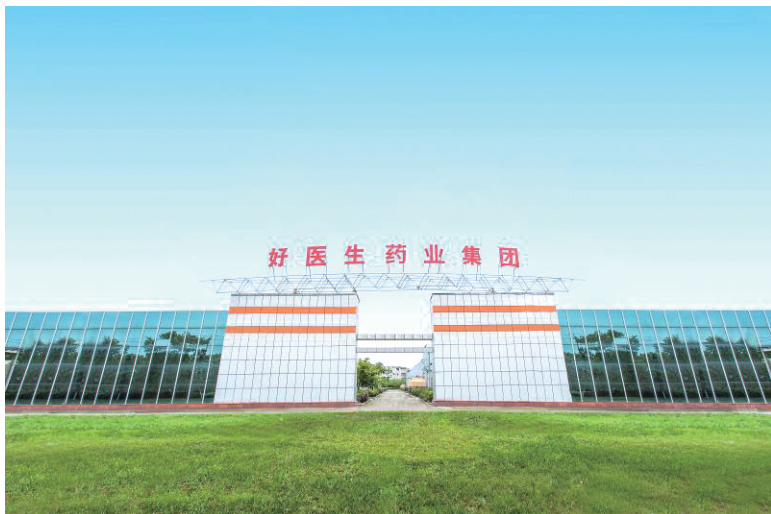


【著名企业品牌故事】

知行合一 30 载,人文情怀“好医生”

本报记者 龚友国

“做好人,制好药”——这一企业核心文化已经融入到耿福能和每一个员工的血液中,成为每个人秉承的固若磐石的崇高理念。



好医生药业集团

“好医生”并不仅仅是一个商标,而是肩负着沉甸甸的责任。”四川好医生药业集团董事长耿福能在接受《中国企业报》记者采访时表示,30年来,他兢兢业业,坚持做好人,制好药,将整个生命融入了“好医生”这三个字里,并用“好医生”来约束自己和每一个员工,坚决不造劣质药品,要救死扶伤,有爱心,有社会责任感。作为医生谁都可以说是好医生,作为企业标志、品牌,“好医生”只有好医生药业。

厚积而薄发。好医生药业从一家偏安西南一隅的中药材门市部,逐步发展成一家拥有中国驰名商标、年销售额超过60亿,产业分布四川、云南、山西、辽宁等地,销售网络遍布内地、港澳台、东南亚及欧美的中国医药百强企业。30年的蝶变之旅,强大的品牌影响力以及坚实的营收数据背后,是这家医药企业值得被探寻的深度、厚度和温度。

坚实的品牌成长之路

对于一家医药企业来说,价值观才是其在业内一骑绝尘的隐形驱动力。日前,经过权威品牌评估机构评估,四川好医生药业集团“好医生”品牌价值316亿元人民币。

30多年前,生长在四川大凉山的耿福能开始了他人生中的第一次创业,他创建了商号——佳能达商号,该名字取自他和小女儿名字的最后一个字,寓意为:美好的愿望和生活。耿福能认为,只要努力发奋,就一定能够达成心愿。

时逢改革开放时期,加上四川凉山州的药材资源丰富,几年的时间,耿福能的生意就上了规模,并因此掘得人生的第一桶金。随后,耿福能分别在成都、昆明等地成立了佳能达医药公司,业务范围很快扩大到全国。

许多业务伙伴首次接触时都会问:佳能达公司和日本的佳能公司是不是有关系?耿福能听了心里很不是滋味,他问自己:

中国人就连取个商号都做不到独立原创了吗?

受此刺激,他立即就有重起商号名称的想法。于是,1997年,“好医生”品牌诞生了。耿福能告诉团队成员:“我们是医药企业,‘好医生’这三个字切合我们的行业内涵。重要的是这三个字对我是有约束的,对团队的每一位成员都有约束。大家的行为规范都要符合‘好医生’三个字的内涵,即:服务态度好,业务娴熟、医术精湛,和蔼可亲,有社会责任感,亲和力强,大众喜欢,才是好医生。”

1998年,耿福能申请了“好医生”商标。2000年,“好医生”商标获得注册。2007年该商标还获得马德里注册及非洲知识产权注册,在美国、加拿大、日本等30多个国家受商标保护。2010年10月,“好医生”注册商标被国家工商总局商标评审委员会认定为“驰名商标”。

耿福能认为,好医生药业发展的22年是全体好医生人以“好医生”这三个字为准则,精诚团结、踏实奋进、创新进取的22年;是全体好医生人格守行业本质,坚持“做好人,制好药”企业理念,秉持企业发展九大理念的心血结晶。

好医生人用20多年的时间夜以继日干出来的物质财富和精神财富最终成就了“好医生”品牌。如今,好医生药业已经是国家级高新技术企业、国家级知识产权优势企业、国家知识产权管理体系认证企业,是中国医药工业企业百强、中国制药工业百强、中国创新力医药企业。“好医生”牌系列产品先后获得“中国驰名商标”、“中国制药品牌”、“消费者信赖产品”、“百姓安全用药品质奖”、“四川名牌”等诸多资质和荣誉。

2017年,好医生药业销售额达到63亿元,同年在第34届全国医药工业信息年会上被评为“最具投资价值医药企业(非上市)”;2018年,通过行业审查及权威评估机构2017年的品牌价值评估,

好医生药业集团所属“好医生”品牌价值评估316亿元。

质量与创新积淀下的品牌之光

作为一家医药企业,如何在波涛汹涌的市场中立足并获得持续的发展动能?产品质量是企业发展的基石,也是耿福能在进入医药行业之初就坚定的信念。

“做好人,制好药”这一企业核心文化已经融入到耿福能和每一个员工的血液中,成为每个人秉承的固若磐石的崇高理念。

质量是品牌的本质、品牌的基础,也是品牌的生命之源。耿福能坚持把人品比作产品,把产品看成人品。好医生药业在创建之初,就制定了“你我同心、诚信勤严、精准快捷、创新共赢”的准则,并要求在原料采购、生产管理与操作、成品检测与物流、研发与创新、销售与服务过程中,牢记诚信、一丝不苟。

好医生药业严格遵照国家规定的标准组织生产,制定的企业标准高于国家标准,确保了药品安全有效。正是因为有了质量的保证,才有了铸就“好医生”这块金字招牌的基础,让其最终成为中医药企业中的翘楚。

2012年的毒胶囊事件,国内诸多企业深陷其中。好医生药业在相关部门的检查中被证实没有使用过一粒毒胶囊,因此受到国家及省市政府部门的一致赞扬和肯定。耿福能介绍说:“不掺假,不涉假,这得益于企业数十年如一日严格的质量把关,好医生药业每年生产的30亿粒胶囊采用医用明胶,仅此一项,好医生药业一年就多付出近3000万的成本。”

在对产品质量严格把控的执念之下,好医生药业的厚度也通过其产品的科技研发与创新能力体现出来。

好医生药业致力于中药大品种系统创新及相关产业化关键技术研究应用,用20年时间建立

了药品“第一车间”。企业还建立了国内首个药用昆虫GAP认证工厂化养殖基地,首次进行了国内药用昆虫全基因组和转录组研究,实现了中成药原料药材100%来源于规范化、标准化生产,质量可控可重复,有效推动了中医药的传承、现代化、规范化、标准化、创新创制和国际化。

30年岁月峥嵘,好医生药业却沉下心来做一件事,并将其做到极致,这种专注与热情,让好医生药业像个朝气蓬勃的少年始终奔跑在技术创新的前列。

好医生药业建立了一个国家级企业技术中心,两个省级企业技术中心,一个省级工程技术中心,一个省级重点实验室;拥有两家国家级高新技术企业,是四川省创新型企业;建立了三州地区首个省级院士(专家)工作站和国家级博士后科研工作站;与浙江大学、四川大学、澳门大学、澳门科技大学、成都中医药大学、西南民族大学、大理大学、昆明理工大学等国内多所高校科研院所建立了产学研平台。

近年来,好医生药业还与时俱进,全面布局互联网医疗,构建大健康产业的发展格局:成立“北京好医生云医院管理有限公司”、好医生云检测中心、成都好医生医学检验中心、好医生国医诊所、好医生·福能源健康管理。

华丽转身现代医疗集团的背后是耿福能对“将产品做好是一种基本的社会责任”这一理念的

人心……

企业地处西南部川滇交界处的凉山彝族自治州,这是我国最大的彝族聚居区和连片贫困区。中药材基地是好医生药业的业务之一,利用当地条件,耿福能把中药材种植和精准扶贫工作融合,既帮助当地农户种植保底收购中药材,同时扶贫帮困。

自1995年起,好医生药业即在国家级贫困县——布拖县进行中药材附子种植项目,每年对当地彝族农户进行种植技术指导,免费提供种源、保底价收购等措施切实确保种植户利益,以公司+农户+联盟的形式带动了以布拖县火烈村、普洛村为主的近1万户农户通过种植中药材附子增收致富。几年来,当地农户年增收5000元,打造了精准扶贫的良好范本。

同时,好医生药业投资建设了国家附子GMP饮片生产厂,形成完整附子产业链运作,保证附子产业的可持续发展。由政府引导、平台搭建,企业参与实施产业项目推进,好医生药业为贫困地区找到了一条行之有效的产业致富路。

好医生药业在凉山已投资9家企业,提供就业岗位已超过2000个,其中有600多名在职工人来自贫困家庭。

好医生药业还在大凉山地区积极捐资助学,设立“好医生奖学金”,开展贫困山区义诊会诊公益活动,援助教育“暖冬行



生产车间

坚守。梦想引领品牌发展,耿福能认为,重视社会责任的企业,一定是能够做大做强的企业。正因如此,“好医生”才逐步成为百姓心中沉甸甸的金字招牌。

大品牌的大担当

30年的辛勤耕耘成就了一个知名医药品牌,而30年的大爱无疆成就了品牌背后的温情与温度。“好医生”三个字不仅仅是一个企业的名字和品牌,还是一个企业要担当的责任,更是一个充满了爱的故事,时刻温暖着

动”,举办“大学生公益中国行”。几乎每年,耿福能都要在凉山偏远的少数民族聚居区域调研。耿福能认为,要想真正推动偏远地区贫困群众脱贫致富,需要全党全社会共同努力,针对贫困地区的实际情况,用“授人以渔”的扶贫方式,实施精准的产业扶贫。

强大的社会责任感就像加速器,能成为企业发展的强劲动力。好医生药业自成立以来,特别重视践行企业的社会责任,并将社会责任纳入公司整体的发展战略,实现了大品牌的大担当。