



循本草守初心 乘双翼开新局

百年达仁堂的“数智蝶变”

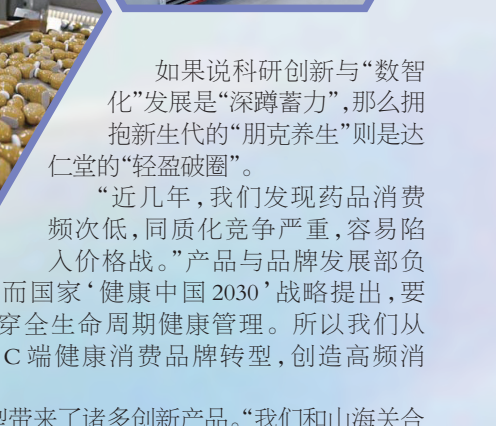


清晨，天津，海河之滨。津药达仁堂的“达仁心视界”数字员工“龙虾助手”准时“苏醒”，依托AI功能，在几分钟内便从全球海量医学文献中抓取、提炼出最新心脑血管健康资讯，生成由数字员工出品的专业“资讯早餐”。

几乎同一时间，千里之外的四川川芎GAP种植基地，土壤温湿度、气象数据等实时数据正被传回总部，为消费者手中的一盒达仁堂速效救心丸构建起从“田间到口头”的透明履历。

而在津药达仁堂第六中药厂，一条全自动智能包装生产线刚刚建成。投用后，只需少量人员巡检，产能就是原生产线的数倍。

这是拥有五百余年历史的中医药老字号——津药达仁堂的真实工作场景。当古老的本草智慧遇见澎湃的数字浪潮，一场关于传承与创新的华丽蝶变正在上演。



如果说科研创新与“数智化”发展是“深蹲蓄力”，那么拥抱新生代的“朋克养生”则是达仁堂的“轻盈破圈”。

“近几年，我们发现药品消费频次低，同质化竞争严重，容易陷入价格战。”产品与品牌发展部负责人分析，“而国家‘健康中国2030’战略提出，要让中医药贯穿全生命周期健康管理。所以我们从制药企业向C端健康消费品牌转型，创造高频消费场景。”

这种转型带来了诸多创新产品。“我们和山海关合作推出中药气泡水，和京万红合作开发袋泡茶，在养生坊推出养生面包。”该负责人说，“这些产品不是简单的‘中药+食品’，而是基于药食同源理论。”

更贴近年轻人的营销方式也在展开。达仁堂赞助的草莓音乐节火热开唱，绑定高消费场景；在抖音做“种草”，和卫视综艺合作IP植入；针对程序员、教师、主播等人群，强调“16.2秒缓解嗓子干痒痛”……我们的目标不是卖药，而是让中医药走进日常生活，让年轻人觉得“养生很酷”。

“达仁堂”发展是“深蹲蓄力”，那么拥抱新生代的“朋克养生”则是达仁堂的“轻盈破圈”。

“近几年，我们发现药品消费频次低，同质化竞争严重，容易陷入价格战。”产品与品牌发展部负责人分析，“而国家‘健康中国2030’战略提出，要让中医药贯穿全生命周期健康管理。所以我们从制药企业向C端健康消费品牌转型，创造高频消费场景。”

这种转型带来了诸多创新产品。“我们和山海关合作推出中药气泡水，和京万红合作开发袋泡茶，在养生坊推出养生面包。”该负责人说，“这些产品不是简单的‘中药+食品’，而是基于药食同源理论。”

更贴近年轻人的营销方式也在展开。达仁堂赞助的草莓音乐节火热开唱，绑定高消费场景；在抖音做“种草”，和卫视综艺合作IP植入；针对程序员、教师、主播等人群，强调“16.2秒缓解嗓子干痒痛”……我们的目标不是卖药，而是让中医药走进日常生活，让年轻人觉得“养生很酷”。

从五百年前的“乐家老铺”走来，向“数智化”“年轻化”的“现代中药引领者”奔去。津药达仁堂的故事，是一部关于传承与创新、坚守与开放的传奇。

它用自己的经历告诉我们，“守正”不是固步自封，而是对每一味药材的敬畏，对每一道工艺的执着，对每一个生命的负责。而“创新”也不是空中楼阁，既体现在院士实验室里对经典名方的现代解码，也体现在新潮咖啡馆里年轻人手中的那杯养生拿铁；既体现在智能产线中机械臂的精准舞动，也体现在消费者指尖轻扫二维码后看到的那片川芎种植基地。

当国民“救命丸”的温度、科研创新的深度与数智转型的速度交织在一起，津药达仁堂交出的正是传统中医药在新时代实现华丽蝶变的一份典范答卷。正如其董事长王磊所言：“中医药的现代化不是选择题，而是必答题。”而达仁堂，正以数字为翼，以创新为魂，不断打造属于这个时代的本草传奇。

文 孙启明

一粒“救命丸”的国民记忆与时代担当

在无数国人的家庭药箱里，“达仁堂速效救心丸”几乎是不可或缺的存在。自1982年在天津第六中药厂正式规模化生产以来，这颗小小的滴丸凭借其卓越的疗效，走过40余载风雨，累计销售超千亿粒，成为名副其实的国民“救命丸”。“犯了再吃 不如常吃 不犯”的用药理念，早已深入人心。

“达仁堂速效救心丸是我们老百姓心中的定心丸。”常年服药的冠心病患者王大爷说，“出门带着它，心里就踏实。”这份沉甸甸的信任，源于达仁堂对“守正”二字的极致坚守。达仁堂速效救心丸不仅是国家机密品种，更以其独特的滴丸剂型，开创了中药急救新纪元。

今年3月，一则“知名博主心源性猝死”的新闻引发热议，也让全社会对心脏健康的关注度空前高涨。回应群众关切，津药达仁堂集团围绕运动人群心脏防护、极端天气场景下的心脏健康等，开展了系统性的健康科普。

更暖心的行动正在展开。“除了科普之外，我们还在全国各省市连锁药店共建急救站，和美团、京东合作，给外卖小哥配备速效救心丸。”津药达仁堂集团产品与品牌发展部负责人语气中带着温度，“我们多年来始终坚持传递社会正能量：常备速效救心丸，每个人都是一个救助站，关键时刻，救人救己，做个好心人。”

数据显示，我国心血管病患者人数已达3.3亿，更令人警醒的是，心脏性猝死80%发生在院前，而心血管风险正呈年轻化趋势——39岁以下患病人群占比高达44%。面对我国家庭急救药箱配备率不足27%的现状，2026年乌镇健康大会上，达仁堂重磅启动“家庭必备救在身边——达仁堂速效救心公益行动3.0国家家庭必备计划”，将黄金4分钟急救圈延伸至百姓家门口。

这份守护生命的底气，也化作了达仁堂的战略宣言。“要么唯一，要么第一。”津药达仁堂集团党委书记、董事长王磊反复强调这八个字。从599个药品批文到122个独家品种，覆盖心血管、呼吸、消化等14大治疗领域，达仁堂以坚实的“产品矩阵”，构筑起守护国人健康的坚实长城。

“我们聚焦五大健康品类：心脑血管、呼吸、消化、肌肉骨骼、皮肤。”产品与品牌发展部负责人介绍，“心脑血管品类市场认可度最高，具有广泛的消费者认知基础，速效救心丸是品类头部产品品牌；呼吸类的清咽滴丸三年销售额翻了一番，过亿品种我们有十几个。”

从“皇家秘方”到“循证医学”：名药的二次解码

守正不守旧。如果说传承是达仁堂的根，那么创新就是它繁茂的枝叶。而驱动达仁堂从传统中药制造向“现代中药引领者”转型的根本动力，正是“名优中成药二次开发”战略。

2006年，张伯礼院士率先提出这一战略，达仁堂作为骨干企业，共有12个品种获得资助，新增3个过亿品

种，并荣获2014年国家科技进步奖一等奖。2024年，天津市启动“中药大品种二次开发2.0项目”，速效救心丸作为唯一国家机密品种入选，规划未来开展药效机制、临床循证及智能制造等攻关。

在科研的无人区，达仁堂正用现代循证医学的语言，解码古老中医药的智慧。清宫寿桃丸的故事堪称典范。这款曾是乾隆皇帝御用的宫廷秘方，2011年被列入国家级非物质文化遗产名录。但达仁堂没有让它只停留在“皇家秘方”的故事里。

“我们和田金洲院士团队合作，围绕清宫寿桃丸开展了为期52周的随机双盲临床试验。”津药达仁堂集团技术中心负责人介绍，“研究证实，它能降低遗忘性轻度认知损害患者的痴呆转化率8.85%，已被纳入《中国阿尔茨海默病痴呆诊疗指南》。”

这项研究突破了中医药临床评价的多个难点。“最难的是双模拟安慰剂的设计。”该负责人解释，“我们要做出外观、颜色、气味都和清宫寿桃丸、对照药高度相似的安慰剂，才能实现全盲。再加上20个中心、350例患者的大样本长周期观察，以及国际公认的ADAS-cog、MMSE量表评价，最终让中药疗效有了‘硬终点’数据。”

类似的二次开发故事，在达仁堂不断上演。海马补肾丸明确了化学物质和作用机制，探索出治疗高尿酸血症的新临床应用场景；痹祺胶囊系统阐释了治疗类风湿关节炎的科学原理，被16项临床指南、2项临床路径推荐。

这些研究的核心经验是什么？“产学研协同攻关、‘反向溯源’的分析范式。”该负责人总结，“从临床确有疗效的品种出发，先做化学物质组学，再用多组学技术解析机制，最后确认药效物质基础。比如痹祺胶囊，我们构建了从基础到临床的完整证据链，出版了学术专著。”

这种科研创新，正成为达仁堂的市场利器。“以前中成药常被诟病‘说不清道不明’，现在我们有了循证证据，医生敢开，患者敢用。”该负责人举例，“清咽滴丸通过抗病毒试验证实抗炎、抗菌、抗病毒功能，科研证实它含服后16.2秒即可起效，带动产品三年销售额翻番。”

AI炼丸，数字溯源：百年药厂的智造跃迁

如果说在中药领域的坚守代表了达仁堂的历史厚度，那么“数智化”则代表了它面向未来的战略远见。

在津药达仁堂第六中药厂的滴丸智能制造基地，一幅未来工厂的图景清晰可见。“项目2018年立项，设备从德国引进，配套WMS系统和智能驾驶舱，目前正在走药监审批，预计今年下半年投产。”津药达仁堂集团供应链管理中心相关负责人介绍，“这条线实现了从灌装到成品的全流程自动化，没有断点，产能是原生产线的数倍，人工大幅缩减。”

更宏大的计划正在推进——覆盖全产业链的智能供应链管理系统。“这个项目以六厂为试点，贯穿采购、计划、生产、库存、销售全链条。”该负责人说，“以前靠

人工经验预测需求、安排生产，现在用大数据分析和AI算法，能精准指导采购储备，优化生产排程，可有效压缩生产周期，减少库存占压，避免断货。”

在药材源头，数智化同样发挥着关键作用。达仁堂采用自建、共建、共享三种模式，建立了60个药材基地，其中川芎、金银花基地已通过GAP延伸检查。

“我们坚持道地药材，内控标准均高于药典。”供应链管理中心相关负责人说，“比如川芎，必须在四川都江堰产区，保留‘上山育苗、下山栽种’的传统种植方式，不用除草剂、农药，虽然成本高，但药效有保障。药典只是及格线，我们要做的是高分作文。”

更让消费者安心的是“全链条溯源系统”。“每盒速效救心丸上都有两个码：一个是药监管码，可追溯从工厂到药店的全流程；另一个是道地药材标识，扫码能看到川芎的种植基地、采收时间、检测报告。”该负责人演示着手机扫码页面，“溯源系统是我们自主开发的，消费者能看到关键环节的图片和视频。”

这种对品质的极致追求，源于对传统中药的深刻理解。“中药的灵魂是中医理论指导，不是简单的成分叠加。”该负责人举例，“人参和三七同科同属，但产地不同、功效不同；山茱萸和马钱子都含有马钱苷，但一个补益肝肾、收涩固脱，一个通络止痛、散结消肿。我们坚持传统鉴别与现代检测结合，绝不以成分为唯一标准。”

数智化还在更深层次赋能研发与营销。达仁堂正在研发4个智能体：文献洞察智能体将文献调研周期从数周缩短至5天；专利情报智能体实时监控全球专利风险；品种二次开发智能体通过AI分析真实世界数据，预测新适应症，有望将研究周期缩短30%；创新研发辅助智能体将评估报告撰写时间从7天缩短至3天。

“AI微沸机器人”则将老师傅的经验转化为算法。“过去中药提取靠师傅‘看沫’判断火候，现在通过传感器和模型量化参数，产品收率提升13%，能耗降低20%。”生产车间主任感慨，“老药工的匠心，终于有了科技载体。”

咖啡杯里的养生潮：老字号如何圈粉新生代

一端是严谨的临床研究与药品制造，另一端则是时尚的消费潮流与健康生活。

“将红枣、枸杞和人参融入拿铁咖啡和烘焙食品中，这太酷了！”在河北区中山路的一家达仁堂健康主题烘焙饮品店里，26岁的白领小林兴奋地举起手机拍照，“以前对中药铺的印象是‘陈旧、苦涩’，现在这里成了我和朋友的社交打卡地。陈皮拿铁、枸杞拿铁、藜麦正冰美式……既好喝，又养生，一举三得。”