

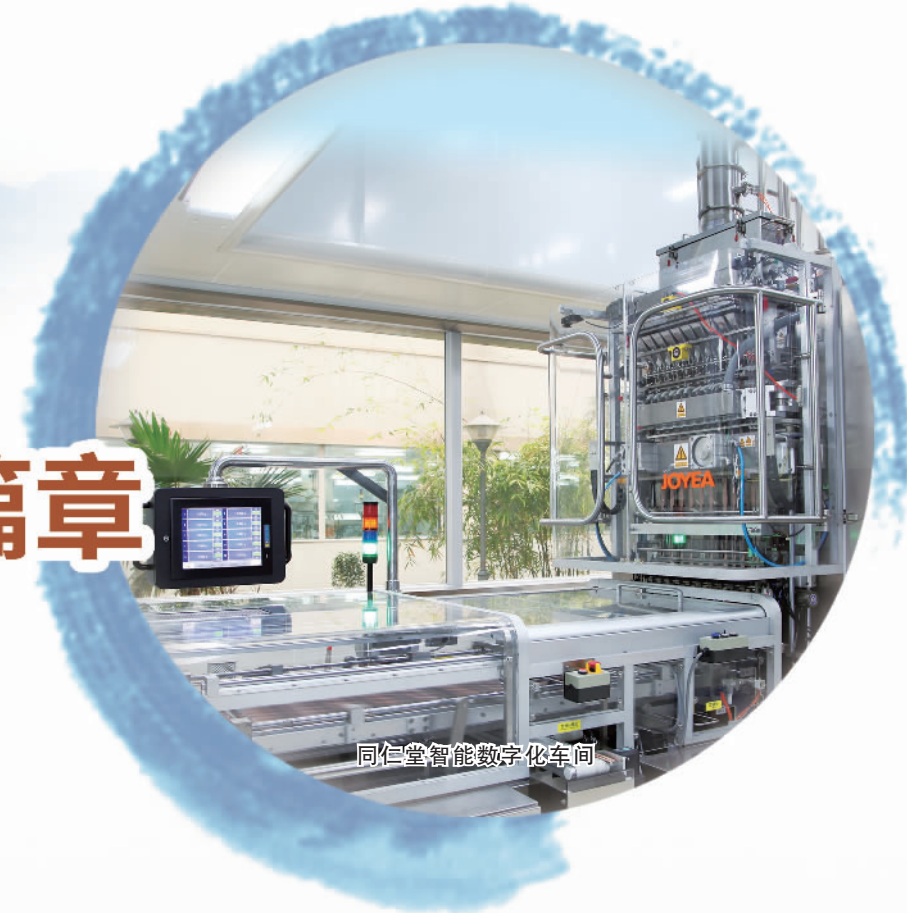


同仁堂集团正门

传承精华 守正创新

同仁堂集团谱写高质量发展新篇章

2019年,中国北京同仁堂(集团)有限责任公司(简称“同仁堂集团”)提出“打造具有全球影响力的世界一流中医药大健康产业集团”的战略定位,确立高质量发展“三步走”战略。近年来,同仁堂集团坚持传承精华、守正创新,以改革创新管理联合驱动,推动企业不断焕发新活力、展现新作为,谱写中华老字号高质量发展新篇章。



同仁堂智能数字化车间

从源头做起严控产品品质

建设高质量种植养殖基地。近年来,同仁堂集团相继制定中药材种植养殖高质量发展方案和中药材种植养殖基地建设管理办法等,组建供应链公司,专门负责中药材种植养殖与采购管理工作,加强与华润三九医药股份有限公司、山西振东制药股份有限公司等企业种植基地合作,获取高品质中药材。

全力以赴守护产品质量。同仁堂集团努力搭建“零缺陷”质量管理体系,2022年9月,北京同仁堂质量追溯数据中心正式揭牌。该中心是同仁堂“零缺陷”质量管理体系的重要组成部分,借助现代溯源技术,围绕药材种植基地建设、中药饮片炮制加工和中成药生产等环节开展智能化监管。消费者扫码即可查看北京同仁堂中药材“从田间到车间”的全流程信息。

发布中药材标准助力行业发展。2023年4月,同仁堂集团首批有机中药材标准在乌镇健康大会上发布,2023年6月,在湖北召开的同仁堂集团种植养殖基地建设大会上又发布64个品种的同仁堂中药材标准。为让中医药服务更多用户,同仁堂还在建立符合国际标准且拥有中药特色的质量标准评价体系方面进行了一系列探索。

绿色智造推动现代制药升级

2023年12月27日,中国企业联合会和中国企业家协会发布“2023企业绿色低碳发展优秀实践案例”名单,北京同仁堂健康药业股份有限公司《绿色工厂建设与实施》案例入选。该项目按照“厂房集约化、原料无害化、生产洁净化、废水资源化、能源低碳化”原则进行厂房与产品设计,分布式光伏发电、景观风力发电、光储充一体化车棚和智慧能源管理平台等的应用,可实现全生命周期绿色发展。项目建成后,光伏发电量可达303.9万千瓦时,每年可节约标准煤1085吨、减少二氧化碳排放2843吨,清洁能源自给率将达31.7%。近年来,同仁堂集团各生产基地持续推进节能降耗工作,践行“双碳”目标要求,已完

成70多项各类技术改造项目,建设4个光伏发电项目,搭建6处地源热泵系统,每年可减少二氧化碳排放约7000吨。同仁堂股份公司大兴分厂在污水处理站内新建除臭系统,大幅降低污水处理站运行过程中的恶臭气体排放浓度,进一步减轻对周边环境的影响。

同仁堂股份公司亦庄分厂通过改风冷涡旋式冷水机组为双冷高效螺杆式冷水机组、改2000余组照明设施为LED节能灯等举措,有效降低能耗。

在智能制造方面,同仁堂集团积极探索数字化车间、数字化工厂建设。同仁堂股份公司大兴分厂正试点搭建传统制剂中成药数字智能生产车间,建设完成后可实现对生产设备的实时监控,对在线生产数据进行实时采集与分析。同仁堂科技公司20余条生产线全部实现自动化、智能化生产,唐山公司液体制剂项目引进国内先进口服液全自动连线生产线。同仁堂健康药业公司大兴生产基地“无人工厂”正加快建设。

创新驱动打造新质生产力

创新是第一动力。同仁堂集团成立企业科学技术委员会,加强创新体系建设,搭建同仁堂研究院、同仁堂博士后科研工作站和中药复方新药开发国家工程研究中心等科研平台,确定“新产品研发、新技术引进、临床研究”科研方向,构建“创新研发、高效服务、开放协同”的科技创新机制,持续围绕名优品种培育、经典名方开发、质量控制体系建设、产学研合作等进行科研攻关,取得一系列科研成果。

合作共赢是开放发展的重要内容。同仁堂集团已与北京中医药大学、南京中医药大学、北京大学医学部、中国中医科学院中药研究所、北京市科学技术研究院等近30家高校及科研机构开展合作,合作项目40多个。

以“守护健康”为目标推动转型升级,同仁堂集团进一步加大保健食品、化妆品等研发力度。“十四五”以来,已开展大健康产品研发约400项,包括运动营养食品研究等。

时尚化年轻化推动品牌焕新

2019年,同仁堂集团组建同仁堂医养投资集团,推出“粹和康养”健康养老品牌,正式布局养老产业,发力功能性餐饮市场。至此,在战略布局上,同仁堂集团形成以工业制药为中心,以商业零售、健康养生、医疗养老、国际药业为支撑的“制药+”大健康产业格局,构建集种植养殖、制造、销售、康养、研发于一体的“制药+”大健康产业链条,致力于为群众提供个性化、精准化、高端化、全程化的全生命周期健康服务。

2023年8月,同仁堂健康药业公司知嘛健康正大中心店暨首家生活方式体验店在北京CBD开业。该店融合汽车文化与健康生活场景,将超级跑车发动机和座椅、脚下透明可视的超级赛道与中医馆、草本饮品、养生膳食进行跨界组合,形成多元化社交生活场景,成为年轻人的热门打卡地。这是同仁堂知嘛健康新零售自2019年以来开设的第12家店,汽车元素成为继咖啡元素之后同仁堂知嘛健康又一个吸引年轻人的亮点。

实施数字化战略,推动转型发展。实施电子商务“1+4”工程,打造数字同仁堂;推进零售药店连锁化标准化智慧化建设,打造线上线下一体化发展的智慧药房,升级同仁堂服务。努力建立自有平台同仁堂官方云商城,积极探索5G和AI应用,不断提高线上市场竞争力。搭建“i同仁堂”线上线下一体化平台,赋能线下商业零售终端。

实施大品种战略,集中优势力量打造一批具有高市场认知度的产品。同仁堂股份公司打造“衍宗”“白凤”两大品牌形象,2023年七夕期间,在北京蓝色港湾国际商务区举办线上线下联合活动。2023年冬季,同仁堂科技公司携手北京渔阳国际滑雪场开启冰雪嘉年华活动,通过线下活动传播品牌理念。

履行社会责任彰显企业担当

同仁堂集团一直用实际行动践行“同修仁德,济世养生”的企业理念,履行企业社会责任。

积极开展结对帮扶,同仁堂商业公司和同仁堂国药公司共同支持北京市房山区十渡镇卧龙村打造精品民宿工程;同仁堂科技公司助力内蒙古自治区兴安盟扎赉特旗新林镇打造中药材种植特色产业。同仁堂集团发挥资金、技术、人才优势,在推进乡村振兴中彰显责任担当。

此外,同仁堂集团积极参与全国妇联“家庭药箱进万家”“关爱宝宝健康成长”等活动;参与国家卫生健康委员会“暖灯行动”,依托种植基地建设,带动偏远乡村百姓增收致富;参与北京市卫生健康委员会老残家庭关爱行动,为行动不便的人们提供送药上门等服务。

数据来源:中国北京同仁堂(集团)有限责任公司



2023年七夕期间,同仁堂股份公司推出“衍宗”“白凤”品牌形象线下活动



同仁堂集团联合Keep举办城市K马多巴胺撞色跑活动