

中药大品种科技竞争力报告公布

东阿阿胶两款产品入选补益类前三

2019年中药大品种科技竞争力报告近日公布,东阿阿胶股份有限公司旗下阿胶和复方阿胶浆再次入榜,在补益类领域排名第二、第三位。

据悉,中药产品的科技竞争力集中反映了产品的临床价值和科学价值,尤其是对于上市后的中成药产品,一方面其临床价值以科技成果的形式展示出来;另一方面,科技方面的投入产出也切实地为产品提高临床证据力度,打造技术壁垒提供支持。因此,中药产品的科技竞争力是其临床优势的重要支撑与集中反映,也是其产品未来实现市场价值的决定性因素,由于中药作用机制与临床效应复杂,往往具

有多维度的临床价值,难以像现代化学药,生物药物那样简单地评价其临床价值,而通过对中药产品科技竞争力的综合评价,可以为上市中成药产品的临床价值评估与研判提供支持。

该《报告》立足于“临床价值高,科学价值强,市场价值大”的中药大品种价值取向,聚焦于待评估中药产品的科技投入、产出、奖励等,基于中药大品种科技竞争力模型,按照指标权重因子确定了算法规则;在各项数据的基础上,计算各个品种的得分值,即得到该品种的“科技因子”,通过科技因子的比较,可较客观地反映出产品在科技方面的综合

竞争力。在2019年中药大品种科技因子全品类排名中,东阿阿胶旗下的阿胶排名17,复方阿胶浆排名22;在补益类中排名中,两款产品均入选前三名;在连续10年的非注射类排名中,阿胶位列11,复方阿胶浆位列14。

对此,东阿阿胶相关负责人表示,中药产品的科技竞争力是构成产品临床优势的重要支撑,也是产品未来市场价值的集中体现,阿胶是中国最早的药物制剂之一,东阿阿胶一直注重产品的科技力量投入。

去年底,相关科研成果研讨会在广州举行,相关领域专家与会,并发布了

阿胶、复方阿胶浆药理机制及临床研究最新成果,用现代科学方法进一步证明传统中药东阿阿胶的功效。后续,将继续对阿胶润肺、润燥、保护肺功能的机制进行持续深入研究。

记者了解到,在国家卫健委与国家中医药管理局日前公布的《新型冠状病毒肺炎诊疗方案(试行)》中,多个中成药被列为推荐药物。中医药在防病治病方面持续发挥着独特优势。

1月31日,东阿阿胶将满载山东人民深情厚谊的约百万元复方阿胶浆药品运抵武汉,将帮助一线医护人员补充气血,提高免疫力,打赢新冠病毒疫情阻击战。

加收入,为镇里的脱贫攻坚助一份力。在该镇的后埠村,记者遇到了前来给这个村的油菜种植大户用无人机免费喷洒农药的金启田。他是该镇黄家堰村玉田种植专业合作社的负责人。据他介绍,他们的合作社目前拥有社员526人,有贫困户137户,为省级示范社。主要是种植和销售香米、黑米、红米、紫薯、黄花菜等特色农产品。2月21日,在做好疫情防控的情况下,企业已经开始在加

防疫不松劲 扶贫加把劲

安徽望江县长岭镇扶贫产业春意浓

们做好自我防护。每个大棚只安排一到两个人干活,保持足够的间隔空间。村里安排我们贫困户在园里参加季节性劳动,一年收入可增加近2万元。”

在隔壁的板桥村扶贫产业园内,趁着天气晴好,五、六个妇女正在给白芥除草。另一边的扶贫车间里,14个女工正在忙碌地为防护口罩加工耳带,另4个工人正在忙着装箱发货。这个车间的承包人安庆市瑞保劳保用品有限公司负责人郭俊告诉记者,他们是安排工人轮班进车间作业的,严格按照上级要求落实好疫情防控各项措施,确保做到安全、平稳、有序生产。因目前订单量较大,有时候工人需要加班加点生产,个别工人最高收入每月可达近万元。目前,该车间已吸纳30多个村民通过培训就近就业,三分之一为贫困户。公司正在想办法扩大生产规模,预计两个月后规模可扩大两倍,届时可吸纳一百余名村民进车间工作,让更多的贫困群众进车间劳动增



紧加工生产大米等农产品,并主要通过电商销售。

2月中旬以来,长岭镇党委坚持一手抓疫情防控,一手抓扶贫产业复工复产,要求各村和各扶贫产业企业按照“一企一策”的原则,严格落实各项疫情防控措施,密切监测返岗员工健康状况,确保疫情防控和扶贫产业生产“两手抓”“两不误”。通过因地制宜发展特色产业,充分发挥扶贫项目作用,积极吸纳贫困户就业,促进贫困户增收。据该镇扶贫办负责人介绍,截至目前,所有2019年底竣工投产的58个扶贫产业项目已全部复工复产,带动351个贫困户就业,发挥了积极的带贫减贫效应。

织牢防控网 监管跟得上

安徽固镇县多措并举确保餐饮企业堂食经营有序开放



人员必须扫描“安康码”,各餐饮单位需单独设立“安康码”扫描点,实行“绿码+戴口罩+测体温”要求,“黄码”和“红码”人员不得进入。进店时需接受体温测量,超过37.3℃的人员一律不准入店。除就餐外,顾客需全程佩戴口罩。顾客进店要文明就餐,保持间距,不在餐厅闲聊、打牌。鼓励实行打包外卖、预约就餐、错峰就餐,结账时提倡使用手机扫码支付。原则上只允许家庭人员聚餐,每桌聚餐人数不超过5人,不允许其他形式聚餐。

四是聚焦从业人员监管。建立餐饮企业员工健康档案,做到一人一档。员工必须如实填写“安康码”健康信息表,并持有绿色安康码。餐饮企业每天落实从业人员上班、下班前两次测量体温,发现有发热、咳嗽等呼吸道症状的人员要立即停工,引导其到就近的医院发热门诊就诊。所有员工必须佩戴口罩上岗,服务过程中与顾客保持间距,尽量减少与顾客近距离接触。做好员工防疫知识培训教育,提高员工自我卫生防疫意识。要求员工制备餐食前,加工生食或熟食后,餐前便后,接触废物后,必须用皂液和流动水洗手。主动为顾客提供公共洗手液、消毒酒精,提醒顾客餐前应洗手消毒。每桌至少登记一名顾客的姓名和联系方式,便于防疫追溯。

一是聚焦复工条件监管。严格要求恢复营业的餐饮单位,必须取得有效营业执照、食品经营许可证等合法经营资格,配足配齐消毒液、测温枪等防控用品。大型餐饮企业要设立引导员、劝导员、测温员,并佩戴专用标志,设立防疫指导员。凡是首次恢复营业的餐饮企业,必须对店堂、设备、餐具等进行一次全面消毒和安全检查。同时,落实疫情防控措施和处置预案,不得承接宴会、宴席等聚集性活动。全面禁止购买、屠宰、储存、加工、烹饪野生动物及其制品,严禁采购、饲养和现场宰杀活禽。特别在食品加工过程中,要严格执行《餐饮服务食品安全操作规范》的要求。

二是聚焦营业场所监管。按照“圆桌隔位坐、大厅隔桌坐、单排同向坐”的原则用餐,餐饮店餐桌实际使用数量不超过平时的50%,餐桌间距不小于1米。要求大堂顾客同向相坐,大堂内圆桌顾客隔位相坐,面对面距离不少于1米;包间(包厢)只开一桌,顾客隔位相坐,面对面距离不少于1米;做好工作场所、门把手、电梯、洗手间等公共区域及相关部门的定期消毒工作。顾客用餐后,应立即对桌椅进行消毒。

三是聚焦用餐人员监管。进店消费

抗疫情 稳产业 倡健康

关键时刻蒙牛彰显“国家队”风范

养健康送到了抗疫一线。

公益行动的过程中,蒙牛真正做到“哪里需要就捐哪里”的承诺。在火神山和雷神山医院,蒙牛把牛奶送到建设工人、医护人员和患者手中;武汉多家方舱医院正式收治病患后,蒙牛在第一时间送去了关怀;在遇到捐赠物资配送不畅通的问题后,蒙牛捐建“中华慈善总会(蒙牛)疫情防控应急物资中心”,迅速打通捐助的“最后一公里”。

除了巨额捐助之外,还有蒙牛人对医护人员无微不至的贴心守护。在了解到用牛奶包装箱的提手钩住口罩的带子,可以为医护人员耳朵“减负”时,蒙牛第一时间就给当地医院送去了约两万只的牛奶箱提手。“别看东西虽小,但解决了我们的大问题。”医护人员对蒙牛纷纷点赞。

迎难而上守望相助 坚持捐赠过程公开透明 蒙牛的捐赠活动是中国乳业乃至整个消费品行业历史上金额最大、覆盖面积最广的一次公益活动。疫情期间,上万家工厂把牛奶送到了31个省市区、350多个地级市、1800多个区县的近10000家医院及其他防疫机构。

在配送过程中,针对政策性交通管制等问题,蒙牛与中粮集团一起,紧急进行了应急物资运输通行证办理的工作,并积极与各地沟通,为牛奶运输提供绿色通道,确保捐赠及正常业务开展。迎难前行的同时,蒙牛也没有忘记捐赠过程的透明化,以权威机构公示的方式明确捐赠具体落实情况。截至2月20日,中华慈善总会第五次向全社会公示了蒙牛捐赠抗疫产品送达阶段性落

地数据,显示蒙牛捐赠款物已累计落地5.4813亿元。而且随着捐赠工作的持续开展,蒙牛更多捐赠数据将向社会公布。

坚定信心守护产业 抗击疫情抓生产两手都要硬 蒙牛一手行动起来抗击疫情,一手实施分区分级精准复工复产、激活整条产业链。两手都要抓,两手都要硬,是这段时间集团上下的工作重心。

乳业产业链环节多且长,不同环节具备不同的防控疫情重点,蒙牛为此组织了专人对不同环节进行防控指导。在复工后,随着全国各地生产基地逐步进入正常运转,蒙牛率先响应了“三保”承诺,有效带动乳业行业在稳定市场、保障民生上发挥了作用。

在乳业的上下游环节,疫情对牧场和奶农的冲击较大,蒙牛在疫情伊始阶段便做好了奶源收购工作的部署,保证生鲜乳应收尽收,强化产业链上游对抗疫的信心。疫情期间,蒙牛帮助奶农、牧场实现其养殖生产资料的顺利运入,实现了“奶能出、料能进”。

与此同时,蒙牛还发布“坚定信心、守护上游”五大保障举措,包括保收购、保供应、保运力、保资金、保运营,对与蒙牛签订长期生鲜乳购销合同的牧场给予支持。尤其是计划拿出30亿元资金,在3-5月牧场战疫期间提前预付奶款。并在全年进一步扩大授信额度到100亿元。这样的措施,有效提振了农牧民信心,全力帮助了奶农解决现金流问题,最大限度缓解了经营压力。据了解,首笔

10亿元已于3月6日全部发放到合作牧场手中。

坚守初心守护健康 倡导天天饮奶营养中国人

疫情防控是一场人民战争,蒙牛以实际行动守护医护人员健康,也倡导国民一起增强抵抗力,为共战疫情打好群众基础。2月15日,蒙牛与全国卫生行业企业管理协会食品与营养健康产业分会向全社会联合发出《天天饮奶 健康中国人》倡议。提出全民天天饮奶,健康中国人,并倡议携广大乳企积极助力打赢疫情防控战,为国民营养健康提供更多的奶品和服务。

这样的倡议在抗疫关键时刻颇具意义,此前国家卫健委发布了《新型冠状病毒肺炎防治营养膳食指南》,强调了奶及奶制品在增强免疫力方面的重要性。而倡议同样呼吁全民每天摄入合理的奶及奶制品,尤其是含有益生菌和益生元的奶制品更有利于改善肠道微生态,有利于新冠肺炎的预防和治疗。

守护国民健康是蒙牛自成立以来的初心,疫情期间,蒙牛代表中国乳业留下了浓墨重彩的一笔,体现了乳业“国家队”的担当。有无数像蒙牛这样的企业坚持初心,持之以恒,中国必能打赢这场抗疫情的总体战,乳业大国迈向乳业强国的愿景定将早日实现。

严把质量关 戴松高阐述福田汽车领军奥义



品是高质量的。”

在质量管理体系自我创新上,福田汽车则做了一些引进。“比如在2019年引进了卓越绩效评价模式。”戴松高表示,该模式全球其他国家都在使用,只是叫法不一样,国内引进该模式的企业也不少。这个评价模式能够量化评价质量管理体系的运行情况,这样就使他们整个体系运行有了量化的评价标准,这也能帮助他们发现在整个运营中存在的问题,以便改进,这个标准在2019年引进之后也确实帮助他们发现了一些平时没有关注到的问题。

除卓越绩效评价模式之外,福田汽车2019年还引入了六西格玛方法论,通过方法工具的导入培训,为质量管理体系运行、实物质量问题解决及流程优化提供了新的思路和方法。

戴松高表示,尽管福田汽车整个质量保障的体系是以IATF16949为准,但是因为有卓越绩效评价模式、六西格玛模式的辅助才使得福田汽车IATF16949标准有保障和支撑,能够使其在一个良性的循环之中。关于质量价值观,戴松高则表示福田汽车发展这么多年,有一个重要的原则就是:始终把客户放在第一位,提供给用户需要的产品,提供给用户性价比最高的产品,提供给用户超出他们期望的产品,这是我们追求的目标。因此“始于客户需求,精益过程运营,打造卓越品质,超越客户期望”就是福田汽车的质量价值观。

生产线丰富的同时保证所有产品质量的秘诀

如何在差异化的产品生产过程中保证所有生产线的高质量呢?首先戴松高提出了一个概念,即汽车产品质量贯穿于汽车生产的整个过程,需要从产品创造、商品制造多环节进行质量预防与管控。

随后,戴松高抛出了一个名词,叫做“模块化”。他表示,福田汽车多年前已经跟IBM咨询了模块化的方式怎么去运作,并且也组建了专业化的模块团队,搭建了完善的模块化管理体系,通过对各模块进行精密度、功能性和可靠性的充分验证,实现在不同产品上的质量成熟模块应用,不仅有效降低开发成本,并使整车质量得到保障。

当然,对于质量的管控,学习先进的经验同样是很重要的,所以戴松高表示,在此过程中也是跟欧洲的一些先进企业学习,设计了质量门,通过质量门监控各种实物的需求,这样使整个的关键点能控制住,不出大的质量问题;此外,还有柔性化的生产线,使一条生产线能满足多平台产品的生产,这也能有效的保证产品质量一致;引进先进的防错技术也是福田汽车保证质量的重要法宝,戴松高表示他们引进了很多欧美的Failsafe防错技术,这能很好的保证关键的一些工序始终处于很好的状态。

福田汽车发展史上影响深远的一次会议

随后,戴松高就2019年福田汽车召开的质量誓师大会的背景,和截至目前

由于疫情的影响,央视宣布原本备受关注的“3·15”晚会延期播出,从1991年至今,“3·15”晚会到今年正好是二十年,这期间这个晚会揭露了很多产品质量问题严重的厂商,这也是其为何备受关注的原因。

就在“3·15”前夕,行业多家媒体共同对福田汽车质量副总裁戴松高进行了一次关于福田汽车质量方面的专访,通过此次专访使人们更加了解福田汽车是如何做到对质量高标准、高要求的。

福田汽车的质量管理体系和质量价值观

福田质量管理体系以及质量价值观是什么?

戴松高从行业内通用标准执行和福田汽车自我创新两个方面对问题进行了解答。他表示,福田汽车目前采用的是“IATF16949”这个汽车行业通用的、非常成熟的质量管理体系,“这个体系已被行业证明是非常管用的,福田汽车能将这套体系执行好,便能保证生产出的产

丰台区市场监管局之窗

丰台区市场监管局 多措并举推进消费维权工作全面开展

丰台区市场监管局围绕今年“凝聚你我力量”消费维权年主题,坚持问题导向,坚持以人民为中心的发展思想,并在疫情特殊时期,勇于“逆行”、甘于奉献,多措并举开展一系列行之有效的活动,倡导广大消费者在疫情防疫特殊时期科学消费,搭建消费者维权社会共治平台。一是线上宣传与线下宣传协同推进。发挥放心消费在丰台微信公众号的作用,在发布消费预警、信息披露、接诉即办、服务资讯等功能的基础上,开发掌上维权、在线问答等功能。二是日常接办与应急处理齐抓共管。从春节开始,区局干部轮流值班值守,针对涉及疫情类工单,在智能化平台中增加“疫情”工单标注,把为百姓解决问题放在首位。三是精准画像与智慧监管相得益彰。充分发挥投诉数据导向作用,对丰台区消费投诉热点进行精准画像分析,发现投诉数据背后问题,找准问题根源,实现解决一个问题带动一类问题的解决。(殷秀迪)