

这个药妆——薇诺娜把秘籍写进了“红宝书”

■ 本报记者 何沙洲

9月22日,国内领先药妆品牌薇诺娜携手全国19位顶尖皮肤科专家齐聚北京,在“云滇之上 见证传奇”新闻发布会上,共同见证了《薇诺娜医学护肤品及其在临床中的应用》红宝书(以下简称红宝书)的发布。红宝书包含了近10年来,多位顶尖专家发表的64篇基础研究论文及临床验证方面的论文。另外,还有11篇国家级医学护肤指南及其共识在其中。

“薇诺娜将潜心多年的成果汇编成《红宝书》,在规范行业标准、推动医学护肤品相关的各类治疗指南及普及皮肤护理共识方面都具有重大意义。”北京大学第一医院终身教授、中国皮肤科医师协会名誉会长朱学骏高度评价了薇诺娜红宝书的意义。他认为,这本由薇诺娜与中国医科院、中国科学院昆明医学院植物研究所、中国皮肤科医师协会共同完成的红宝书,记录了几年来薇诺娜的发展经验,有理论支撑也有落地实践经验,必将推动中国医学皮肤科学的进一步发展。

从这个意义上说,是为了推动医学护肤品行业制定的标准,薇诺娜潜心多年终于著成了一本《红宝书》。

薇诺娜实现中国医学护肤品品牌零的突破

多年来,环境污染的加剧和空气质量的下降,使得敏感、湿疹等皮肤疾病发病率大幅上升。根据中国医师协会皮肤科分会发布的《国人肌肤现状调查》显示,高达72.08%的人群皮肤呈现亚健康状况。其中,50%的白领女性有敏感肌肤问题,国内亚健康皮肤状态的人数达到54.9%,病态的有17.2%,主要存在过度依赖激素和抗生素、治疗效果不明显以及复发率高和副作用大等问题。因此,通过发病机制研究,确定治疗靶点,成功利用特色植物资源,研发出针对中国消费者的医学护肤品迫在眉睫。

与此同时,在2000年前后,国外药妆品牌大举进入国内药妆市场,并切割掉大半市场份额,这些品牌带来了皮肤辅助治疗的理念,但真正适合中国女性敏感肌消费者的药妆一直缺位。

在这样的背景下,基于中国消费者对于敏感肌护理的需求,昆明贝泰妮生物科技有限公司董事长、薇诺娜品牌CEO郭振宇决定,联合国内多名顶尖皮肤科专家组成“薇诺娜研究院”,并在中国科学院昆明植物研究所等多家研究机构的支持下,利用我国云南宝贵的植物资源,历时4年研发并生产出一个真正适合国人皮肤、安全有效的药妆品牌。

薇诺娜作为国内首个具有自主知识产权,按制药标准生产的医学护肤品,其以修复皮肤屏障、抗炎、抑制痤疮等为靶标,在上千



● 顶尖皮肤科专家见证红宝书发布

种植物中筛选获得30种活性植物,然后,进一步复筛出青刺果、滇重楼、滇山茶、马齿苋等植物,进行活性成分提取,历经数万次临床试验,最终成功研制出更适合中国消费者使用的医学护肤品薇诺娜。

作为产学研结合的典范,薇诺娜非常注重研发专家与消费者的直接互动。据悉,为将保湿、清洁和防晒三大重要皮肤护理共识普及,薇诺娜特将每年5月25日定为全民护肤日,组织相关科普活动。

在多年的发展过程中,薇诺娜完成了54家三甲医院皮肤科临床验证,发表了64篇基础研究及临床验证文章,并协助完成了11篇国家级专家指南及共识,得到中国顶尖皮肤科专家的一致认可。与此同时,薇诺娜还在国内外享有很高赞誉,早在2015年,薇诺娜就亮相于皮肤科“奥斯卡”——世界皮肤科大会WCD,成为该会议百年历史上出现的第一个中国护肤品牌,实现了中国品牌零的突破。

2016年11月22日至2017年2月24日,法国贝桑松大学皮肤调查研究中心CERT(Centre for Studies and Research on the Tegument),对“薇诺娜舒敏保湿特护霜”进行双盲自身对照试验,临床试验结果不仅充分证明“薇诺娜舒敏保湿特护霜”对敏感性皮肤有显著改善,验证了配方中主要活性成分云南马齿苋、青刺果及蘑菇葡聚糖的“舒缓、保湿、修护”三大功效;这也是“薇诺娜舒敏保湿特护霜”第一次走出国门,证明其中国药草配方对不同种族敏感皮肤的功效性,其结果已投稿SCI杂志。2017年薇诺娜受邀参加南亚东南亚商洽会。在这场商洽会上,共有“一带一路”沿线33个国家和地区、全球86个国家和地区参展参会,作为中国医学护肤领导品牌的薇诺娜大放异彩。

如今,薇诺娜已陆续推出11个系列55个单品,产品被广泛应用在全国2400多家医院皮肤科的临床辅助治疗中,帮助超过600万人次的患者改善或解决了多项皮肤问题。

这些专业的医学研究历程以及皮肤护理知识的推广经验,如今全部收录进这本《薇诺娜医学护肤品及其在临床中的运用》红宝书。“从基础研究到临床应用,从医美到护肤,薇诺娜所有的研发经验及相关权威论文全部都可以在红宝书找到记录。”郭振宇总结。

对于薇诺娜实现中国医学护肤品品牌零的突破,郭振宇说,“薇诺娜”是希腊神话中与智慧女神雅典娜齐名的女神,同时也是法国一个小镇的名字,他和研发人员最初就给品牌赋予了美丽的希望——可以成为民族之光,与世界品牌齐肩。

薇诺娜未来欲做医学护肤品的标杆者

在本土化妆品市场,主打“天然植物”的护肤品牌不少,但专为敏感肌研发,且运用专利萃取技术,将云南高原特有植物精华与现代护肤科技相结合的医学护肤品牌,薇诺娜是其中最具有代表性的品牌。

据薇诺娜研究院首席专家、昆明医科大学第一附属医院云南省皮肤病医院执行院长何黎教授透露,目前薇诺娜已经获得70个产品批文,其中特殊类型化妆品批件10项,医疗器械批件3项。除了医学界的认可,薇诺娜还获得了600万消费者的认可,并且通过消费者的口碑传播,其销售已突破10亿元大关。另外,在2017年6·18购物节,薇诺娜天猫旗舰店仅用8分钟,就售罄1.5万套特护霜,24小时销量更是突破1800万,稳居天猫乳液面霜类目第一位。



● 郭振宇表示薇诺娜在打造完备的皮肤医美生态系统

北京大学第一医院终身教授、中国皮肤科医生协会名誉会长朱学骏教授在出席会议的致辞中表示,薇诺娜的成功具备以下4个条件:薇诺娜从30多种活性植物中,筛选出青刺果、滇重楼、滇山茶和马齿苋四种,其活性成分提取物获得了国家食品药品监督管理局的认证;薇诺娜是“产学研”结合的典范,推动了行业的发展创新;薇诺娜是转化医学的典范;薇诺娜还是专家与消费者互动的典范,并根据消费者的需求不断地改进产品,以更好地更快地适应市场变化。

一直以来,云南得天独厚的条件成为很多国际大牌寻找原料配方的灵感之地。在这块风水宝地,经过一系列的筛选,薇诺娜率先在国内对四种优势植物进行活性成分提取及功效研究。第一种是青刺果。经过科研团队深入研究发现,这种富含人体所需的脂肪酸,能促进皮肤角质层形成细胞合成神经酰胺及透明质酸,主动修护皮肤屏障,恢复肌肤健康状态。第二种是马齿苋。它具有良好的抗炎、抗敏作用,缓解肌肤受到的刺激,增强肌肤耐受性,降低敏感度。第三是滇重楼。滇重楼提取物,即云南重楼提取物,能抑制痤疮丙酸棒状杆菌。此外,科学家发现的第四种植物是滇山茶。2009年薇诺娜研究员联合中科院昆明研究所、昆明医科大学第一附属医院皮肤科对滇山茶进行了深入研究,发现滇山茶籽富含不饱和脂肪酸、维生素、活性酶等多种有效活性成分,其中不饱和脂肪酸(又名美容酸)含量高达90%以上,极易被人体吸收,深层滋养,润泽肌肤,令肌肤光滑细腻。

“正是因为薇诺娜的努力,目前,这四种植物的活性成分已经被CFDA纳入中国化妆品原料目录。”何黎强调。

今年,国际皮肤药理学会主席法国

Philippe Humbert教授牵头组织完成了“薇诺娜”产品功效性和安全性国际评估,结果表明,薇诺娜医学护肤品在国际同类产品中,功效性和安全性名列前茅,得到国际同行的认可。红宝书发布会上,Humbert教授就薇诺娜在法国的检测情况做了详细说明。他介绍道,负责检测薇诺娜的CERT检测中心隶属于贝桑松大学皮肤科,曾负责监测欧莱雅、兰蔻、娇韵诗等品牌,采取严格的国际标准。针对薇诺娜特护霜临床观察,CERT检测中心随机双盲对照实验,选取了20个敏感性皮肤者,通过图像分析、角质层透水量等方式,对使用后患者的皮肤成分数量、溶剂、保湿剂等方面进行检测。结果发现,薇诺娜特护霜保湿、修复皮肤等指标均达到国际水平。同时,产品的三大核心功效:第一步修护,第二步舒缓,第三步保湿等更是等于、优于国际知名产品。

在国内数十名顶尖皮肤科专家的支持下,以及薇诺娜对于自身产品品质的严格要求,在没有任何广告支出的情况下,薇诺娜用了不到10年时间就完成从0到10亿的突破,成为真正被消费者认可的“消费者品牌”。

薇诺娜在自身发展创新的同时,也心系着中国医学护肤领域的发展壮大。发布“红宝书”即是一本临床应用指导,同时还具有极高的学术价值。用郭振宇博士的话说,发布《薇诺娜医学护肤品及其在临床中的应用》红宝书,主要目的在于推动药妆行业的制定标准,以期成为医学护肤品的标杆者。

在郭振宇看来,中国大健康产业前景十分广阔。根据中投顾问的预测,今后5年,中国健康产业规模将以27.26%的速度增长。未来,薇诺娜要打造出一个完备的皮肤医美生态系统,成为大健康产业蓝海中的第一药妆品牌。



● 本报记者陪同敬文祥(右一)、王志荣(左二)和乔琮(右二)参观华羚乳品集团

■ 本报记者 何沙洲

9月17日中午,甘肃安多集团公司董事长、总经理王志荣带着一批公司负责人,打着雨伞亲自在夏河安多畜牧园门口,迎接来自成都、昆明、贵阳、郑州、深圳的10多位经贸公司老总,并献上洁白的哈达,敬上三杯醇香的青稞酒。近些年,安多公司每年都要迎来上百批次的国内外贵宾、客商来参观考察、交流合作,王志荣只要是在公司,都会抽时间亲自到门口迎接,献上哈达敬上美酒。

三杯酒代表敬天敬地敬人。所有到来的贵宾、客商都对集雪域安多牧场天地精华的牦牛、藏羊赞不绝口,王志荣同时以他和安多人的热情表示“有朋自远方来不亦乐乎”。

王志荣说,天地人对于安多公司的过去、现在和未来都很重要,当然,他希望通过更多人的资源整合,一起“合力”来做大做强“安多牧场”这块健康产业大蛋糕,共谋未来。

所以,当本报记者陪同四川乔恩天赐藏享贸易有限公司董事长乔琮、总经理罗成、副总经理宁波、申豪杰、四川博易远东进出口贸易有限公司董事总经理朱成云、董事副总经理罗云、董事周钊、苏氏牛肉面餐饮公司副总

经理南国松、贵州宏远美味香食品有限公司常务副总经理王利萍、昆明仁旨亿商贸有限公司总经理游元文、深圳市海动力贸易有限公司董事总经理黄海等人,向安多人冒雨迎接表示感谢和感动时,王志荣笑着说:“雨水刚降下几分钟,感谢你们带来甘霖!这意味着我们的合作有一个好的开始。”

当天下午,王志荣和安多集团副总裁、安多清真绿色食品有限公司总经理马雪莲陪同来宾参观了安多集团旗下的安多生态畜牧产业园,计划总投资6亿元,按照国际一流标准规划建设集“生态畜牧产业链、观光休闲、旅游接待、技术培训”为一体的安多生态畜牧产业园,正在打造以安多牧场原生态牦牛、藏羊的养殖、交易、屠宰、深加大以及肉、毛、皮、奶、血液、生物科技制品等循环经济产业链条,就是要将安多牦牛、藏羊的经济价值和社会利益发挥到最大化。

来宾们在播放的“走进安多牧场”录像中看到,安多牧场是亚洲四大牧场之一,牦牛、藏羊的栖息地,地域涉及甘、青、川、藏、滇五省藏区,被誉为“世界上最后一块净土”。在雪域高原安多牧场自然生长的牦牛、藏羊,可谓吃的中草药、喝的矿泉水、住的是风景区,堪

有朋自远方来不亦乐乎 各地经贸公司老总金秋相约“安多牧场”

称全世界唯一排他性原生态牛羊。在认真参观了布局在甘南和临夏的两个生产基地后,来宾们体会到:安多公司依托安多牧场优质的牦牛、藏羊资源优势,投资几个亿建成了高标准、工艺先进、设备一流,目前甘、青、川地区最大高原特色畜产品精深加工基地;同时,安多公司坚持“做真牦牛、真做牦牛”的经营理念,发挥牦牛、藏羊肉产品加工企业的规模和技术优势,深挖牦牛、藏羊高营养、高品质、独特性、稀有性的特点,向顾客提供优质的、具有竞争性的产品与服务,目的就是要让安多牧场真正的天赐美食“为国民的健康幸福给力”。

目前安多牧场的产品主要以冷链有机肉品、休闲熟食品、调味料产品三大类为主,基本涵盖了肉品加工业涉及的生产品种,从大的类别来看也基本能够满足消费市场的需求。来宾们在产品展示厅品尝了牦牛、藏羊肉休闲熟食品后,对产品研发、生产、销售等各个环节提出建设性的意见和建议,并探讨了代理经销、委托加工、牦牛肉原料供应等多种合作方案。记者获悉,当来宾们在离开安多公司分别返回的路上,第一批5吨清真牦牛肉已下单运出。

9月18日上午,在安多集团10楼会议室,甘南州投资与合作局副局长尤成银、夏河

县副县长张启智、夏河县政协副主席王志荣和夏河县发改局、经信局、商务局、旅游局、投资与合作交流局、文广局负责人,与到访的10多位经贸公司老总举行了畜牧文旅产业资源对接座谈会,介绍了安多畜牧产业发展情况和夏河县文化旅游及畜牧资源状况。张启智希望在座企业和更多企业走进甘南和夏河,携手将当地的资源优势变为资本优势,走共同富裕的发展道路。

当天中午,在前往位于夏河县的佛教圣地拉卜楞寺参观,陶醉于古老神秘的藏传佛教和浓郁古朴的藏族风情后,10多位经贸公司老总又在王志荣的陪同下,前往位于甘南州经济开发区的甘肃华羚乳品集团公司参观考察,并受到甘南州工商联主席、华羚集团董事长敏文祥热情接待。王志荣和敏文祥是老朋友,他们分别带领的企业都是依托雪域安多牧场资源优势成长起来的标杆企业。

在敏文祥董事长和公司副总经理马小平、马亚宝的陪同下,大家参观了华羚乳品集团公司荣誉大厅、产品展示厅、企业文化厅、研发品控实验室、透明生产车间,同时听取了华羚乳品集团公司的发展历程、产业转型升级、产品市场开拓及中国首个牦牛乳产业园建设的详细介绍,大家对华羚乳品集团公司建成的集现代化、自动化和数字化的牦牛乳



● 参观华羚乳品集团



● 畜牧文旅产业资源对接座谈会



● 参观安多牧场牦牛、藏羊肉产品