



2022年10月30日

星期日

中共衡阳市委员会主管  
中共衡阳市委员会主办

# 文化周刊

衡阳日报  
HENG YANG DAILY

今日四版 农历壬寅年十月初六  
国内统一连续出版物号 CN 43-0004 第 18331 号  
衡阳日报社出版

## CULTURE WEEKLY

### 寻访衡阳老字号



马王堆养生方片段。



产业园效果图。

古汉养生精：

## 两千年养生之道 三十六年品质如金

■文/衡阳日报全媒体记者 邹毅 通讯员 王四益 图片均由企业提供



智能化生产线。

在湖南，几乎无人不知古汉养生精，“两千年传统秘方，两千年养生之道”的美誉耳熟能详，且有很多服用了几十年的忠实消费者。就是这样一个中华民族中医药瑰宝，在传承弘扬传统中医药文化的同时，深深地影响着湖南人的健康养生观念。

### 养生秘方问世

1972年7月30日，新华社一条电讯石破天惊。一座距今2100多年的西汉早期墓葬，在湖南长沙市郊马王堆出土。而在马王堆汉墓出土的几万件珍贵文物中，最吸引医学工作者关注的莫过于用来记载医书的布帛和竹简。中国著名医史家、中国中药研究院资深研究员马继兴先生回忆当年破解帛书的情况：“那是一个非常艰难的过程，我们凭着脑子里千百本中医古籍的底子，通过这些古籍相互印证，最终把这些帛书破译出来。”

被破译的马王堆医书中就有名噪天下的医学典籍《养生方》《五十二病方》，还有《却谷食气》《导引图》等有关养生祛病和运动保健的医书。《养生方》记载了33种疾病或事项的90余个养生方，《五十二病方》是我国现存最早的医方书，共记52种疾病的治疗方法和所用243种中药材。

此时，被誉为“湖湘名医三老”的李聪甫、刘炳凡、欧阳琦恰好正在承担国家中医药管理局下达的“抗衰老”研究课题，《养生方》自然也引起了三位中医药专家的浓厚兴趣。经过13载的呕心沥血联手研制，1985年他们终于开发出集治疗与保健于一身并补充人体精气神的新药——“三宝精”。

特别值得一提的是，屠呦呦研发抗疟药物“青蒿素”也是受到《五十二病方》和古典医籍的启发而成功的，同样是国家重要药物研究课题，两者的理论体系和临床思维模式具有深厚的中国传统文化底蕴。其开发利用对于失落已久的传统文化的重建与回归，以及中医药文化的复兴，都有着深远的重大意义。

如今，古汉养生精已赫然列于湖南省博物馆里。

### “程门立雪”求秘方

时光回溯到1985年的衡阳市雁峰区的金牛山脚，衡阳中药厂就坐落在此。此时的中药厂举步维艰，濒临倒闭。身为厂长的申甲球正一筹莫展，在困惑和焦虑中苦苦寻找一种属于企业也属于市场的产品。确切地说，他要寻找一种机缘，使企业蝶变重生。

这个机缘，在如今看来，就是马王堆汉墓出土的养生方。这一年，在长沙举办的湖南省新药评审会上，申甲球厂长得知湖南中医药研究院对马王堆汉墓出土的《养生方》研究取得了科技成果，并已研制成方。他意识到这个秘方有着巨大的开发价值。

当时评审会还没结束，他便迫不及待地联系到湖南中医药研究院三位研发者，强烈表达了购买秘方的愿望。然而，三位研发者却希望药方能被有实力的厂家拿去生产，并决定以10万余元将药方卖给深圳一家制药厂，当时名不见经传的衡阳中药厂并不在考虑之列。

申甲球没有退却，为了得到秘方，他一趟一趟到湖南中医药研究院去拜访三位中医药专家，说明诚意和表达做好产品的决心。一个寒冬的凌晨，鸡鸣打鸣，申甲球就赶到了欧阳镗家门口，因为又渴又累，倚着门前就睡着了。直到欧老开门倒洗脸水，发现有个人“滚”了进来，一盆水有一半洒在了这个人身上。欧阳镗扶起申甲球，许久说不出话来，他被眼前这个对药方不死心的人打动了。申甲球“三顾茅庐”“程门立雪”的故事成为美谈。

最终，申甲球厂长以当时的衡阳中药厂账面上所有的资金2.7万元受让了药方。为了突出这个神秘古方产品的特点与功效，并更好地做市场上宣传推广，他又找来包装设计大师彻夜详谈，反复商讨产品包装和产品易名事宜，最终确定改“三宝精”为“古汉养生精”，“古汉”二字说明秘方的历史渊源，“养生”则点明了秘方的功能作用，“精”则揭示了秘方是中国几千年养生文化的精髓，得到了三位研发者的认可。

1986年12月20日，是衡阳中药厂永远值得铭记的日子。

这一天，湖南省卫生厅药政管理局正式下达批文，批准衡阳中药厂生产新药古汉养生精。

虽然古汉养生精在中医界声誉鹊起，但是在产品上市之初，普通老百姓对此一无所知，产品销售市场表现平平。如何开展营销成为产品打开市场的关键。

1987年，申甲球厂长带领销售人员行程2万多公里，先后在北京、上海、天津等地开辟了50多个销售网点，敲开了10多个省市的销售大门。

那一年，无论到哪，申甲球的包里，总会随身带着两盒古汉养生精，便于随时随地做宣传，他的推销手法至今还被业界视为营销经典案例。而在所有的招数中，“会场推销”是他最常用

的。在他看来，最能集中推销的场合莫过于各种企业家工作会议了。

经过一些零星的宣传和在各地设立销售点，1988年古汉养生精销售了11.56万盒。然而这离申甲球的目标还有很大差距。

于是全厂总动员，通过各种渠道进行推销。仅仅用了一年时间，古汉养生精销量猛增到54.47万盒，不得不说，销售状况有了一个长足的飞跃。

销量虽然上去了，但从市场结构来看，大部分的古汉养生精都是销往了医院，市场占比的极不均意味着古汉养生精与老百姓之间依然存在距离。此时申甲球意识到，品牌效应的缺失正是这一问题的症结所在。

随后，衡阳中药厂和古汉养生精的名头开始在各种有影响力的社会活动中频繁出现：

1991年10月，古汉养生精作为礼物送给了女排健将；

1992年7月，衡阳中药厂向省射击队赞助经费18万元；

1992年11月，王船山逝世300周年国际学术讨论会上，200多名海内外专家学者收到了古汉养生精礼品；

1993年7月-9月，中国中医学会和衡阳中药厂联合举办“古汉养生杯”优秀论文评选活动；

据统计，仅在1993年，中药厂花费和提供赞助的经费就高达130多万元。也是这一年，以衡阳中药厂为主体的衡阳中药实业股份有限公司创立。

3年后，公司股票“湘中药A”在深交所挂牌上市，成为湖南医药类第一家上市公司。

1998年，公司更名为“湖南古汉集团衡阳中药公司”。

1999年10月，在北京展览馆举行全国科技成果展览会上，古汉养生精从全国1万家中成药生产企业2万多个品种中脱颖而出，被指定为大会专用馈赠礼品。

更让申甲球骄傲的是，奔驰在长沙—北京、衡阳—上海的特快列车被命名为“古汉号”；全国性的公益类颁奖活动被冠以“古汉杯”；“古汉”广告荣登中央电视台黄金时段；衡阳市一条主干道被命名为“古汉大道”……

古汉养生精开始家喻户晓，并最终获得了自己的品牌成功，其处方和工艺也被列入国家秘密技术，为湖南省医保药目录品种，先后获得湖南省名牌产品、中国中药名牌产品、衡阳市市长质量奖、衡阳市非物质文化遗产等30多项殊荣，“古汉”亦被国家认定为“中国驰名商标”和“湖南老字号”称号。

### 从市场开拓到品牌树立

### 靠质量和诚信成就行业神话

西普会发布[健康中国·品牌榜]，古汉养生精连续四年荣登“健康中国·品牌榜”榜首。

古汉养生精作为滋补类OTC药品，在《中国零售滋补类中成药TOP20》中排名第7位、在中成药综合类TOP排行榜上排名第二。

这些数字排位不得不承认，古汉养生精在这30年里造就了业界神话。而创造神话的基石就是质量。

中药行业，手工操作的前期处理环节行话叫做“炮制”，主要包括对中药材的修拣、清洁、烘干、蒸炒炙煨等工

艺。而这些环节恰恰正是中医药制作工艺的关键所在。传统加工炮制法工序很繁杂，耗费人力、物力，尽管如此，但古人始终遵循“炮制虽繁，必不敢减人工；品味虽贵，必不敢省物力”的药业古训。

为了保证药品质量，所有药材都坚持要选用质量优良的道地药材入药，人参选东北吉林的，枸杞用宁夏中宁的，白芍只认安徽亳州产的……而且针对主要药材，公司内控质量标准还高于国家标准。在每个古汉人看来，任何一种药材、任何一道工序、任何一支古汉养生精都必须达到百分之百的优质标准。

### 打造中国养生第一品牌

迸发出更夺目的光芒。

特别是近十年，公司紧抓国家大力发展中医药和大健康产业、推进智能制造发展新兴产业的重大政策机遇，促进了资金、人才、技术等发展要素向品牌集聚。通过定向增发募集资金和自筹资金近5亿元，倾力打造“现代中药产业园”，全面提升公司智能制造水平及科研创新能力。公司的注册资金由1000万元增加到1.2亿元；总资产由1.7亿元增加到6.8亿元；净资产由2324万

元增加到4.6亿元；厂房建筑面积增长了6倍；创税累计跨越8亿元大关。列入了国家高新技术企业、湖南省绿色工厂、湖南省智能制造示范车间、湖南“数字新基建”100个标志性项目和湖南省医药产业链重点企业，跨入智能制造新时代。

公司目前以研发经典方和传统中成药技术创新为主线，完善产品结构布局，打造以“古汉养生精”为主的滋补系列，丹枣口服液、养心定悸颗粒为主的心脑血管

创品牌难，保品牌更难。“古汉养生精畅销市场跻身业内知名品牌，靠的是它的高品质好疗效，如果在质量上哪怕是出一点点问题，都是致命的。逾越了这条质量红线，就是在砸企业品牌。”古汉中药人自公司创立66年来恪守着“质量是企业生命”的宗旨。

也正是这种虔诚的制药精神，36年来，古汉养生精品质如金，深受广大消费者的信赖和青睐，在中国传统中药同类品种产品销售收入和市场占有率中均名列前茅，成为湖南的名片和品牌形象。



数字化提取车间。



1984年的衡阳中药厂。