

上接3版

# 医药行业中华老字号广东最多

地处亚热带、动植物资源丰富，让广东不同地区都具有其特色的道地药材品牌，化州橘红、高要佛手、新会陈皮、阳春砂仁等等，为中医药产业提供了丰富的原材料资源。广东省中医药局公布数据显示，2021年，广东省中药材种植面积就达到658万亩。

同济大学上海国际知识产权学院医药法律与知识产权研究中心主任宋晓亭教授认为，除了药材优势，“当地政府对于促进老字号创新发展的支持力度之大，也给广东当地中医药行业的传承发展添了一把‘火’。”

近年来，广东对支持老字号传承发展的政策不断加码。2021年出台的《广州市支持中医药中华老字号品牌振兴实施方案》和2022年出台的《关于印发广东省促进老字号创新发展行动方案（2022~2025）的通知》规定，在商业规划、科研创新等方面对老字号进行支持最高5000万元的资金补贴。此外，方案支持探索融合发展模式，例如广交会优质平台开拓中医药国际市场、打造老字号文化旅游线路等，加快建立和完善支持广东老字号创新发展的财政、金融、人才等政策体系。

“广东历来高度重视中医药产业的发展，当前正是统筹推进新一轮中医药强省建设、粤港澳大湾区中医药高地建设和国家中医药综合改革示范区建设‘三大任务’的新阶段，出台的一系列促进中医药高质量发展举措，均为中医药产业的可持续发展提供了有力保障。”张斌向记者分析。

企业对于创新的日益看重，同样也使得“老字号”的创业史越写越长。“要保持老字号的活力，‘创新’也要与时俱进。”张春波介绍，“近年来我们积极施行‘时尚中药’战略，深度挖掘传统中药和时尚品牌的新型营销模式，进一步促进老字号企业焕发新活力。”

滋肾育胎丸，是新中国第一位中医教授“送子观音”罗元恺的经验方，也是白云山中一药业“时尚中药”的代表。2014年起，白云山中一药业在国内辅助生殖领域对滋肾育胎丸率先开展循证医学研究，历时八年，这项科研成果论文在美国妇产科学权威学术期刊《产科学与妇科学》上发表，截至目前，该研究仍是中成药在妇产生殖领域内发表的影响因子最高（7.661）、样



白云山中一药厂自动生产线，工作人员正在忙碌工作。受访者供图

本量最大的（招募2265名受试者）随机双盲对照临床论文。

凯风自南，于斯为盛。由于研究任务的需要，曾担任国家中医药管理局传统医药法律保护重点实验室主任的宋晓亭教授常常前往广东调研，在他的印象中，广州的大街小巷随处可见中药材铺。砂仁、陈皮、肉桂等南药早已融入到广东人日常的饮食之中，“一方水土育一方文化，广东之所以能培育出一批又一批的百年中医药老字号，跟当地民众对中医药文化的接受程度以及中药材的可及性高度相关。”

这些与日常融会贯通的岐黄文化，是传承的基础。张斌告诉健康时报记者，岭南的中医药文化与其他历史文化是深度融合的。“例如，在佛山，自古以来就有‘未学功夫，先学跌打’的‘医武同源’文化，骨伤科也因此得到充分发展，涌现出黄飞鸿、霍耀池等一批骨伤科医学名家、医学世家……人们对中医药文化有着强烈的认同感，不仅‘信中医’‘用中医’，也‘爱中医’。”

“天时、地利、人和。”在张春波看来，被浪潮推起的老字号能够站稳脚跟，是因为守住了老祖宗的经典名方，也源于拧成一股绳的上下协力。

## 老树生新芽，如何走向下一个百年？

“老字号最重要的示范引领作用，是将诚信和品质的坚守根植于日常，使得企业不会轻易发生震荡。”在吕石坚看来，一方面，老字号企业多有“祖训”，往往能为企业树立正确的经营理念，对地道品质坚守如一。另一方面，

老字号企业对于发展往往保持长期观点，战略制定眼光往往立于十年乃至百年，帮助企业跨越了起伏的经济周期，也跨越“掌门人”更迭的风险。

这种坚守，使得企业经营有着明确的边界。“他们往往聚焦于某一病种、某一名方产品，进而围绕中心开展工艺革新，进行上下游的拓展创造价值，使得积累的资源最大化地‘为我所用’。”吕石坚指出。

宋晓亭认为，老字号的优势在于“老”——老品牌、老技艺、以及好信誉、好口碑。除了具有鲜明的中华优秀传统文化特色和深厚的历史底蕴外，还承担着传承独特产品、技艺或服务、理念的责任。

与此同时，老字号的不足也源于“老”，“如存在品牌淡化、内涵逐渐灭失、守正创新不足等问题，特别是在年轻群体中接受程度不够高，难以满足当前消费升级和时代发展需要。”宋晓亭指出。

百年老字号走向下一个“百年”，必须巩固好“老”的优势，破解好“老”的难题。宋晓亭认为，一方面，要加强老字号和非物质文化遗产保护工作联动，另外一方面，也要鼓励地方完善保护和传承老字号的相关机制和政策，在依法保护老字号注册商标、驰名商标的同时，积极采用商标权转让、许可使用、作价入股等多种方式，盘活经营不善或已停业的老字号品牌资源。

“更长远来看，建立规范化标准化的管理机制是守护好老字号的必经之路，在建立健全评定标准体系的过程中，也要同步完善‘老字号’相关的人才培养体系，

加快中药材种植员、中药材生产管理员、中药炮制与配制工、中药检验工、中药鉴定师等人才队伍的培养，将规划化、标准化的管理体系、评价体系逐步建立起来。”宋晓亭表示。

张斌同样提到了对于人才的重视和需求，“从人的层面来说，首先就是要坚定中医药文化自信，其次就是要重视中医药人才的培养和推广中医药文化的普适性教育。”张斌以佛山市中医院为例：其与广州中医药大学共享临床优质教学资源，打造了广州中医药大学第八临床医学院，并在院内实施“三六一一”人才计划，为中医药发展输送相适应的人才，夯实根基。

多位受访者提到，坚持地道品质和技术创新已经是共识。“医药老字号的核心是‘药’。”张斌指出，要把握成果转化这一方向，加大投入，支持创新药物研发、临床研究和技术改进，积极接轨国际科研机构与企业，引进先进技术和管理经验，提升中医药的国际竞争力。

即便留存古方、技术更迭、寻求跨越式发展并非易事，吕石坚仍旧对中医药老字号企业的发展前景十分乐观。在他看来，消费需求、政策支持、丰厚的文化基础以及适应高质量发展的发展模式，势必会将中医药老字号再度推向新的浪头，焕发勃勃生机。

时至今日，白云山中一展厅里，仍存有一张1977年的安宫牛黄丸发票，泛黄的纸张记录着过往：一粒安宫牛黄丸价格为3.73元。前些年，一位老人带着一粒陈年安宫牛黄丸，现身白云山中一药业过期药品免费回收公益活动。几十年前她身患重病，丈夫花了大半年收入买来中一牌安宫牛黄丸，病愈后还剩下一粒，成为了她的“贵重物品”。

历史的车轮不断向前，这粒药是无数个“老字号”打马而来的见证。曾经的广州浆栏路64号，保滋堂牌匾早已隐没在日新月异的高楼之间，成为一桩城市往事。但300多年前，两广总督祁贡为保滋堂药店题写的“养和种德”匾牌，在白云山中一人心目里仍然锒亮如新。

“‘养和种德’意指行医制药之人为百姓保养身心，品德高尚。”张春波坚信，这一初心仍将被延续下去，古老又年轻的百年招牌，正在坚定地走向下一个百年。