



同仁报

第38期

总第44期

2017年03月06日 星期一

主办：南京同仁堂药业有限责任公司
承办：南京同仁堂药业同仁报编辑部



精血双养·肝肾同补



www.njtrt.com

修合无人见 存心有天知

《用“聚焦”撑起南同的天》主题分享：

汇聚发展动能 点燃销售激情

2017年2月，南京同仁堂2017营销工作大会成功举办。来自各省区的销售精英共同聚首，探讨营销趋势，分享营销案例，发表激情演讲，共话营销的未来之路。

会上，南京同仁堂医药营销有限公司总经理罗时璋作《用“聚焦”撑起南同的天》的主题发言。罗总作出了抓好四个聚焦，即“聚焦主品精品、聚焦规模效益、聚焦组织管理、聚焦思想文化”的具体工作要求，提出了要树立起干大事业的

的情怀，树立坚强的意志，强化执行力的殷切期望，勉励全体营销将士在2017年实现“品种强企、品质强企、品牌强企、品略强企”的高远梦想。牢牢记住“聚焦，聚焦，再聚焦”，让南同的营销人在聚焦中拓展自己无限的视野，让南同的营销在聚焦中升华，在聚焦中不断壮大。

具有极强的思想性、指导性和针

对性的“四个聚焦”是我们做好当前和今后各项工作的行动纲领和遵循。品牌国药事业部坚持以最坚决的态度、最有力的措施，深刻领会、全面贯彻、坚决落实，汇集强大发展动能，

打好发展组合拳，奋力走出品牌国药振兴的新时代。



人物专访 INTERVIEW

乳宁颗粒特约

张亚男：当一个“插曲”奏出美妙和弦

公司新闻 NEWS

南京同仁堂安宫牛黄丸、牛黄清心丸荣登2016年度中国医药区域市场风云榜

2月17日，中国药店管理学院黑龙江分院成立暨首届中国医药区域市场营销高峰论坛正式于黑龙江省大庆市召开。南京同仁堂作为老字号品牌企业亮相本次盛会。

国家统计局、省市相关领导赴南京同仁堂考察调研

2017年2月15日下午国家统计局陈晓杰副巡视员、孙金国调研员、江苏调查总队宋卫彬处长、许家东处长、南京调查队及区统计局相关领导一行来我公司开展工业生产者价格统计工作调研。

基层工作 GRASSROOTS

重抓精细化管理，保供2017

2017年将翻开崭新的一页。我们将顶住压力，积极发挥主动创造力，通过大家的齐心协力，在生产安全和质量可控的情况下实现公司全年的经营和工作目标。



扫一扫，加关注

《用“聚焦”撑起南同的天》主题分享

聚焦发展——凝心聚力促跨越

聚焦主品精品,增强企业核心竞争力

“聚焦”释义为使光或电子束等聚集成一点,但却更多用于要求思想和工作方面的突出重心。

因此,在17年的南同营销会议上听罗总讲起四大“聚焦”时,我便听得格外仔细,因为这将是引领南同发展和前进的指路明灯。南同未来将走向何方,如何去走,我想这也是南同每一位营销将士最为关心的话题。如今又细细拜读,不禁为罗总的高屋建瓴所折服,四大“聚焦”无疑是对南同时弊的一剂良方。

首谈聚焦主品精品,罗总指导说:“聚焦主品突破上,一定要高度重视,唯精唯一,方得始终”。的确,产品是一个企业的骨架,承担,支撑以及决定着企业能走多远。而聚焦主品精品无论是品牌模式或者控销模式都是其核心的灵魂和指导思想。也是对我们常说的“二八”原则最好的诠释。人的精力是有限的,眉毛胡子一把抓的结局是什么都抓不到。纵观现在,细数目前行业之巅的几大品牌,无论控销还是品牌模式,无论公司或者一个事业部无不有自己的主品精品。主品与企业生死相依,筋骨相连。主品就是企业的代言人,主品的形象和社会美誉度即是企业的形象和社会美誉度。主品即是企业的核心竞争力,而南同目前正缺乏这

样的核心竞争力产品。提及南同我们目前尚不能瞬间联想到能代表企业的知名品种。不像三九感冒灵,江中健胃消食片、葵花护肝片,能成功实现产品与企业的联动,互为犄角。让人不禁唏嘘空有名,无其形。所以目前无论是行业知名度还是与客户合作谈判的筹码都大打折扣。

所谓“穷则思变”当下困境唯有聚焦主品,集全力打造出一两个能代表企业的主品才是企业做大做强的出路。

聚焦就是一场歼灭战,集中优势兵力突出重围再聚而歼之。就如安宫,如今是四海豪杰并起,群星逐鹿,虽是挑战但更是机遇。若能一站定四海,将可问鼎王者之巅。唯有聚焦才是安宫唯一致胜的法宝。就如消

食片众多企业生产,但江中的市场份额却一马当先让其他企业遥不可及。那是因为江中以消食片为主品,为生存之命脉,全力聚焦。

聚焦主品精品不仅是销售的聚焦,而是一个完整的体系。研发、生产、销售、后勤服务都得聚焦,人力、财力、物力都得全方位的支持。这个品种的所有环节都要达到行业的领先地位,代表行业的标准。

作为我们一线的销售人员,对品种的培育和精力的分配也应该聚焦。坚决服从和执行公司的产品规划思路,上下同御,一体联动。应将公司的各项政策和思路落地,火力全开。

聚焦规模效益,确保企业强劲发展力

其次谈谈聚焦规模效益,虽说有规模不一定就有效益,但没有规模一定没有太大的效益。规模和效益相互关联,也相互依存。没有规模效益再好也终是井中之蛙,能得到的无非是方寸之间。规模是对企

业形象和知名度的有效展示。如苹果、万科、奔驰走到哪里都能看见就是对企业最好的宣传。但是企业毕竟不是慈善机构,没有效益的企业就会出现生存危机。要发展,先得活下来。只有活下来,才能更好地

发展。一个没有效益的企业什么都是浮云。

企业衡量一个团队或者一个人优秀与否,最终看的是你给企业带来多大的效益。一个不能给企业带来效益的人,就是累赘和蛀虫。每

一个员工都应该恪尽职守,努力拼搏奋斗,为企业创造效益。因为,只有锅里有了碗里才会有。与其说是为企业创造效益,不如说也是在为自己创造效益。

聚焦思想文化,与有情怀的人携手前行

最后谈谈聚焦思想文化,罗总说:“文化是一个企业的血脉,是员工的精神家园。一个伟大值得尊敬的企业必定是有文化信仰的企业。我们应当有复兴国粹,树立于大事业的情怀”。我个人的感悟是应当

珍惜目前南同给予的平台,在这个平台上我们能够充分展示自我,放飞梦想。只有树立复兴国粹,匹夫有责,济世苍生的情怀,我们才能看得更远走得更长。做一个有情怀,有梦想,有信仰的人,才能克服艰难

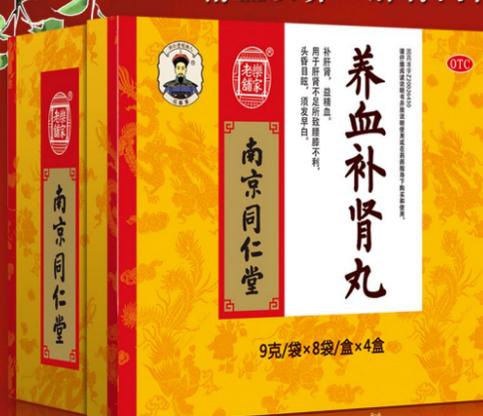
险阻直达彼岸。只有树立主人翁意识,才能真正的凝心聚力与企业共荣辱。

让我们坚信聚焦是创造奇迹的前提,聚焦是创新突破的关键,聚焦是克敌制胜的法宝。个人能在聚焦

中拓展自己无限的视野,南同一定能在聚焦中升华,在聚焦中不断壮大!

(品牌国药事业部四川:李德)

精血双养·肝肾同补



南京同仁堂
养血补肾丸
9克/袋×8袋/盒×4盒

百年经典·十大名药

OTC

精血旺 防早衰

养血补肾丸

精血亏空易早衰 要养血补肾
常头晕 易疲劳 状态不好
头发白 脸色差 力不从心

南京同仁堂



扫一扫 加关注

客服专线: 400-828-0737

网 址: www.njtrt.com

为南同品牌之崛起而全力奋斗

——《用“聚焦”撑起南同的天》感悟

在2017营销大会上,罗时璋总经理慷慨激昂的演讲给我们打了一剂强心针,罗总提出了重点抓好“四个聚焦”,即“聚焦主品精品、聚焦规模效益、聚焦组织管理、聚焦思想文化”四件大事,将南同营销工作推向一个更高的层次。高度阐述了南京同仁堂营销工作的战略定位与要求规划,给品牌京津冀市场一线的销售精英们提出了方向和执行策略,我们必将以此作为市场核心策略学习和执行!

我多次深读文章,每次都有不一样的收获,如获至宝,受益匪浅!

一、聚焦主品精品

罗总在文章中提出了“在聚焦主品精品突破上,我们一定要高度重视,唯精唯一,方得始终”!本身作为品牌定位的市场定位,聚焦主品和精品是首要任务,打造过亿,过十亿的黄金单品是我们的使命和目标,事业部已经提出了明确的发展目标,作为京津冀的执行团队,让“益精血、防早衰”品类倡导产品养血补肾丸和“稀缺国宝、急救圣品”双天然安宫牛黄丸两个黄金单品,在市场上快速实现覆盖和实现动销爆发是核心工作!

在具体市场开发过程中,作为16年下半年刚成立的省区,京津冀市场全力聚焦产品的前期覆盖,通过1个月的努力,组建核心管理团队,进行市场调研,10月27日产品到达市场,开始全面铺货和上架,2个月突破覆盖1000家,截止到放假前,达到了1300家,同时将河北省每个地级市核心主流连锁全部拿下,实现了进场和大部分连锁动销0的突破,并呈现持续上升的势头,找到了感觉,找到了突破口。截止到目前,越来越多的消费者开始复购养

血补肾丸,事业部设置的价值链开始发力,给京津冀市场的渠道客户、消费者都很大程度树立了信心,并逐步将产品列为年度核心战略品种,与市场一道全力聚焦黄金单品,黄金精品。另外在双天然安宫上市后,着手快速布局,将作为2017年重点开发。在产品的聚焦的过程中,我们通过与其他品牌的对比,也看到了执行的差距与距离,有挑战,更是机遇,17年聚焦再聚焦,全力做好黄金单品的打造!

二、聚焦规模效益

关于这一议题,罗总对事业部提出“要重点打造养血补肾丸、双天然安宫这两个黄金单品,要集中优势资源,聚焦主攻两个核心骨干品种;有规模才有效益,有市场占有率才有竞争力、生命力;一句话,把单品做大,才能带动品类扩大”。对于品牌模式,个人也感受到了黄金单品的规模效应,也就是事业部提出来的要“全渠道、全媒体、全覆盖、高销量”!

对于省区执行而言,通过核心

连锁的全覆盖,比如河北省的新兴、神威、华佗、唐人、百合一笑堂、乐仁堂等主流连锁的快速覆盖,并配合事业部实现了B2B京东大药房、百洋健康,B2C华佗、德开大药房、乐家老铺南京同仁堂旗舰店等线上电商的布局,实现对消费者全方位购买体验平台的建立;全媒体的实现,需要借助公司的海陆空打法中的广告、互联网新媒体、直播平台等资源的利用;同时以市场上的县级为单位逐步实现全覆盖,17年目标覆盖

突破100个县级客户的产粮和合作,同时实现对百强等连锁的全覆盖;利用大促和消费者的深读互动以及重点投入、实现区域销量的高速增长,通过点带面呈现品牌和产品的规模效应;京津冀市场会逐步从“邯郸、保定、张家口”实现动销的快速突破和落地,通过“农村包围城市”的方式,对石家庄、唐山、北京、天津实现“包围”和影响,最终呈现规模效应!

三、聚焦组织管理

罗总说“管理的本质是人,是由人去管理和管理人。管理活动是一种实践,管理的好坏一切由结果验证。因此,由人去管理首先涉及的是人,其次是业务”,确实如此,人是一切根源,从人的基本需求和源动力出发,实现目标的最终落地,是实现团队管理的核心诉求。

从京津冀的团队组建以来,一直秉承事业部的“同心同欲、志同道合”的用人和招聘理念,招到合适的人才是最重要的,另外从团队管理角度,也感悟到了必须通过落地的

团队管理方式,实现团队凝聚力提升、技能提升、意识提升、来快速建立和锻造团队。具体的措施中,主要通过“月度会议”、“周总结会”、“微信日报”、“销售工具的应用”、“水印相机”等形式进行团队执行管理;通过办事处硬环境的打造,将省区的“规章制度、业绩排名”等红线要求张榜上墙,并在每次的工作复盘会中进行奖罚执行;通过办事处“荣誉榜、精彩分享、感人故事、互帮互助”等软环境的营造,提升团队的凝聚力和参与感。其中,通过月度

例会的精彩分享环节,激励优秀的同时实现末尾的鞭策和优化,同时对其他伙伴们给予更多的启发;通过“爱是一家人”环节展示近期的感人故事和事迹,感化同仁,走心管理;通过“互帮互助”环节对业绩和近期工作压力大的同事进行团队解析,协助解决问题,互帮互助;总之,通过各种走心管理模式,打造一支有执行力、有创造力、有正能量的高素质团队!

四、聚焦思想文化

罗总提出来的南同营销人聚焦思想文化的“四个必须”非常切合实际,是京津冀市场和团队务必执行的要求,即:必须确定远大的追求目标、必须树立干大事业的情怀、必须树立坚强的意志、必须强化执行力。仔细体会,深有感触!

我越来越深的感觉到了“修合无人见、存心有天知”的思想文化至深内涵,弘扬“同修仁德、济世养生”的企业精神。持之以恒地高擎弘扬中医药国粹的旗帜,弘扬南京同仁堂百年企业文化,扬中医药千载传统国粹,是我们的历史使命,是应该融入血液里,融入到每一个市场有效动作和执行结果中,传承文化,凝聚未来!作为南京同仁堂的营销子弟兵,并不仅仅是为了销售而去销售,更多的是让更多的人知道“国宝南同”,弘扬国粹,更要把好的产品送到消费者手中,消除病痛,普渡众生,要有这样的医药人传承情怀!同时市场开拓的前期,很多预想不到的困难和挑战,务必坚定信念,大浪淘沙至关重要,不忘初心,星火燎原!再好的方案和战略,没有执行就是空谈,京津冀团队17年从整体公司战略出发,按照事业部的要求,逐项逐步稳扎稳打,实现公司的战略要求和目标,从当下起,即刻执行,全力执行,做好一线市场工作突击兵!

品牌京津冀团队全体将士承诺:全力聚焦“养血补肾丸和双天然安宫牛黄丸两个黄金单品”,全力打造双品爆发,做到100各县的全覆盖;聚焦“动销”,冲刺到月均6000盒的高额目标;聚焦“核心团队”,打造一支有执行力、有战斗力、有创造力的高素质团队;聚焦“核心文化”,做有梦想、有情怀、有价值、有执行的南同营销“四有新人”,不忘初心,全力冲刺,星火燎原!为南同品牌之崛起而全力奋斗!

(品牌国药事业部京津冀:刘红亮)

张亚男：当一个“插曲”奏出美妙和弦

“张主任，您帮我签一下这个吧。”张亚男主任熟练地接过病人递来用于靶向治疗的申请单，仔细地扫描一下关键数据后，一张、两张……足足签了17张化验单，这样的“插曲”在采访完成过半前就已经发生了两次，见惯了这种“插曲”的记者在

旁看着，依然触动。然而，和张主任静心聊起来才知道，她能成为现在的她，也是因为人生的一个“插曲”，而这个“插曲”没有让她人生失色，却奏出一段美妙和弦，为这世界上另外一群人带来了福音。



张亚男
硕士生导师
东南大学附属中大医院乳腺病诊治中心主任
江苏省抗癌协会乳腺癌专业委员会常委
江苏省中西医结合学会乳腺病专业委员会副主任委员
中华医学会外科学分会乳腺内分泌学组委员

A 一个物理苗子，却成了一个医生

事实上，没有学医这一人生“插曲”，凭着她的干劲儿，张亚男现在应该是个物理学家。“我的物理在中学成绩里是最好的一科，连我的老师都说我上大学都应该选物理专业。”不仅是老师这么想，在填报志愿的时候，张亚男的四个志愿都是物理专业，唯独第五个志愿，听了父亲的一句“必须有一个志愿学医”，选报了一个外省的医学专业。

报的是南京铁道医学院，因为是面向全国招生，张亚男身为上海考生，因为报考了外地院校，就被优先录取了。与最爱的物理专业擦肩而过，张亚男没有懊悔，反倒很平静，“我们当时不像现在的孩子这么多自己的想法，我很尊重父亲的意见，父亲也很尊重我的意见。父亲在中专学习过一段时间的医学，可惜的是他最后没能继续学习，成为一个医生。所以在他心里，他很期待我们能继续

完成他自己的心愿，他对我，对我的姐姐都会要求去学医，医生也好，护士也好。和当时的很多父母一样，他会为我的就业着想，铁道医学院，算是铁道系统，是‘铁饭碗’。”

笑称自己是“学霸级人物”，张亚男说进了大学没有什么其他的想法，就是一门学习认真学习。“身为女孩子，学医有优势，有记忆的天赋，背的东西多，记得住。谈到学习，你自然就骄傲，因为经常是全年第一嘛。”就拿经常考第一《外科学》来说，张亚男敢说《外科学》这一本厚厚的教材几乎烂熟于心。“同学随便翻一页考了哪一题我都能对答如流。考试看到这些知识点，也是应对自如。”她还记得，她在的这一届有六个班，而她是唯一的女外科学科代表，“这一方面代表我对这门课的投入和喜爱，也说明了老师对我的认可。”大五的实习也让她发觉自己热爱的是外

科，毕业后正好遇上医院需要女外科医生的机会，于是她顺利留院。

进医院后，张亚男直言“她的自信、优势被打趴下了”，回想那段日子，做了住院医生，暗暗和自己较劲，不能有不知道的问题。“真正进了医院，在学校学习时很多知识是纵向的，当了医生就需要变成横向。”令她印象深刻的就是当时每周的外科主任大查房，每次查房都是一次次“大考”，“那时的查房真的非常严格，严格执行三级查房，比如我管着十个病人，真的不能拿着病例去汇报病史，要全部记在心里，比如老师问到一个病人的血常规，都是要立刻报出来的。这就是一种训练，就是要先于主任了解病人的情况。”就这么一点点训练下来，张亚男也觉得自己心智成熟了，技术上来了，被打趴下的自信也慢慢地回来了。

B 一个机会，带来一次次的飞跃

自1984年留院，张亚男一直在普外科工作。在真正接触乳腺外科前，她最擅长的领域是胃癌、结肠癌。正如她所说的，每一个外科医生心里都会有种情结，能做全胃切除、结肠手术都是技术和实力的象征。而2003年院里引进的一台仪器，给了她一个未来的方向。

2003年，医院引进了一台全数字化乳腺X光机，医院也成为全国最早使用全数字化乳腺X光机的12家医院之一。正是因为这台仪器的引进，张亚男开始关注乳腺外科。她回忆说，“仪器引进之前，我们已经发现乳腺癌的发病率正在逐年攀升，因为自己也是女性，在诊疗乳腺癌患者时有自己的优势。更重要的，我也想在专业上有所深入，有所成绩。”

在这台仪器的帮助下，张亚男在省率先开展了触诊阴性乳腺癌定位切除术。谈起仪器的帮助，她如数家珍，“之前的检查往往有所局限，病

人一些细小的钙化不容易被发现，影响诊断。”2003年之后，虽然接诊了乳腺癌病人，她最擅长的领域是胃癌、结肠癌依然没有放弃。成立了乳腺组，势必需要更多精力投入在这一块，之前最擅长的领域似乎是时候放下了。

“当时心里确实有点不舍，毕竟之前的领域有过投入，心里也有普通外科医生的情结。但想到现在院里的诊疗条件已经有了很大改善，是时候为病人做点什么呢。”张亚男暗暗下了决心，开始了乳腺癌诊疗的全情投入。很快，她也引进了保留皮肤的乳腺全切除术后I期乳房重建这一新技术，为病人带来了福音，这项技术还获得了江苏省卫生厅医学新技术引进奖二等奖，为全省的同行做出了优质的示范。

2015年3月8号，在滕皋军院长的指导下，乳腺病诊治中心正式成立，这也是江苏省内首家多学科、一

体化乳腺病诊治中心。从乳腺组到乳腺诊治中心，张亚男再一次经历了诊疗实力的飞跃。她介绍说，中心由乳腺影像诊断中心、乳腺外科、肿瘤科、病理科、整形外科及心理精神科等学科组成，中心还专门成立了乳腺病门诊，乳腺病患者在就诊时就可以申请多学科会诊，多学科专家将根据患者情况，为病人量身定制最优化的诊疗方案。“各个科室平时都各司其职，在病人需要多学科会诊的时候，又可以迅速整合在一起。可以说我们的结构是松散的，但流程是紧密的。”她还谈到，乳腺癌诊断不仅涉及身体健康的需求，还涉及患者对美的需求和心理、精神方面的治疗，因此建立多学科、一体化诊断流程势在必行。多元化、一体化的服务能够避免患者走弯路，有效减少过度诊疗和诊疗不足情况发生。

C 很多时候，只是“保命”是不行的

“很多肿瘤病人不是病死的，而是被吓死的。”2016年，乳腺病诊治中心成立一周年情况通报会上，张亚男这样说到。

保乳手术越来越受重视，她介绍，统计发现，受罹患肿瘤和器官切除的双重打击，40%的乳腺癌患者都有不同程度抑郁，“如果进行保乳手术治疗，会大大提高乳腺癌患者术后的生活质量和信心。”她说，20年前，因早期筛查技术有限，很多病人已是三期、四期，不具备保乳条件，当时我国保乳手术率仅5%。如今钼靶、B超、核磁共振等技术应用，早诊断率大大提高，保乳手术率达到15%左右，而张亚男接诊的病人里，保乳手术率已达30%。

“现在谈起保乳，没有那么难了，可是几年之前，病人家属几乎谈‘保’色变。”张亚男形容那时可谓苦口婆心，病人家属不了解，担心复发，但病情允许保乳，“经常是说了一遍不同意，就换个时间说第二遍，直到同意为止。”病人不了解尚可理解，她还发现保乳还需要医生理念的转变，“之前保乳率上不去，有一个原因就是很多医生会粗暴地认为给病人‘保了命’就可以了，乳房切除就一劳永逸了。”（下转第5版）



南京同仁堂安宫牛黄丸、牛黄清心丸 荣登2016年度中国医药区域市场风云榜

2月17日,中国药店管理学院黑龙江分院成立暨首届中国医药区域市场营销高峰论坛正式于黑龙江省大庆市召开。

多年来,中国药店管理学院以强化医疗质量管理,增强医药业整体实力为己任。此次黑龙江分院的成功成立将更加关注、服务于当下中小连锁药店的生存与发展,黑龙江分院将从服务入手,加强学院优势资源的整合利用,以同道、同心、同利、同兴为宗旨,秉公办事、精彩做事、顺应市场、团结协作,把分院办好。

本次大会隆重发布2016年度中国医药区域市场风云榜,并相继推出最具影响力产品、最具推动力产品等

榜单。同时,此次大会还将同期举办首届中国医药区域市场营销高峰论坛,届时,将由医药行业的专家与行业资深人士,分别发表《中医药发展对医药连锁带来的机遇》、《行业政策及医药信息解读》、《大健康时代如何拓展药店终端的贵细药材市场》演讲,共同探讨医药行业破局路径。相信,在中国药店管理学院的引领下,黑龙江分院定会同进退、共担当,走出一条新型医药之路。

南京同仁堂作为老字号品牌企业亮相本次盛会。经过数载耕耘,南京同仁堂老字号品牌在黑龙江市场牢牢扎根,口碑良好,成绩斐然,获得业内一致肯定,南京同仁堂也因此荣

登2016年度中国医药区域市场风云榜。其中,安宫牛黄丸荣膺2016年度中国医药区域市场风云榜最具影响力产品荣誉称号,牛黄清心丸荣膺2016年度中国医药区域市场风云榜最具推动力产品荣誉称号。

自营销改革来,南京同仁堂对产品进行系统梳理,对产品进行重新挖掘及定位。回归对品质的苛刻和对产品疗效精益求精的追求,使南京同仁堂的振兴有了稳固的根基。相信在中国药店管理学院黑龙江分院成立的东风下,南京同仁堂将会更好地服务于民、更精准地优化市场,持续有力地树立老字号品牌新典范。

(市场管理中心:许可)



南京同仁堂安宫牛黄丸、牛黄清心丸
荣登2016年度中国医药区域市场风云榜

南京同仁堂处方核心产品 写入2017版国家医保目录

近日,人社部印发了《关于印发〈国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录(2017年版)〉的通知》(人社部发〔2017〕15号),正式公布了2017年版国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录。据悉,此次药品目录调整是根据党中央、国务院总体部署和人社部相关工作安排进行的,由来自全国各省(区、市)的近4千名临床医生、药师以及医保管理专家通过多轮评审产生。

南京同仁堂药业有限责任公司处方核心品种排石颗粒、乳宁颗粒、止咳化痰颗粒等诸多品种,写入新版国家医保目录。

南京同仁堂处方产品相关医保目录信息:

1. 排石颗粒:甲类846,通淋消石剂。
2. 乳宁颗粒:乙类981,消肿散结类。
3. 止咳化痰颗粒:乙类241,清热化痰平喘。
4. 黄芪颗粒:乙类295,健脾益气类。
5. 小金丸:乙类860,温经理气活血散结剂。
6. 乌鸡白凤丸:甲类960,妇科用药,扶正剂。
7. 消风止痒颗粒:乙类1147,皮肤科用药。
8. 石斛夜光丸:甲类998,眼科用药,扶正剂。
9. 麻仁丸:乙类64,润肠通便剂。
10. 骨刺片:甲类1113,补肾壮骨剂。
11. 舒筋活血片:甲类1086,活血通络剂。
12. 牛黄解毒片:甲类69,清热泻火剂。
13. 天王补心丸:甲类395,养心安神剂。

(市场管理中心:孔莹琪)

国家统计局、省市相关领导 赴南京同仁堂考察调研



2017年2月15日下午国家统计局陈晓杰副巡视员、孙金国调研员、江苏调查总队宋卫彬处长、许家东处长、南京调查队及区统计局相关领导一行来我公司开展工业生产者价格统计工作调研。我公司生产总监程龙,财务总监周小龙及生产技术部经理刘昌盛等陪同调研。

国家统计局、省市调查队领导观看了南京同仁堂的企业宣传片,听取了程总讲述南京同仁堂的生产现状、销售规模及发展战略。国家统计局领导就工业生产者价格统计

工作开展情况进行了询问,我公司统计员就样本的选择和代表性情况,数据采集和报送流程;数据的质量审核和评估;工作人员配备等相关问题进行解答。同时,双方就目前的价格形势及今后统计工作进行深入研讨。

最后,国家统计局领导肯定了南京同仁堂近几年的统计工作并给予高度评价,希望公司能一如既往地开展好生产统计工作,发挥统计在企业日常生产经营中的作用,做大做强。(生产技术部:周灏)

(上接第4版)女性患乳腺癌,很多情况下,肉体的创伤比较小,心理上的创伤很大,张亚男认识到不少医生忽视了这一点,“我们的病人需要活得有尊严,她们最终是要回归社会的。但有时医生想到的只是

‘保命’。病情允许的情况下不重视保乳,病人未来可能会遇到更严重的心理问题。”她甚至觉得,在“保命”和“让病人生活得有质量”上的选择,可以清晰地划分一个合格医生和一个好医生。

如今,她带领着团队发表论文数十篇,获省部级科技进步奖1项,江苏省卫生厅新技术引进奖2项,主编或参编专著4部。主持和参与国家和省部级科研项目3项。而谈到那个“选择”时,她说:“虽然我们的

保乳率有所提升,但和其他国家相比差距较大,新加坡保乳率能高达70%—80%,欧美国家保乳率也高于50%。”说到这里,张亚男的眼睛里放了一下光,我们似乎看到了她又立下了一个决心。

重抓精细化管理,保供2017

2016年公司实现销售5.5亿元的优异成绩,2017年公司提出了力争7.2亿元的销售目标。

针对新目标,生产系统将紧紧围绕“组织突破谋战略,规范经营控风险,科研创新强品牌,精益求精图发展。”的指导方针,重点抓好规模化生产组织,提高劳动效率,充分释放各条生产线的产能,保障全年目标达成。

一车间,确保安全和产品质量,做好水提品种(如参梅养胃颗粒、辛

芩颗粒等)和水提醇沉品种(如排石颗粒、黄芪颗粒、乳宁颗粒等)的生产搭配,提高效率;细化工艺参数,强化产品生产过程控制,以进一步提高和稳定中间体的转移率;充分发挥新提取和浓缩设备的生产能力,实现提取能力的稳定提升。

二车间,组织做好重点品种安宫牛黄丸在内的9个品种丸剂的批量调整,根据实际生产情况,分次进行调整,减少中间环节,提高劳效;优化生产组织,搭配好袋装和瓶装

品种生产,充分利用人力资源;组织利用好大蜜丸生产线和口服液生产线,使产能充分释放。

三车间,组织做好小装量品种(如止咳化痰颗粒、炎热清颗粒等)和大装量品种(如排石颗粒、乳宁颗粒和消风止痒颗粒等)的搭配生产,克服内外包装瓶颈;重点提升排石颗粒(无蔗糖)单班生产能力和大颗粒制剂能力(如排石颗粒、乳宁颗粒等),挖潜制剂班产量,保障核心重点品种供应。

2017年,生产系统将重抓精细化管理,向管理要效益;保障供应的同时,强化团队建设、人才培养,夯实新厂人才基础;优化生产工艺,规范生产操作,规避质量风险;推进新厂项目,助力新厂建设。

2017年将翻开崭新的一页。我们将顶住压力,积极发挥主动创造力,通过大家的齐心协力,在生产安全和质量可控的情况下实现公司全年的经营和工作目标。

(生产技术部)

安全之窗

持证上岗 防范事故的第一道关口

——学习中共中央、国务院《关于推进安全生产领域改革发展的意见》的体会之二

中共中央、国务院《关于推进安全生产领域改革发展的意见》中要求,在2020年前重特大生产安全事故频发势头得到有效遏制,对安全监管执法人员提出:凡进必考、入职培训、持证上岗、定期轮训的要求。那么对于企业来讲,如何遏制、防范安全生产事故发生呢?我认为:特殊工种必须按国家规定严格执行持证上岗制度。

持证上岗,是企业管理特殊工种的基本要求。所谓特殊工种就是指在工作中容易发生伤亡事故,对操作者本人、他人及周围设施的安全有重大危害的作业。为确保这些作业人员及周围设施的安全,国家安监总局下发了《特种作业人员安全技术培训考核管理规定》,对这些特殊工种的培训、考核、发证、复审及监督管理都做出了明确规定,对于未取得特种作业操作证的特种作业人员上岗作业的将给予严厉处罚。这也是国家为防止重大安全生产事故发生,采取的重要防范措施,

因此,我们企业的

必须从此处着手,加强对特殊工种的管理,坚持持证上岗,确保岗位安全。

持证上岗,是企业管理特殊工种的重要手段。特殊工种在企业生产过程中所处的安全地位,决定了岗位操作人员必须熟悉该岗位的操作要求、易发生误操作的节点、发生事故的补救措施及对受伤人员的施救方法等。因此,岗位操作人员必须经过专门培训,获取专业知识,并且要取得有资质部门颁发的合格证书,才能在岗位上独立操作,否则,不能独立在岗,只能作为辅助工协助操作,这是企业对特殊工种管理的基本要求,也是保障企业安全的重要手段。持有特殊工种操作证的操作人员,必须将特殊工种操作证放在岗位上,便于上级安全管理部门检查人员的查阅,只有这样才能把好特殊工种岗位的安全关。

持证上岗,是防范发生安全生产事故的第一道关口。纲举目张,特殊工种就是企业安全生产管理工作中的“纲”,企业在生产过程中的各个环节,如不能认真执行安全生产制度、操作规程,都会发生设备、人身伤害等安全生产事故,而特殊工种的岗位,稍有不慎,更易发生各类安全生产事故,所以,必须抓好这个安全生产管理的“纲”,必须按照国家规定参加相关培训、定期复审,保持持证的有效性。这样,我们安全管理

乐笃周先生的古玩情缘

——同仁故事品读

南京同仁堂的第一任总经理乐笃周先生是个不折不扣的“古玩咖”,早在赴法留学期间,乐笃周就开始搜罗流落欧洲的古玩字画,有时为了买到心仪的古玩,甚至不惜一个月只吃面包,以至于同学们都管他叫“小顽固”、“老古董”。回国后他更是命人建立起小型文物博物馆,将收集来的古董用作开放展览。

古董展览的习惯从北京一直延续到了南京,乐笃周并不以此做圈钱扬名之势,只希望市民百姓们也都能目睹到精美绝伦的文物。当时虽然已经建有国立博物馆,但尚无私人博物馆,因为大多数名人只肯用于私藏或者相互买卖,有的甚至保有封建遗风,如果有人做客想一睹宝贝风采还需提前选定黄道吉日。

乐笃周曾经为家族提出“大同仁主义”的主张,即“天下大同,人人公,大同为仁”。由于他的主张和建议侵犯了各房的利益,最后以失败告终。虽然未能将主张贯彻,但乐笃周一直将其视为座右铭,从未怠慢。

在南京设立私人博物馆后,使得南京的百姓们都有机会看到“稀世宝”了,一时间博物馆门不停宾。当时有一位陈夫子,是前清秀才,文采斐然,在江浙颇负盛名,他对乐笃

周这一行为大为褒奖和认可,主动拿出家传翡翠和字画为乐笃周的博物馆加势。乐笃周和陈夫子的相惜之谊在南京也一度引为佳话。

1927年南京同仁堂正式开张。同年三月,南京突发“三·二四”惨案(英美帝国主义炮轰南京,打死打伤中国军民2000余人),南京同仁堂积极救治和收留伤员。乐笃周感慨良多,他将古董运回了北京,决定全身心投入到南京同仁堂的运作当中,他会在前店亲自坐堂问诊,也会在后厂督工调度,有时甚至亲自炮制、煎煮药材。为的就是贯彻自己“大同仁主义”的理念。

抗日战争爆发后,随着各地的失守,百姓的流离失所,诸多的古董文物不是遗失就是被日军侵吞。乐笃周托人在全国各地搜寻遗失的文物,再秘密运往北京老家封存起来,以免老祖宗传下来的东西再被占了去。想着熬等到战争结束后,全部捐给政府。

直到新中国成立以后,乐笃周才终于再次见到了自己的这些“宝贝”,他打开老家地窖,一件一件地拿出这些宝贝,一遍一遍地擦拭着这些宝贝,一步一步地将这些宝贝搬出地窖。终于,它们又都见到了外面的阳光,而外面的时光却已经大不同。这些古董文玩已然承载了太多中华民族的荣辱。(下转第7版)

管理才能把控好这个易发事故的第一道关口,确保企业生产的安全持续性。

因此,我们希望企业各级管理人员要多多关注、参与特殊工种的

管理,共同把控好这个防范事故的第一道关口,让我们企业在更加安全、稳定的生产环境中迅速发展壮大!

(安全环保部:王为鸣)



牛黄清心丸用药经验集

引发中风的原因:

1、情志郁怒

五志过极,心火暴甚,可引动内风而发卒中。临床以暴怒伤肝为多,因暴怒则顷刻之间肝阳暴亢,气火俱浮,迫血上涌则其候必发。至于忧思悲恐,情绪紧张均为本病的诱因。

2、饮食不节

过食肥甘醇酒,脾失健运,聚湿生痰,痰郁化热,引动肝风,夹痰上扰,可致病发,尤以酗酒诱发最烈。

3、劳累过度

《素问·生气通天论》说:“阳气者,烦劳则张”,即指人身阳气,若扰动太过,则亢奋不敛。本病也可因操持过度,形神失养,以致阴血暗耗,虚阳化风扰动为患。再则纵欲

牛黄清心丸剂型优势

纯手工制作,优于机器制作,可蒸馏水加热化开,对于神志不清,不能吞咽、昏迷不醒的病人可鼻饲管灌服用于急救。

案例分享

1

患者男性、65岁、主因头晕,半年就诊。无明显诱因突发头晕、伴恶心呕吐,视物旋转,急就诊于人民医院,行头颅、颈椎ct、经颅多普勒检查诊断为1)后循环缺血2)颈椎间盘突出。既往饮食肥甘厚味。刻证:患者自述自发病来头无清爽之日,今日头晕加重,伴恶心、无呕吐、视物旋转及肢体感觉、活动障碍。口苦、心烦、耳鸣、睡眠差。舌红苔薄黄微腻脉弦滑。BP135/70mmhg,心率78/分、律齐。西医诊断1)脑供血不足2)颈椎间盘突出。中医诊断:眩晕(痰浊久郁化热、痰热上犯清窍)。分析:患者平素饮食肥甘厚味,伤于脾胃,中焦脾失健运,痰浊内生、痰浊久郁化热、上犯蒙蔽轻窍而发本病。法以清热化痰、熄风开窍兼以健脾。予牛黄清心丸一次一丸一天两次口服。患者服药一周复诊,自述头脑清楚、头晕未作。嘱其一天一丸继续服两周。

2

患者霍建臣,71岁,因家中琐事烦心,虚火上扰,导致血压升高,头晕目眩,心烦意乱,彻夜不眠,几近不支,住院十多天不见好转,又经本地名中医张立中药治疗二十余天花费二千多元不见好转。

于是来我所诊视,见其面色无华,苔黄厚裂,毫无食欲,血压升高,患者要求输液治疗,我说输液并不能得到根本治疗,向患者推荐大牛+解郁安神颗粒治疗。

患者辞贵,其女在侧说服并交费,我向患者详尽解释了大牛之功效,嘱大牛晚8点服,解郁二次服,服至一盒已出效果,患者自己相继买了3盒,前日其子又为其买了2盒,患者血压已正常,夜能安睡,全家都比较满意。

3

患者:师某某,女,76岁,今天中午因与人生气,而至心悸、胸闷、气短、头晕、目眩,自己总感觉快不行了,下午前来诊治。首先给与患者测量血压120/80mmg,心率72次/分钟,经诊脉,肝气不舒、脾胃不和、胆经虚,随即告诉她,不要紧,只是气郁所致,令其服用南同牛黄清心丸,当时患者说太贵,先用煎服的中草药调理一下,不行再拿,这时,其患者儿子看到另一个患者拿了三盒,问其如何,该患者实话告诉了他的孩子,其子毫不犹豫地说:张医生,就用这个吧!所以今天下午又拿走了三盒。共计买了六盒。

4

患者女,67,头晕头痛,走路不稳。去医院做CT诊断为腔隙性脑梗塞。来我所就诊,首推牛黄清心治疗,由于价格的因素,患者没同意。就给予脉络宁+血塞通输液治疗10天,头晕头痛有所缓解,不过走路仍有踩棉花的感觉。给患者耐心介绍牛黄清心的功效和其他患者服用后的效果,同意拿一盒试服。服完一盒后,患者无头晕头痛了,走路还是不稳,就又拿两盒继续服用。服完第三盒,患者诉走路正常了。大赞牛黄清心效果,继续拿两盒巩固治疗。

伤精,也是水亏于下,火旺于上,发病之因。

4、气候变化

本病一年四季均可发生,但与季节气候变化有关。入冬骤然变冷,寒邪入侵,可影响血脉循行。正如《素问·调经论》说“寒独留,则血凝位,凝则脉不通……”。其次早春骤然转暖之时,正值厥阴风木主令,内应于肝,风阳暗动,也可导致本病发生。

5、血液瘀滞

血瘀的形成多因气滞血行不畅或气虚运血无力,或因暴怒血蕴于上,或因感寒收引凝滞,或因热的阴伤液耗血滞等,本病的病机多以暴怒血蕴或气虚血瘀最为常见。

牛黄清心丸服用量

日服一丸,按病症按时辰服用,对于临床严重患者,日服2-3丸,病情缓解后酌减。如疗程服用,则小疗程3盒,大疗程5盒。症状复杂时需在医生指导下联合治疗。



牛黄清心丸服用方法

嚼碎服用:嚼碎后药物与口腔黏膜的吸附面积增大,吸收加快,疗效增强;

舌下含服:心开窍于舌,通过舌下给药直接作用于心;

化水灌服:紧急时或吞咽困难者将药物用温水花开后从患者一侧嘴角少量频频灌服。因昏迷已插胃管的病人,鼻饲给药;

口服:每次1丸,每日一次,病重

者2丸,日两次,一次一丸。若喉中痰鸣,可用竹沥水送下。

每日午时:中午11—13点,气流注手少阴心经,主神明。服药后休息半小时,可保头脑清明,神清气爽;

每日戌时:晚上19—21点,气流注手厥阴心包经,养护心脏。服药后21点左右休息,可养心护脑,预防心脑血管疾病突发。

牛黄清心丸服用禁忌

传染病急性期高热神昏谵语者不宜用;大汗虚脱、霍乱泄泻、久吐久泻不止、大失血导致阴血亏虚的抽搐、痉、厥不宜用本药救治;神志昏迷,四肢冰冷,额头冷汗,二便失禁的虚脱型患者不宜服。

本品忌与治疗冠心病的亚硝酸异戊脂类药物如硝酸甘油、消心痛

等同时合用,以免形成含汞离子的有害物质;不要与西药溴化钾、溴化钠、碘化钾、碘化钠同用,以防生成刺激性较强的溴化汞、碘化汞,损伤消化道。本品含人参、白芍,忌与含藜芦、五灵脂的药物同用;本品含肉桂,忌与含赤石脂的药物同用;本品含白藜,忌与含乌头(川乌、草乌)的药物同用。(特色国药事业部:刘雅琳)

(上接第6版)1952年,乐笃周将清乾隆窑青花云水笔筒等7件捐赠给上海博物馆;1956年,将清康熙景德镇窑青花风穿牡丹瓶、清雍正景德镇窑青花人物大笔筒等40件捐赠给上

海博物馆;1958年,又将明清紫檀家具166件捐赠给上海市文物管理委员会。乐笃周将自己珍藏多年的古董文玩悉数捐献给了国家,希望它们能被安置在更合适地方,从此不

再饱受风波。

正是由于乐笃周先生在民族大义上的气节不亏,在“大同仁主义”上的身体力行,使得南京同仁堂逐步拥有了企业的文化和特质,使得

南京同仁堂依旧在快速化、容错率低的现代医药行业中继续稳步前行。

(市场管理中心:许可)

细数武侠小说里

设定逆天
的毒药

在武侠小说里,有这样一种存在,它凌驾于绝世武功之上,萃取于悬崖之巅、万米海沟与深山老林之间的动植物,吸日月天地之精华……它就是让人闻风丧胆“毒药”。

情花毒

情花只长在绝情谷。“入口香甜,芳甘似蜜,更微有醺醺然的酒气,正感心神俱畅,但嚼了几下,却有一股苦涩的味道。细看花树,见枝叶上生满小刺,花瓣的颜色却是娇艳无比。”但其实花无害,刺才有毒。小小地被刺一下不碍事,多处刺伤后才会中毒,而且是致命的毒。中毒深者,情花毒遍布全身,自此,心中一动情就会剧痛。

解药有两种,一曰“绝情丹”,

二曰“断肠草”。服用“绝情丹”只是感到一股凉意直透丹田;而“断肠草”要叫人肝肠寸断饱受煎熬。并且“绝情丹”是难得之物,公孙止手上拿的是世间仅剩的两枚。想来世间能够绝情的人少,而经历肝肠寸断的人多。

豹胎易筋丸

神龙教的“豹胎易筋丸”是教主洪安通用于掌控属下的毒药。此药颇为神奇,吞服后,“腹中有股热烘烘的气息升将上来,缓缓随着血行,散入四肢百骸之中,说不出的舒服。”服用一年之内,能令人强身健体,但若一年期满不服解药,其中猛烈的毒性就会发出来,迅速使矮人变高,胖人变瘦,高人变矮,瘦子变胖……总之,将原来身体上的特点反其道

而行之。

七虫七花膏

有一款毒物像迷幻蘑菇,以毒虫七种、毒花七种,捣烂煎熬而成,中毒者眼前出现斑斓彩色,奇丽变幻,如七花飞散,但这之前会先感内脏麻痒,如七虫咬啮。七虫七花膏所用的七虫七花,依人而异,南北不同,共49种配法,变化异方63种。须施毒者自解。

悲酥清风

它是一种无色无臭的毒气,简直防不胜防,搜集西夏大雪山欢喜谷中的毒物制炼成水,平时盛在瓶中,使用之时,自己人鼻中早就塞了解药,拔开瓶塞,毒水汽冒出,便如微风拂体,任你何等机灵之人也都无法察觉,待得眼目刺痛,毒气已冲入头脑。中毒

后泪如雨下,称之为“悲”,全身不能动弹,称之为“酥”,毒气无色无臭,称之为“清风”。有解药,解药奇臭无比。

千日醉

这“千日醉”似乎不会引发剧痛,但其力量很大,少吃便醉一千日才醒,多吃就不得活了。只有一种药能解,名叫“返魂香”,出在西岳华山太古冰雪中,也是草木精英所结。若用此香将文火慢慢地炙起来,无论你醉到怎样田地,都能复活。当然,以上都不是最厉害的,有一种神奇小药丸可以为任何人解任何毒药。它就是麦丽素。

看完只想马上吃两颗压压惊……

(财务部:谭陈晨)

大口吃肉也能减肥?

经过漫长的春节假期,回到工作岗位中,身边很多同事们都在讨论过年吃多了,想瘦回来怎么办。作为一名健身爱好者,我也有同样的感受。不过之前我了解过一种叫做生酮饮食的饮食方法,并实践了两周,感觉很有效果,所以特此拿来分享给跟我有同样烦恼的大家。

生酮饮食一开始是用于治疗癫痫的一种饮食方案。就是将一天能量来源中的百分之五十到七十分配给脂肪,碳水化合物仅占百分之十,其余的都通过摄取蛋白质,来维持一天的代谢。

由此可以看来,生酮饮食最大的优点就是可以大口吃肉。这和我们通常的认知很不一样。一般人们认为减肥就要少吃肉、多吃水果之类,曾经有身边的同事跑过来跟我说,我拔火罐瘦了两斤,都不需要健身。

其实减脂就像是数学当中的加减法,要想减脂就要把自己的摄入量控制在自己一天消耗能量以下。我们饮食的三大能量来源分别是碳水化合物、蛋白质、脂肪。我们一般人的正常饮食通常是碳水化合物占了一天能量摄入的主导,碳水化合物就是一切淀粉还有糖类,所以我们平时吃的水果、米饭、馒头、面条等都能让我们摄入碳水化合物。尤其是水果和主食都会带来大量的糖分和淀粉。由于很容易被人体吸收,所以我们就很容易饿,也就吃得多。然而蛋白质和脂肪作为很难消化的营养元素,通常要在身体里待4小时以上,带来很强的饱腹感,所以在我们的吃少的情况下,为了带来更好的饱腹感,选择吃一些高蛋白、高脂肪的食物就是很好的选择,这也就是生酮饮食的精髓。

蛋奶类

鸡蛋就不用说了,但是一个蛋黄有将近8克的脂肪,所以不建议摄入太多。奶,则建议多喝一些低脂牛奶,因为牛奶这种液体类食物,很容易不知不觉就喝很多,从而无形中增加自己的热量摄入。更重要的是,要在采取生酮饮食的时候不要喝酸奶,现在市面上的酸奶都是调味酸奶,含有大量的糖,所以还是不要喝为好。

肉类

虽说需要摄入脂肪,但我们需要有益脂肪。有益脂肪的来源是通过鱼油,个别坚果,牛油果,橄榄油来获得,有益脂肪通常指的是不饱和脂肪酸,所以肉类需要以精瘦肉为主。

坚果

杏仁,核桃,松子都是很好的脂肪来源,但是我更加推荐杏仁,因为它热量更低,并且蛋白含量高。作为日常摄入需要,数量最好在20颗左右。

主食

在选择碳水化合物摄入时,要注意要选择纤维比较高的食物,比如粗粮。紫薯就是很好的来源,每100克紫薯有14克碳水化合物;另外,草莓是非常好的碳水化合物来源,每100克草莓仅有7克碳水化合物,不仅热量低,最主要的是可以满足自己吃水果的欲望,所以说碳水化合物也是要严格控制的,稍有不慎就会热量超标。

(工程部:纪方)

欢乐猜谜

- 1、果在刺中央,秋来满山冈,核仁是良药,安神作用强。(打一中药名)
- 2、美丽一姑娘,家住高山上,只因心肠善,为人专治疮。(打一中药名)
- 3、一物陆地长,一物水中生,姓异治同病,共唤一个名。(打两中药名)
- 4、一人一家多辛苦,儿子再大不离母,百年古书已无用,千里捎书一字无。(打四个中药名)



漫话那些影响中医学的古籍

《伤寒杂病论》

又名《伤寒卒病论》,张仲景著于汉末。书中概括了中医的四诊、八纲、八法,理法、方药齐备,确立了辩证论治原则;以脏腑论内科杂病,兼及妇、外科疾病,共记载40余种疾病,对其病因、病机及诊断、治疗均有精当论述;载方269首,基本概括了临床各科的常用方剂,对方剂的君臣佐使及加减变化已有较高要求,所用剂型已有10多种,积累了丰富的实践经验和较系统的方剂学理论知识。该书为中国医学史上影响最大的著作之一,曾有四五百家对《伤寒杂病论》进行探索,留下近千种专著、专论,形成独特的伤寒学派,自唐宋以来,其影响远及国外。

《千金翼方》

孙思邈撰于682年,系作者为补充《千金要方》而编集。卷首为“药录”,辑录药物800余种,详论其性味、主治等,其中有些是唐以前未收

录的新药和外来药物。书中对内、外各科病证的诊治在《千金要方》的基础上均有增补,并收录了当时医家秘藏的汉张仲景《伤寒论》内容,选录《千金要方》所未载的古代方剂2000余首。中国刻印或影印本近2000版次,日本亦有多种刻印本。

《温热论》

清叶桂讲授,门人顾景文等据笔记整理而成;《续临证指南》中称为《外感温热篇》;《温热经纬》中称作《叶香岩外感温热病篇》;《医门棒喝》则称《叶天士温热论》。阐明温病发生、发展规律,归纳为“温邪上受,首先犯上,逆传心包”;提出温病发展的卫、所、营、血四个阶段,表示疾病由浅入深的四个层次;叙述辨舌、验齿、辨斑疹等意义。在温病学说的发展上,起了承前启后的作用。现有多种刊本。

——摘自中医药网