

王剑说，傣医药传习馆的精心布置和陈列设计，旨在让参观者可以全面系统地了解傣医药的发展历程和现状。

除了做好傣医药的宣传推广和科普教育外，傣医药传习馆还与西双版纳州民族医药研究所、州傣医院等单位开展合作，让有需求的人群体验暖雅、烘雅、阿雅等傣医传统理疗法和疗效独特、市场认可的傣药及保健品。

“疫情发生之前，每年约有8万人次入馆参观、体验，他们来自全国各地乃至国外，对宣传和推广傣医药起到了很好的作用。”王剑说，傣医药传习馆较好地整合了版纳药业和相关企业及医院的资源优势，并将其转化为经济优势，对企业可持续健康发展意义重大。

### 研发傣医药新产品

傣医理论认为，自然界和世间万物存在风、火、水、土“四塔”，而人体同样由“四塔”构成。同时，除了主要构成人体物质元素的“四塔”，还由色蕴、识蕴、受蕴、想蕴、行蕴组成的“五蕴”构成了人体的精神元素。“四塔”“五蕴”二者之间的动态平衡，则是人体健康的关键。

根据“四塔”和“五蕴”理论，版纳药业先后研发出傣百解、龙血竭等5个国药准字傣药独家产品，以及100多个饮片产品和院内制剂。但在王剑看来，要结合傣药理论做好治未病工作，还需要开发一系列符合当代中青年群体消费观念和饮食习惯的创新产品，比如，目前研发出的“花啦果啦”系列产品。

“我们一直在思考如何把傣医药

的理论融入符合现代人消费的较为快捷、高效的产品当中。目前，以花茶和果茶为代表的饮品，是我们打开市场的第一把“钥匙。”王剑说，“啦”为傣语的“茶饮”音译，此类产品是专为有提高免疫力、抗病毒需求的人士研发，也意在提醒人们关注更加健康的生活方式。

以水塔为例，按照傣医经典理论，人有体液12种，皆水之属，因此，水也是滋润机体之津。湿气入侵、易乏易胖，是因为水塔过盛，需以排为主。针对这部分人群，公司推出了一款名为“四塔五味饮”的产品，以蒲公英辅以薏仁等利湿补气，从而调平“四塔”，摆脱“湿”态。按照传统傣医理论，版纳药业共开发出10种复方花草饮，用纤维三角包做成的小包装，让消费者只需一杯热水就能泡出美味的“花啦”。

版纳药业的另一款创新产品“五蕴果啦”，则选取西双版纳新鲜水果，以低温技术烘焙制成果干片，保留了水果的颜色、酸甜风味和营养物质，打造出傣家雨林特色果茶产品。如“受蕴果啦”，是以火龙果干、橙子干、枣干等组合而成的“果啦”，可以受蕴、正血气，起到消肿解毒、强化免疫系统等功效。

除了“花啦果啦”等茶饮，加入香茅草、茉莉花、茶树花等的花果饼也正在研发中。王剑介绍说，通过在傣医药传习馆的展示售卖，以及在抖音、小红书等网络平台的宣传，傣医药正受到越来越多中青年消费者的青睐。

本刊记者 王学勇 / 文图