



同仁报

第04期

总第98期

2023年06月30日 星期五

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



急救经典·南同安宫



www.njtrt.com

读史志人风 存心善天知

2023 米思会 南京同仁堂荣登

“2022年中国医药工业百强系列榜单”



6月的湖州气候宜人,来自全国各地的主流医药工业企业代表共聚一堂,共同见证属于他们的荣耀时刻。27日18点30分,2022年中国医药工业百强系列榜单重磅发布,南京同仁堂蝉联2022年度中国中药企业百强榜,续写百年老字号企业辉煌篇章。

回首过去的一年,在新冠疫情、医改、人口老龄化等诸多不确定因素影响下,给医药健康产业未来发展蒙上重重迷雾。同时,新政的不断出台与落地,给医药行业带来新的挑战与机遇,“高质量发展”则成为其中的关键词。在这个变革的时代,高质量发展成为了医药

行业的关键词。

企业需要适应新的形势,积极探索创新的道路,不断提升产品质量和服务水平,以满足人们日益增长的健康需求。同时,加强与科研机构 and 医疗机构的合作,推动科技创新和医疗技术的进步,将是企业迈向高质量发展的重要途径之一。

面对新的挑战,企业需要保持敏锐的市场洞察力和战略眼光。把握政策变化和市场趋势,灵活调整经营策略,寻找新的增长点。同时,加强内部管理,提升企业的核心竞争力,培养专业人才,将有助于企业在激烈的竞争中保持优势。

这场盛会无疑成为了行业的

一次重要的见证。在这个时刻,企业不仅是自身发展的参与者,更是整个行业发展的推动者。通过持续的创新、坚持高质量发展,企业不仅可以在新的机遇中脱颖而出,还能够为行业的荣耀贡献力量,共同创造一个更加繁荣、健康的未来。

医药健康产业在新的时代背景下面临着机遇和挑战,高质量发展是关键,而企业需要通过创新、合作和战略调整来迎接这些挑战,实现自身和行业的可持续发展。通过集思广益、群策群力,共同见证行业的坚守与荣耀,必将在未来的道路上创造更加辉煌的成就。

相信未来,只要锚定大势、稳中求进,就能抓住发展的新契机,推动医药健康产业的正循环。在中医药文化复兴发展的时代浪潮中,南京同仁堂把握机遇,励精图新,创造了连续增长的纪录,擎起了中医药复兴发展的一面新旗帜。相信通过全体南同人的不懈努力,定能奏响南同大发展最强音,让南同成为“百姓心中的同仁堂”,不负蓬勃发展的医药时代,为祖国医药健康事业的辉煌作出我们独特的贡献!

市场策略研究中心

董事长孙怀东、总经理罗时璋 赴北方五大分公司调研指导工作

凝心聚力齐奋进,砥砺前行谱新篇。为了深入了解分公司的运营情况,促进企业发展,2023年5月10日,南京同仁堂健康药业集团有限公司董事长孙怀东先生、南京同仁堂医药营销有限公司总经理罗时璋先生一行莅临山东、河北、辽宁、吉林、黑龙江五大分公司,开展为期一周的调研工作。

此次调研的行程涵盖北方五省,这是南京同仁堂在华北和东北的重要战略部署。东北地区拥有新中国重要的工业基础和庞大的市场潜力,而华北地区作为中国经济的核心区域之一具备巨大的市场吸引力。山东、河北、辽宁、吉林、黑龙江五大分公司的布局与运营,为南京同仁堂在北方地区拓展市场、增加销售额、提升品牌知名度做出了重要贡献。

孙怀东董事长和罗时璋总经理在调研过程中与各分公司高层共同探讨了“奋斗创造奇迹”的思想,进一步规划发展路线,解决发展难题,统一发展共识,提高发展实力。各分公司总经理也积极向两位领导汇报各地区近年来的销售情况、面临的问题、优势特点以及未来的发展计划等。

在听取各分公司的工作汇报后,孙怀东董事长对各分公司今年以来所取得的成绩给予了极大的肯定,并表示十分欣赏各分公司在激烈的市场竞争环境下所表现出的稳健经营和创新精神。他还向全体员工表达了由衷的感谢,认为正是因为全体员工的辛勤付出,才有了南京同仁堂今天的成就。

孙怀东董事长指出,南京同仁堂作为一家秉承古训、传承使命的老字号中医药企业,要紧紧抓住文化和服务两个主要方向,让华北、东北地区的百姓认可南京同仁堂

有口皆碑的服务,信赖南京同仁堂药德为魂的品质。他强调,近年来南京同仁堂的营销策略可以用八个字来概括,就是“简单、厚道、守信、务实”。简单而不简陋,让产品和服务贴近消费者的需求;厚道而不浮夸,坚持诚信经营,赢得了客户的信赖;守信而不偏离,坚持承诺,树立了良好的企业形象;务实而不浮躁,脚踏实地,推动了企业的稳步发展。孙董表示,南京同仁堂始终把客户满意作为企业的首要目标,要不断提升产品的质量和水平,以满足客户多样化的需求。他对各分公司充满信心,相信在大家的共同努力下,南京同仁堂必将迎来更加美好的明天。

在指导交流中,孙怀东董事长谈到了中医药行业的发展趋势,并结合南京同仁堂“一体两翼”发展规划,鼓励所有团队成员抓住国家大力发展中医药的机遇,与南京同仁堂品牌价值紧密相连,共同创造个人价值。他强调,要深刻牢记“炮制虽繁必不敢省人工,品味虽贵必不敢减物力”的祖训,全员对产品要研究透彻,做药如做人,口碑是最重要的。在激烈的市场竞争中,各分公司如何紧紧抓住自身优势,展现卓越实力,在未来不断提高销售额与业绩,孙董事长指出:一定要加强学习,不要固步自封,要不断调整品种结构,实现部门协同,资源协同,保证稳健地发展,持续地发展。各省公司要想实现稳健发展和业绩持续增长,必须紧紧抓部门协同与资源协同,互相支持、互相学习,共同进步,从而使整个企业变得更加强大和具有竞争力。要坚持南京同仁堂的企业文化,以创新和合作为核心,充分发挥团队的优势,提高市场竞争力。孙董希望大家怀抱梦想又脚踏实

地,敢作敢为又善作善成,韬励奋发,笃行不怠。

罗时璋总经理作为南京同仁堂医药营销的掌舵人,熟悉各分公司的运营情况,经过此次实地调研及座谈,罗总对各分公司近半年的工作赞许有加,同时也为各分公司目前存在的问题与不足提出具体可行的指导建议。罗总指出山东、河北、辽宁、吉林、黑龙江五大分公司经过开局期间的艰苦努力,目前发展已经迈上了新的台阶,发展形势稳步向好,员工面貌焕然一新。新局面、新形势,必然面临新问题、新考验,各分公司要正确面对自身同兄弟部门之间的发展差距,积极调整发展策略,争取早日实现分公司破亿的销售目标,成为营销公司亿元俱乐部的新成员。

罗总在工作交流指导会上特别强调,大家都要亲身走入基层,认识到人民群众的力量是不可估量的,要保持谦逊态度,远离形式主义,专注于实际工作。近年来,南京同仁堂在营销方面取得了显著的成绩,这离不开全体员工的共同努力。未来,罗总期望分公司的每位员工都能积极参与市场一线工作,与客户和消费者保持紧密联系,深入了解基层的困难和问题。在办公室里,也要持续思考这些问题,努力寻找改进和创新的方法,推动公司不断向前发展。他坚信,只有深入一线,才能找到解决问题的办法;扎根一线,才能确保公司的可持续发展。罗总鼓励分公司的员工要拥有长远的眼光,始终秉承以往鉴来、酌古御今的态度,为企业的大发展夯实基础。面对困难,要勇敢迎接挑战,只有勇敢面对挑战,才能取得更大的成就。

在调研指导工作中,罗总对各分公司都给予了极大的期待。他

希望各分公司继续保持南京同仁堂良好的企业文化,不断加强全体员工的素质培养和团队合作,在市场竞争中保持优势,为公司的繁荣壮大不断努力。罗总对各分公司的信任在话语间流露,他深信南京同仁堂会因全体员工的积极拼搏和执着追求而持续发展,为医药行业树立标杆,为国家经济发展作出积极贡献。未来,南京同仁堂各分公司的全体员工定会紧密团结在一起,勇于面对各种挑战,努力实现公司的宏伟目标。

调研工作使各分公司受益匪浅,激励全体员工的同时更加坚定了分公司实现发展目标的信心。同时,也展现了南京同仁堂作为一家负责任的企业,一直秉持着“传承发扬中医药精神,为公众和社会提供专业健康产品与服务”的企业使命,始终关注客户所需,关心员工福祉的良好形象。此次调研结束后,孙怀东董事长充满信心地表示,南京同仁堂将会一直秉持“以人为本、以干取胜、以德兴业、以实扬名、同仁同心”的企业精神,把握发展机遇,传承发扬奋斗精神,持续发挥龙头带动作用,为医药事业的繁荣发展做出更大贡献。

进取点点星铺路,步履稳健自昂扬。南京同仁堂作为中医药行业的代表性企业之一,孙怀东董事长、罗时璋总经理一行此次北方五大分公司调研指导之旅的圆满结束,必将推动公司实现更高的发展目标,为公司发展注入新活力。未来南京同仁堂将持续创新、开拓进取,为人民的健康福祉不断贡献力量,在中医药事业的道路上不断迈进,展现中华传统医药的魅力与智慧。

文 市场策略研究中心 魏雪沁



2023 医药终端创新发展大会

南京同仁堂安宫牛黄丸荣获“鼎鑫范例”！

文 市场策略研究中心

5月22日,以“撬动未来之端,向中国式医药零售现代化进发”为主题的“2023 医药终端创新发展大会”在长沙盛大召开,“2022 年度医药终端市场营销‘鼎鑫范例’媒体盘点”结果正式揭晓。

本次盘点活动,由中国医药教育协会指导,中国医药教育协会医药新零售工作委员会主办,聚焦特色亮点、前瞻性、价值性和延展性等创新维度,基于公开的研究报告关注指数及百度指数、媒体触点反馈数据等传播维度,结合网络平台的点击量、页面停留、评价反应等受众反馈维度,相关品牌在药店高管、店长、会员中的良好评价等终端影响力维度,以及终端销售转化、电商的实际成交等销售转化维度,经过征集,通过初审、专家评

审、终审三个阶段,最终评定 21 家企业获奖。

奋进新征程,建功新时代。行业发展离不开标杆的指引和激励。后疫情时代,国内经济加快复苏,医药市场加速回暖。政策变革之下,营销创新迭代求变是时代之需。医药终端市场营销优秀案例将作为业界标杆,发挥着示范引领作用,为药企闯荡医药营销竞技场指明方向。

南京同仁堂派代表参会,以“抗疫之星——安宫牛黄丸”范例荣获“鼎鑫范例”殊荣,尽显老字号百年不变的济世救人之精神,绽放品牌风采!

数百年来,安宫牛黄丸以其“清热解毒、镇惊开窍”的功效,挽救了无数危重病人的生命,因此有

“救急症于即时,挽垂危于顷刻”的美誉,传承至今已有一百多年历史,是我国传统药物中最负盛名的急症用药。为了让安宫牛黄丸得到更好的传播,借助安宫牛黄丸列入多版《新型冠状病毒肺炎诊疗方案》之机,企业通过规范的微博话题、KOL 科普、公众号软文、朋友圈及客户群的海报推广等形式,将安宫牛黄丸在抗疫中的优势进行传播,让消费者了解产品的功能和应用方法。

同时,为满足广大患者的用药需求,做好各类药物的供应储备,南京同仁堂充分保证各终端足够的铺货率,支持终端门店做好产品展示,加大产品培训推广力度,做好会员管理,特别针对中老年有基础疾病的患者,做好慢病患者的身

体状况的跟踪以及随访,将服务做到极致。

活动期间,南京同仁堂安宫牛黄丸销量同比上一年增长 700%,让广大店员树立了销售信心,让产品的品牌力以及销量更上一个台阶。

“鼎鑫”彰显营销创新,鼎代表市场地位,鑫代表市场成绩。此次,南京同仁堂荣获鼎鑫范例奖项,是十年营销变革的优异成果之一。

后疫情时代,国内经济加快复苏,医药市场加速回暖。面对不断变化的行业环境和市场需求,营销创新迭代求变是时代之需。南京同仁堂作为医药终端市场营销优秀案例,将继续努力发挥示范引领作用,助力医药市场的发展!



“凝心增效绽活力 实干笃行筑青春”



南京同仁堂第八届企业知识竞赛暨五四评优表彰颁奖仪式顺利举行

五四朝阳,青春正好。青年员工代表着蓬勃朝气与饱满的热情,是企业的未来与希望。为了提升青年员工专业素养,进一步深入理解“凝心求破,实干而立,高效谋新”的企业年度主题,营造健康向上的团队氛围。公司团委组织了以“凝心增效绽活力,实干笃行筑青春”为主题的第八届企业知识竞赛活动。

5月12日下午,天气晴朗,阳光灿烂。在公司行政办公楼5楼活动室,五四优秀青年与团支部代表、各支部参赛选手与观众齐聚一堂,气氛热烈。公司副总经理王业盈、总经理助理刘昌盛、办公室副主任盛金金、团委书记唐颂豪莅临本次活动。

活动正式开始前,副总经理王业盈发表讲话。王总在讲话中

表示:南京同仁堂正处于高速发展时期,行业的利好形势与企业的稳健前行为青年员工带来更多的机会,也提出了更高的要求。希望广大青年员工以优秀青年为榜样,不断学习,努力提升专业能力与职业素养,以实干筑就青春,在南同这个平台上实现更好的发展,与企业共赢。接下来,大会进行“五四评优表彰”的颁奖仪式,由唐书记宣读表彰决定,王总与刘总为获得“优秀青年”的员工以及获得“优秀团支部”的支部代表颁发鲜花与奖状,对于他们在过去一年中的优秀表现与所展现的精神风貌给予高度赞扬。

表彰结束后,比赛正式开始。此次竞赛依旧分团队赛与个人赛两大板块,分设“团体赛”和“个人赛”两个部分。为契合公司“实干

而立,高效谋新”的年度主题,在团体赛开始前,公司邀请资深员工林明珠为大家展示打金戳的传统技艺,并邀请各队派出代表学习、竞赛,以彰显企业所倡导的“实干而立”精神。

随后的比赛中,赛况激烈。抢答赛环节,公司一改传统,以药品包装赛的方式争夺抢答权,既让大家对公司的产品有了更加深入的了解,也再次强调了“高效谋新”的企业文化导向。

经过激烈角逐,最终由四支部、六支部与三支部,分获团队奖项一、二、三名。而个人战经过漫长而刺激的挑战赛,最终由财务部付苏银,拔得头筹,一站到底。此外,四车间邱彦崧因对战轮次最多,表现优异,同样在本环节获得奖励。活动结束后,办公室副主

任盛金金发表活动讲话,肯定了大家在活动中各项积极表现的同时,为南同青年员工展现出来丰富的知识储备和深厚的知识功底表示欣慰,并表达了对南同青年员工的殷切期望。祝愿大家成长为永葆进取之心、实干之心和担当之心的优秀青年。

活动在热烈的氛围中落下帷幕,此次活动为青年同仁们提供了进一步夯实专业知识的平台,并促进了公司各部门青年队伍间的交流与沟通,同时也彰显了南同年轻人奋发向上的精神风貌,为切实推进“凝心求破,实干而立,高效谋新”的企业年度主题,插上了青春的翅膀。

文 办公室 宗实



凝聚青春力量 传承英烈精神

南京同仁堂五四青年节红色戏剧观影活动圆满成功

五四青年节

文 办公室 宗实

五四风华正好,激扬红色青春。5月20日,南京同仁堂2023五四系列活动最后一站顺利落下帷幕。公司组织青年员工前往雨花剧院,观看沉浸式红色戏剧《代号1921》。

《代号1921》是一场关于“雨花英烈精神”系列主题文艺作品。演出前半段,观众们兵分两路,在上世纪的国民党基地与监狱内来回穿梭,随角色亲历审讯、对抗、斗争……让大家“零距离”

感受革命先烈们坚如磐石般的理想信念、百折不挠的英雄气概和敢于斗争的顽强意志。

演出结尾,全场党员观众与雨花英烈们一起庄严宣誓,重温入党誓词,全场肃穆、铿锵有力,也每一位青年员工感受党史教育的温度,汲取先烈智慧和力量,在日后的工作中,立足本职,实干高效,专业奋进,让红色血脉在和平年代依然得以赓续传承。



弘扬科学精神 传承中医药文化

南京同仁堂中医药科普教育活动圆满成功

文 办公室 宗实

为全面贯彻落实党的二十大精神,深入宣传《关于新时代进一步加强科学技术普及工作的意见》,弘扬科学精神,展示中医药发展悠久历史与厚重文化,5月27日,由江北新区生命健康办牵头,江北新区青少年在志愿者带领下,来到南京同仁堂药业。在公司办公室和行政部的精心策划和筹备下,给青少年们准备了一场难忘的中医药文化之旅活动。

在中医药文化展厅,青少年们认真观赏,仔细聆听,积极吸收中医药发展的相关知识,了解老字号企业在经典传承与复兴之路上做出的重要贡献。

互动体验区,工作人员向大家展示“一粒中药的诞生”,直观展现百年南同对制药传统

工艺的匠心坚持,对产品质量的精益求精。接下来,更让所有青少年亲自尝试安宫牛黄丸生产过程中的吊蜡与打金戳环节。大家第一次接触到包裹金箔药品,对它啧啧称奇,赞叹不已。

通过互动体验,让青少年感受到传统中药手工制造工艺的魅力与乐趣,切身体会南同的匠心文化,工匠精神。

最后,工作人员为大家播放国家级中医药宣传片《我们的中医药》,使青少年正确认识中医药、理解中医药、宣传中医药,并传承中医药文化。给广大青少年播种下热爱中医药文化的种子,转化成中华民族优秀文化的动力,将中医药文化发扬广大。



学思践行二十大 实干高效筑新篇

南京同仁堂庆祝建党102周年系列活动圆满完成

文 办公室 宗实

2023年,是中国共产党成立102周年,是全面贯彻落实党的二十大精神、实施“十四五”规划承上启下的关键之年,公司以党的二十大精神为引领,始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,立足主责主业,实现与党的二十大精神同频共振。南京同仁堂党委通过召开全体党员大会、主题党课、重温入党誓词、观看红色话剧、线上竞赛答题等多种形式,深入开展“学习践行二十大 实干高效筑新篇”为主题的七一党员系列活动。

6月28日,南京同仁堂药业庆祝建党102周年七一党员活动在公司5楼活动室顺利召开。公司党委书记、两委委员、党支部书

记、正式党员、发展对象、入党积极分子均参加了此次活动。活动由公司党群宣传部经理盛金金主持。

活动在庄严的国歌声中拉开序幕。齐声奏唱《国歌》后,在党委书记程龙同志的带领下,全体人员举起右拳。新党员茅勋炎、刘梦杰同志郑重宣誓,老党员重温入党誓词,将“为共产主义奋斗终身”的伟大信念铭刻心间。

随后,“两优一先”表彰大会正式开始。党委书记程龙宣读表彰决定,主持人盛金金介绍受表彰的党组织与个人的先进事迹。

党委书记程龙,党纪委委员周小龙、奚永兰、王业盈、刘昌盛分别为“两优一先”颁奖。

颁奖典礼完成后,公司党委书记程龙为全体参会人员开展“学思践行二十大 实干担当筑新篇”的主题党课,党课围绕“凝心铸魂,学思践行”、“实干担当,保障大局”与“铸牢防线,锻造队伍”这几项内容展开。在肯定大家上半年工作成果的基础上,鼓励大家坚定信念、振奋精神,奋发有为、扎实工作,全力推进贯彻党的二十大精神,实现管理升级和经营业绩不断提升,推动企业高质量发展,展现出南同新气象。

当天下午,公司组织全体党员前往雨花剧院,观看沉浸式红色戏剧《代号1921》。演出结尾,全场党员与舞台上的演员们一起庄严宣誓,重温入党誓词,全场肃

穆、铿锵有力。让每一位党员铭记党的历史,传承党的使命,让共产党员的精神旗帜伴随企业这艘大船,继续扬帆启航。

7月3日-7月10日,南京同仁堂举办了党的二十大知识线上竞赛答题活动,引导全体党员群众更加自觉地学习党的二十大精神,切实将二十大精神落实到各领域、各方面、各环节,以实际行动坚定捍卫“两个确立”、坚决做到“两个维护”。赛后,排名前20位的党员同志获得精美礼品,让这极具纪念意义的日子与共产党员的精神,铭刻与每一位同仁心间。



永远跟党走
奋进新征程

弘扬中医药文化方案明晰

张瑞琪 饶远立

“五一”前出台的《“十四五”中医药文化弘扬工程实施方案》(以下简称“方案”)凝聚整合中医药文化的丰富资源,采取多部门协同的机制,对“十四五”时期中医药文化建设的目标、路径、内容进行阐明,从政策力度来看,中医药文化事业将进入绝佳的发展时期。

总体目标

方案提出了总体目标,到2025年,中医药文化产品和服务供给更为优质丰富;打造一批中医药文化品牌活动、精品力作、传播平台;公民中医药健康文化素养水平提升至25%左右;中医药海外传播半径不断延展。

回顾既往的中医药文化事业建设,具体内容包括:中医药文化活动、中医药文化产品、中医药传播、中医药文化宣教基地,以及每年一次的中医药健康文化素养监测抽

样调查,可以看出中医药文化的供给端在不断扩大。此次中医药管理局牵头,多个职能部门联动,方案将辐射更多国内外人群。

重点任务

方案提出了12项重点任务,围绕精神阐述,教育科普、传承创新、传播交流等方面协同推进,构建中医药文化弘扬体系。

从文化自信角度来看,中医药文化精神标识研究,中医药文化时代阐释等工作是对中医药,优秀传统文化、新时代民众的精神的提炼,让中医药成为感知中华文化的生动载体,把推动中医药融入到生产生活中,这需要学者深度掌握中医药文化“阴阳平衡”、“辨证论治”的哲学内涵。

从保护传承角度来看,数字化贯穿中医药典籍和博物馆事,建设的始终,5G时代来临,人下智能技

术也在迅速革新,“AI+AR+博物馆”可能成为让中医药典籍,中药标本,中医各流派的发展史“生动鲜活”起来的新模式。

从文化传播角度来看,方案首先强调要完善基础设施,打造高标准中医药文化传播平台,不断增加中医药文化宣传教育基地,文化体验馆数量,与中小学“中医药文化进校园”的活动融合起来,通过场馆学习改善学校教育中存在的“填鸭式”教学和“被动式”学习现状。其次是供给端活动和产品的多样化,融媒体时期中医药文化产品的制作与推广需要技术、市场、业界的紧密配合,尤其是中医药文化的国际化传播与交流。2019年世界卫生大会上,起源于中医药的传统医学被纳入世卫组织的疾病分类编码,现有中医药文化对外传播逐渐走出质量不高、传播不深、海外

受众主动性低的困境。

人才关注

还有一个值得关注的点是如何传播好中医药故事,这是一个在海内外传播过程中都值得思考的问题。

未来,中医药文化的利好政策将会持续推出,做好中医药的科普,又要会讲中医药故事就显得格外重要。所以,方案中强调以行业协会为龙头,组合懂中医,会中医的医务工作者,科研人员,中医药院校中坚力量提炼中医药文化精髓,让海外中医人士为文化产品“接地气”方案的全部任务中都离不开专业人才,第11项任务也给出了人才培养的大致方向,后续值得在中医药文化传承与创新、市场营销、公关推广的人才培养和引进上下功夫。



国家中医药局 中央宣传部 教育部 商务部 文化和旅游部 国家卫生健康委 国家广电总局 国家文物局关于印发《“十四五”中医药文化弘扬工程实施方案》的通知

时间: 2023-04-19 10:05:02

国中医药综发〔2022〕10号

各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团卫生健康委、中医药局、党委宣传部、教育厅(教委)、商务厅(局)、文化和旅游厅(局)、广电局、文物局:

为贯彻落实《中共中央 国务院关于促进中医药传承创新发展的意见》《中共中央办公厅 国务院办公厅关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》,大力弘扬中医药文化,推动中医药成为群众促进健康的文化自觉,国家中医药局、中央宣传部、教育部、商务部、文化和旅游部、国家卫生健康委、国家广电总局、国家文物局研究制定了《“十四五”中医药文化弘扬工程实施方案》,现印发给你们,请认真贯彻落实。

国家中医药局 中央宣传部

教育部 商务部

文化和旅游部 国家卫生健康委

国家广电总局 国家文物局

编者按:

过去十年,南京同仁堂已经打下了坚实的基础,铺设出一条可以快速发展的道路,并实现了,销售业绩连续十年增长,将安宫牛黄丸做成了耀眼的中药明星产品以及掌控有力度管理出奇效这三大奇迹。

疫情三年,中医药发挥出的作用有目共睹,让全国甚至是全世界的人民都对中医药有了更深的认知。如今,在后疫情时代影响下,全世界人民的免疫力都需要提升,而中医药可以以更温和有效的方式增强免疫力。

纵观2023上半年连锁药店的业绩数据,不难看出,行业整体回稳向好的态势进一步巩固,行业结构在持续优化,发展新动能不断增强。中医药行业迎来了良好的发展机遇。

未来,南京同仁堂会紧跟行业

人民日报评

充分发挥中医药作为中华文明宝库“钥匙”的独特作用,必将为健康中国建设注入源源不断的文化动力

培厚中医药传承创新发展的文化土壤

王君卡

“智慧之光——中医药文化展”等精品展览广受关注,《本草中国》《国医有道》等一批系列受到观众欢迎,81家全国中医药文化宣传教育基地相继落成……一段时间以来,各地各部门不断优化中医药文化产品供给,为群众带来丰富的中医药文化体验,让更多人有机会近距离接触和感受中医药文化魅力。中医药文化是中医药传承发展的重要根基。前不久,国家中医药管理局等部门联合制定印发的《“十四五”中医药文化弘扬工程实施方案》(以下简称《方案》)公布,提出了12项重点任务,协同推进研究阐释、教育普及、保护传承、创新发展等工作。这一重要举措,将培厚中医药传承创新发展的文化土壤。

中医药学是中国古代科学的瑰宝,也是中华文明的重要组成部分。《黄帝内经》《伤寒杂病论》《本草纲目》等经典著作,体现了中华文化的内涵;同时,还蕴含着“五运六气”“辨证论治”“固本培元”“扶正祛邪”“大医精诚”“仁心仁术”等,丰富了中华文化内涵。可以说,中医药是中华优秀传统文化的重要组成部分和重要载体。推动中医药传承创新发展,是弘扬中华优秀传统文化的必然要求。《方案》提出“挖掘阐释医药名家、经典医籍、传世名方、道地药材、非遗项目等中医药资源”“加强中医药博物馆和文化体验馆建设”“建设50个国家级中医药文化体验馆”等举措,对充分发挥中医药文化特色优势,建设社会主义文化强国具有重要意义。

大力弘扬中医药文化,需要在满足人民群众对中医药健康需求和精神需求上下功夫。健康养生是中医药文化的显著标识,治未病是中医药优势和特色的重要体现。《方案》提出,到2025年,公民中医药健康文化素养水平提升至25%左右。实现这一目标,既需要在加大中医药文化活动和产品供给、广泛开展中医药科普工作等方面下功夫,也需要在方便群众便捷获取服务、提升的中医药健康养生知识、将中医药文化融入现代生产生活等方面下功夫。从组织开展“中医药博物馆”“中医药科普巡讲”“优秀科普作品评选推介”等活动,到普遍建设中医药健康文化知识角,再到鼓励引导企业把中医药文化有机融入道路、桥梁和老字号产品全过程……推动中医药文化融入群众生产生活,引导更好带动人们养成健康文明的生活方式。

端午有感·遇见

文市场策略研究中心 蔡玲

“端午到了,又可以放假了!”这样的欢呼现在并不鲜有,时代的传统节日在当今人们的观念中消逝成为了小长假。

但,时代的洪流并不能阻挡我和你的遇见。回到阔别的故乡,远远望去,我的内心一颤——池边的粽叶,那不是我儿时的回忆嘛!那青葱的绿色,是夏日里的一抹亮丽;那绵延的绿色,似荡涤心灵的一缕清香;那悠远的绿色,是穿越时空和伟人的一场对话……这一切,是多么的熟悉而又让人依恋。

伴着那一缕清香,摘下粽叶。回味鼻腔,粽叶的芬芳瞬间充斥了脑畔,学习和生活中的忧愁与思绪被一只无形的大手掠去,这在如今繁忙而又快节奏的时代是多么的难得。迫不及待地品味一颗翠绿的粽子,刚一剥开,一股清香瞬间将我带回了几千年前的汨罗江畔,伴着《离骚》悠远的韵律,我望向那个耸立而又崇高的身影。悠悠《离骚》,书写着屈原那颗坚贞不屈的赤子之心,让人动容;清清粽香,怀念着屈原那誓死不从的信念,让人敬畏;巍巍身

影,展现着屈原伟大而又坚定的气魄,让人流泪;滚滚汨罗,感叹着屈原那泣鬼神的一跃,让人心痛……一颗粽子,是传承千年文化的纽带。

久久回过神来,仍旧沉醉于那段动人的传说。端午,是一份怀念;端午,是一份敬畏;端午,是一份传承。然而现在,人们对传统节日的意识已然淡泊。端午,不过是一天假期。但是,端午,屈原精神却远远不止于此!

文化,是人类文明的精华所在。那一份不屈与坚守永远镌刻

在这一颗粽子上;那一份传承与弘扬永远伴随在这一缕清香上;那一位历史伟人永远活在人们的灵魂中……端午,永远也一直是华夏子孙血脉的传承,是我们与历史的连结纽带。我们,每一个人,都不该忘却这一份文化所在!

感谢这一份遇见。

悠悠粽香,巍巍端午,永不忘却!



读书一刻

读书笔记·《庄子钓于濮水》——“涂中”之志

文市场策略研究中心 蔡玲

“庄子钓于濮水”,一开篇即以隐居高士垂钓之景入笔,面对楚国大夫的致意是“执杆不顾”,短短十字其实已经注定了庄子不会答应楚王的要求。接下来庄子以言神龟之志而表明自己的“涂中”之志,一问一答,简短而有力地驳回了楚国一行人,足见其高洁隐士之风。

庄子将楚王“愿以境内累矣”之事比作神龟“巾笥而藏之庙堂之上”,形象譬喻,问大夫神龟之志,借他之口述自己意愿,可见庄子之智,不费口舌即了却琐事。庄子是不愿像神龟那样“死为其

留骨而贵”的结果,而愿意“生而曳尾于涂中”。“贵”于“涂”二者之内涵对于各人的理解是不同的,庄子的理解与普通人正好相反。“境内”之事对于庄子而言是一种束缚,是一种入俗流之堕落,反而污泥中“曳尾”是一种超然与脱俗,那么庄子会选择哪一种结果,这是无疑的。对于国家之事,庄子与诸葛亮的观点是大相径庭的,庄子显然是不认同“鞠躬尽瘁,死而后已”之志的。

同样是河边垂钓,都等来了君王,“愿者上钩”了,姜太公终于等到了自己大展宏图之志与过人

能力的机会,而庄子简而拒之,丝毫不在意。同样前半生是隐士,但遇到机遇的态度却截然相反,因为埋藏于二者心中之志不同。姜太公或许一直渴望“愿者”,但庄子的境界早已超越此间。庄子的思想是传承于殷商与楚文化的“连续的世界观”,庄子的洞见与智慧无疑不展现了那样一个连续性、多层次、扩张延申的世界观的影子,这也决定了他对于“境内”之累的看法与态度。于人的社会这狭小的空间之外,还有无比广阔的领域,不必于这样一件放宇宙不值一提的小事劳心费神。庄

子的道法自然与不入俗流的“涂中”之志,实则是希望在广阔天地这“涂中”自由自在地“曳尾”其中,精神超脱,不受拘束地遨游天地,与“北冥”之鲲并肩去探索开拓更广阔地领域啊!

“涂中”之志虽对于如今的我们不可全盘接受,但在这金钱物质至上、精神世界已然匮乏的社会,却颇具有指点迷津地摆渡之意。体会庄子地“涂中”之志,学会将自己格局打开一些,定会见到别样的广阔天地!