

“甘露”育藏药 雪域传瑰宝

西藏甘露集团奋力开创高质量发展新篇章



甘露集团董事长达娃次仁

党建篇

党旗飘扬凝心聚魂

沧海横流显砥柱，万山磅礴看主峰。党和国家历来重视藏医药事业的健康发展。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央作出推进健康中国建设的战略部署，十分重视民族医药工作，藏医药事业发展迎来历史上的“高光时刻”。2019年6月11日，甘露集团在西藏甘露藏药股份有限公司基础上注册成立，2020年8月1日成立集团党委。三年来，甘露集团坚持党建引领，坚持守正创新，推进藏医药事业发展，推广藏医药服务，构建绿色产业体系，同时不断深挖自身潜力，为推动藏医药文化与现代文明相融合，为增进人民健康福祉不懈努力。

加强政治建设，下好发展“一盘棋”。甘露集团通过对党的建设、生产经营等工作做出全面安排部署，层层签订工作目标责任书，进一步统一思想，持续激发国有企业发展动能。严格学习制度，带动学习“一条链”。发动各级党组织开展学习，组织全体党员立足岗位、聚焦职责，开展“作风怎么看，工作怎么干”专题研讨活动。坚持重心下移，铺好调研“一张网”。集团党委深入一线，从生产经营、选人用人、年度考核及员工思想等方面入手，广泛听取职工意见建议，真正做到“掌握情况在一线，问题解决在一线，工作落实在一线”。坚持组织引领，切实发挥基层党组织作用，以模范促服务，推选“五强”党组织和“五优”共产党员。坚持文化引领，不断凝聚民族团结进步共识。坚持组织领导，强化民族团结进步领导力。坚持作风引领，持续激发企业发展内生动力。

责任篇

初心不改勇于担当

山河辽阔，枝叶关情。甘露集团始终坚持把人民放在心中最高位置，聚焦主责主业，彰显国企担当，发挥产业优势，瞄准偏远地区医疗条件差、生活水平较低等问题，广泛开展送医送药、义诊等活动，有效缓解西藏各族人民“看病难”的痛点问题。

通过贯彻落实国家中医药(2016-2030年)发展战略，积极探索藏医远程医疗、移动医疗、智慧医疗等新型医疗服

务模式，搭建藏医远程咨询平台，运用“互联网+”藏医医疗，提供在线预约诊疗、候诊提醒、划价缴费、诊疗报告查询、药品配送等便捷服务，实现“信息多跑腿，群众少跑腿”，自系统上线以来，累计接诊6000余人。

2018年开始，累计投入840万元在山市桑耶镇建立300亩藏药材育种基地，深入研究濒危藏药材人工繁育技术，开展濒危药材的仿野生种植，项目实施以来，每年可带动当地农牧民增收近60万元。

“源古承新，甘露众生，服务大众，广结善缘”是甘露集团始终坚持的初心使命，通过“领、带、促、推”等方式，常态化开展免费义诊和藏医预防保健宣传教育工作，走出了一条精准扶贫、经济发展互动共融的新路子。2016年以来，甘露集团在助力精准扶贫、乡村振兴、抗击疫情中累计捐赠物资600万元，开展各类义诊、免费送医送药活动20余次，免费发放药品等医疗物资价值300余万元，直接受益群众6万余人。

作为西藏自治区农牧民转移就业基地、藏医学院实习基地，在落实就业方面，甘露集团2020年至2022年共招收139人，其中西藏籍高校毕业生103人，占比74%。2018至2021年，甘露集团共为170人次申请生活和住房补贴451万余元、社保补贴156万余元。2019年底，甘露集团使用专项经费13万余元，共组织90余名农村户口干部职工开展了职业技能培训。

面对突如其来的新冠肺炎疫情，集团组织全体职工连续几个月日夜奋战在生产一线，将疫情期间生产的第一批“九味防疫香囊”等防疫物资捐赠给武汉地区和西藏自治区疫情防控一线单位。同时主动承担抗疫重任，搭建口罩生产线，向防疫一线单位捐赠一次性医用口罩近50万片，助力边防建设，巩固疫情防控成果。2022年，甘露集团被评为西藏自治区首批民族团结进步模范单位。

管理篇

战略引领锐意改革

新的征程上，需要艰苦奋斗来干事创业，更要坚持改革来破局开路。自国企改革以来，甘露集团的基本框架和发展逻辑变得尤为清晰。特别是以提升规模效益为导向，按照“项目是点、产业是线、经济是面”的关系，稳步推进项目建设，公司高质量发展基础不断夯实。为尽快形成藏医药产业新格局，2021年，甘露集团开启藏医药、医疗物资(口罩)及健康产品的生产销售三大业务，同时增设了医药科技和藏药材资源两大业务板块，产业布局不断优化。

目前，甘露集团旗下子公司西藏甘露藏医药药材资源发展有限公司，以保护青藏高原生态、开发藏药材资源、服务藏药产业发展、传承藏药文化为宗旨，成为集团打造藏药材全产业链的重要举措；西藏甘露医药科技有限责任公司，围绕新药研发、功效二次开发、藏药材质量标准研究等方面，通过强化科技创新能力，提升藏医药产业综合竞争力；西藏甘露藏药股份有限公司主要承担藏医药产业链中游藏成药生产的功能，是集团产业链的核心业务板块。现阶段整个甘露藏医药产业链中缺少下游营销环节，西藏自治区医药有限责任公司将作为甘露集团商品流通、零售终端的重要环节，主要发挥产业链下游营销作用，从而形成全产业链闭环模式，拉动全区藏医药产业高质量发展，填补甘露藏医药集团流通环节的空白，持续提升藏医药产品品牌效应和美誉度。

一轮轮改革攻坚，打破了一层层的束缚发展的“坚硬外壳”，不断激发出企业发展的内生动力。回望过去，甘露集团全

藏医药文化绵延流传至今，“甘露”藏药是重要载体和精髓的继承者。近年来，在西藏自治区党委、政府的坚强领导下，在区政府国资委的大力支持下，西藏甘露藏医药产业集团有限公司(以下简称“甘露集团”)坚持稳中求进工作总基调，以党的建设为统领，以国企改革为契机，按照“1345”发展战略统一部署，坚定不移推动各项目标任务，经营业绩实现稳步向前，进一步擦亮了藏药“第一品牌”这张金名片，以独一无二的经典品质，在藏医药界赢得“药在西藏”“药在甘露”的美誉。

奋斗书写历史，实干点亮征程。肩负着复兴藏医药产业重要使命的甘露集团，将在藏药生产、大健康、资源保障、医疗器械等方面优化产业布局，增强发展后劲，为开创公司高质量发展新局面，为中国藏医药的蓬勃发展贡献出一份重要之力，以优异的成绩庆祝党的二十大胜利召开!



拉萨至西宁列车上的宣传



公司产品



前往贡嘎机场高速公路旁的广告牌

面落实区委、区政府及区政府国资委关于深化国有企业改革决策部署，聚焦高质量发展、竞争力提升、现代化建设，强化国企担当，全面推进深化国企改革，在服务全区重大战略和经济社会发展中走在前、做表率，全力肩负起经济责任、政治责任和社会责任。

创新篇

匠心传承创新发展

历史的画卷，在砥砺前行中铺展；时代的华章，在接续奋斗里书写。西藏甘露藏药股份有限公司作为甘露集团旗下领军企业，其历史渊源可追溯至1696年

的“拉萨药王山医学利众院”制剂室，在中国藏药制药史上有着非常重要的历史地位和传承，被中国藏药界誉为藏药制药史上“活着的史书”。

从1696年至今，300多年来，“甘露”藏药一直秉持着“质量第一，安全为本”的用料理念，从物料供应、物料验收、到物料仓储、生产车间，逐一严格管理，全部药品用料精良，均按照传统加工方法炮制使用。同时紧跟时代，结合现代科学技术、使用先进设备，在确保质量的基础上，依照当代药品标准，逐步完善规范化管理。

甘露药品生产整体工序流程包括药材加工、前处理、配药、粉碎、制丸、干燥、内包、外包、入库等。为进一步满足日益

增长的市场需求，提高产量及生产效率，2021年，企业在粉碎、干燥、内包、口服液生产线、胶囊生产线等岗位均使用了新设备，现代化、自动化生产使得甘露药品生产批次从之前的100多批提升至现在的200多批，同时实现了标准化操作，显著提高了产品合格率。另外，通过培训、整改厂房等方式，使甘露药品生产工艺得到改进，产品管理模式及人员文化素养得到大幅提升，从而较好地做到理论与实践相结合。

在各级党委、政府的关怀和各级文化部门的支持下，甘露集团“七十味珍珠丸配伍技艺”于2008年被列入国家第一批非遗扩展名录。对此，集团成立了非遗项目工作小组，下设专职办公室，专门从事技艺的保护与传承工作；主持制定了《西藏自治区藏药材炮制规范》，开展了藏药材资源野外考察和涉及本项目的地道药材鉴定工作，并整理编辑出版了《藏药材图谱大全》。甘露集团顺势而为，不断提升产品生产条件、人员技能等工作，促使公司产品产量、产值都翻了几番。目前，甘露藏药非遗项目产品的销售额占总销售额的60%以上，对企业的发展发挥了重要作用。

在弘扬传统藏医药事业的同时，甘露集团秉承“用户至上，质量第一”的经营方针，以“求真务实、勇于创新”的积极态度，进一步为消费者提供更专业、更先进、更安全的医疗器械产品。成立于2020年的西藏甘露医疗器械股份有限公司，是西藏自治区仅有的两家医疗物资(口罩)生产企业，拥有1525平方米符合GMP标准万级净化车间及实验室、19条完整的一次性医用口罩生产线，凭借成熟的生产工艺和严格的质量管理，为自治区疫情防控做出了积极贡献。

为学习先进、寻找差距、弥补不足，甘露集团考察团队还赴行业技术领先企业观摩学习，与自身进行对比，提高竞争意识，树立精益求精的决心，奋力进取，以实际行动推动集团创新发展。

营销篇

逐鹿市场独领风骚

企业要发展壮大，做好销售是灵魂，铸就品牌是根本。在藏药生产销售方面，甘露集团始终坚持“品牌是企业最有价值的资源”，以品牌赢市场。积极推进传统营销模式向现代营销模式的转变，争取央地合作，打造“互联网+医疗”“旅游+藏药展览馆”“互联网+藏医+健康服务”营销模式，构建藏医药产业新业态、新模式经济体。通过广告宣传、展会推销、文化推广等形式，讲好甘露故事，提升品牌知名度，抢占市场份额。坚持国际化发展路线，积极推动藏医药产业融入“一带一路”建设，统筹国际国内市场，构建国内发展与海外业务双核驱动发展格局，不断拓展甘露产品市场。目前甘露产品销售已覆盖全国28个省、自治区、直辖市，区外销售额正式超过区内市场。

强强联手，协同并进是甘露集团重要的销售战略。同仁堂作为中华老字号企业，质量、信誉、品牌效应深入人心。甘露集团作为藏药龙头企业，素有藏药中的“同仁堂”之称，在进入北京市场之初，甘露集团就与同仁堂开展了全面合作，先后进驻北京同仁堂20多家门店。

在市场推广过程中，定期组织促销员开展产品知识等培训，进行企业文化教育，组织团建活动。对外加强甘露品牌的宣传，先后组织多次西藏学术交流，提升企业与企业间的合作交流。

随着促销员队伍逐渐成熟，对企业的认可度和归属感也逐步提高。很多促销员自2002年进入北京市场开始，一

直跟随相伴至今。甘露藏药在同仁堂乃至整个北京OTC市场已然成为藏药企业的领头羊。2018年，王府井同仁堂全年零售销售就突破了300万元。2019年甘露产品在同仁堂实现销售突破1000万元。

新冠肺炎疫情让北京的OTC市场受到冲击。在疫情期间，甘露集团始终相信机遇与挑战并存，依然不断吸纳经验丰富的促销员壮大销售团队力量。大家心往一处想，劲往一处使，推动甘露藏药继续乘风破浪，踏上新的高峰!

展望篇

富民强区走向辉煌

奋斗新时代，梦想的世界天高海阔；奋进新征程，藏药的未来无限光明!甘露集团始终秉承“勇于创新、追求卓越”的企业精神，通过对自治区内国有藏医药企业进行资源整合，着力打造以藏药及藏药相关产品为核心，提供生产、仓储、物流、贸易、服务、种植、销售、展览、旅游、文娱为一体的综合型产业集团。业务开展坚持以藏药及相关产品产业链为主，其他相关业务为辅的思想，逐步完成产业布局。同时，按照自治区党委政府部署，建立完善藏药研发生产、藏药材种植及加工、医院供应链管理和后助托管、藏医药产业园区建设与运营管理、医药产品流通、藏医药国际经营与海内外实业、医疗信息化、藏医康养中心和藏医药文化博物馆运营管理等九大板块业务。

下一步，甘露集团将积极推进实施“1345”发展战略，即以打造世界一流藏药企业为目标；履行好规范藏药生产、引领行业发展、弘扬藏药文化三大使命；实施资源整合、发展规划、品牌建设、管理转型四大战略布局；落实统一采购、统一生产、统一销售、统一品牌、统一规范五项任务，把藏医药集团打造成为一流的民族产业航母。

浩渺行无极，扬帆但信风。当代中国，江山壮丽，人民豪迈，前程远大。甘露集团要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实中央第七次西藏工作座谈会精神，贯彻实施自治区党委政府加快藏医药产业发展的决策部署，坚持创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，紧紧抓住打造“四个世界”和全区加快发展生态产业的重大机遇，以党的建设为统领，以深化改革为动力，以文化传承为基础，以资源优势为支撑，以科技创新为导向，以质量提升为核心，努力推进大种植、做强大生产、提升大流通、实施大检验、促进大健康、形成大产业，全面提升藏医药产业的核心竞争力和市场占有率，把藏医药产业打造成为富民强区的支柱产业，为建设幸福美好新西藏作出“甘露人”的贡献!



首届中国非物质文化遗产博览会金奖



公司大门



公司全体员工升旗



为喜迎党的二十大胜利召开举办的文艺比赛