

光輝歲月 閃耀香江

香港回歸祖國20周年獻禮 中心港情

北京同仁堂 從香港起航踏上海海外新征途



▲北京同仁堂集團副總經理丁永玲與迪拜健康城自由區管理局主席、阿聯酋副總統兼總理夫人哈雅公主在北京同仁堂迪拜店開業儀式上

北靠八仙嶺，東跨吐露港，北京同仁堂海外第一家生產研發基地誕生於香港新界的大埔工業區內。從國家提倡「有條件的企業走出去」開始，北京同仁堂決心走出國門，深耕海外，服務全球。正是如此，老字號的海外新征途讓大埔區從前一塊雜草叢生、溝壑縱橫的荒地重新煥發生機，也讓這塊百年的招牌更加熠熠閃光。

海外第一步從世界之窗開始

對於一個已經348歲但在海外市場還是個「創業者」的老字號來說，全球化的前哨站置於何處顯得至關重要。同根同源消費人羣、相似的社會背景、國際化的金融中心、快捷方便的物流系統，讓香港成爲不二之選。1993年，同仁堂在香港開設了境外第一家零售藥店。2004年3月，北京同仁堂海外發展的總部——北京同仁堂國藥有限公司在香港註冊成立。2006年11月，同仁堂在香港大埔工業區建成同仁堂海外第一家生產研發基地，成爲香港中藥界規模最大、條件最好、級別最高的生產研發基地。2013年5月7日，同仁堂國藥成功在香港聯交所創業板掛牌上市，募集資金6.99億港元。

同時，同仁堂在國家「一帶一路」倡議的指引下，積極轉變發展方式，利用沿線國家的優勢資源，加大收購兼併的力度，探索推進覆蓋全產業鏈的發展模式，將同仁堂在海外打造成一個集種植、採購、研發、生產、銷售、服務、文化、教育於一體的國際化、專業化，向全產業鏈轉型的中醫藥集團。

工匠精神建立百年信任

「炮製雖繁必不敢省人工，品味雖貴必不敢減物力」，這既是同仁堂的古訓，也是堂訓，每一家海外新店都會保留這樣的「堂訓」匾額。講的是不論製作過程多麼煩瑣、工藝多麼精細，爲求療效，不敢有半點懈怠；不論中藥配方的成本多麼高昂、藥材多麼稀缺，爲出珍品，不敢有半點含糊。「中醫藥關乎人命，應心存敬畏；消費者透過藥品，可體味良心。正是因爲這兩個「必不敢」的工匠精神，「以性命擔保藥品質量」，同仁堂才能夠傳承300多年，承載中國深厚的傳統醫藥文化，享譽世界。」中國北京同仁堂（集團）有限公司副總經理暨北京同仁堂國藥有限公司董事總經理丁永玲鄭重地道。



▲2016年底，北京同仁堂進入南非，並成功實現了人才的本土化

同仁堂的工匠精神不僅體現遵守古訓，更在於它勇於創新，走在時代前端。近年來，同仁堂一方面恪守傳統製藥之道，一方面爲了適應海外消費者需求，在藥品和製藥工藝上不斷創新。一是開發了一批市場急需的現代劑型產品，二是對老產品進行技術改造，滿足消費者對新產品、新劑型的需求。

在這樣工匠精神的引領下，同仁堂已經走進了千千萬萬的香港市民家中。以安宮牛黃丸、牛黃清心丸、大活絡丹、烏雞白鳳丸、六味地黃丸、感冒清熱顆粒等爲代表的十大王牌和十大名藥，一直在市場上供不應求。其中針對北京同仁堂安宮牛黃丸的臨床研究顯示，該藥對於改善缺血性卒中急性期神經功能缺損、促進清醒、降低死亡率等方面十分有效，若配合針灸、推拿、功能鍛煉及食療將會更加事半功倍，因此安宮牛黃丸已經成爲許多市民家中的救急用藥之一。同時，同仁堂還有許多用藥已經成爲香港市民家中的常備用藥。在日復一日的口口相傳中，同仁堂已經成爲質量和信譽的象徵，在行業中享有盛譽，更重要的是得到了廣大消費者的認可。

企業社會責任時刻放肩頭

作爲一個講誠信、重責任、敢擔當的中醫藥企業，同仁堂一直把社會責任和經濟效益擺在同等重要位置。對於



▲2014年11月28日北京同仁堂同心同樂養生中心開業典禮



▲2013年5月7日北京同仁堂國藥有限公司在香港聯交所創業板上市



▲北京同仁堂皇牌產品安宮牛黃丸，被譽爲「鎮家之寶」

同仁堂來說，做公益並不是簡單地捐款了事，更是投入愛心、細心和用心的過程，是一個持之以恆、精益求精的過程。在踐行社會責任的同時，同仁堂探索出了一套又一套適用於香港和符合當地民情的公益路線。

2014年，同仁堂在香港開設了全港最具規模的「同心同樂」養生中心，提供最全面的一站式中醫診療及養生服務。中心以中醫養生爲特色，輔以推拿、針灸、刮痧、足療、食療及湯劑等，通過介紹順應自然的生活方式和起居飲食，引導顧客實現身心平衡。另一方面，隨着時代的發展，人們的疾病譜也隨之發生了改變，由之前的以營養貧瘠爲代表的疾病（如肺炎、肺結核、肝炎、貧血等），轉變成了以營養過剩爲代表的疾病（如高血壓、高血脂、高血糖等）。在這樣的背景下，養生中心希望能將「治未病」的大健康理念，傳遞給更多的消費者，達到「老年要長壽、婦女要健美、中年要健壯、少年要健康」的企業願景。

在進入香港市場後，同仁堂發現由於飲食及生活習慣的不同，中風是香港常見的嚴重疾病之一。而一旦中風，不僅死亡率高、治愈率低，還極易形成癱瘓無法正常生活，給患者家庭帶來許多困難。面對這樣的現狀，北京同仁堂於2016年10月發起了在香港的首個關注中風的大型宣傳活動「同心同行三百年，關愛健體防中風」。「在爲期一個月的宣傳活動中，我們安排了香港首部以中醫藥防治中風爲主題的流動車、安排中醫社區義診、組織中西醫學專家講座、推廣店內產品以及舉辦千人集體八段錦防中風健康操、體驗健步行系列宣傳活動。此外，同仁堂亦舉辦了多場由中西醫專家針對香港公眾的防治中風健康講座，反應十分熱烈。」丁永玲認爲此次活動獲得的強烈反響證明了香港人對防治中風十分關心，因此，未來北京同仁堂將會投放更多資源加強中醫藥防治中風有關的研究工作，並繼續於各大社群推廣防治中風的信息。

如今同仁堂已在海外26個國家和地區生根發芽、開花結果，海外累計諮詢和診療的患者超過3000萬人次。「炮製雖繁必不敢省人工，品味雖貴必不敢減物力」。揚帆「出海」的老字號同仁堂用質量和誠信傳播着中國中醫藥文化的精髓，用科技和創新叩開了全球市場的大門。

北京同仁堂公益在香港

在業務發展的同時，北京同仁堂一直重視踐行企業社會責任，特別是在香港舉辦和參與了很多社會活動，包括爲香港高校優秀的中醫藥專業學生提供獎學金支持；參與創立「明曦公益基金」，幫助貧困學生，支持青年人才創新、創業等；連續多年參與香港公益金捐贈活動；響應世界關注中風月，主辦一整月「同心同行三百年，關愛健體防中風」的教育、義診、展覽、大型八段錦班等系列活動，以體驗加強和普及香港市民防治中風的知識；響應「國企開放日」，開放北京同仁堂國藥有限公司位於香港大埔工業區的同仁堂生產研發基地和位於繁華鬧市區的香港中環同仁堂旗艦店，爲融入香港、服務香港做出了積極貢獻。



▲北京同仁堂關愛健體流動車爲香港市民提供健康義診服務



▲北京同仁堂香港旗艦店



▲2015年北京同仁堂瑞典有限公司及旗下斯德哥爾摩店盛大開業



▲2005年北京同仁堂國藥有限公司舉辦大埔生產研發基地奠基動土典禮

