



构筑全球中医药生态系统的“阿胶梦”

——解读东阿阿胶做强做优企业品牌之路



“今年的省政府工作报告指出,要实现凤凰涅槃、浴火重生,谱写山东人民美好生活新篇章,关键在脚踏实地、真抓实干。这让我想起习总书记在去年十月份关于“腾笼换鸟”促转型、“凤凰涅槃”求创新的讲话。作为央企代表,必须痛下决心,狠下功夫,加快产业结构调整升级。”省人大代表、国家级非物质文化遗产东阿阿胶制作技艺代表性传承人、东阿阿胶总裁秦玉峰说道。

作为传承 3000 年的中华滋补国宝,东阿阿胶制作工艺之复杂、制作技艺之精湛,体现了深厚的中医药养生文化内涵。近些年,东阿阿胶不断加快企业转型,成果显著:从手工作坊向工业化、标准化生产,再到智能化、数字化生产变革,引领了胶类中药行业的“两次革命”。东阿阿胶也因此获得了社会肯定,就在不久前,东阿阿胶获得了首届中国质量奖提名奖。

与此同时,东阿阿胶坚持做“厚道”企业,做“道地”产品,用创新驱动“文化式成长”,使东阿阿胶的品牌光彩熠熠。“生产技艺和标准体系至少领先行业 20 年,这是东阿阿胶的战略目标。”秦玉峰侃侃而谈构建全球中医药生态系统的“阿胶梦”。



国家卫生计生委副主任、国家中医药管理局局长王国强向文化部副部长蔡武介绍人民大会堂东阿阿胶产品展区。

文 徐凤

A 效率升 30 倍降耗 50%, 技艺创新驱动产业升级

2014 年 1 月 9 日,寒风萧瑟,然而在哈尔滨工业大学博物馆礼堂内却暖意融融。

这里正在举行由哈工大工业技术研究院和东阿阿胶主办的“2014 中国哈尔滨创新养生药机研讨会暨国家胶类工程技术研究中心自动化实验室两周年总结会”。自中心自动化实验室成立两年来,东阿阿胶和哈工大在阿胶智能化生产技术多项核心工艺方面取得了突破——对胶液杂质分离等多项工艺的技术改造已经批量投入使用,建设成桃花姬阿胶糕数字化生产线,复方阿胶浆、阿胶枣等多条生产线也即将实现“全工艺自动化”……

要熬胶,洗皮是重要的一步。原来的滚筒式洗皮机是流水线的作业方式,洗 1 吨原料要耗几十吨水,现场脏乱,工人

天天穿着胶鞋工作。如今,新上的螺旋转鼓洗皮机实现了清洁生产,现场干干净净,比原来降耗 50%,劳动强度也大大降低。

从手工作坊向工业化、标准化生产变革,东阿阿胶引领过胶类中药行业的“第一次革命”——从传统的敞口锅煎煮到自主研发的蒸球化皮机,提高劳动效率 30 倍,节能 41%。

现在,东阿阿胶又在实践“二次创业”——2011 年,经国家科技部批准,东阿阿胶建立了阿胶行业唯一的国家胶类中药工程研究中心。借助工程中心建设实现计算机辅助自动化和在线检测等现代化工程技术变革,实现产业升级。

作为行业标准的制定者和引领者,东阿阿胶拥有国内外顶尖的专家资源,始终站在

行业最高科技平台。组建国家级企业技术中心、博士后科研工作站、院士工作站,优秀的人才资源推动了科技创新,率先在行业采用清洁化驴皮前处理工艺,现代浓缩新技术,发明了阿胶杀菌干燥机,采用现代技术进行工艺固化,确保每一批产品都传承了最佳品质。

2011 年,东阿阿胶的阿胶原粉通过日本厚生劳动省最严格的质量检测,农药残留、兽药残留、重金属、细菌等 842 项检测项目均为零检出,而且,东阿阿胶产品也成为率先得到香港政府批准注册成功的阿胶产品。

“阿胶乃至胶类中药的发展在于新剂型、新工艺、新设备和新材料的应用,这些科技的创新使服用阿胶能像喝速溶咖啡那样方便。”秦玉峰说。

B 全产业链质控体系, 打造质量“金牌”

质量是企业的生命,也是东阿阿胶始终如一追求。

2013 年 12 月 16 日,一条喜讯令东阿阿胶员工备受鼓舞。山东东阿阿胶股份有限公司荣获首届中国质量奖提名奖。这是东阿阿胶继 1980 年、1985 年、1990 年连续三次获得国家金质奖,1991 年“东阿”牌阿胶在同类产品中唯一荣获传统药长城国际金奖后,第 5 次夺得国家质量大奖,成为行业唯一一连获质量殊荣的企业。

“我们的做法是,打造全产业链、严控质量标准,以技术创新推动行业发展,用大质量体系确保东阿阿胶安全。”秦玉峰深知这些奖项的背后是国家对东阿阿胶的信任、对中医药产业的期望。

优质驴皮、优质东阿地下水、东阿阿胶制作技艺,堪称东阿阿胶生产的“三宝”。

然而,一个严峻的现实是:驴皮利润仅占整只毛驴的 10%,要用皮拉动这个产业链是不可能的,而且全国毛驴的存栏量在急剧下降。不仅如此,整体技术水平较为传统,质量标准检测亟须补齐短板,原材料资源驴皮短缺,仍然是困扰行业发展的三大瓶颈。正因如此,东阿阿胶更致力于构建全产业链的质量管控模式。

“食品药品企业长寿的基因就是产品安全有效,质量安全首当其冲。”秦玉峰说,东阿阿胶能从一个手工作坊式的小厂发展成为市值近 300 亿元的现代化企业,就在于公司实施了大质量管理模式,构建全产业链质量控制体系,走出了一条以质取胜、以质求强的内涵式发展之路。

在产业链上游,东阿阿胶在国内建立了 20 个养驴示范

基地,搭建原料收购网络,创立了鉴定驴皮真假的 DNA 检测方法,对原料进厂和投料全过程进行监控,实现了产品质量全过程可追溯。

在产业链中游,强化质量控制。“过去老炼胶工熬胶,一看‘挂旗’了,就知道出胶火候到了。现在完全采用自动化生产控制,优秀老胶工在关键工序和火候控制最佳点的 30 多项技术参数,都被固化成现代工艺技术标准,确保每一批产品都达到最佳品质。”东阿阿胶质量管理部部长胡永水说。

在下游终端服务环节,东阿阿胶正在实施从健康产品提供者向健康服务提供者转型。

东阿阿胶有个著名的“黑名单”:供应商一旦违反诚信原则,一律淘汰永不采用;对渠道经销商和零售商,一经发现违背商业道德底线,直接解除合作。

C “隐去品牌推品类”, 老字号始终引领市场需求

2013 年 12 月 7 日,驻鲁十大商会的杰出代表云集济南,首次共同联名推荐“滋补国宝”东阿阿胶为“美德山东”文化代表,倡导用东阿阿胶作为礼敬天下宾朋之选。十大商会不仅共同签署了推荐东阿阿胶的“联合声明”,为示郑重,现场十大商会代表还一起在“联合声明”上盖了“公章”。据了解,这是驻鲁商会第一次如此隆重地推荐一个品牌。

老字号焕发新活力,源于东阿阿胶发展中的前瞻性决策。2006 年,秦玉峰接过东阿阿胶新一代掌门人的“接力棒”。阿胶的销售额从 2005 年 3 亿,增长到 2011 年 14 亿,2012 年又继续高速增长了三分之一以上。

隐去品牌推品类,是东阿阿胶文化营销的重要着力点。这样做的目的,是推动整个阿胶行业的健康发展,推动中医药文化及产业的现代复兴。以前人们吃阿胶,主要是为了补血,经过系统研究分析,东阿阿胶把阿胶重新定位为滋补上品,进入滋补市场。通过“隐去品牌推品类”的文化营

销,激活了阿胶品类市场,很多原来难以生存的小的阿胶企业立刻都活过来了,东阿阿胶“三宝”的价值也得到提升。

随后,东阿阿胶实施了聚焦主业,单焦点、多品牌的定位战略。大幅削减其他业务,把精力集中在阿胶和复方阿胶浆两个产品上。复方阿胶浆定位气血双补,阿胶块定位滋补养生。集中所有精力只做阿胶和复方阿胶浆这两个产品,很快就在这两个产品上建立了强大的心智优势。2010 年,为了公司发展、销售增长,同时也是为了满足消费者的需求,推出新产品桃花姬阿胶糕,定位为“吃出来的美丽”。桃花姬满足了现在生活节奏快,消费者没那么多时间在家煎熬阿胶的缺憾,成功占领了市场。

东阿阿胶现在有三个市场,补血市场、滋补市场、保健市场。有步骤地拉动整个产业链,使东阿阿胶的品牌形象焕然一新,逐步进入主流和高端消费人群的视野。随着产值的不断提升,东阿阿胶的品牌营销战略也成为中华老字号重新焕发青春活力的一个典型案例。



“美德山东·东阿阿胶”号首飞。

D 营销阿胶文化, 推动中药“文化成长”

在引领阿胶行业创新的同时,东阿阿胶也在推进着自身从单纯的工业企业向具有更深厚、更丰富内涵的文化企业转变。作为流传了 3000 多年的滋补上品,阿胶丰厚的文化曾掩埋于历史的尘埃。2006 年,秦玉峰带领东阿阿胶开始全面实施“文化营销”。他给员工鼓劲:“阿胶发源于东阿,必将光大于东阿,光大于当代东阿阿胶人,这是我们的历史使命!”

挖掘、梳理、传播,说起来只是简单的 6 个字,背后却是大量繁冗的工作。企业成立了专门研究机构,对历代本草学著作、中医名家论述进行研究,从服用阿胶的演变史、疗效演变史,阿胶垄断史、阿胶滋补养生史四条主线入手,挖掘整理阿胶三大文化体系,即:学术文化、滋补文化、美容文化。根据古代医案,编写《阿胶拍案惊奇》,让公众了解阿胶是什么、为什么叫阿胶、阿胶干什么、阿胶干过什么。

从唐太宗“官封其井”、杨贵妃“暗服阿胶”、朱熹“阿胶孝母”等故事的挖掘,到对阿胶“滋补上品”“补血圣药”地位的明证……春风化雨,润物无声,这些努力逐

渐唤醒了整个社会对阿胶的历史记忆,阿胶养生渐成潮流。

在坚守“正宗”、追求“道地”的同时,东阿阿胶也张扬着其“厚道”文化。2013 年重阳节,“熬阿胶·写家书·尽孝心”中华儿女孝心行动启动仪式在东阿举行,东阿阿胶倡导全社会亲笔书写家书表孝心,促进中华孝敬之道的进一步回归,成为当代孝心正能量的最佳示范。

正宗、道地的文化基因,练就了东阿阿胶“好阿胶”的品质,也体现了东阿阿胶的厚道本性,体现了阿胶文化的真正底蕴。秦玉峰数次谈到华润集团董事长宋林强调的一句话,就是“企业要有超越利润之上的追求”。秦玉峰将这句话在东阿阿胶的实践定位于“服务健康”,并将之作为企业发展的价值坐标。

将中医药文化传播到世界,让世界感受到东阿的价值,是东阿阿胶“文化式成长”的新目标。目前,东阿阿胶已在日本、韩国以及东南亚地区开拓市场。

通过继承、创新引领阿胶行业鼓帆前航,东阿阿胶的发展之路会越来越远,实现全球中医药生态系统的“阿胶梦”也会越来越远。