

潘高寿开中医药防护 PM2.5 伤害先河

国内首个 PM2.5 伤害防治基金在穗成立



广州潘高寿药业股份有限公司董事长魏大华

■ 本报记者 黄春兰

吃中药可以防护 PM2.5 伤害,国内防护 PM2.5 伤害研究又有新途径。4月13日,记者在广州举行的首届 PM2.5 伤害防治研讨会上获悉,广药集团与属下骨干企业潘高寿成立了国内首个专门用于资助 PM2.5 伤害防治的基金——广药潘高寿“绿肺基金”。同时,该基金首个资助项目——潘高寿与复旦大学公共卫生学院联合进行的 PM2.5 伤害防治研究项目也率先启动。

据了解,此次研讨会由中华中医药学会与广州医药集团有限公司共同主办。围绕“护肺养肺,济人济世”的主题,来自气象领域、医疗领域、中医药学界以及卫生部门的领导、专家

共聚一堂,通过研讨的形式跨界交流沟通,为大众防护 PM2.5 危害提供新方法、开辟新途径。

潘高寿董事长魏大华表示,作为百年“治咳专家”,潘高寿在呼吸系统及肺部养护研究方面具备强大的技术与品牌积淀,国家非物质文化遗产——潘高寿中药文化的核心就在:“养肺治肺”。面对社会发展及环境变化给国人肺部健康带来的新威胁,潘高寿与复旦大学公共卫生学院联合进行的 PM2.5 伤害防治研究

“绿肺基金” 首期投入达 200 万元

潘高寿与复旦大学公共卫生学院联合进行的 PM2.5 伤害防治研究

项目主要对潘高寿两款产品(蜜炼川贝枇杷膏、治咳川贝枇杷露)防护 PM2.5 效果进行科学鉴定。通过动物对比试验,观察潘高寿产品对暴露在污染环境下的动物健康情况的影响,在完成对动物试验后,进而推动人体临床试验。

广药集团副总经理刘菊妍介绍,从 2012 年开始,潘高寿对是否介入防护肺部 PM2.5 伤害的机理研究以及如何介入,进行了将近一年的反复论证,在企业内部各层面达成了共识。另据了解,潘高寿产品可调理人体内部环境,增加肺部黏液的分泌与排出,提高肺部的自净能力。

而广药潘高寿“绿肺基金”的成立,就是为了解决 PM2.5 专项防护计划能够在长期运行的资金保障问题。“绿肺基金”的首期投入是 200 万,后期广药集团还会有陆续的追加投入。

魏大华介绍,除了推进与复旦大学联合的科研项目外,潘高寿还将开展一系列的公益活动,针对受 PM2.5 危害相对严重的人群,如出租车司机、环卫工人等科普 PM2.5 防护知识,开展赠药行动等。

潘高寿 或引领 PM2.5 中医防护

中国正处于现代化进程中,在相当长一段时间里,大气环境都会受到社会发展带来的 PM2.5 影响。中国工

程院院士、著名呼吸系统疾病专家钟南山在两会接受媒体采访时曾表示,“英国治霾用了快 30 年,北京若下狠心 10 年就能”。但无论治理情况如何,一定时期内 PM2.5 带来的伤害还是无法避免,因此如何最大限度降低伤害就成了当务之急。

据著名雾霾研究专家吴兑教授介绍,他曾和美国国家大气科学研究中心的铁路先生也做过一项研究:通过分析广州 1954—2005 年期间城市观测站大气能见度资料,将其与肺癌死亡率进行对比分析,发现自上世纪 80 年代初广州灰霾天气开始逐年增加,7—8 年后,广州市的肺癌死亡率也开始明显增加。

“中医药的应用具有西药无可比拟的优势,患者也亟须可以达到标本兼治的中药产品。”魏大华表示,随着社会经济的高速发展,生态破坏和环境污染问题越来越严重,导致呼吸道疾病的发病率持续升高,很多的肺部疾病具有病因病机不明确,病程长等特点,给患者带来心理和经济上的负担。

对于潘高寿的计划,国家中医药管理局副局长吴刚表示,我国正经历着快速全球化、工业化、城镇化、人口老龄化以及生活方式变化,这就使得环境问题成为重大健康威胁因素。传统中医药在“治未病”以及养生方面具有得天独厚的优势,在与 PM2.5 的长期斗争中,中医药理应发挥特长,为社会大众健康做出应有贡献。

广州石化:以竞赛推进基层建设

■ 余峻才 黄敏清 本报记者 黄春兰

“跳一跳够得着。”这是广州石化在对标先进中提得最多的一句话。

记者在采访中了解到,今年广州石化所有的技术经济指标都要跟同行业的先进水平对比,找差距,确定追赶目标,并以横班为单位开展劳动竞赛,通过推进基层建设提升企业绩效。

“要将横班劳动竞赛与经济责任制相结合。”“过去横班劳动竞赛在‘比’方面做得不错,但在‘学’方面需要加强。”为了更好地推动横班劳动竞赛的开展,在广州石化召开的 2013

年横班劳动竞赛工作会上,来自企业管理部、生产调度部、信息管理中心的相关负责人、生产作业部管理人员、横班书记代表畅所欲言,对公司 2013 年横班劳动竞赛的开展出谋划策。

据介绍,广州石化在 8 个作业部的 32 个横班中开展了“精心操作,优化创效;稳定运行,降本压费”横班劳动竞赛,各单位结合实际,开展各具特色的竞赛活动,积极推进横班基层建设。炼油四部把指标考核量化、细化,制作专用软件,使数据的提取最大程度减少人为干预,实现竞赛公平、公开、公正;炼油三部把公司生产

优化的要求转化为竞赛考评指标,有力促进了装置的生产优化;炼油一部积极探索“内操负责,班长指导,横班书记监督”的竞赛指标提升和分工合作机制,开展“无报警上班”竞赛活动;化工二部积极主动,自我加压,压缩了平稳率波动区间,加强了对班组的工艺操作的指导和检查。

劳动竞赛的开展促进了装置的平稳运行,达到了提升指标和提质增效的目的。据统计,2012 年与 2011 年均值相比较,炼油装置馏出口合格率提高 0.07%,汽油终馏点提高 2.92 摄氏度,柴油 95% 馏出温度提高 2.5 摄氏度,在确保汽柴油质量的同时降低

了生产成本。

广州石化党委副书记、工会主席陆建明向记者表示,经过近年来的不断实践和完善,广州石化逐渐形成了由“工会牵头组织协调、专业部门主抓竞赛,相关单位积极参与”的竞赛机制。工会充分发挥组织优势,将劳动竞赛作为发挥工会作用的有效抓手和重要手段,围绕企业中心工作,通过劳动竞赛,将工作思路落实到基层班组和操作人员,不断加强和推进横班基层建设和横班党支部建设,把广州石化打造成为一个“指标领先、业绩优良、环境友好、管理先进、作风扎实”的炼化企业。

广东移动全力支持抗震救灾

■ 本报记者 黄春兰

四川芦山 7 级强震发生后,广东移动第一时间启动多项应急预案,全面推出五大举措:开展通信应急保障,实施免停机及漫游费减免、搭建寻亲热线平台、构建移动互联网信息通道、普及救灾防灾知识技能,全力支持前线抗震救灾。

据了解,广东移动通过信息化预警手段,于 4 月 20 日上午 8:42 分发布出第一条地震快讯通报,迅速组织近 2000 名专家和技术人员组成应急保障小组,密切关注广东至四川灾区的通信状况,实时调度,确保网络畅通。与此同时,广东移动紧急调派了 30 多台应急通信车、20 多台发电车、近百台卫星电话以及近千台便携式油机等应急资源,进入待命状态,随时准备驰灾区参与救援。

为保障抗震救灾工作的顺利开展和人员安全,广东移动宣布推出免停机和漫游费减免服务。从 4 月 20 日起至 5 月 19 日,所有漫游至雅安地区的广东移动客户,都将享受免停机服务,同时漫游费将全部减免,以确保抗震抢险期间通信畅通。

广东移动还整合了 10086、12580 和移动微博等平台,为公众提供寻亲热线、灾情信息查询等服务,用户通过拨打 10086、12580 热线或发布微博并 @ 中国移动广东公司,提供所寻亲人姓名、联系方式和可能的活动区域等信息,将实时同步给四川抗震抢险前线,协助进行寻找查证。

据介绍,为做到信息的实时发布,让社会各界及时了解掌握抗震救灾进展情况,广东移动与四川移动建立起 24 小时实时信息同步机制,利用移动微博、微信、手机邮箱等移动互联网平台,即时发布、传播抗震一线的灾情灾情。目前,通过移动互联网平台发布的各类消息已覆盖接近 5 亿人次。

此外,中国移动无线城市平台也优化上线了雅安抗震专区,集中提供抗震救生知识、捐赠指南等信息。同时,中国移动手机应用商场也开设了地震知识库、应急救护应用软件、关爱祝福音乐等下载专区,并在 WAP 网站开设灾情直播栏目,及时发布抗震实时信息。

资讯

《广东外贸蓝皮书》近日发布

《广东外贸蓝皮书》20 日在广州发布。该书指出,2012 年广东省对外贸易出现国有企业进出口负增长,民营企业进出口则继续保持高速增长的情况。

该《蓝皮书》预测,2013 年广东外贸总体情况会好于 2012 年,出口贸易的增速将达 10.3%。随着粤港澳服务贸易自由化行动推进,广东的贸易结构也将发生较大变化。此外,广东服务外包也将继续优化,从低端逐步向中、高端发展,将形成以跨国公司投资为主的格局。

(黄春兰)

粤企向广东红十字会捐款捐物支援灾区

记者在广东红十字会了解到,截至 21 日,广东红十字会已收到来自各市县红十字会一批抗震捐款捐物共计价值 848.11 万元。部分粤企也踊跃捐款捐物,特别是灾区急需用品。如广药集团、广州一品红制药有限公司捐药品一批,广东伊万生物医药科技有限公司捐光子治疗仪,东莞勤上光电有限公司捐 LED 手电筒、网络服装店捐衣服等。

(春兰)

王老吉爱心基金向雅安捐价值 300 万元物款

在四川雅安芦山县发生地震后,广药王老吉 1.828 亿爱心基金紧急响应,联合广东省红十字会发起捐赠仪式,第一时间组织首批 300 万元物款运往灾区。这是王老吉 1.828 亿爱心基金继 4 月 8 日捐赠价值 800 万元物资支持抗 H7N9 后又一次响应应急救援机制。此外,广药集团还组织了 120 人的王老吉爱心救援队,带领第一批救灾物资于 4 月 20 日下午奔赴灾区。

(春兰)

声明:正宗凉茶红罐王老吉从未更名

180 余年正宗秘方,品牌价值 1080 亿,王老吉将打造成中国“可口可乐”。



180 余年历史传承 王老吉正宗秘方

“王老吉”三个字响彻大江南北,但是其真正的发展历史却鲜有人知。王老吉创立于 1828 年,距今已有 184 年历史。创始人是广东鹤山医人王泽邦老先生,其小名叫“阿吉”因此得名“王老吉”。

据历史记载,1828 年王泽邦在广州市十三行路靖远街开设了第一间王老吉凉茶铺,专营大碗凉茶,成为王老吉品牌的起源点。1840 年,王老吉凉茶铺便开始以前店后场的形式,生产王老吉凉茶包。1925 年王老吉凉茶包还参加英国伦敦展览会,成为较早走向世界民族品牌之一。

1956 年,广药集团全面承接了王老吉凉茶祖业,一直传承运作至今。早在 90 年代初,羊城药业(广药集团

王老吉药业公司前身)利用传承了一百多年的凉茶配方开创性地生产出盒装王老吉和罐装王老吉凉茶,可谓国内较早的凉茶植物饮料。

众所周知,王老吉凉茶被评为国家非物质文化遗产,拥有凉茶秘方、独创工艺专利权,受到国家保护。近两百年来王老吉的配方和内涵在广药手里得到了真正的传承,始终都按照传统的正宗配方科学工艺来严格生产以保证王老吉凉茶的原汁原味。

从 90 年代奋斗至今,王老吉经受住市场的考验,成为了家喻户晓的民族知名品牌。2012 年 5 月 9 日,广药集团依法收回了红罐王老吉的生产经营权,公布了“王老吉凉茶 136 发展方略”,为王老吉大健康产业指出了光明之路,勾勒出红罐王老吉振奋人心的发展蓝图。

红罐王老吉从未更名

2012 年 7 月,北京第二中级人民法院终审判决“王老吉”商标所有权归广药所有。事实上,租赁期满合理收回商标所有权的广药,面对在收回自己商标道路上的困难重重,更多呈现的是大气和坚定。事实上,广药并非只是为了抢占市场份额去争得商标,为了将已经上升到民族品牌资产的王老吉做大做强,广药已经制定了目标清晰的远景规划。

面对市场上激烈竞争的产品,王老吉人以事实为依据,以法律为准绳,坚决捍卫广药王老吉近半个世纪以来的品牌家园,亦表达了自身企业对保护民族品牌的决心。王老吉从未更名,只是升级了形象,更换了新装。随着全国产能布局的完成,在全国各地都将能买到新装红罐王老吉。

牵头制定凉茶国家标准

事实上,从未更名的“王老吉”作为公认的凉茶始祖,百年来一直引领凉茶产业的健康发展。6 月 28 日,广药集团正式启动凉茶国家标准研究项目,将从凉茶原料种植、配方生产工艺等环节进行技术标准研究,为我国凉茶国家标准的制定提供科学参考,以促进凉茶产业规范化发展。

凉茶始祖王老吉 价值高达 1080 亿

2006 年,广药集团的王老吉凉茶还获得了国家非物质文化遗产,凉茶秘方、独创工艺拥有专利权,受到国家保护。王老吉手持正宗配方,在广药王老吉人努力奋斗下品牌逐渐做大,销售量逐步上升就是社会大众对品牌最大的认可。

如今,品牌价值高达 1080 亿的王老吉凉茶,当之无愧成为中国凉茶领导品牌。这不仅仅是一个凉茶品牌的成功,其背后的文化传承更赋予了王老吉深层次的内涵,成为真正走出去、代表中国站于世界快消品市场上的民族品牌。

为了实现把王老吉从民族品牌打造成世界品牌这一目标,广药集团已经制定“136 发展方略”,围绕通过产品经营、资本运营和虚拟运营三种发展路径,从人才、科技、品牌、资源、标准和国际化六大战略对王老吉进行立体打造。2017 年要实现 300 亿元,2020 年要实现 600 亿元。在王老吉人的共同奋斗下以“王老吉”品牌推进广药“大健康”的产业格局指日可待!

相关信息



2012 年 9 月 29 日,“南粤幸福活动周”的幸福大集市在广州市天河体育中心南广场正式拉开序幕。广东省委主要领导来到广药集团王老吉、陈李济、白云和黄中药的展位前,认真听取了广药集团总经理、副董事长、党委副书记李楚源的汇报,寄语广药集团要把品牌价值 1080 亿的“王老吉”打造成为中国的“可口可乐”,要学舍形成良性竞争,取得进步。广东省委领导也特别指示,要向竞争对手学习,进一步加大王老吉的宣传力度。

2012 年 9 月 30 日,广药集团总经理、副董事长、党委副书记李楚源,探望慰问 96 岁高龄的国医大师邓铁涛向他致以国庆中秋的问候,祝愿老人家健康长寿。当邓老得知广东省委主要领导指示广药要把“王老吉”打造成为中国的“可口可乐”的时候,邓老表示十分的认同和高度的赞赏,认为“王老吉”完全可以与“可口可乐”一样,成为世界受欢迎的饮料,成为国际上响当当的品牌。他还当场欣然挥笔写下“广药王老吉,中国可口可乐”的题词。