是设备，生产效率提升主要还是依靠设备，除了做好现有设备的维护、保养外，还是要对我们的工作流程进行梳理，哪些是可以用设备替代人的，哪些是可以用高效的设备替代低效的设备，都是值得考虑的；最后就是人，需要建立相对稳定的生产团队，我们很多员工都非常不错，很勤奋也能吃苦，但是培训不够，尤其是核心岗位的人员，需要系统的、专业的培训，才能真正建立起核心骨干团队，在关键的时刻能够以一敌二、以致三，这样的人才是我们值得花钱留下的人才！

4、倡导全员参与的质量文化 建立持续改进的学习型企业化建设

2019年集团将从全员参与、全过程控制、标准化和教育三个方面推行全面质量管理，帮助和督促企业从合规向卓越迈进。

集团始终坚持推行全员参与的质量管理提升活动，经过几年的活动开展在技术改进、质量合规、节能降耗等方面都取得了明显的成效，对全员的质量意识提升起到了重要作用，2019年将继续开展。质量方针体现的是企业在质量上的追求，是对患者在质量方面的承诺，是规范员工质量行为的准则，质量目标则是质量方针的具体体现。为了让员工明确质量方针和质量目标，集团要求企业应对质量目标进行层层分解，针对每个岗位制定质量目标，让每个层级的人员都了解自己所承担的质量责任和工作目标。还要通过集团质量管理月度会议、企业三级质量会议来进行质量信息的传递和沟通，不断改进质量管理体系。



集团将持续关注企业的合规生产，对产品质量进行全过程控制。企业应重视对原辅包供应商的管理，集团将继续组织供应商集中审计，确保主要原辅料供应商审计质量和风险控制。对企业制定的年度质量行动计划进行重点跟进，开展集团内的季度检查、专项检查和飞行检查，加强成员企业药物警戒体系的完善和产品全生命周期的管理。

2019年还有一项非常重要的工作，就是技术人员专业能力的提升。技术质量中心将会在每个季度组织相关的专业知识的培训，重点是政策法规、国外的技术指南以及前沿技术应用等，还联合集团工会委员会开展的ICH系列指南学习的活动，目的在于进一步拓展专业技术人员视野，了解国际国内医药政策趋势，更好的与国际接轨，打造持续改进的学习型企业。

质量文化的最终目标一定是提升企业的经济效益，企业的质量需要全体员工共同完成并提高，当质量文化深入人心时，质量就成为全员恪守的工作理念。希望通过一系列的质量活动，坚定努力工作、拼搏进取的信心，形成强大的向心力，让全员能重视质量、创造质量，并且享受质量。



5、实施专利战略，为企业运营保驾护航

2015年12月，国务院颁布《关于新形势下加快知识产权强国建设的若干意见》，确立了国家知识产权战略。以创新驱动发展已成为当今社会发展的共识，知识产权日益成为企业发展的战略性资源和国际竞争力的核心要素。

专利是国家使用强制手段为发明人的智力成果提供的独占权。专利是天然的壁垒，在医药领域尤为适用。强生的阿比特龙、艾伯维的修美乐、默沙东的柯瑞达，在专利的保护下均创造了单品销售超百亿美金的业绩。在知识经济时代，专利已成为企业竞争的重要利器，企业应当从战略的角度，将专利工作融入企业的研发生产、市场营销、财务会计等各个领域，对专利的创造、运用、保护和管理进行统一规划，为企业参与市场竞争、取得优势地位、获取经济利益、实现社会价值提供强大的助推力。

企业专利意识的养成，会对员工的创新产生正向激励的作用，而技术创新，已成为企业发展的关键因素。近几年，随着集团规模的逐步扩大，国际化合作的机会越来越频繁，专利问题已经成为集团在发展过程中无法回避的一个关键点。集团的领导层已经深刻意识到，没有专利，就谈不上市场竞争，就谈不上国际化。公司的每一名普通员工，都应当将这一意识融入到自己工作的方方面面，从而激励自己不断创新，在实现自身价值的同时为集团带来更多的利润。

专利管理是一项专业性极强的工作，它不仅包括对企业自身的专利进行布局规划、分类整理、合理运用，还包括对行业内、产业内的同行、竞争对手的专利信息、技术信息进行收集整理和反馈。集团目前设有专门的专利管理部门来统筹管理公司的专利工作，2019年，集团专利管理部门将协助成员企业完成核心产品的专利地图绘制工作，并建立标准的专利预警体系，以有效提高集团应对专利风险的能力，为集团安全健康的发展保驾护航。

泰山不拒细壤，故能成其高；江海不拒细流，故能就其深。我相信，围绕集团双百亿的战略目标，每一个远大人在自己的岗位讲规范、建壁垒、求创新，深耕细作，保持危机感，不断挖深和加固我们企业的护城河，才能保证我们企业在长久的竞争中生存并壮大起来。

大浪淘沙沉者是金 · 风卷残云剩者为王

石初晶



2018年，受4+7城市带量采购新政出台的影响，中国医药市场的市值蒸发10000多亿，整个医药行业仿佛进入寒冬。4+7带量采购新政，对整个医药行业来说是一项颠覆性政策，药品采购模式被颠覆、传统营销模式被颠覆、以药养医被颠覆等等，其主要目的是让仿制药回归低价可及，让人民群众用上质量高价格更低的药品，实现仿制药替代原研和医保基金支出节降，从而有更多的资源用于解决大病重病，间接推动医药的行业的创新发展。在4+7新政下，企业的核心竞争力也将由原先的营销力转为产品力，产品力将主要体现在“研发创新”以及“质量成本控制”，医药企业也将因此全面调整各自的战略规划。



面对严峻的市场形势变化，公司全面分析研究政策变化所带来的影响，重新审视公司的战略规划，我们发现前期所

制定的2016-2020年战略规划与政策所鼓励的行业发展方向高度一致。这是一种幸运吗？不是，在此之前史总所领导的经营管理团队已提前预判中国医药市场的未来发展必将遵循欧美日发达国家的发展轨迹，已提前做好相应的战略布局。

为了进一步确保公司实现持续的、稳定的、可预测的发展，2019年度经济工作会围绕“创新壁垒”主题通过开放式的思维碰撞明确公司下一阶段的战略发展方向，会议达成共识，形成“远大医药壁垒模型”，壁垒模型包含7个主壁垒和5个辅助壁垒。

在全行业追捧创新的大浪潮和主旋律下，我们更需要冷静思考我们远大医药的创新壁垒之路应该如何构建？从市场营销的角度，有以下几点思考：

1、政策法规：拥抱政策，顺势而为

医药行业是国家政策调控最为密集的行业，政策法规频出。国家调控政策的出台主要目的是推动行业往规范健康的方向发展，政策往往是一把双刃剑，在对行业现阶段的发展产生冲击的同时，也必定释放新的行业机会，我们要做的就是研究国家政策，从中发现政策所鼓励的和引导的行业发展方向，然后调整公司的发展战略，把握新的发展机遇。比如：（1）4+7模式下公司的原料制剂一体化的仿制药品可以通过规模化效应的成本优势获取更大市场份额，形成新的增长点；（2）国家针对癌症用药、罕见病用药以及急抢救短缺药品的鼓励政策，这些政策的出台和落地将进一步推动公司核心板块的稳定发展。



2、产品拓展：大力发展创新产品，提升仿制药竞争力

在创新产品方面，我们大力发展创新产品，其关键比拼的是速度和价值，速度就是要求我们要比别人更快获得产品上市，价值指的是我们所研发的产品更具临床优势，属于Me-better甚至是First-in-class的产品，我们创新产品的获得方式包括全球引进新产品/新技术、与高等院校和研究所合作开展科技成果转化、现有产品的二次创新；在5年前，公司已在全球市场着手创新布局，2015年凯德诺、2017年Conavi、2018年Sirtex、2019年Glenmark，在对外投资合作这条路上我们已积累丰富的成功经验，我们将持续走下去；除了对外投资合作，我们同时致力于现有核心产品的升级创新，比如：利舒安预充制剂的开发、欣维宁的适应症拓展等。

在仿制药方面，其比拼的关键是速度和成本，速度指的是尽快实现仿制药首仿上市，获得尽可能长的市场独占期，



成本指的就是我们生产运营成本。我们正在致力于不断提升质量和优化生产成本，在成本控制方面我们主要通过原料制剂一体化、技术工艺持续提升、精益化生产管理、产品规模化等方面去实现。

3、品牌力量：深耕细分领域，打造领导品牌

武汉制药厂、红色药企、为了六十一个阶级兄弟……，企业八十年的辉煌发展历史留给我们很多让外界耳熟能详的经典故事，这就是一种品牌，她蕴涵着强大的魅力，这属于企业发展过程中所积淀的软价值。在产品方面，我们从白内停获得国家银质奖发展到现在，我们已成为口服祛痰药市场领导者、急救用药市场领导者、眼科用药国内最大生产企业。公司即将进入新的细分领域——介入治疗（心血管介入、心血管诊断、肿瘤介入），借助已积累的营销优势以及高效合规的运营管理能力，我们必将介入治疗领域培育成为公司新的增长点和细分领域领导者。

4、社会价值：不忘初心，积极承担社会责任

2014年公司与中国医学科学院共同搭建罕见病药物研发平台，破冰国内药企罕见病药物研发，填补国内空白，罕见病药物系列产品中“卡谷氨酸和氨基烯酸”获得优先审评，将于2020年陆续上市，为罕见病患者带来希望。2018年公司响应国家政策，通过成立药联体积极推进国家小品种药生产基地建设，致力于解决小品种药的市场短缺问题。



5、互联网+医药：新业务形态探索

互联网改变生活，改变了商业模式、生活方式、沟通方式等等，颠覆了很多行业，也正在改变着医药行业，但相对于其他行业而言其改变速度要来的慢，主要原因：（1）药品属于特殊商品，关乎生命，处于严监管的体系下，政策限制多；（2）医药行业属于专业属性非常强的领域，消费者并不具备相应知识，也不容易被教育，消费观念难以被改变；（3）药店等传统实体的地位根深蒂固，覆盖面广。虽然互联网对医药行业的影响相对慢，但我认为随着时间推移医药行业也一定会被互联网颠覆，公司现在已经与国内优秀的互联网平台展开合作，进行品牌药的网上推广与销售，也已经将“互联网+医药”作为企业的战略布局之一，进行重点研究、思考和布局，紧抓互联网发展浪潮所带来的新的行业机会。

创本质安全企业 · 建绿色发展壁垒

胡俊



对安全环保壁垒的理解：安全是企业的生死线，是生与死的底线要求；环保是企业的发展线，是决定企业能否稳定生产、持续生产的要求。

1、本质安全是企业生存的基石

安全无小事，责任重于泰山。安全生产从上至下，三令五申，但盐城响水“3.21”事故深刻警醒我们，安全抓落实还有很大差距，必须以科学的态度、务实的精神、系统的思维，改进提升安全生产工作。

安全是摆在每个企业面前的永恒的话题，企业既然要生产，就会有安全风险存在，安全是相对的。做好安全工作不是一蹴而就，它是一项日积月累的工作坚守，特别是集团化工与原料药生产领域，是一个既要抓硬件安全又要抓人的安全的工作。



（一）硬件安全是企业本质安全的基础

安全是一门科学，事故预防的安全措施通常包括本质安全、工程措施、规范管理和个人防护。本质安全策略及工程措施主要是在研发和设计阶段完成的。因此，工艺设计决定了生产装置的安全基因。企业应主动追求本质安全设计，从本质安全策略出发改进工艺装置的安全性，譬如在平面布置设计、危险物料贮存量、物料输送、关键设备设计规格、材质选择、加热介质选择、容错操作等方面，尽可能采用安

全性较好的方案。

装备安全对于医药化工行业的安全有根本性的影响。工艺设备如只考虑如何实现工艺目的，不太考虑安全因素，事故发生的先天因素就已经埋下。比如老式的无充氮保护装置的三足离心机、无防止手指进到设备内的中药剪切机，只有半边防护罩的传动设备、用在防爆区间的非防爆型设备等，由于设备存在安全隐患导致的事故在企业的发展史上也屡见不鲜。因此，通过选择适用于现代制药要求、安全性高的装备，淘汰落后的不安全设备，企业的装备水平才能进步，因设备导致的不安全事故发生率也会大大降低。

另外，安全也一门综合学科，如何做到设备、工艺参数的合理选型，还需要懂工艺懂设备的专业技术人员进行专业的计算与选择，并通过工艺安全风险分析查找工艺安全隐患，根据分析结果，采取可靠的事故防范措施，使安全风险更加可控。

（二）人是创建企业本质安全的决定因素

人的安全生产的决定因素。从历史的经验教训看，因为人的不安全因为导致的安全事故占了80%以上。人的不安全行为是最大的隐患，特别是在生产一线，因习惯性违反劳动纪律、违反操作规程、违章指挥等“三违”行为，导致大量安全生产事故发生，他们既是事故的受害者，也是事故的制造者。图省事、嫌麻烦，不严格执行劳动纪律，不严格遵守操作规程，可能十次、百次侥幸没有发生事故，但常在河边走，哪能不湿鞋，往往事故就那么一次“碰巧”而导致事故的发生。

解决人的不安全因素问题，一方面我们需要严把进厂关，要对一些危险岗位、危险操作部位设立必要的上岗条件，如文化要求、培训及持证要求、性格测试等，杜绝事故人格的人员在这些岗位上。另外，要通过长期不断的、系统的安全应知应会教育提升员工安全意识和操作技能，并通过不断的安全纪律、劳动纪律的检查，根据检查情况进行奖惩，促进员工良好工作习惯的养成，使安全成为一种习惯。



（三）良好的安全管理体系是本质安全管理的手段

良好的安全管理体系能有力促进企业的本质安全建设的巩固，它涉及到企业安全管理的方方面面，通过安全领导力与组织承诺、安全管理组织建设、职责落实、安全制度建立、安全培训教育、危险因素辨识与隐患排查、风险作业管理、设备安全运行维护、事故应急建设、安全绩效符合性审核等管理体系的建设工作，通过安全管理体系的建设与良好的运行，把法律要求和政府监管变成生产经营单位的“自觉行动”和“良好的行为习惯”，促进企业安全、高效运行。



2、绿色发展是企业助推器

过去几年，国家对环保的要求越来越重视，法规要求、排放标准越来越高，管理面也从简单的“三废”（废水、废气、废渣）管理转向产业结构调整、项目建设前置审批、环保设施运行监督、土壤污染排查与修复等全面的综合性管理，环境管理从粗放逐步转向精细化，对企业日常管理要求日趋严格，传统的靠“吃环保饭”的日子一去不复返。环保治理不到位，将直接影响企业的正常生产，影响经营，唯有合法合规、完善环保设施、达标排放才是正道。环保治理到位了，做到别人不能生产我们可以生产，企业效益自然会大大提升。

如何做好环保工作，从企业治理经验出发，有以下几个方面与大家共勉。

一是紧跟国家政策，顺势而为。淘汰落后的产能和工艺技术、设备，按照要求完善环保设施，并做到规范运行、达标排放；

二是查漏补缺，完善各项合法手续。如项目的环评与验收、排污总量的取得、企业排污许可手续的办理等，确保项目合法、企业合法。

三是源头治理把关、综合治理。通过源头工艺、设备的合理选择实现废物的减排、通过“三废”分质分类、末端综合排放设施的优化设计，在保证达标的前提下做到环保设施投资合理、管理便捷、运行成本可控等目标，实现环保工艺的最优化。

四是新建项目要充分总结经验教训，一次就把事情做对。项目要总体规划、系统设计，布局功能化，车间设计系统化，厂房设施一体化，充分考虑安全环保要求，采用成熟

的新设备、新技术、新工艺，向本质安全靠拢，源头减少污染物的产生，实现源头风险管控。

3、2019年安全环保主要工作任务

运动式、阵痛式、口号式抓不好安全生产工作，安全生产是实实在在的工作。只有长期积累，规范日常安全管理，持续改进，加强人的安全行为管理，不断完善生产硬件条件才能降低安全风险，保障企业的正常经营。

安全生产工作无处不在、无时不在，它更需要我们理清工作思路和轻重缓工作，要抓住安全工作的重点，“眉毛胡子一把抓”，只能是捡了芝麻，丢了西瓜。作为远大医药来说，集团的安全监管第一重点在富池工业园，富池工业园的安全就在生科、武药、富驰化工几个与危化相关的企业，而这几个企业的监管重点也就在“两重点一重大”的重点部位和重点岗位，集团和企业都应重点将人力、精力、注意力、财力向其倾斜并牢牢把握，把这几个部位的安全风险管控住了，灾难性安全风险就可控。

2019年，集团安环中心的工作重点也是围绕着上述管控重点，以点带面，从安全自动化管控平台技术咨询与建设、反应热分析与工艺危害分析、风险作业过程管控、专业人员能力提升、员工安全纪律劳动纪律检查落实、全员安全应知应会教育的落实、班组安全标准化建设等方面，扎实的推动基层安全管理工作落实，规范各企业的安全管理。

另外，国际化项目，也要事先考虑辐射安全的法规要求，把控项目安全风险。集团安环中心也同时开展相关知识储备，提前学习，为国际化项目落地发挥保障作用。

环保工作，通过这五年的不断改进，各企业环保设施基本满足环保要求，但由于部分设施已使用多年，部分设施已开始老化，也需要不断优化，保证排放稳定达标。安环中心也将积极通过“帮助、监督、促进”的管理要求，通过环保管家式服务，一企一策，针对各家企业实际情况进行环保治理优化升级；引进专业人才对企业环保设施运行进行指导，督促规范管理，达标排放；发挥专业作用。新建项目建设前期就参与到设计中，指导优化环保工艺技术，实现方法最优、成本最优、运行最优。同时，通过走出去，引进来的办法，向发达地区、强者学习，开拓环保管理人员眼界和思路，推动企业的环保治理水平不断优化，不断升级，助力企业绿色发展。



构建技术壁垒 · 探寻研发路径

杨波



所谓壁垒，就像护城河一样，是一种战略防御思想，既保护和提升自己，也防范和抵御他人进攻，增强自身抗风险能力，同时提高所在行业领域准入门槛，最终使自身价值及核心利益最大化。

2018年，国家药品监管、研发及医保政策大环境都发生了巨大变化，仿制药企业要建立自己的技术壁垒靠的是精准立项、快速的研发速度和能力以及丰富的产品线。具体来说就是，精准立项具有临床价值，满足市场需求的研发品种，可使企业快速建立市场壁垒；快速仿制能力可以降低成本、提高质量，提升企业核心竞争力；而丰富的仿制药产品可增加壁垒的宽度和厚度。

在我看来，当前远大医药的罕见病研发、国际化项目承接以及商业化实现上已有所突破，那么下一步就是要依靠创新驱动，构建技术壁垒、探寻研发路径，才能在这场产业变革的新赛场中，占领先机、赢得主动。

1、罕见病研发：找准方向，用足政策

近年来国家针对罕见病等临床急需用药的政策频出，为鼓励药品创新，满足临床药品的可及性，药监部门开辟了优先审评绿色通道，将罕见病药物纳入了优先审评范围之一，审评时间大大缩短。新的政策带来了新的政策红利，也将催生新的发展模式。换句话说，符合国家政策导向的品种，更容易进入优先审评，不仅上市速度快而且很有可能成为重磅产品。

针对罕见病药物研发，远大医药属于国内起步比较早的企业之一，早在2014年，远大医药就已与中国医学科学院签署战略合作协议，联合开发多种罕见病药。目前，远大医药已有5个罕见病药物处于在研阶段，其中用于治疗高氨血症的“卡谷氨酸片”和用于治疗癫痫以及婴儿痉挛症的“氨己烯

酸片”相继被国家药监局列为“优先审核首仿罕见病新药产品”，这些都是远大医药提前布局罕见病药的开发，顺应国家政策的创新之举。对于远大医药来说，罕见病药物战略是基于企业的整体发展战略，最终要落实到具体产品和研发能力构建上，需要找准方向，用足政策，构建壁垒，建立短、中、长线结合的研发战略，使其成为我们企业的一个新的利润增长点。



今天，我们已站在了药审改革的风口之上，那么如何利用好政策导向和我们现阶段在罕见病药研发上的优势，搭上政策发展的“快车”，如何在机遇中给自己穿上铠甲，如何在面对挑战中构建壁垒，需要我们不断的思考和探索。

首先，我们要吃透、理解并运用相关政策，这是决定我们战略布局的核心要素。要有针对性的加强对罕见病药未来政策方向及需求的判定，要明晰我们所研发品种的注册路径，用好用足相关政策，加速产品上市进程，提升产品未来的市场价值，为企业带来良好的效益。

其次，正确的选择罕见病研发品种。对临床急需、市场短缺的特色用药进行产品线布局，形成差异化壁垒，并进行深耕和资源优化，形成技术壁垒和平台，以期获得更多更好的政策激励和扶持，形成良性循环。

再次，要增强罕见病药物的研发模式的多样化，提高抗风险能力。在以自主研发为主的基础上，还要善于借助资本手段快速获取产品资源，补充产品线；也可以通过授权或者签订协议的方式获得具有较好市场潜力的罕见病药物，包括现在国内比较新颖的VIC（VC+IP+CRO）研发模式也可进行有益的实践。我认为罕见病药物研发模式不是一成不变，需要找到并建立适合远大医药自身特点的研发机制和研发模式，这也是我们研发领域一直在坚持和努力的方向。

2、国际化项目：充分评估 精准承接

近年来，随着远大医药与国外研发机构合作的不断深入，国际化产品的快速承接与落地也是构建壁垒的一种有效方式，是提升核心竞争力的有效手段。

关于国际化产品的承接，对引进的产品进行准确和充分的评估至关重要。首先引进产品要注重临床需求，聚焦具有临床价值的；对产品的技术评估要专业准确，关注具有自主知识产权、技术壁垒高的产品，如新剂型，包括新型给药系统等；要优先考虑结合当前政策、法规，对产品落地能够进入优先审评审批的产品，如罕见病、临床急需、儿童用药，或中美/欧同步双报，或可能纳入“临床急需境外新药名单”等，可以实现快速落地的；尽量对标公司主营产品线，有利于落地后市场推广的产品；同时要重视对项目落地难度或风险的准确评估，尤其是因境内外法规差异所导致的风险要及时规避。

项目承接方面，需要配备与项目相匹配的专业人员，对相关技术资料进行研究、审核与评估，对境内外法规进行差异分析并制定解决方案，制定合规的项目管理计划；对于进口产品，尤其强调质量研究及标准符合中国法规及注册审评要求；对于境外技术转移到中国的产品，要以产品质量为核心，逐步转化和实施国际最高技术标准和指南，使产品质量同步符合欧美日等法规市场以及中国要求；要通过加强研发过程管理，不断培养团队的专业素质和管理水平，进一步优化资源配置，建立一套符合企业实际的、与国际化接轨的药品研发管理体系，同时不断提高项目组人员的外语能力和水平，提升国际项目的沟通能力。

3、建立研发、生产和市场一体化思考的模式

药品研发的最终目的是实现产业化或商业化，产业链建设有利于企业形成自身独特的竞争力，并形成相关壁垒。任何项目的落地，离不开产业链的整合，因此在我看来，加强对原料、辅料、包材企业，以及检测机构的审计，建立值得信赖的合作伙伴，并与审评机构保持良好沟通，降低法规风险，都有利于项目的快速落地。

对企业而言，要建立大研发理念。所谓大研发，应该是药品研究、生产和市场一体化思考的模式和理念，通过顶层设计，建立战略思维与全局观，从全产业链的思维去考虑研发。其中，研发是基础，产业化是连接点，满足临床需求（市场）是实现研发价值最重要保证。在目前药品注册与国际接轨的大环境及仿制药一致性评价的要求下，研发思路创新尤为重要，为了达到与原研药的质量疗效一致性，通过逆向工程剖析原研药，将处方工艺做足做透，加强对工艺、技术和质量的研究，是未来产业化的基础；同时，产业化是研发部门和生产企业双方共同推进的目标，生产企业生产技术人员从中试生产、验证、注册检查中能够快速学习并掌握项目组积累的知识和经验，可大大缩短产品商业化生产时间，提高效率；此外充分的市场研究对研发项目立项也非常重要，同时也是实现研发项目价值的唯一途径。

对于远大医药来说，找准方向，选择适合自身的研发模式，腾笼换鸟，制定切实可行的研发战略路径和构建壁垒，才有可能在纷繁复杂的医药大环境下立足和突围，真正做到惶者生存，思则有备，决胜未来。



在构建壁垒的道路上 持续不断地创新

钱志强



2016年底远大医药进行对生物板块业务的进行股权重组，组建了以湖北远大生命科学与技术有限责任公司为控股公司，下辖武汉远大弘元股份有限公司、武汉科诺生物科技股份有限公司、湖北远大生物技术有限公司3家控股子公司的生物高科技企业板块。

今天，远大医药生物板块的因技术平台的相通和产业链相支撑带来的整合，发展实现了远大医药生物板块的换挡升级、提速发展，始于弘元公司氨基酸产业链延伸的需要，后基于科诺公司引入的发酵技术平台，其制造技术逐步从化学法拓展到生物法，其产品应用的行业领域也是由医药原料向食品、保健品、农业生物等大健康领域逐步扩展。

作为一个被寄予厚望的业务板块，生物板块是因技术平台的相通和产业链相支撑而整合起来的，集合了远大医药旗下原药制造的技术优势和品牌优势，是远大医药中长期战略规划中重点发展的业务板块之一。因此，作为一个被寄予厚望业务板块，无论是从发展规模还是发展速度来看，生物板块来看都应该有更高的要求，因此对于持续创新和壁垒构建有着更加为迫切的需要。

那么该如何理解创新、壁垒呢？我认为创新、壁垒是企业核心竞争力的体现，既包括硬实力（产品、技术、规模、资本等），也包括软实力（人才、管理、机制、创新等），

其是保证企业持续健康发展的关键。

今天，远大医药生物板块现有业务已形成了一定的竞争性壁垒，包括：牛磺酸的规模在行业排名前列，其质量标准 and 收率水平均达到最优，且依托富池工业园的原料及能源供应的产业链优势，规模效益明显；氨基酸经过多年的积累，拥有了完备质量认证体系和国际认证证书，也开发了非动物源的氨基酸产品，在国际市场上的品牌影响力越来越大；农业生物方面的原药技术水平较高，长期为国外高端生物农业市场提供特异性菌种的生物发酵产品，同时也将国外应用较好的原药产品转化为国内市场上性价比高的农药制剂，随着





近年来终端推广工作的深入，企业品牌不断地得到提升。长期的积累和不断的创新形成的业务优势，使得生物板块的业绩保持着稳定且持续不断的增长。但是，我们所处的大健康领域，市场的空间和发展潜力都很大，参与的大资本很多，我们的竞争对手也都不弱小，因此巩固我们的现有的壁垒，创建新的壁垒，持续创新领跑行业，就显得尤为重要！

那么，我们靠什么来获得竞争优势，保证拥有持续的盈利模式呢？我认为，需要在构建壁垒的道路上持续不断地创新，因为一旦不再有改进，壁垒迟早会被他人攻破！同时，新兴的业务要如何保证有占得先机的能力，如何选择新项目并形成新的壁垒，同样是我们建设壁垒体系当前亟需解决的问题。

结合我们自身，我认为远大医药生物板块的整合具有技术储备完整、产品的市场应用领域广阔的等特点，而且每个领域都有较长时间的积累，因此面对未来的创新壁垒构建，我认为还需从规模、品牌、资本、产业链几个方面着手。

首先是规模壁垒。生物板块目前是以原料为主导，对于原料药而言，规模就代表着在市场上的话语权。而我们要做的是有技术支撑的规模，是成本最优、效益最佳的规模。现有产业规模要保持技术领先的优势，并在安全、环保、质量体系上创新管理、持续改进，随着市场份额的拓展适时地扩充产能规模；未来选择的新项目，首要进行的就是技术先进性的判断，在此基础上结合该产品市场份额和话语权的要求，进行经济规模量的决策。

第二是品牌壁垒。目前已有的“富驰”牛磺酸、“弘元”氨基酸、“科诺”生物农药都是中国驰名商标，在国际市场上也有着较好的知名度，品牌是企业综合能力的体现，也是时间累积出来的。未来我们需要在品牌创建上持续投入，一方面发挥现有品牌的价值，不断优化我们的品牌形

象；另一方面逐步建立远大生科的企业品牌，涵盖旗下各产品品牌，不断丰富我们“用不断创新的生物技术和生化结合技术，服务于人类的健康事业”这个品牌内涵，同时为未来推出新品种的品牌创建之路打下良好的基础。

第三是资本壁垒。从生物板块的形成到发展的过程来看，每一步的关键发展都是源于资本的并购和重组，通过资本的整合带动产业整合。单纯的资本谈不上壁垒，资本是产业的助推器，建立在有技术、有品牌的产品基础上的资本才称得上壁垒。我们是利用我们已经创造的产业价值，让远大生科这个平台能有机会进入资本市场，去体现他的价值定位，从而获得资本的支持，更进一步地发展我们有核心竞争力的产业。

第四是产业链壁垒。产业链壁垒的创建，一方面体现在向原料端延伸，充分发挥技术优势和成本优势；一方面体现在向产品的应用终端延伸，深入挖掘应用价值，并向客户和消费者进行有效的推广，充分发挥市场营销的能力。未来引入新项目，除非是在技术上有颠覆式的创新且能够得到验证，更多的还是围绕着我们产业链上的价值发挥来匹配相应资源，实现产业链上的价值整合。



顺应形势 · 聚焦高壁垒创新的升级引擎

沈芳玲



两票制、药占比、清辅药、调品类、上市持有人、一致性评价……新一轮又一轮狂风暴雨般的政策洗礼，行业震荡从未消停。一个仿制药“高毛利、高费用”的时代即将终结，药品逐渐向本质回归。

2018年末，“4+7带量采购”模式打破了整个业态的平静，茫然又焦虑的心态给这个冬天又增加了一丝肃穆和萧瑟。从二十年前的招标挂网演变到今天的“4+7带量采购”模式，也标志着新旧时期分水岭的来临，一个需要注重创新的新时期悄然而至。

如何活下去？成为了这个时代制药人共同思考的命题，是心存侥幸、寄希望于政策的延缓推进多争取时日？还是主动把握时代拐点的机遇，夯实创新布局，昂首迈进新时代？已经由不得我们的意愿，在这个新时代倒逼的形势下，企业创新能力、高壁垒产品结构、仿制能力必然成为企业转型升级的重要引擎。

全球仿制药巨头Teva成立于1901年，百余年的发展史，从名不见经传到深具底蕴的全球仿制药一哥，目前在全球排名前十的药企中是唯一的一家仿制药航母。发迹于以色列、壮大于欧美、布局于全球，Teva的成功转型告诉了我们仿制药的世界也同样精彩。对标Teva该对标什么？学习Teva又该学习什么？转型做大仿制药业务、全球并购扩张、坚持不懈的研发创新是Teva成功路的三条主航道。心无旁骛聚焦主航道战略，不断提升业务扩张后的消化能力，不断整合资源做好战略布局从本质上成就了仿制药巨头的传奇。

过去的医药市场经历过乱象丛生的野蛮生长时期，在当时的环境下，也不可避免的催生了很多的药企以快速逐利为目的，甚至投机取巧的经营之道。我们往往更多的注重药品的价格，而忽视了价值所在。这个价值恰恰是药企赖以生存的根本，是基于医疗市场的服务、是基于患者治疗需求的本质。当前的一致性评价也好、带量采购也好，一方面推动着

行业集约化发展，另一方面也引导着行业重回价值轨道。这种价值体系的重构与回归，本身也促使着企业创新转型的节奏。

创新也伴随着高投入，创新的路上没有捷径可走，也从来不是坦途。远大医药作为一家具有70年历史的老牌药厂，在不断的发展演变过程中，已经逐渐由过去的原料药为主、仿制药为辅的格局变化为以心血管急救用药、品牌药、生物制剂及特色原料药的三元结构。近几年以来，通过资本手段加快了在一些专科细分领域的全球布局。包括一些海外研发机构的深度合作，为未来创新药和仿制药仿制能力、效率的提升都是坚实的支撑基础。

值得庆幸的是，这些年企业领导者的远见卓识和敏锐嗅觉，不断强化企业的创新与高壁垒建设。尤其是现有的产品集群中，重点聚焦于一批具有确切疗效的潜力品种的保护壁垒挖掘。这种技术壁垒、专利壁垒、市场壁垒的保护体系无形中提升了竞争的准入门槛，对于竞争格局的维持和高利润的贡献构筑了一道防火墙。

九和药业在过去的发展阶段中曾经受到过专利侵权的困扰，也没有系统性的对根源上对专利壁垒引起足够的重视。近三年以来开始系统性的补课，设置了专人专岗，邀请代理机构重新完善和绘制产品的专利地图。围绕产品的适应症、新工艺、新剂型、包括原料工艺等方面加强自身的专利布局，尽可能强化产品的壁垒建设，延长产品的生命周期。

时代是多变的、也是不可逆挡的。该补的课要补、该缴的学费也得缴上。顺应时代也业态变革的大势，全力以赴聚焦于质量、技术、研发、市场以及知识产权的壁垒体系构建，才是未来生存下去的王道。天下武功唯快不破，留给制药企业的转型窗口期不长了，与其抱有侥幸的寄希望于未知，不如自我拯救更靠谱。“重剑无锋、大巧不工”，在以产品为中心的思想下，唯有破釜沉舟的信念和坚持不懈的沉淀，才能挺过这凛冽的寒冬，才能不被时代所淘汰。



时间铸就壁垒 创新引领未来

夏志东



在快速的时代变革与汹涌的商业洪流中，面对这个瞬息万变、不断涌现颠覆性创新的信息社会，我们要如何始终保持企业的战略优势，为碑林药业的“十三·五”护好航，为“十四·五”掌好舵？围绕“创新”和“壁垒”，如何进行积极的尝试和探索？碑林人一直在思考。

1、思维是最大的壁垒，也是最强的武器

中国医药行业过去十年是特质鲜明的十年。以2009年新医改起始点，中国医药行业发生了前所未有的变化，行业政策制定更加系统、执行力更强，从药品审批、生产、流通、支付各环节，医药政策都直指行业痛点。过去十年，医药企业也取得了长足的进步，用学习换机遇、用成本换市场、用创新换认同、用速度换资本。随着产业升级、企业加速整合、政策全面推进、大量资本纷纷入局，医药行业将迈入下一个黄金十年发展期，医药企业也将从传统粗放发展模式朝着效率化、精细化的高质量发展模式转变。

过去十年，我们常把行业领先的企业称为“标杆企业”，学习它们的模式与经验。未来十年医药行业的竞争，不应该是模仿行业领先者，因为真正的竞争对手是这个时代，只有面对不断变化的环境并超越环境创造价值才是制胜之道。成为价值型企业，是中国医药企业迎接未来发展的下一个机会，也是碑林的机会。

创造壁垒，是企业未来发展的重要指导方向，也是企业未来发展的战略规划。目前药品生产企业面临各种政策压力，碑林也不例外。我们首先要将碑林定为在“你在的时候我在，你不在的时候我还在”；其次将产品层次定位在“你有的我有，你没有的我还有”，打造企业和产品的核心竞争力，创造壁垒。最后再从产品疗效出发，保证生产从采到销

的全过程合规、有序规范，保证生产产品质量稳定、可靠，不良反应少等各种因素深层次考虑，体现药品的有效、安全、稳定的三性，做真正的好药。



2、夯实产品壁垒，重拳再出击

将碑林现有的产品从基本药物、医保、中药品种保护、独家品种、治疗领域、生产状态以及药材等方面进行分析，筛选出和血明目片、复明片、杞明胶囊和金噪系列是碑林有价值、技术壁垒、专利有效期内的产品。

以眼科独家品种和血明目片为例，在治疗眼底出血临床方面，联合多家医院试验，在用药安全性方面，具有很高的临床优势。同时，和血明目片被载入2015版中国药典，产品的质量要求提升，所以对产品的生产过程有了更高的要求，需要对产品的生产工艺进行更精细化的优化。因此可以从和血的质量标准提升、工艺改进、对脉络膜下新生血管的药效机制研究，以及糖尿病视网膜病变、湿性年龄相关性黄斑变性的临床观察等几方面开展攻克方案，建立和血明目片的专家共识，创造新的壁垒优势。

产品营销的媒介，向医患提供疗效过硬的好产品，是营销的根本。目前，“和血明目片”、金噪系列产品中的“金噪散结胶囊”为主打的产品，均已进入2018年国家基药产品685目录，是92个独家产品中的两个。相对于同类产品，有明显的比较优势，有优良的产品壁垒基因，也是基层医疗用药政策的利好销售受益者。

另外，碑林建设有相当规模的自营队伍，在销售渠道、招标价格、产品的剂型、规格以及学术营销转型等方面具有相当优势。这些优势可以转换为市场发展的销售力，为碑林近期、中期的发展奠定坚实的基础。

为了形成强有力的产品壁垒，公司也将在学术方面深入研究，提升质量管理。将逐步开展《和血明目片标准优化》《制定和血明目片膏粉的内控质量标准》《金嗓利咽丸质量标准提升》《金嗓散结丸质量标准修订》《重金属及有害元素方法探究》等学术研究，并从《金嗓清音胶囊工艺优化》《金嗓丸剂包装规格变更》《金嗓工艺细化》等方面入手，精雕细琢、精益求精，不断提升品质，适应市场发展节奏。同时，建立适应症专家共识，及时发表文献，积极参与学术会议，申报国家项目等，做好科技成果的输出与推广。

在市场管理方面，要分地区逐个分析市场环境，紧密联系市场，把招标工作做细做实；要强化市场推广的中间传导作用，做好市场和学术之间的“传送带”；要强化学术，学会用学术发声，用学术表达，分梯队、分重点拉近中药与西医之间的距离，从“市场推广”向“市场营销”转变。



3、破旧立新，在逆境中获得新生

碑林要在现有资源的基础上做大做强，应该如何做呢？

首先，建设营销队伍，提升销售人员人均销售额。制定办事处人员招聘计划，按照产出需求招聘销售人员；根据办事处情况不同，制定人均管理医院指导方案；加强医院纯销管理制度，进行纯销考核，提升人均单产；对于未覆盖医院，开展DTP业务，提升销售业绩。其次，每年开发城市等级医院、县级医院、连锁药店、单体药店、社区服务中心（站）、乡镇卫生院、疾控中心和POV接种点的数量及费用投入，每年末各类终端实际开发达到数量。第三，本着积极投标、保价为重，提升中标率的原则，做好价格管理维护工作。第四，建立健全《生产计划管理办法》，完善产销联动机制，根据销量配置生产资源，制订保质、保量完成生产计划的具体方案；以销定产，在销售部门的指导下，做好12-18个月的滚动生产计划，达到产品保供与产销的平衡。第五，开展大品种培育项目。这不仅有助于碑林药业的长远发展与规划，也有助于在销售实践中锻炼队伍，并在眼科、喉科疾病用药中占据十分重要的位置，公司制定了5年长

期规划，尤其前3年的短、中期规划，是奠定和血明目片和金嗓系列产品大品种基础的关键年份。



4、时间沉淀品牌，人才推动成长

未来发展比的是人才，从长远发展考虑，2019年被定为碑林的人才年和品牌战略年。人才建设要融合到品牌战略建设中去，品牌战略建设第一个是人才建设，但目前最大的忧虑在于需对未来的不确定性中寻找确定性。所有干部要统一思想、统一行为、统一目标，将事情简单化。

统一思想是统一行为的前提，是形成团结一心、共同奋斗的思想基础。面对9亿目标，面对101，不论是销售业务人员，还是一线车间员工，亦或是后勤人员，都要勇于冲锋、敢于担责，这样才能形成下游向上游提要求、上游向下游做服务，成为一个行为统一的任务链、工作链。让每个人统一目标都朝着企业发展的方向前进，在每一次的时代变迁、改革突破中，随时转换思想、变换跑道，向着统一的目标努力。

针对碑林药业人才年的发展规划，每个管理者都要以“无知”为荣，通过培训、培养方式知道自身缺什么，同时每个管理干部也要找找自己身上的不足，要在独立思考的同时，意识到自己实际上一无所知，这样才能吸取最好的想法并批判性地分析它。

5、唯创新者强，唯创新者劲

创新不仅仅是今天医药市场环境的条件，更是企业能够成为价值型企业的能力所在。创新可以表现在多个方面，如产品创新，未来药品研发将进一步发生价值链重构，资源实现全球配置，未来的临床试验将在“没有围墙的实验室”里完成；如管理机制创新，企业家除了注重对组织和管理的理解，更要注重组织和管理对人才活力的作用，让人才成为第一资源，成为企业最重要的资本。所有的创新都会依赖于人才、技术、资金，但最重要的是把人才、技术、资金转化为创新的成果，才是企业真正的创新能力。

具有壁垒意识，才能打好壁垒的根基

陈 晓 捷



珠海凯德诺医疗器械有限公司，是远大医药跨境并购高端医疗器械项目的主要承担企业，其主要项目包含引进、销售德国凯德诺药物涂层球囊产品以及加拿大 CONAVI 心脑血管诊断设备系列产品，并将通过药物、器械、设备的全面产业布局充分发挥不同产品线的协同效应，实现资源共享、优势互补，为医生及患者提供包括预防、诊断、治疗、康复、保健等整体医疗解决方案。

面向未来，珠海凯德诺已制定下了清晰的发展脉络，将通过国产化生产、自主研发，真正做到以市场为导向，以患者为核心，以研发为基础的研产销一体化公司，将其打造成为远大医药高端医疗器械研产销大平台。

那么如何打造技术及产业壁垒，建立企业在专业领域的主导地位和话语权，我们将从以下方面入手：

首先，我认为人才是关键，也是构建壁垒的根基，作为一家处于成长阶段的公司，当前珠海凯德诺的工作重点将是寻找、培养价值观契合的事业合伙人，我们将为此搭建年轻化，国际化，职业化的专业团队，更加强调文化和价值观的契合，制定个人合约卓越计划，强调学习成长，以结果为导



向，关注过程，制定有吸引力的激励计划，促进各个岗位的人都能够与企业发展共成长。

其次，我认为我们需要运用好“多中心”的发展模式，通过建立研发及技术转化中心、信息数据中心、培训中心、公共事务中心等不同的专业中心对专业化资源进行整合和利用，更好的充实自身，让我们拥有更强壮的体魄。



研发及技术转化中心，可以依托国外研发团队，建立本土研发团队，重视研发投入，保证持久稳定的创新力；充分利用全球化平台，与国内外研究机构及知名专家合作，建立或合作孵化平台。

信息数据中心（医学、知识产权、大数据），通过建立大数据平台，对产品使用情况进行搜集，包括专利情况、产品销售情况搜集，上市后不良反应监测，竞争对手数据分析，国内外临床研究数据跟进与分析挖掘等，将单一的诊断、治疗，向着预防——诊断——治疗——康复——保健方向发展，保证公司具备双重知识产权壁垒。

培训中心，肩负着企业形象展示、学术推广等多重功能，直接影响专业受众对领域内产品的了解及印象，直观展示企业及产品优势。

公共事务中心，由被动的跟随政策到主动影响政策，制定政策与标准，并提供专业化及时高效的服务。

注重实效地熟悉和收集各项法规及政策，也被我们视为构建竞争优势壁垒的一个重要方面，收集国际心血管介入治疗领域的法律案例，了解法律沿革进程，规避国际合作的知识产权风险，规避侵权风险，随着我们对中国及其他国家的政策法规的了解的更加深入，能够建立有效的管理流程与融合路径，快速、高效率地使境外企业的管理思路与中方管理思路及工作方式融合，使其质量体系转化为符合中国法



规要求的企业。

在营销方面，我们会坚持走专业化营销的路线，通过组建专业化的销售团队，立足产品以及临床本身，来打造凯德诺的专业营销优势。在产品上市的过程中，通过精准的产品定位，完善的市场活动，专家的学术支持，专业的销售团队，专业的技术支持，专业的学术推广，完善的渠道建设，提供有竞争力的价格体系和商务政策，以完善的应对招投标及准入预案来建立优势。合规是营销和运营的基础，我们将建立合规运营部，将所有的运营和营销中涉及到合规需求的环节进行顶层设计。同时，公司需要更明确、清晰和责任化的规则制度，来确保高效和安全的运营管理。坚持学术推广、技术支持、服务资源的方式进行商业合作。同时，增

强我们的品牌建设，以公司专业产品线的规划以及出色的临床试验结果为基础，通过社会活动、战略合作、大众传媒、自媒体建设等多手段、多途径增加公司的社会影响力和企业形象也很有必要。

我认为我们还有一个优势壁垒的建立，是充分发挥上市公司、集团化企业在资本市场的优势，吸纳更多优质资金，使企业能够有实力与掌握国际前沿技术的境外企业达成合作，通过跨投资、境并购，获取具有核心市场竞争力的高科技产品及与已有产品具有协同效应的产品，来扩大产品线以及企业影响力。另一方面，通过引入资本支持企业自主研发，在不断提高公司的研发能力的同时，降低研发风险，早日将具有国外技术的产品实现国产化，实现自产自销，降低生产边际成本从而提高企业在市场中的核心竞争力；实现现有技术国产化落地后，公司可基于已有技术进行进一步研发，站在巨人的肩膀上开发出更多先进的产品。

当今科学技术的发展速度呈几何倍数增长，企业之间的竞争已从传统的同行业间的竞争扩展到跨行业、跨领域的竞争，我们只有时刻具有危机意识，才能确保企业持续稳定发展。对壁垒的规划及建设是在企业发展过程中为企业建立起一道保护屏障，也将是一项持续而长久的工作，只有将其融入到我们日常工作中的方方面面，让每位员工都具有壁垒意识，才能打好壁垒的根基，为企业提供坚实的支撑与保障。



深度运营构筑企业核心壁垒

徐轶群



壁垒，在古时指军营的围墙，是战时将士们的生命保障。在现代商业社会，壁垒是企业的核心竞争力，是区别于竞争对手的生存依托。巴菲特曾经形容壁垒是评价一个伟大企业的首要标准，它是美丽的城堡周围一圈又深又险的护城河，就像一个强大的威慑，使得敌人不敢进攻。

近年来国家明确了一系列医疗改革方向，医药市场正在发生根本性变化，包括鼓励创新药，仿制药替代专利过期原研药物，改进医保支付路径，监管辅助用药等等。长期以来形成的各种固有模式将被颠覆，企业需要寻找新的方式来竞争和取胜。

在今年的经济工作会上，远大医药立足当下，着眼未来，对壁垒进行了深入探讨，并形成了远大医药的壁垒模型，这也让我们能沉下心来，结合自身领域有了更多的思考和认识。在今天行业形势越发严峻的环境下，作为企业的带头人，我也无时无刻不在追问自己，我们的“河”与“墙”修好了吗？能否适应瞬息万变的时代，保障企业持续的高速发展？针对眼科板块药品及医疗器械发展布局，结合营销优势与规模，我认为我们要在未来的工作中加强以下两个方面壁垒构建。

1、力争行业前列，锻造营销能力，构建四大壁垒

远大医药眼科板块主要依托于远大天天明公司产品，多个拳头品种在国内眼科药物市场拥有一席之地。目前远大天天明是全国拥有单剂量产品批件最多和生产能力第一的眼科药品生产企业，积累了丰富的BFS单剂量制造经验，是国内眼科制剂无防腐剂的第一倡导者。近年来在国内树立了多个眼科代表产品：以瑞珠为龙头的无防腐剂人工泪液，国内唯一的左氧氟沙星凝胶杰奇等。目前我们的营销范围覆盖了全国中心城市和县级的公立及民营医院5000多家，与近两万多名眼科医生建立良好的关系及合作，通过提升自身学术推广

技能，协助丰富医生治疗手段，获得了市场的广泛赞誉，赢得了医生的普遍尊重。



在营销队伍建设上，长期以来我们不断加强精细化管理，提升业绩达成，提高人均产出，坚持结果导向的考核机制，公正客观的评价价值，倡导业绩才是生存权、话语权、发展权的组织文化，为过程鼓掌，为结果付薪。2017年通过启动人员分级体系，实现了差异化的薪酬体系，按贡献度匹配薪酬，提高队伍战斗力。同时打造学习型组织，提升学术推广能力，通过“产品知识学习+角色扮演实战演练+科会演讲”培训模式的全面运用，强调营销方式的转变势在必行，以行动传递重要性及必要性。让员工在实战中加以运用，意识自身不足，督促全员提升专业水平，打造学习型组织，做合规营销。

在这一过程中我们也充分认识到，壁垒的建立不是一成不变的，需要帮助企业不断适应新的环境和各种变化，需要从多维度打造能即时更新且不断升级的壁垒程序。因此，在眼科用药领域我们还将继续围绕以下四个方向构建自己的壁垒。

一是产品壁垒构建上。我认为产品力是最好的营销力。未来我们将继续重视新产品的开发，分配更多资源在眼科研发领域。在新产品立项领域高度关注眼科首仿药，高技术壁垒眼用制剂和市场表现优异的非专利期原研药物。同时发挥OTC渠道优势，积极探索眼科OTC药物新产品计划。

二是生产壁垒构建上。做好眼科制剂一致性评价工作前期准备，不断提高制剂质量。做先进技术的积极引进者，紧跟国际眼科局部制剂发展方向，开展多剂量无防腐剂生产方面的探索。同时提升包材和辅料的技术实力和壁

垒，不断改善包装及外观设计，强化用户体验感，为企业和产品品牌发展奠定基石。

三是营销壁垒构建上。不断强化多渠道营销，重视线上销售渠道建设，构建多方位壁垒平台。在医院推广方面强化一、二线城市大型医院推广能力，布局更广泛基层医疗终端，关注DTP药店。切实提高数字化营销水平，与行业水平保持同步。

四是规模壁垒构建上。利用好现在已建立在眼科医院及药店的双渠道和销售团队优势，不断提升品牌。通过数字化销售管理系统，提升销售效能。尽早建立数字化管理CRM SFE系统。同时根据现有实际情况不断尝试降低销售成本，提升人均产出，并持续增长扩大销售规模。



2、连横合纵发展，丰富合作手段，做大器械集群

行业内素有“金牙银眼铜骨头”的戏言，在眼科医院和眼科专科的收入结构中，药品收入通常仅为10%—20%，主要还是依靠医生资源和设备的投入，随着全球老龄化进程加快，各类眼病患者数量不断增长，眼科器械的需求日益增强，眼科诊疗领域一直以来都处于旺盛的未被满足的市场需求的状态，市场空间逐年增长。

与此同时我们也认识到除部分被国外巨头垄断的高端医疗设备外，其他器械与耗材普遍存在较强的协同作战需求，产品群组集团作战的效应对市场掌控能力较强，未来我们将继续聚焦“小而美”的细分市场，通过代理、自研、合作生产等多种途径不断尝试延伸产业链，搭建器械平台，目前我们认为可以通过以下三点构筑器械领域壁垒。

一是开发新产品。围绕新产品布局，在对外合作方面，我们推动了昆明公司、舒邦公司、天天明公司、天津金耀集团就多个产品的深入合作，通过分工协作，合作报批的形式开展GZ1、眼用敷料等三个产品的注册；在内部研发方面，携手多家知名医院启动了LL3、TP3的多中心临床研究，并通过借助在眼科的影响力逐步扩展至五官科，成功联手北京同仁开发了鼻科检测项目。未来我们将通过技术库项目的初

步建立和持续扩展，不断开发新产品，并着力与科研院校、知名专家、临床医生建立合作关系，通过合作、买断、投资等方式扩展新产品和新技术驱动，快速实现产品上市。同时将产品和专利、技术等各方面壁垒结合起来，在物料来源、生产实现过程、质量标准等方面增加现有产品壁垒。



二是试水新领域。在暂未涉足的新领域，通过代理、合作等外部联合的方式实现强强联手，对细分领域进行全面布局。例如在现有眼表检测的强势领域，通过引入代理近视防治新产品离焦软镜，与眼科保健、服务机构深度合作，深入临床扩展，实现近视患者从诊断辅助到治疗的产品协同。与此同时在医学美容领域、进口试剂代理等相关领域积极进行渠道扩展，不断尝试产业链拓展与延伸。

三是拓展新方向。以不断的新品研发注册为龙头，驱动产品转型，内部以高技术壁垒产品和工序自产，辅以委托生产、委托加工，以自建自控市场渠道和快速优良的市场学术及服务体系为龙头，驱动新产品的快速扩张和独家优势，进而扩展至其他方向的市场合作，实现轻资产运营研发和市场的双驱动。

这是一个颠覆的时代，过去几年我们见证了医药行业的大变革，我们也相信未来将更加动荡，在调控的高压下，行业骤变，适者生存，需要我们时刻警醒自己，盛夏已过，寒冬将至，唯有惶者生存，聚焦业务，不断构筑企业竞争壁垒，才能在未来市场制胜。



打造优势 · 构建壁垒 · 保卫护城河

陈立



1993年，巴菲特在致股东信中，首次提出了“护城河”概念。他说：“最近几年，可口可乐和吉列剃须刀在全球的市场份额还在增加，他们的品牌威力、他们的产品特性、以及销售能力，赋予他们一种巨大的竞争优势，在他们的经济堡垒周围形成了一条护城河。”

之后，巴菲特多次详细阐述了护城河的理念，并反复描述了他最理想的投资企业，就是“拥有足够宽、足够深、不容易被跨越的护城河”的企业。这个投资理念对他掌舵的伯克希尔公司具有根深蒂固的影响，也是伯克希尔公司从市值1000万美元猛增到1350亿美元的重要理论基础。



时隔二十余载，护城河理论历久弥新。如果说护城河是保护企业城池不被轻易逾越的一道鸿沟，那么壁垒就是充盈护城河的水源。无论是过去几年独领风骚的互联网行业，还是积极转型中的实体经济，都不约而同的构建各自的壁垒。在竞争激烈的市场中，企业一旦站稳脚跟，拥有足够的市场份额和规模，就必须思考如何巩固优势，抵御竞争者的攻击。而构建壁垒，实际上是建立结构性的竞争优势。壁垒是

多维度的，这些维度中的一项或几项所拥有的优势形成可持续性的竞争优势，将使竞争对手无法超越，甚至难以模仿。

着眼远大医药心血管板块，我深感自豪。这种自豪感源自我们已经拥有的优势——良好的品牌形象、庞大的市场规模、过硬的产品口碑、优秀的人才队伍和远大的发展前景等等。同时，我又倍感压力。这些压力来自迫使我们必须不断向前才能持续生长的时代浪潮。我清醒的意识到，唯有构建壁垒，巩固优势，形成源源不断的外张力和内生力，持续发展，才能令护城河永不干涸。

下面，我想从三个维度谈谈个人对心血管板块打造优势、构建壁垒、保卫护城河的一些思考。



1、打造产品优势

众所周知，世界上卖得最好的药是国际制药巨头艾伯维的修美乐。2012年开始，修美乐就登上了全球药物销售排行榜榜首，并且至今仍牢牢占据这一位置。据艾伯维1月25日公布的2018年业绩显示，公司全年收入2209.12亿元人民币，其中修美乐的销售额就达1344.6亿元，占比达61%。每家药企都需要一款类似修美乐的绝对大品种。企业没有大品种，销售就没有了灵魂，大品种与企业品牌形成相辅相成不可分割之势。

培育大品种，首先就是选定正确的产品，然后不断提升其质量，持续拉开与竞品的距离，形成差异化优势。欣维宁作为心血管板块首个年销售额过亿的产品，是当之无愧的大品种。在竞品的强势夹攻下，欣维宁仍守住了市场份额第一的位置，5毫克的剂型更在同类产品相同规格中占领几乎100%的市场份额。诺康复作为心血管板块最具潜力的大品种，增长率屡创新高，年销售额也已突破亿元大关。良好的

销售基础已经具备，如何打造更明显的差异化竞争优势则成为我们工作的一大核心。国家和市场抛出的橄榄枝，正好顺应了我们的发展需求。一方面，带量采购实际上与我们培育大品种期望达到的效果不谋而合。若能尽快通过仿制药一致性评价，两大产品将获得竞争参与带量采购的资格，一旦中标，稳定而巨大的销量将帮助欣维宁突破增长的天花板，也能推动诺复康一举成为真正的大品种。另一方面，积极拓展适应症，扩大产品的应用领域，也是打造产品优势的上策。如欣维宁在神经内科适应症的拓展，独家优势将帮助欣维宁迅速占领该领域市场份额并形成一定规模，建立竞争壁垒。

2、打造营销优势

当代世界营销学之父菲利普·科特勒曾指出：“营销的艺术大致上也就是建立品牌的艺术。”建立品牌，本身就是构筑壁垒的过程，它就像在消费者的心智中圈了一块地，挖了一条河，竞争品牌很难进入。距离缔造“药王”，我们还有很长的路要走。2019年，竞争进入以扩大和抢占市场规模并举的“下半场”。通过培育大品种，打造规模竞争优势，是我们的第一步。

以欣维宁为例，从欣维宁上市之初到后来的很长一段时间，欣维宁在同类产品中都稳居销量首位。从指南共识到专家队伍，品牌的质感在口耳相传中得到了不断的提升，欣维宁品牌逐渐深入人心。但市场普遍看好替罗非班作为心血管切入点的情况下，更多企业加入战场。随着石药和天津红日的入场，市场竞争将愈加残酷。此外，还有江苏豪森及深圳瀚宇的依替巴肽加入竞争，基本以底价及费用营销的模式，抢占市场份额。竞品公司同时启动神内领域的竞争，对超适应症的推广处于无所顾忌的态势，市场变得越来越混乱。拨开乱局，我们看到，一线城市医院开发难度大，流程长，竞



品难进入，二线城市是目前竞争最激烈的战场。在市场攻防战白热化的当下，我们从一二线城市激烈厮杀的局面中突围，抢先进入了基层市场。通过下沉基层，2019年前两个月，心血管产品在三线城市的销售额增长率达到了94%。覆盖广阔的基层市场将进一步扩大产品的市场份额，成为新的销售增长点。

3、打造团队优势

品牌不止是一个LOGO，一条新闻标题，或一场营销事件，它是流动的、更迭的。一个企业的品牌管理过程其实就是持续巩固壁垒的过程，时时刻刻感知客户需求的演变，并及时进行品牌的创新和更迭，以顺应不断变化的消费市场。因此，它还涵盖了不断变化的产品观念和客户体验，这就需要以人为主体的营销团队做支撑了。

2018年，我们根据公司的人才战略及时调整了团队的人才引进和培养计划，全新的营销团队凝聚了一批拥有丰富经验的医药专业背景人才。同时，我们成立了学术小组，与营销团队无缝对接，实现了全面学术营销的转型。专业度高、执行力强的团队，学术营销带来的收益不仅体现在销量的增长上，更为改善客户观念、提升企业形象做出了不小的贡献。2019年，我们引进了先进的客户管理系统，通过数据的提取，我们能精准分析市场，为销售增长空间、市场布局、人员分配、资源投放、奖金政策制定提供科学的决策依据。CRM和线下学术活动一并形成了合规营销闭环，这将给我们带来从传统的营销模式向数字化的营销模式转变，实现质的飞越。

竞争不会消失，我们前进的脚步也永远不能停止。不懈的奋斗、持续的进步将是我们最大的优势，高墙壁垒会保卫护城河，守护远大医药长盛不衰！





“
03

心贴心

今年，我80周岁啦！

中国是人口大国，罹患各种疾病的患者众多；中国是制药大国，但非制药强国。中国需要好药，更需要患者能够负担得起的好药。一剂好药，寄托一份平安喜乐的希望；一次突破，成就一份悬壶济世的情怀。时代的浪潮催生了医药的改革，远大医药如同植根于祖国沃土上的一棵大树，绿意盎然，生机勃勃。

八十载，栉风沐雨，凯歌奋进；八十载，砥砺耕耘，硕果满枝；八十载，志存高远，继往开来。远大医药肩负着造福世人的使命，迈出时代的步伐，站立改革开放的潮头，紧抓机遇，驭马飞驰，凭实力创领未来，用责任谱写华章！

政府力量推波助澜，掀起医药商业整合的新高潮。在整个医药行业增速放缓、政策调控影响加大的经济环境下，远大医药深度优化产业结构，整合人才、信息、资源，进一步发挥集团化优势，始终保持着高于行业平均值的增速稳步向前。

回望过去，远大医药始终以五年规划为纲，以创造创新为引领，不断转变思维模式、营销及业务布局；以规范经营为基石，充分认识和防范市场挑战及风险；不忘初心，继续深耕三大业务领域，瞄准七大战略核心，整合产业链资源，加快研发速度，打造技术壁垒，布局重磅产品，推动企业快速健康的持续发展，逐步实现行业领先。

从原料、药制剂两元结构的产业链；到核心治疗领域产品群的补强；发展到独家和重磅创新产品的领先者。远大医药的盈利能力和收益质量不断上升，业绩大幅增长。

近年来，远大医药通过内部研发和外部收购，扩充主要产品组合，调整产品结构，在产品线、品种数量、产品创新、产品质量等方面都取得了突破性进展，在国际化征途上越走越坚实。

面对医药市场复杂多变的局面，远大医药一直秉持生产

高质量、新技术医药产品为己任。赢得医患尊重和信任，并坚守在企业核心治疗领域，勤恳耕耘新产品研发，陆续获得临床和生产批件，不断立项和推进三十几个在线新产品的研发工作；其中，在罕见病药物研究方面已经取得新的进展。

现在以及未来，创新驱动已成为国家意志，医药行业将回归行业本质，药品创新逐渐成为行业核心增长点，科技创新将成为企业发展的主推力量，轻资产运营是以价值为驱动的资本战略，是企业利润和员工效益的强大补充。

围绕国际化、高技术、大产品的战略方向，远大医药引进了大量高素质的专业人才，进行了组织架构的重组，调整板块运营模式，公司战略规划持续聚焦，不断超越，通过有效的资源配置提高公司协同效应和经营效率，带动业务持续增长。

在整合产业链资源、强化产业位势过程中，品牌文化及其背后的人文力量是其不断前行的有力保障。关爱、成长是人力资源的新命题。远大医药勤于打造“国际化”人才，助力员工走向成功的舞台。

回首峥嵘岁月，远大医药在风雨如磐的战争年代栉风沐雨，为中华民族的解放事业做出过卓越贡献；在祖国建设事业的壮美蓝图中，添上了浓墨重彩的一笔。80周年来，老武药始终传承不变的是远大人的勤奋创新精神、责任担当文化、回馈社会服务健康的情怀。

未来，远大医药将继续坚守中长期规划，努力构筑有竞争力和成长力的事业，以良好的本土化、面向国际化为目标，以开放的心态和宽广的胸襟，依靠“内生+外延”持续推动战略升级与转型，不断提升企业的核心业务优势，创造新的需求；通过现代化管理平台 and 专业化技术平台，推动企业向国际化目标迈进，努力成为受中国医生和患者尊重的一流制药企业！



远大医药旗帜



揭牌



原武汉制药厂



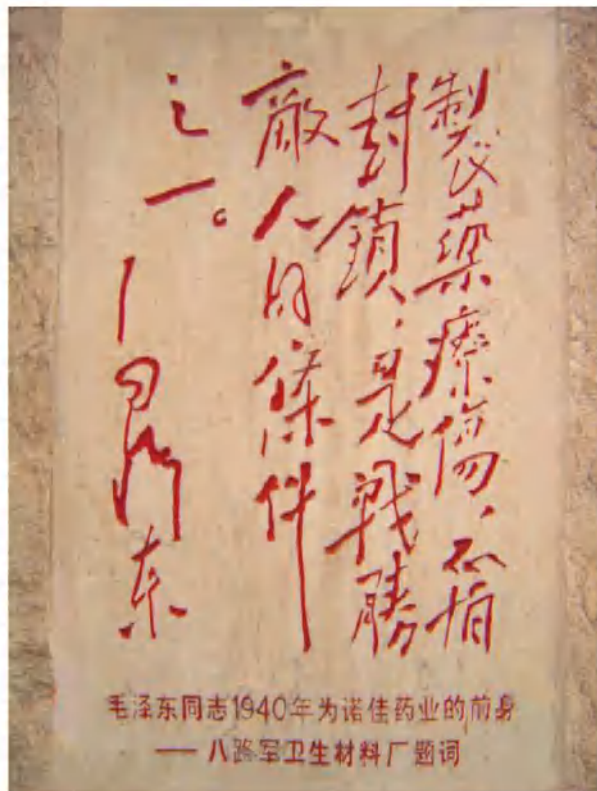
湖北省委书记关广富考察企业



重上井冈山



为刀把咀修筑村路



毛泽东同志1940年为诺佳药业的前身
——八路军卫生材料厂题词

1941年毛主席为卫生材料厂题词



药罐



太行山卫生材料厂碾药石磨



远大天明



北京远大九和



富池工业园



制剂公司



西安碑林



车间一



车间二



工厂



车间三



车间四

一九三九

80

光辉岁月

召集令

八十年润物耕心，几代人筚路蓝缕。从1939年太行山革命根据地的一间小制药所，历经80载风雨的洗礼和岁月的沉淀，远大医药逐渐成长为一家拥有20余家成员企业，集各类制剂、医疗器械和化学原料药于一体的现代化综合性医药集团。2019年，是老武药成立80周年，过去的远大医药，你是否还记得？今天的远大医药，在你眼中是什么样的？未来的远大医药，你有哪些期待？我们每一个人都是亲历者、见证者，让我们一起去回忆、去记录、去诉说，也许只是一个闪光点、一句知情话、一幅老照片……让我们一起传递正能量，致敬远大医药80周年的光辉岁月吧！

征文/高清图原图请打包
 发送到编辑部蔡丽丽
 邮箱地址：
 2200198091@qq.com
 电话：
 027-84399571-8306。





远大医药(中国)有限公司
GRANDPHARMA(CHINA)CO.LTD.

编委: 史晓峰 钱志强 姚伟 陈小波 石初晶 王科 胡俊 陈滨 肖波 孙培林 冯玉芳 郭强 汪宇

特约撰稿: 徐炜 魏薇 蔡欣洁 田旭 张华 王毅飞 曹莎莎 刘晓霞 蔡秀 潘鸿锐

主编: 张建国

副主编: 王静

责任编辑: 蔡丽丽

编辑部: 人力资源中心

本刊图文所有权属远大医药(中国)有限公司, 未经允许不得转载, 由于各种原因部分转载, 稿件及照片未能及时通知拥有者, 敬请致电本编辑部, 电话: 027-84399631。

武汉市沌口经济开发区车城北路2号 | 电话: 027-83366677 | 网址: <http://www.grandpharma.cn/>