

企業家日報

国内统一连续出版物号:CN 51-0098
邮发代号:61-85
值班副总编辑:肖方林
全年定价:450 元 零售价:2.00 元

做中国企业的思想者



赵章光：“双百”梦想续写章光 101 品牌传奇

■ 赵敏

在北京这座繁华都市的一隅,矗立着一座办公楼。楼下,是一棵棵绿意盎然的红豆杉,恰似商界常青树赵章光那波澜壮阔的人生,历经岁月的洗礼而愈发显得珍贵。

现年 82 岁的赵章光拥有“双百”梦想:把“章光 101”打造成为“百年品牌”;让中国人都健康长寿,拥有“百岁人生”。

“我要让中国人活到 100 岁,而且是有质量的百岁人生。”赵章光的话语中带着医者的仁心与企业家的魄力。他手中的密钥,正是这种穿越 250 万年时光的古老植物——红豆杉。在他看来,红豆杉不仅是药材,更是生态文明的象征——它见证过冰川时代的变迁,也必将见证人类的健康繁衍。

步入 2025 年,这位老者的日程依然排得满满当当,每一个瞬间都似乎被工作和责任所占据。即便如此,他依然愿意抽出宝贵的时间,与笔者分享他的商海阅历与品牌理念。

科技创新: 多方携手,科技领航新征程

“我希望有一天,红豆杉不仅是中国的骄傲,更是全人类的健康福祉。”采访中,章光 101 品牌创始人、北京章光 101 控股集团董事长、北京市 101 毛发研究院院长赵章光那夹杂浓厚方言的话语平实中充满力量,那是一种来自故土的烙印。在谈及“章光 101”事业时,他的眼神中闪烁着异样的光芒,那是一种对事业的热爱与执着,是对人类生命健康梦想的坚守与追求。

赵章光坦言,“百年品牌”需以创新为魂,“百岁人生”则需以健康为本。自从发明第一代育发产品后,他就为章光 101 植入了自主研发、不断创新的基因。章光 101 研发中心是北京市科委认定的企业研发中心,下设理化实验室、精密仪器室、微生物实验室、产品研发实验室、毛囊细胞实验室。其中,毛囊实验室成功摸索出一套用毛囊细胞评价功效原料和产品的方法,相关论文在国内的核心期刊发表。

“章光 101”作为日化行业的知名企业参与了多部国家和行业标准的制定,在此基础上积极参加多部团体标准的编写工作。企业拥有有效商标 154 件,发明专利 16 件,外观设计专利 19 件,软件著作权 7 件。自主知识产权成为章光 101 持续发展、走向全球的主要动力之一。

此外,赵章光带领科研团队耗时 10 年,创造性地将中医“闻香疗法”与现代缓释技术结合,研发出红豆杉枕等系列产品,通过呼吸道吸收有效成分,实现“枕上养生”。

“以优质产品,改变国际社会对中国中医药文化的看法,提升其国际竞争地位,成为中国中医药文化的代表。”赵章光对科技创新执着追求,积极寻求合作,整合各方资源,实现优势互补,共同推动行业进步。

2025 年 1 月 6 日,北京工商大学阜成路校区内,章光 101 集团与北京工商大学合作共建的毛发生命科学联合实验室启动揭牌仪式。仪式现场,赵章光的发言铿锵有力。他指出,章光 101 集团自成立以来始终将科技创新作为核心,特别是对红豆杉这一具有中国特色的草本植物的研究与探索投入了大量精力,并坚信只有不断追求科研创新,才能保持竞争优势。

章光 101 在研发方面注重产学研合作,先后与北京空军总医院等权威医院共同对育发类产品的机理、效果评价、脱发人群体质测评等开展合作,并与北京工商大学、温州医科大学达成战略合作,推进中医药产业的现代化和国际化。并在浙江乐清成立了北京 101 毛发研究院中药研发基地。此外,章光 101 深化红豆杉综合利用,拓展抗癌药物研发、生态旅游等产业链,与中日红豆杉研究协会等机构合作,不断提升自身的研发实力和创新能力。

品牌图腾: 五秩风华,品牌焕新耀时代

“顾客的满意,是我们最大的动力。章光 101 的使命,就是愿普天之下人人都拥有一

头健康靓丽的秀发。”赵章光以解决消费者毛发健康问题为核心,从产品研发到品牌塑造,每一步都精准踩在 market 需求的脉搏上。

回溯 2024 年,这一年对于章光 101 集团而言,意义非凡。4 月,集团在浙江乐清隆重举办了品牌焕新·战略升级发布会,这场盛会犹如一颗璀璨的明珠,在行业的天空中绽放出耀眼的光芒。

品牌 50 周年,是章光 101 集团发展历程中的一个重要里程碑。在“品牌焕新·战略升级发布会”上,赵章光感慨万千,他的声音中饱含着对过去 50 年奋斗历程的回忆与对未来的憧憬:“站在品牌 50 周年的重要节点上,我们将以此为新的起点,通过品牌的全新升级,开启未来集团发展的新征程。”

此次品牌升级,是章光 101 集团对市场趋势的精准把握,也是对消费者需求的积极回应。集团将品牌定位为“毛发生命管理,专注毛发生命科学 50 年”,这一定位不仅彰显了章光 101 集团在毛发健康领域的深厚底蕴与专业实力,更体现了其对未来发展的清晰规划与坚定决心。围绕全新的品牌定位,集团全新升级了品牌 LOGO,打造了专属的识别符号,推出了更时尚的品牌主色彩生命绿和辅助色彩,从全局上重新思考产品内容与用户生态之间的关系,致力于为消费者提供更优质的产品和服务。

在产品研发方面,集团将加大投入,不断推出适应市场需求的多元化产品。基于多年来对脱发患者需求的洞察,章光 101 发现“根源防脱更显年轻”已成为大家最迫切的需求。通过多年厚积薄发的研发,在斑秃领域的重磅之作——章光 101 参养源液全面问世。这款新品经过毛发研究院和技术部多年精心研究开发和临床试用观察,效果喜人。

在营销服务方面,集团将推进新模式的品牌传播,通过建立与消费群体价值观的共鸣点,将 101 的产品和服务转化为对高品质生活的鲜明表达,回应广大消费群体的品质生活追求。同时,集团还将在质量管控、数字营销等维度进行管理升级,持续为市场提供高质量产品,为伙伴们提供市场解决方案,助力伙伴们开拓市场。

赵章光强调,“章光 101 不仅是一个品牌,更是一种文化的传承与弘扬。我们要将中医药文化与现代科技相结合,让更多的人了解和受益于章光 101 的产品和服务。”

创业萌芽: 赤脚医生,梦想种子植乡土

赵章光的人生轨迹交织着奋斗的汗水与成功的荣耀,书写着从乡村赤脚医生到商业巨擘的传奇历程。1943 年,赵章光出生于浙江乐清的一个农村家庭。彼时的中国,乡村医疗条件极为匮乏。赵章光的父亲是村里略懂医术的郎中,在父亲的启蒙下,他对中草药产生了浓厚的兴趣。中学尚未念完,赵章光便辍学回家务农,但他那颗渴望知识、追求医学的心从未停止驿动。

1965 年,22 岁的赵章光迎来了人生的一个重要转折点。大队安排他到县里参加赤脚医生培训班,自此,他成为一名半农半医的赤脚医生。赵章光凭借着对医学的热爱和刻苦钻研的精神,很快掌握了一些常见病症的治疗方法,尤其是在皮肤病治疗方面,他表现出了非凡的天赋。

一次偶然的经历,彻底改变了他的人生轨迹。1974 年的一天,一位 18 岁的温州姑娘陈汉英在父母的陪同下,走进了赵章光的乡村诊所。当姑娘缓缓摘下帽子,赵章光看到的是一个光秃秃的头顶。看着姑娘绝望的眼神和她父母期盼的目光,赵章光心中涌起一股强烈的责任感。尽管他知道自己主要治疗皮肤病,对脱发领域了解甚少,但他还是决定尝试一下。

从那一刻起,赵章光踏上了治疗脱发的艰难征程。他翻遍了家里所有的药书,开始尝试各种草药的组合。何首乌、人参、当归、黄芪、辣椒、生姜等,这些草药被他制成药涂到头上做实验。他不仅在自己身上试药,还在家人和一些愿意尝试的脱发病人身上进行临床试验。

这一试,就是漫长的 6 年。在这 6 年里,



赵章光经历了无数次的失败和挫折。终于,经过上百次的试验,赵章光在试验到第 101 个处方后,终于研制出了药效稳定且没有明显副作用的“101 生发酊”。他用这个药方为陈汉英治疗,姑娘的头上逐渐长出了头发,重获新生。

事业晋级: 砥砺前行,直面挫折勇前行

“101 生发酊”的研制成功,让赵章光看到了希望的曙光。然而,他没想到,这仅仅是他人挑战的开始。

为了生计,也为了让更多的人了解和使用“101 生发酊”,他像个“江湖游医”,四处摆摊推销自己的产品。尽管当时的社会环境并不允许个体经商,但赵章光跟身边很多温州同乡一样,天生就有生意头脑和眼光。他坚信,只要自己坚持下去,就一定能够找到出路。

到了 20 世纪 80 年代,改革开放的春风吹遍了中华大地,也给赵章光带来了新的机遇。他回到温州,重新开起了门诊部。后来,《浙江工人报》刊发了记者的采访报道《治疗脱发有妙方》,文中提到——近 10 年来,赵章光医好的脱发病人有 700 余名。文章一经登出,赵章光轰动全省。门诊部来的病人更多了,各地脱发患者更是来信求医,其间有一天就收到 157 封信。

然而,好景不长。由于他没有行医资格证,多次被人举报。在那个年代,行医资格证是行医的必要条件,没有它,就无法光明正大地开展医疗服务。赵章光陷入了困境,他的事业再次面临危机。

但赵章光并没有因此而退缩。他深知,自己的产品是有价值的,他要为它争取合法的身份。就在他四处奔波,寻求解决办法的时候,郑州向他抛出了橄榄枝。1985 年 5 月,郑州管城区卫生局专门成立了“向阳脱发专科医院”,邀请赵章光担任院长。这对赵章光来说,无疑是难得的机会。他毫不犹豫地接受了邀请,带着自己的梦想和“101 生发酊”来到了郑州。

在郑州,赵章光迎来了事业的转机。

1986 年 11 月,“101”科技成果鉴定会在郑州举行。经过当时国内最权威的 17 位皮肤科专家鉴定,赵章光的“101 生发酊”效果显著,终于得到认可。1987 年 3 月,郑州毛发再生精厂创办,“101 生发酊”也正式改名为“章光 101”,赵章光终于赚到了人生第一桶金。

商业智慧: 品牌崛起,声名在外见峥嵘

“以德为魂,诚信赢天下。”在企业经营中,赵章光展现了“老实”的智慧,拒绝投机取巧,专注于产品研发和技术创新,使章光 101 成为毛发健康领域的佼佼者。

郑州的成功,让赵章光的名声越来越大。他的故事被媒体广泛报道,引起了北京市民政局的注意。北京,作为中国的首都,拥有着广阔的市场和无限的机遇。北京市民政局局长看到报道后,派人三次与赵章光接洽,希望他能到北京发展。前两次,民政局提出购买配方,但赵章光拒绝了。他说,“‘101’就是我的孩子,我不能卖孩子。”他希望能把“101”带到全国,让更多的人受益。

第三次,民政局不再买配方,而是提议双方合作建厂。赵章光看到了北京的潜力和诚意,决定与北京市民政局合作。1987 年 4 月 17 日,全民所有制福利企业——北京毛发再生精厂在北京正式成立,赵章光担任技术厂长。

来到北京后,赵章光的事业迎来了飞速发展。1988 年,“101”使得毛发再生精厂成为北京市民政局系统的创利、创汇大户。仅 1988 第一季度,就创利 736 万元,出口“101”20 万瓶,创汇 200 万美元。

1987 年到 1993 年,在国家科委的推荐下,赵章光带着他发明的“101”6 次参加世界博览会,共获得了 11 项国际大奖。他的产品以无可辩驳的效果征服了世界,101 自此风靡全球。

1988 年,赵章光带着“101”参加了在日内瓦举行的第 16 届国际发明与新技术展览会,面临着诸多挑战。参赛经验不足、语言环境陌生、论证报告不占优势,而且西方人对

中国的中草药存在疑虑。但他没有退缩,他想起了茅台捧酒参加国际评选的故事,于是灵机一动,带着翻译找到组委会和评委会,要求与各国产品进行公开的“PK”。他自信地说:“我们的 101 可以和任何国家的生发水较量,看谁的产品更有效!”他决定将自己带来参展的 300 瓶 101,免费为欧洲的脱发者治疗,并恳求领用者使用后如有明显效果就为 101 作证。一周后,领用者陆续找到了评委会,向其说明使用 101 后的明显效果。如此充满东方色彩的方法,引来大量脱发者的参与,神奇的效果也让众多参会者为 101 投了一票。赵章光以 5000 票的绝对优势获得了该届展览会的最高奖——奥斯卡发明奖,从而成为获得该奖的东方第一人。

后来,英国的达官显贵、日本的游客,都成为“章光 101”的消费者。那时甚至有说法称,日本人到中国来第一是游长城,第二是吃烤鸭,第三就是来买“章光 101”。

市场拓展: 管理规范,连锁经营展风采

赵章光的“老实”还体现在他对产品质量的极致追求和对患者的真诚关怀。然而,随着章光 101 的火爆,问题也接踵而至。假货泛滥、管理跟不上、渠道失控等问题逐渐显现。1994 年,“章光 101”的销量出现断崖式下滑。最惨的一个月,销售业绩仅为兴旺时期的 1/30。当时,郑州、北京、乐清三家工厂各自为政,甚至恶性竞争。

经过深思熟虑,赵章光决定成立总公司,实现品牌、管理、销售的统一。他亲自参与公司的管理和运营,制定了一系列严格的管理制度,加强对产品质量的把控,打击假货。同时,他还积极拓展市场,加强品牌宣传,提升品牌知名度和美誉度。

1995 年,赵章光提出了“大面积铺点,小规模经营”的连锁经营模式。他先在广州、杭州进行试点,随后在全国范围内推广。这一模式的转变,使得“101”的销售由原先的商场销售改变为专卖店连锁经营,更加贴近消费者,能够为消费者提供更专业、更贴心的服务。这一模式一直沿用至今,成为章光 101 的重要经营模式。

2000 年后,育发市场出现一波大调整,市场环境发生了巨大变化。赵章光敏锐地察觉到,不能再单纯依靠门店扩张的模式,而是要深耕市场,提升产品质量和服务水平。他开始加大在研发方面的投入,引进先进的生产设备和技术,加强与科研机构的合作,不断提升章光 101 的科技含量和竞争力。

2008 年,101 集团完成公司股份制改造,“北京章光 101 科技发展有限公司”正式更名为“北京章光 101 科技股份有限公司”。这一举措标志着章光 101 向现代化企业迈进了重要一步。完成股权改造的章光 101,加快了新的改革步伐,提升质量成为改革的首要目标。

在产品质量把控方面,章光 101 建立并不断完善 ISO9000 质量管理体系,将“质量赢得用户,创新引领市场,创一流企业,铸百年品牌”作为公司质量方针。在研发方面,章光 101 作为高新技术企业,每年将营收的 4%投入研发中,充分利用现代制剂技术和先进检测设备,研发新产品确保产品安全、有效、质量可控,全面提升章光 101 产品的质量和效果。

2019 年,章光 101 投资 2000 多万元,在浙江乐清建立 10000 多平方米的章光 101 科技大楼。自动化生产线、先进的质量管理体系,标志着章光 101 的科技化升级进入新阶段。

二次创业: 踏足新征程,60 岁结缘红豆杉

在章光 101 取得巨大成功后,赵章光并没有满足于现状。当无数脱发患者重拾自信时,这位业界“拓荒者”却将目光投向更深邃的生命命题——失眠,这一现代文明的隐形杀手。在长期的脱发与失眠课题研究,赵章光发现,过度脱发、斑秃治愈后复发等都与失眠有着密切的联系。于是,60 岁时,已在人生巅峰的赵章光选择再次创业。 [下转 P2]