



工人在气雾剂生产车间的流水线上工作

膏、气雾剂、创可贴为代表的六大族群300多个产品，并在与跨国巨头的竞争中节节胜出。其中，云南白药牙膏已成为民族品牌转型升级的代名词。从诞生到冲出外资品牌的包围、跃居行业第一，云南白药牙膏只用了10多年。

从药品到个人护理产品，云南白药走出了一条传统中药和现代生活有机结合之路，创造了一个新的市场。针对口腔问题，特别是牙龈肿痛出血，公司研发团队把传统中药与日常口腔清洁护理等相结合，创制出云南白药牙膏。

2005年，在高端市场被洋品牌垄断，低端市场低迷的情况下，云南白药正式进入牙膏市场，率先攻下国内高端市场60%的竞争壁垒。短短一年时间，销售额便突破1亿元。至2010年，云南白药牙膏已经成为本土品牌第一名，销售收入突破10亿元。

到2015年，白药牙膏以15%左右的市场份额，成为国内牙膏市场的民族第一品牌。“2016年云南白药健康品事业部相关产品，云南白药牙膏、养元青洗发乳、日子卫生巾、千草堂止痒润肤体素、采之汲面膜、护手霜等产销再创新高。”路红东说。

2011年被视为云南白药集团实现第二个百年跨越发展的新起点。这一年，云南白药集团整体搬迁至呈贡新区，大大促进了云南白药的产业升级，其制造技术、制造水平、制造能力和制造管理得到了全面提升，产能

得到逐步释放。“新白药、大健康”战略的实施，让云南白药的发展战略从产品层面上升到了产业层面。

回顾创新之路，路红东说，云南白药以“药”为本多元拓展，让传统中药融入现代生活，以医药科技提升健康品质，为健康产业提供了可借鉴发展模式，构建了三产融会贯通、互为支撑的全产业链经济生态圈，为医药行业的升级之路提供了示范。

“作为生产企业，云南白药将工匠精神贯彻到了每一个生产环节，严把质量关。”路红东表示，云南白药将品牌价值的锻造过程归纳为“四全”管理模式，即全产业链的市场培育、全方位的品牌重塑、全员参与的价值创新和全过程的安全质量品质管控。通过品牌策划、推广、维护，白药从药品品牌延伸到大健康品牌、服务品牌，成功实现品牌跨界延伸。

打造千亿级优质企业

在宏观经济增速放缓的背景下，近年来一些传统医药制造业增长势头大幅减缓，云南白药的发展同样面临新的困难和挑战。

在“新白药、大健康”战略的引导下，云南白药集团创新发展模式，加快资源整合与新品研发，把药品生产延伸到中药材种源种苗繁育，把产品销售拓展到健康服务领域，贯通一二三产业，打造全产业链，不断挖

掘内生增长潜力。

目前，云南白药已经发展形成了19个剂型、300多个品种的药品，并拥有了包括牙膏、洗护产品、护肤品和女性护理产品在内的健康产品集群，积极抢占大健康产业先发优势。

随着养元青洗发水、千草堂沐浴素、瑶浴系列洗护品、采之汲面膜等产品的成功推出，云南白药形成了中药提取物、中药保健品、中药日用品、中药化妆品等系列化产品，产业链越拉越长，跨界之路越走越宽。

“2016年以来，云南白药集团围绕市场调产品，精益求精提品质，持之以恒树品牌，开拓创新谋发展，公司四大业务板块（中药资源、药品生产、健康品制造、商业物流）保持较快的增长速度，云南白药系列产品市场反应较好。部分品种出现产能瓶颈，目前，公司正着手挖潜改造，扩产能，确保2017年开门红。”路红东表示。通过一系列改革创新，云南白药集团实现了从单纯药品制造到大健康产业链、从传统国企到完全市场竞争主体、从区域性产品到全国性品牌的成功转型，主要经济指标持续增长，盈利能力和品牌价值连续10余年居中医药行业领先地位。

2016年12月30日，云南白药发布公告称，其控股股东云南白药控股有限公司（以下简称“白药控股”，对云南白药持股41.52%）拟通过增资形式，引入自然人陈发树控制的新华都实业集团股份有限公司。后者将向白药控股增资253.7亿元，以获得白药控股50%股权。

据介绍，本次控股股东引进战略投资者，有助于企业进一步调整体制，激活机制，建立市场化的公司治理体系，在完全竞争化的市场环境中快速做出决策。

“十三五”期间，云南白药集团将力争为云南生物医药大健康产业打造一个千亿级优质企业，并将通过不断转型提升、跨界发展，力争成为代表中国医药企业参与全球竞争的“国家队”。

本刊记者 袁海毅/文

郝亚鑫/图