



桂冠是如何戴上的

——扬子江药业发展启示录

文/高正荣 任志强 段文胜 刘君鸣

新闻速递 >>>

我国涉案金额最大的药品反倾销案告结

本报讯 3月14日,中国医药保健品进出口商会正式对外公布,印尼反倾销调查委员会对我国出口扑热息痛反倾销做出终裁,征收反倾销税,税率最高为18.62%。至此,我国涉案金额最高的药品反倾销案,在历时一年半之后,终于落下帷幕。

在印尼对该案件做出的最终裁决中,6家参与应诉的制药企业避免了超过10%的高税率,而其他企业则将被统一征收18.62%的反倾销税。这6家企业是:安丘鲁安药业有限公司、衡水冀衡药业有限公司、罗地亚(无锡)制药有限公司、浙江康乐药业有限公司、湖州康全药业有限公司、常熟华港药业有限公司。中国医药保健品进出口商会法律室主任官宇云表示,这主要是上述企业积极应诉的结果。

2003年9月2日,印尼对我国扑热息痛立案调查,涉案金额为722万美元,是我国医药保健品类产品遭国外反倾销以来涉案金额最大的一起,也是2003年印尼对我国提起反倾销调查的4起案件中唯一有我国企业应诉的案件。(一宝)

重庆医药业2010年力争产值300亿元

本报讯 重庆市发展和改革委员会近日出台了重庆现代医药产业发展指导意见,重庆将建库区、渝东南及渝北三大中药材基地,力争到2010年实现医药产值300亿元。

根据指导意见,今后几年内,重庆将形成以北部新区现代医药产业基地为核心区,以石桥铺高新技术开发区、重庆市西永生物医药产业基地、大渡口建桥工业园、涪陵太极工业园、万州城区和合川江城工业园为相对集中区的产业格局。按照当地药材原产地进行布局的原则,打造巫溪、巫山、石柱等为中心的库区,酉阳、秀山、黔江等为中心的渝东南,合川等为中心的渝北三个区域性中药材GAP种植基地。(从文)

对于扬子江药业集团来说,是令人振奋的一年,也是令人难忘的一年。在这一年,集团实现了令人振奋的一跃,销售额达到80.60亿元,销售和利税分别增长33.18%、30.26%,均列全国制药行业第一。为此,江苏省委书记李源潮打来电话,代表省委、省政府感谢扬子江集团为江苏经济作出的贡献。

从一个简陋的制药车间起步,扬子江在全国几千家制药企业的激烈竞争中脱颖而出,成为中国药业的排头名,靠什么?集团董事长徐镜人娓娓道来:“依我之见,计划经济某种程度上是绵羊经济,缺乏竞争力。市场经济是胜者为王。说得难听一点,企业竞争就像动物世界的情形,虎和豹为什么强?因为它力量大,力量小的就要被它吃掉。做企业要如临深渊,如履薄冰。我不但看胜者,更看败者,败者是镜子。”

虎有虎技,狼有狼术。你有什么招数,我比你更强。市场把我们逼上了这条道路,只能顺势选择,加快发展。不坚持这个观点就会犯错误,就会失去发展机遇,不进则退。一个企业的发展需要调整,但只能在发展过程中不断地自我调整,不能停下来。”

综观扬子江的发展历程,离不开“创新”、“务实”、“执行力”、“警醒”、“名品”这几个主题词。

不懈创新 做强做大

徐镜人说:“制药企业必须找到一个难以被他人取代的位置,而只有技术创新,才能使企业取得这一位置。”创新要有敢冒风险的勇气。1996年以来,扬子江平均每年上市的新药达15个以上,有自主知识产权的占1/5,且当年开发的产品占销售总量的比例达30%以上。这样的规模和速度,在国内

制药业绝无仅有。

上世纪90年代初,我国还没有强制性实施GMP,很多人认为,投入太大,先不必搞;搞GMP找死,不搞GMP等死。扬子江人却说,不搞肯定死,搞,才有药的质量,就有生的希望。截至目前,扬子江在这方面的投入达5亿多元,从国外引进的世界先进的设备达数百台,通过GMP认证的厂房面积和药品剂型均居全国之首。

1998年,扬子江花500万元请来著名的美国麦肯锡公司,对企业进行全方位的管理策划。管理创新使公司运行机制焕发出新的活力,创新精神已融入公司每位员工身上。去年,机电车间主任谭长青带着李继阳等技术工人,破解了德国设备生产商没能解决的B+S洗瓶机防断针技术难题。德国人连声称赞,还给他们颁发了2.3万欧元的奖金。这两年,扬子江先后有5项QC成果获得全国医药行业质量管理一等奖。

“要与知识经济握手,先要和博士、院士握手。”徐镜人这句话诠释了扬子江的人才观。1995年以来,扬子江每年从国内知名院校招聘本科以上学历人才百名以上。2001年和2003年,先后成功举办两届院士高峰论坛,邀请20多位两院院士为企业献计献策。扬子江还把寻觅人才的眼光延伸到国外,相继从美国强生集团引来多名高层次人才,2004年与美国默克公司科研人员合作,在上海浦东成立了上海司佳药物研究开发有限公司。

扬子江药业起步之初,主打产品是板蓝根干糖浆和速效伤风胶囊。1992年,离开扬子江3年的徐镜人重回故地,面对的是一个亏损230万元的扬子江,靠什么使扬子江重新崛起?他将目光瞄准了名品开发。

他三次拜访中医泰斗董建华,开

发中药护佑众生的一片痴情感动了这位老人。董老郑重地把集40年临床经验总结出来的治疗胃脘痛的验方交给扬子江。徐镜人立即成立12人攻关小组,夜以继日地开展研制,很快试制成功,后来获得“七五计划”重点项目攻关大奖。这个新药,就是后来几乎家喻户晓的胃苏颗粒。胃苏颗粒诞生后,扬子江的年销售额开始以亿元为单位大幅上升。

不是优质产品不做!这是扬子江人始终坚守的理念。

扬子江致力培植能在市场上攻城掠地的当家产品,确定了“三高一特”的新品开发方略,即高科技含量、高附加值、高市场容量和疗效独特。目前,扬子江已形成消化系统类、心脑血管类、呼吸系统类等10大类、100多个品种的产品群。其中,8个产品被列为国家高新技术产品或星火计划项目,5个产品被列入国家药品单独定价目录。多年来,扬子江产品合格率始终保持100%。经前平、百乐眠、莘铃胃痛、蓝苓等独家中药产品以独特的疗效,像胃苏冲剂一样赢得了市场。2004年,扬子江有8个中西药产品在国内外同类市场占有率第一位。在全国各省的药品招标采购中,扬子江产品的总体中标率达80%以上。20多个药品销往新加坡、斯洛伐克、印尼、香港等国家和地区。

务实经营 取信市场

不搞多元化,不搞兼并的扩张战略,典型地反映了扬子江的务实风格。徐镜人的说法是:一个人一辈子能做几件事?做成功一件就不容易了。有关部门曾提出让扬子江兼并濒临倒闭的企业,徐镜人详细了解情况以后,觉得不但没有办法从根本上为企业解决

问题,还可能让自己背上一个包袱,因而婉言谢绝了。徐镜人说:“我也有扩张的野心,但没有几个像我这么老实的。”扬子江心无旁骛,老老实实地在自己熟悉的领域精耕细作,做大做强。2003年,在国家发改委等有关部门联合组织的中国医药企业竞争力评估中,扬子江综合竞争力排名第一。今年初,中国医药企业管理协会、中国医药报社等联合评选“中国医药杰出企业家”,徐镜人是唯一以满票当选的十大杰出企业家。

扬子江心存天下,诚实经营,取信市场。集团与几百家医药公司、几千家医院长期合作,数以百亿元计的财务往来,历年的坏账损失都没有超过1%。这不但在国内算得上奇迹,在发达国家也少见。2003年,扬子江获得江苏省诚信评价第一名。2004年,国家工商总局授予扬子江药业“守合同重信用”企业。

强调执行 时刻警醒

“1%的不执行,就可能遭致100%的失败。”军人出身的徐镜人似乎对“铁军”一词有着特别的领悟。扬子江每批新进公司的员工都要参加军训,每年举行两次颇具声势的军训会操比赛,内线外线各部门全员参加。企业建立了严密的考核制度,通过各种方式培养员工的责任感、归属感,使员工的命运与公司的前途紧密相连,在公司上下形成了“个人服从组织,执行没有借口”的工作热情和拼搏精神。扬子江形成了三大局、九大公司、40个省公司、150多个办事处的服务网络,两千营销铁军,水银泻地般密布全国,其规模和效率堪称国内药业之最。在扬子江,对整个团队的称谓通常不是“全体员工”,而是“全军将士”;员

工则把扬子江称为“可爱的家园”,车队的驾驶员自己动手,把这句话贴在车身上,人在祖国各地奔忙,心在温暖的扬子江。

为避开经营管理中的暗礁险滩,扬子江形成制度,对挑毛病者进行奖励。管理人员工作中有什么问题,要公开剖析讨论,有错必改。作为企业的创始人和领军人物,徐镜人在公司享有很高的威望,但同样要为自己的失误做公开检讨。2004年底,集团上下欢欣鼓舞之际,他在年终工作会议上用大量篇幅阐述了企业发展中四个方面的“不协调”,引用比尔·盖茨的话说:越是成功,越是感到自己不堪一击。

战略扩张 雄姿初露

入世后,我国成为世界医药制造企业的主战场。面对跨国公司咄咄逼人的进攻,扬子江在产品、科技等方面加紧内涵扩张的同时,走了一条有自身特色的外延扩张之路,打造跨地区、科工贸一体化的规模优势。2001年开始,扬子江投入4.2亿元在南京马群打造南京海陵药业,建成国家级中药研发中心,抢滩上海,投资3.5亿元,建设上海海尼药业有限公司;随后西进成都,投资3亿元建设四川海蓉药业,再后来是南征北战,广州海瑞药业和北京海燕药业相继投入建设。在泰州总部,总投资6.5亿元,作为江苏省沿江开发重大项目“一谷六园”龙头园的扬子江药业城已初露雄姿。

以长三角为大本营,扬子江药业位于泰、宁、沪、蓉、京、穗等的七大产业基地框架全面铺开,形成了“七星拱月”的战略版图。

扬子江,一个现代化的药业王国正在崛起。它的目标,是世界制药业50强。