

【喜迎二十大·奋进新征程】

# 以亮剑精神搞活市场营销

## ——西藏甘露藏医药产业集团有限公司高质量发展系列报道之六

■ 本报记者 李丙勋

诗曰：狭路相逢勇者胜，捷足先登气自豪。酒好也需勤吆喝，喜看满城黄金甲。

写过“三言二刻”之一《醒世恒言》的冯梦龙，曾经留给世人一句“醒世恒言”：宝剑锋从磨砺出，梅花香自苦寒来。这句富含亮剑精神的诗词，让记者一下子就联系想到有关甘露集团的市场营销……

美好的市场始于奋斗，甘露人砥砺前行，为“甘露”这一金字招牌增光添彩。

### ■ 冲破传统壁垒，亮剑新兴市场

当今世界，经济下行的压力已成世界之痛，很多企业面临严峻考验、甚至难以维系的现实，让许多清醒的企业管理者力图找到带领企业逆势飞扬的前进之道。这方面，甘露集团巧妙手，搞活营销，锻造畅通国内外市场的“尚方宝剑”，展现了一家高原民族企业的特色和风采……

顺便插一句：甘露集团是一家不“差”钱的企业。截至目前，甘露集团无任何拖欠中小企业账款和农牧民工工资情况，杜绝了因债务引发的不稳定因素，企业诚信的形象很不错。记者对此表示，“无债一身轻”，这是企业的一种境界，有这种境界的企业，大都具有诚信的形象。仅因此，甘露集团就得到很多人和企业的“口碑相传”。

在达娃次仁董事长看来，宝剑，用好了，是利器；用砸了，是达摩克利斯。放下市场唯我独尊的架子，踏踏实实地做好企业的营销工作，是甘露集团不二法门的选择。在这方面，甘露集团不吃得天独厚的老本，勇敢亮剑波诡云谲的市场，修筑了一条畅通国内外市场的营销大道。

当前，甘露集团正在优化营销管理团队，创新营销管理方式。由粗放式管理向精细化管理方式转变，对市场进行精准管理和精准服务，做到“人人有指标、个个有任务”；实行轮岗、待岗和末位淘汰制；调整修订完善营销管理制度，加强市场监管，为市场规范、健康发展保驾护航。创新营销管理服务方式，成立OTC渠道组、医院渠道组、第三终端市场组以及电商管理小组，在服务管理市场的同时，增强对市场的密切性、粘连性和掌控力。在已有巡诊制度的基础上，加强藏医医师队伍的建设工作，在有效开拓市场的同时增强甘露藏药在患者中的知名度、美誉度。与此同时，加强营销管理团队梯队的培育，引进高素质的医药营销专业人才，输入新鲜血液，推动市场销售快速发展。

优化市场责任人管理，做到对企业认知统一、思想统一、行为统一。加快销售模式转型、升级，加强队伍建设、业务拓展，优化市场布局，合法合规经营。加大产品覆盖面，提升甘露品牌形象。维护、利用好甘露品牌，树立甘露品牌自信、甘露产品自信、甘露文化自信、甘露事业自信。注重市场梯队的培育，培养一批有发展潜力的市场责任人；以大市场带动中小市场销售，形成雁式发展格局。面对复杂严峻的经营形势和跌宕起伏的市场环境，对增长乏力的市场、僵尸市场进行调整，增加市场占有率。

### ■ 利用“甘露”优势，发挥最大效能

与达娃次仁董事长谈营销，记者惊讶于



● 甘露集团党委书记、董事长达娃次仁

他对市场的真知灼见。在他看来，在现今医药市场上，虚假广告泛滥，其夸大功能、疗效的手法使消费者在上当受骗之后，也越来越期望有一种药能够真正满足疗效好、功能强的需求，而来自青藏高原上的藏药就在这时悄然走进了人们的视线。

具体到甘露集团，截至目前，全国藏药企业有百余家，西藏就有 20 多家，其中，一批优秀的藏药生产企业脱颖而出。在这一形势下，不少专家表示，未来的藏药企业应该向着现代化、产业化的方向发展。他们认为，尽管一批优秀的藏药生产企业闪亮登场，并且已在全国各大市场上拥有了一定的知名度，但从总体上讲，却未能真正打响藏药的旗号，而且绝大多数的藏药企业还未能成功走向区外市场。在市场竞争中，甘露藏药拥有四大优势——

一是历史文化优势。藏医药产业是西藏自治区支柱产业，甘露集团是藏医药企业的代表，距今有 326 年的历史，素有“中华第一藏药，藏药第一品牌”、藏医药历史文化的“活化石”、“民族记忆的背影”的美誉。在藏医药领域中有着品牌优势和历史地位，甘露藏药深受广大群众的青睐。

藏医药是藏文化的瑰宝，有着深厚的文化底蕴，完整且独特的理论体系。藏医药涵盖疾病的预防、治疗及诊断的全过程，身体的治养涉及饮食、起居调节、药物内服、外治施治等各个板块，每个板块都有丰富的成系统的内容，藏医药的珍宝药、矿物药对广谱的慢性病的效果尤其显著。甘露集团遵循藏医学理论，保护和传承先贤留下的珍贵遗产，维护藏药“欧曲坐珠钦莫”炼制秘法的唯一性、权威性。

二是药品品牌优势。甘露藏药选用生长在世界屋脊海拔 4000 米以上，在世界屋脊特殊生态环境下的天然珍贵、稀有藏药材，具有高活性、高含量、无污染、药力充足的特性，涵盖了心脑血管、消化、风湿、皮肤等领域，并严格按照传统藏药生产工艺和 GMP 相关管理规定执行，配方正宗、用料地道、工艺精湛，符合人们追求健康、崇尚天然药物的时尚。

甘露集团是两项非物质文化遗产的传承和守护者，掌握藏医药核心技术“坐台”专利，是心脑血管、胃肠、肝胆、呼吸、风湿骨病等慢

病领域的临床首选藏药。是藏药质量和疗效的代表，是正宗藏药的生产者。

三是甘露品种优势。甘露藏药品种多、门类齐全，方便藏医联合、配伍处方用药。

四是企业发展优势。甘露集团作为西藏地区藏药龙头企业，经过多年经营方式的探索，特别是在内地建立甘露藏药专卖店等销售网点，进行产品、品牌推广，积累了比较丰富的经验，在医药行业有着广阔的发展前景，“甘露藏药”成为西藏藏药的领跑者。

甘露集团致力于在对产品进行优化的同时，优化销售渠道。在 OTC 市场（药店市场）方面，依托甘露藏药专卖店的品牌示范效应，在药店市场已有合作基础上，以藏药为药店利润销售增长点，大力撬动、拓展本区域市场的大连锁、小连锁等终端市场，并与业界有良好口碑、影响力的药房合作，保证货款安全，增加市场销量。

创新销售模式，多渠道、多模式实现销售增量。在医院渠道市场方面，积极寻求进入医保目录和基本药物目录的机会，加强学术推广有效提升服务效率。同时，以社区门诊集药发展、医药联盟为目标，从专业培训、产品、价格、渠道、动销等多层面入手，着力开发第三终端市场；加强第四终端市场（互联网销售）的管理，促进线上线下协调发展。

利用“甘露”优势，发挥最大效能。立足于藏医药整个产业链，集中精力发展藏医药及与藏医药相关联的上下游产业的开发，通过藏医药产业资源整合，把甘露集团打造成集产、学、研、临床为一体的现代化企业。

### ■ 让文化营销尽显内在魅力

当然，光有上述立竿见影的举措是不够的，还必须要“特色”。用俗话说就是：人无我有，人有我新，人新我特。记者在采访中看到，甘露集团的营销，有一个令人耳目一新的印象，那就是“特别营销”，把“特别的爱献给特别的你”。达娃次仁董事长介绍说，甘露集团特别营销的实施，首先在于有一个清晰的目标市场定位，比如将藏药的消费者之一定位于高档药品的消费群体，在推动市场普惠一般消费者的同时对他们“特别关注”。简言之，就是重点关注中高端家庭及其主要成员。分析表明，这个群体具备大部分相同的消费



● 甘露集团全景图

特征，习惯性把自身需求和高消费能力自然而然地结合起来。

在准确的市场定位下，甘露集团还开展了以“站在世界脊梁上的藏药文化”为主题的系列营销活动，以下镜头值得一看。为了清晰脉络，还是用“一、二、三”来表述吧——

一是开展“藏药进社区”活动。藏药企业在社区内进行藏药文化的展示会，展览出各种有关藏药的资料，如西藏文化的介绍，藏药炮制工艺的展示，各种藏药的图片及功能介绍，藏医学的渊源历史等，使消费者亲身领会藏药与藏文化的魅力，这样不仅可以扩大品牌影响力，而且还能够挖掘出最具可能的潜在购买者。

二是开展以“探索藏文化奥秘”为主题的西藏医疗旅游路线。早在 2006 年青藏铁路全线开通之时，举世瞩目的景观就为藏药企业的发展提供了一个市场洞开的历史机遇。正是在这个山欢水舞的氛围之中，甘露集团抓住这个契机，开通西藏医疗旅游路线，主打产品就是甘露藏药，宣传其能够为消费者医治疾患、防病健身的功效，旅游与药品的结合，让消费者在接触藏药的同时领略西藏的特色景点，在异域风情中体会几千年历史积淀下来的民族文化，从而深度挖掘产品的文化内涵，满足文化旅游需求，提升产品档次。

三是拍摄以“藏药文化”为主题的影视片，浓墨重彩地展现甘露藏药的形象气质，使人们在观赏中感受甘露藏药的神奇。通过这种直观的方式，将信息烙印在消费者的脑海中，引起共鸣，从而达到事半功倍的宣传效果，营造出一种藏文化所带来的极具地域色彩的体验。

记者在采访中获悉，随着“藏药文化”的潜移默化，很多在大医院求治无望的病人，纷纷将目光投向了青藏高原，一些疑难杂症竟然在藏医院奇迹般地得以治愈，这让藏医药的名声传遍了祖国的大江南北。特别是近年来，随着西藏旅游热的兴起，将藏药作为礼物送给朋友或同事，已经成为大城市人们的一种时尚。除了神奇的疗效，藏药以非物质文化遗产、国家专利、独一无二的经典品质，赢得了“药在西藏，药在甘露”的美誉。

甘露集团在文化营销上推出了与众不同

的“锦囊妙计”，那就是打好传媒宣传藏医药文化这张牌，显示出大手笔的操作——

与中央电视台《绿色空间》栏目组制作了关于甘露集团历史文化、企业、品牌、产品及人物的专题片；

与西藏卫视《西藏风情》栏目制作、播出了《千年“甘露”神奇藏药》专题片，并刻成光盘 10000 张投放市场，除用于专卖店播放之外，并给患者进行发放；

与山东卫视《养生》栏目制作并播出了《“甘露”藏药》专题片；

与中国教育电视台合作拍摄了纪录片《甘露藏药的传奇》，并在中国教育电视台 1 台、2 台多次播出；

在高端杂志《红旗》、《当代中国》、《亚洲新闻人物》、《中国商标年鉴》等全国性及行业性质的媒体投放企业宣传广告；

与西藏人民出版社联合出版了 10000 册内容厚重、印刷精美也是介绍藏医药文化不可多得的权威性图书——《甘露藏药·国之瑰宝药之瑰宝》；

在航空杂志投放企业品牌广告，覆盖中国国航、南方航空多条航线飞机；

每年上、下半年两次组织藏医药专家到全国各地开展巡诊活动，加深了内地患者对藏医药的了解和信赖；

由企业提供免费数百万万元的甘露藏药产品，开展“甘露藏药免费救治典型病例”公益活动，体现甘露集团关怀，提高影响力；

南京日报周末报社《世博会特刊》制作甘露藏药四个整版，专题投放世博会……

作为一种正能量，甘露集团企业文化具有强大而神奇的伟力。达娃次仁董事长表示，“我们面临的发展机遇、发展条件前所未有，同时也是风险与挑战并存。这些都迫切需要我们进一步坚定信心、提升干劲，时刻保持奋发有为的精神状态。”

记者在采访中得到的启示是：每个企业都应该找到最适合自己的核心竞争力，而藏药行业的核心竞争力就应该是神奇疗效与神秘文化的融合。在新生营销的变革时代，甘露集团紧紧抓住文化营销这一强大的竞争武器，打造出一条以藏文化为代表的民族文化与医药的特色经营道路。

实践证明，这是一条成功之路。

## 郑州市濮阳商会、郑州医美健康产业集团向郑州高新区捐赠防疫生活物资

■ 本报记者 李代广

10 月 16 日上午 10 点，举国关注、举世瞩目的中国共产党第二十次全国代表大会在北京人民大会堂隆重开幕。

当天上午，郑州市濮阳商会、郑州医美健康产业集团“医美集团生命绿洲”慈善基金，到郑州市高新区梧桐办事处、双桥办事处、沟赵办事处、石佛办事处等街道办事处，和高新区公安分局进行防疫物资和生活物资捐赠活动，以实际行动向党的二十大献了一份厚礼。

本次活动，郑州市濮阳商会、郑州医美健康产业集团共捐赠“泉水儿 500 箱、方便面 500 箱、面包 400 箱、医用口罩儿是 60000 支，极大缓解了高新区部分办事处的防疫压力，给一线防疫人员和值班公安干警送去了温暖。

中国光彩事业促进会理事、全国工商联扶贫委员会委员、郑州慈善总会副会长、郑州市濮阳商会名誉会长、郑州医美健康产业集团党委书记、监事会主席、创始人邢永杰，郑州市濮阳商会会长、郑州医美健康产业集团董事局主席邢鸿飞，郑州高新区党群工作部部长刘新杰，郑州高新区党群工作部统战办主任郭彦

斌，高新区梧桐办事处党工委书记张艳茹、主任赵庚阳，高新区双桥办事处党工委书记程佳栋、主任方鼎，石佛办事处书记赵明远、主任郭立安，高新区公安分局副局长武新业，高新区沟赵办事处副书记刘守强等出席捐赠活动。

捐赠活动，得到了商会部分副会长企业家的支持，郑州市濮阳商会副会长、上海广联环境岩土工程股份有限公司中原区域经理刘国友为这次活动捐赠现金 2000 元，副会长、大华建设项目管理有限公司河南分公司总经理宋培飞和副会长、河南宏展财务咨询有限公司董事长宋蒙文分别捐赠现金 1000 元，用于购买物资。



## 嘉德谷金总经理刘德彬：平面图像处理将迎来大发展

随着生活水平的提高，人们对于图像美感的要求也越来越高。平面图像处理技术将有助于提升图像的美感和冲击力，是迎合时代需要的一项关键技术，将在未来有着无限光明的发展前景。

北京嘉德谷金文化创意有限公司是国内知名的平面广告制作公司，掌握着业界先进的平面图像处理技术，能够承担多领域的平面图像处理工作。公司拥有国际化的制作团队和行业顶尖的专业技术人员，以“优客户之选，强品牌之巅”为准则，致力于为全体客户提供最合意、完整、完美的作品。在总经理刘德彬先生的带领下，北京嘉德谷金文化创意有限公司不断追求卓越，提升自主创新能力，为京东、vivo、联想、蒙牛、康师傅、可口可乐等国内外知名品牌提供高质量平面图像处理服务，行业涉及汽车、运动服饰、银行、手机、食品等多个领域，在国内平面图像处理市场中树立了强大的品牌影响力，赢得广大客户的信任 and 好评。

近些年受到疫情的不利影响，很多行业都受到了不同程度的冲击和重组，对此刘德彬先生表示：“虽然人们长期笼罩在疫情的阴影下，但平面图像处理领域的需求有增无减，也许是疫情的困扰让人们更需要视觉上的刺激和冲击，各大企业对于图像质感提升的要求也越来越高了。”

为了迎合客户越来越高的要求，刘德彬先生领导北京嘉德谷金文化创意有限公司核心技术团队进行了总结分析，突出客户的需求共性及实现途径，更利用他担任中国广告协会学术委员会委员的广阔人脉，为公司争取了更多专业资源，把握主流平面图像处理方向和前沿技术，为北京嘉德谷金文化创意有限公司的不断成长发挥了重要领导才能。

平面图像处理技术是一门包罗万象的行业，不仅需要过硬的软件处理技术，还需要必备的艺术天赋，从而引起观者共鸣，是对原图不完美之处的重要完善

手段。刘德彬先生认为，既然平面图像处理技术是对原图的修复和改良，就应该秉承精益求精，追求完美的职业操守，才能达到业界领先的高度。这也是刘德彬先生对北京嘉德谷金文化创意有限公司技术团队及制作团队提出的重要准则，亦是刘德彬先生对待事业严肃认真、尽职尽责的体现。

在刘德彬先生的带领下，北京嘉德谷金文化创意有限公司的平面图像处理口碑一直在业界遥遥领先，也因此赢得了更加广阔的客户群体，市场规模不断扩大。由于大众对平面图像质量的要求越来越高，刘德彬先生和他的公司将会在未来不断迎接新的挑战。凭借刘德彬先生的杰出才能，未来他个人的发展以及北京嘉德谷金文化创意有限公司的发展将具有无限潜力，平面图像处理领域也将为拥有刘德彬先生这样出众的人才而受到更多关注。

（李天鹏）