

■ 欧阳林

2026年1月,被誉为“湘药首股”的中华老字号“古汉”,迎来上市30周年纪念。

一个月前,“启迪药业”完成证券名称变更——以“古汉医药”焕新亮相。

“古汉”二字,精准直抵这家上市公司最核心的品牌标识——古汉养生精。这个承载万千消费者情感记忆与市场认同的“中华老字号”,将迎来一次新的出征。

从公司层面,这是该公司对核心资产、业务结构与未来战略的一次集中表达。

古汉医药董事长、总裁江琎表示,此举旨在更准确体现公司主业与行业属性,强化品牌辨识度,凝聚市场信心。江琎同时也是恒昌医药创始人、董事长,两家公司在2025年达成战略合作。

从行业角度看,这也传递一种信号:一家拥有深厚底蕴的中成药企业,正乘着中医药振兴的时代浪潮,主动调帆转舵,在坚守中创新,锻造“一核一线一轴”,全力开拓“第二增长曲线”。

“我们希望构建完善的后一体系,让会员药店真正拥有差异化产品。”江琎表示,古汉医药要成为“10万家会员药店终端的后厂”,甚至是整个医药行业的后厂。

这一模式本质上,是以中医药理念为底层逻辑,叠加现代智能制造能力,为行业提供从产品研发、工艺优化到规模化生产的全生命周期解决方案。

古汉医药园区大门。

一核 王牌大单品,筑牢品牌根基

出身于中华老字号的“古汉养生精”,数次被列为国家中药保护品种、秘密级国家秘密技术,其制作技艺被列为湖南省非物质文化遗产,具有消费级品牌的穿透力。

这款产品源自2200年前马王堆出土的古汉《养生方》,融合《周易》等传统文化思想,并通过现代制药技术转化为标准化产品。

自1986年上市以来,“古汉养生精”畅销40年,在湖南省OTC零售市场每秒约卖出4支,成为撑起“古汉”品牌的底座。

在中医药行业,“王牌大单品”往往意味着稳定现金流、持续复购和品牌信任度,这也成为古汉医药在战略调整中最重要的“锚定资产”。

2025年9月,古汉医药完成控股权更迭,新管理团队随即提出突破性发展方向,并明确“传承千年古方,光大民族医药、造福人民健康”的使命,和“成为亚洲汉方药第一品牌”的愿景。

公司明确以中成药制造为核心,化学药与保健食品为补充,依托多剂型生产线和百余个品种资源,探索医药行业“后厂”模式:不只服务自有品牌,而是向医药产业链开放研发、工艺、生产能力。

“我们希望构建完善的后一体系,让会员药店真正拥有差异化产品。”江琎表示,古汉医药要成为“10万家会员药店终端的后厂”,甚至是整个医药行业的后厂。

这一模式本质上,是以中医药理念为底层逻辑,叠加现代智能制造能力,为行业提供从产品研发、工艺优化到规模化生产的全生命周期解决方案。

上市三十年

古汉

回归

上市三十年

古汉

回归

深读

一线 文旅融合线,活化文化体验

如果说“后厂”模式是古汉医药面向产业端的发力,那么另一种尝试,则指向更广泛的大众市场。



▲ 古汉医药康养工业旅游景区
中医药数字探秘馆。



▲ 中华老字号
“古汉”品牌专柜。

一轴 智能创新轴,驱动产业未来

业,更容易在行业整合中获得溢价。

古汉医药正顺势而为、乘势而变。

在“古汉”衡东产业园区,规划占地160亩的原料药用地项目一期工程于2025年2月开工,项目含3条原料药和1条医药中间体生产线,将配备符合GMP规范的生产、质检、仓储及污水处理设施。建成后,“古汉”将全面实现柔性化智能生产。

何为柔性化智能生产?古汉医药相关负责人表示,通过先进的模块化设计和智能控制系统,能够快速响应市场变化,在同一套硬件设施上,实现不同品种、不同批量的原料药与中间体的高效、无缝切换。

这意味着,面对市场波动或新品研发需求,企业无需停产改造,只需通过系统调整工艺参数与物料路径,即可实现“一键切换、柔性转产”,大幅提升生产效率与市场应变能力。

园区还将建立智慧控制平台,温度、压力、流量等信息动态可视,异常情况可被及时识别与预警,实现预测性维护,推动运营管理由“经验驱动”转向“数据驱动”。

“后厂”开放平台、工业文旅融合、智能制造升级……这些探索,正为古汉医药在产业与公众层面增加“能见度”,也为资本市场理解这家中华老字号企业提供了新线索。

或许,这正是传统中药企业构建“第二增长曲线”的务实路径:深度挖掘核心资产价值,以现代化手段重塑工业与体验,在开放合作中拓展生态角色,实现价值共创。

古汉医药的“回归”,不是简单怀旧,更是一次战略校准:在中医药振兴的长期趋势中,重新找到自己的定位与节奏。

而这,也折射出整个中药产业在传承与创新之间的积极求索——守正经典,拥抱变化,方能历久弥新。

本版图片均由古汉医药集团提供

OTC
广告

湖南省非物质文化遗产
深市主板 000590
投资有风险 入市需谨慎

气不足?

睡不好?

喝古汉养生精

古汉养生精,畅销40年

源自2200年前马王堆出土的古汉《养生方》

