

東阿阿膠

东阿阿胶股份有限公司主办 聊文广新出准字(2014)B01号

2017年6月27日 第8期(总第321期) [Http://www.dongeejiao.com](http://www.dongeejiao.com)

万病皆由气血生，
将相不和非敌攻。
一盞阿膠常左右，
扶元固本享太平。

——明·何良俊《思生》

秦玉峰：品牌是产品的灵魂,公司的根基

以“树高端品牌·创百年企业”为主题的2017山东首届百年品牌论坛暨中国工业品牌之旅山东站活动6月21日在济南举行。青岛啤酒、东阿阿胶、烟台张裕、海尔、浪潮等山东著名品牌企业负责人聚首泉城，与品牌专家一起分享品牌建设经验、倡导品牌文化，共谋品牌发展。

“我们坚守诚信、坚持创新、提高品质、传承文化、共同发展。”山东百年品牌企业联盟当日成立，国家非物质文化遗产东阿阿胶制作技艺代表性传承人、东阿阿胶股份有限公司总裁秦玉峰代表该联盟宣读了山东百年品牌企业共同宣言。

“品牌是产品的灵魂，是公司的根基，也是现代国家国力竞争的利器。”秦玉峰表示，成为真正的国家品牌，能够代表山东向全世界展示影响力、代表中国向全世界展示影响力，是东阿阿胶一直所追求的目标。

著名品牌战略专家李光斗就“树高端品牌·创百年企业”主题在论坛上与青岛啤酒、烟台张裕、东阿阿胶、浪潮集团等9位山东省知名企业一起交流经验，坐而论道，分享品牌故事，传播企业文化。

秦玉峰在分享品牌建设经验时说，东阿阿胶



一直在给品牌注入文化。东阿阿胶的使命是“寿人济世”，通过产品、品牌，形成真正的价值观，形成文化。同时，品牌建设是一个长期的行为，也依靠持续地创新，但最为关键的，是建立可持续发展的、注入价值观的品牌规划。时间是对品牌最好的检验，产品是对品牌最好的呈现，文化是对品牌最好的放大。

本次活动上还发布了《山东百年品牌企业培育工程实施方案》，该《方案》显示，青岛啤酒、张裕、东阿阿胶等182家企业被列入重点培育企业名单，山东将组织实施品牌基础、品牌形象、品牌传播、品牌创新、品牌人才和品牌国际化六大提升工程，增强品牌核心竞争力和持续发展能力，弘扬老品牌，做强大品牌，培植特色品牌，打造百年品牌企业，培育工业发展新动能。

“中国工业品牌之旅”是工业和信息化部指导开展的公益性、全国性的工业品牌交流活动。目的是深入挖掘优秀工业品牌，交流品牌建设经验，促进全社会形成品牌意识，更好展现“中国制造”品牌形象。

(转自中新网)

全球视野看中医药 东阿阿胶最具代表性

中医药国际化迎来了前所未有的黄金机遇。屠呦呦成为中国首个科学类诺贝尔奖获得者，架起了中医药联结世界的桥梁；“一带一路”战略构想的提出，为中医药国际交流与合作提供了崭新的历史机遇。在此背景下，第三届国际养生大会的召开也为中医药养生文化的交流搭建了专业平台，开辟了中医药养生全球化新纪元。

引领中医养生国际化浪潮

第三届国际养生大会于2017年6月9-11日在广东罗浮山举行。大会以“聚焦养生事业，共谋合作发展”为主题，旨在弘扬中华传统养生文化，推广中国特色养生之道，引领世界养生发展。本次大会由中华中医药学会、广州中医药大学、广东省保健协会等主办，是国家中医药管理局“十二五”的规划项目。国务院原参事、中国保健协会理事秦小明，原广东药学院党委书记、广东省保健协会会长朱家勇，广州中医药大学副校长许能贵，以及来自30多个国家和地区的健康产业专家共同出席。

借“一带一路”东风，集中华民族数千

年文明与智慧于一身的中医养生正在开启国际化全新时代。本届大会规模创历届之最，超过3000名全球中医养生爱好者前来参会。

来自马里共和国的成都中医药大学的客座教授、博士后迪亚拉用流利的中文发表主题为《中医文化之“中和”养生》演讲，将中医理论和西医现代发展融会贯通，带来自己对中医的独特思考，现场掌声不断。

中国中药协会阿胶专业委员会轮值主任、国家非物质文化遗产东阿阿胶制作技艺代表性传承人、东阿阿胶股份有限公司总裁秦玉峰表示：“‘一带一路’是中国与世界文化交流、沟通、融合的道路、桥梁和纽带。以前流动的是丝绸和瓷器，未来流动的是商业和文化，而中医药恰恰兼具了商业与文化的双重属性，天然具备了‘一带一路’先锋的禀赋。”

膏方里的中医药文化基因

相关数据显示，中医药的传播范围覆盖183个国家和地区，全世界有30多万家中医院，已有18个国家和地区将中医药纳入国家医疗保险体系，约有40亿人使用中草药产

品治疗，年交易额近5000亿元，并以每年10%~20%的速度递增。

膏方，传统中医八大制剂之一，是中医的精华，既博采了民间传统医药方之所长，又融入了历代名医经验的结晶。从现代医学角度来讲，它具有调节免疫、增强人体免疫功能的作用。随着人们生活水平和质量的提高，膏方进补，成为调病、治未病，为身体“充电”的重要方式。对慢性病患者可以提高抵抗力，预防疾病的加重；对少年儿童可助长发育、提高智力；对青年人可增强体质、驻留青春；对于女性来说，膏方也成了一个个美容养颜的“秘密武器”；对老者可延缓衰老、保持健康。此外，亚健康状态的人，虽然没有明确的疾病，但膏方可以缓解压力、强身防病。

一带一路让中医药焕发新光彩

阿胶或膏，阿胶作为膏方中的君药，是其最具代表性的重要原料之一。中国质量检验检疫协会会员单位东阿阿胶股份有限公司是目前全球最大的阿胶生产企业，拥有行业内最先进的科研平台，并从上游原料基地

建设，掌控驴皮质量标准。

传承不泥古，创新不离宗。国家胶类中药工程技术研究中心主任周祥山，作为本次大会邀请的阿胶行业唯一代表应邀参会，为观众揭秘了东阿阿胶全产业链的质量管控体系，以及通过技术和标准化、数据化实现的阿胶真伪鉴别。

作为传统中医药文化的代表，东阿阿胶一直注重国际化战略，开拓海外市场，布局海外的步伐从未停止。东阿阿胶部分产品出口海外，并享有很高的知名度。早在2012年，东阿阿胶的阿胶产品在日本厚生省842项农残检测中就做到了零检出，确保广大人民群众“舌尖上的安全”。

如今，健康中国战略的起航，以及“一带一路”的历史机遇，令中医药振兴迎来了天时、地利、人和的大好时机。如何抓住新的历史机遇，在践行“一带一路”战略的过程中，肩负起中医药文化传播的使命，让古老的中医药焕发出勃勃生机，是每个企业都要思考的。

(转自中国质量网)

中国中成药名品复方阿胶浆造福印尼“登革热”患者

6月16日下午，印尼棉兰SARI MUTIARA医院，当一群“登革热”患者从中国东阿阿胶股份有限公司印尼市场负责人手中接过爱捐赠的产品时，他们用当地最庄重的礼仪表达了真诚的谢意。

当天下午，中国东阿阿胶股份有限公司在棉兰SARI MUTIARA医院，向印尼的“登革热”患者捐赠了2000盒阿胶浆产品，现场发放给患者1000盒，医院药房留存1000盒，以帮助患者早日治好这种麻烦的病。

“来自中国的这个神奇产品，不仅大大缩短了我们的住院时间，还减轻了我很大的经

济负担”，曾经感染过“登革热”的当地学生Yunistari对中新社记者如是说。

Yunistari说，2015年12月她感染了登革热，当时体温高至39.8度，血小板大幅下降至70。住院后，医生给她开了产自中国的复方阿胶浆，服用三天后就有了显著效果，血小板上升至100多，体温也降至正常水平。

因蚊子叮咬而感染的“登革热”，在东南亚国家特别印尼是高发病率、高致死率的疾病，每年都有相当数量的患者因得不到及时救治而死亡。东南亚国家将每年的6月15日定为“东盟登革热日”。

据印尼卫生部官网公布的数据，今年1至5月，该国报告有17877个“登革热”病例，其中115人死亡。2015年，印尼全国每10万居民中，“登革热”发病率为58.7人；2016年达到了每10万居民发病78.85人，远高于印尼政府争取的每10万居民发病49人以下的目标。

据参加捐赠仪式的印尼卫生部公共卫生专家Jolanda Sakul博士介绍，他和Fenny Yunita博士进行了8年的医学临床研究，证实了“复方阿胶浆治疗登革热”的有效性。东阿阿胶公司印尼市场负责人王儒全介

绍说，复方阿胶浆作为东阿阿胶旗下明星产品，被列入中国中药保护品种，具有补气养血、提高人体免疫力的功效。该公司每年都会为印尼的癌症患者及“登革热”患者捐赠复方阿胶浆，让中国的这一中药名品造福印尼人民。

作为印尼最大中成药代理商，印尼三有公司的市场经理杨达钦介绍说，复方阿胶浆目前已成为印尼治疗“登革热”的首个特效中成药，其销量在中成药中也一直位居榜首。

(转自中新网)