

广西金嗓子集团董事长江佩珍： 让金嗓子造福全人类

当你嗓子不舒服的时候，身边就会有朋友说：“去买一盒‘金嗓子’喉宝吧！”正是这样小小一盒药品，却已经连续20多年在国内同类产品中市场占有率第一，并出口美国、加拿大、欧盟、俄罗斯、澳大利亚以及东南亚等四十多个国家和地区。而这一切背后，也记录了广西金嗓子集团董事长江佩珍，从糖果厂女学徒成长为创业女杰的故事。

从糖果厂到制药厂

1959年9月，刚满13岁的江佩珍进了柳州市糖果二厂当学徒，开始了她的包糖工生涯。江佩珍从生产标兵到组长、青年班长、车间主任，一步一个脚印，18岁即当选为全面工作的副厂长。1979年2月，33岁的江佩珍正式被任命为厂长。

在十一届三中全会的春风吹拂下，江佩珍带领技术人员到法国、德国、意大利、日本学习先进技术，引进先进的生产线。糖果二厂造出了中国第一颗果酱夹心糖、中国第一块花生巧克力，攻克了世界糖果业的最高技术品种——酒心巧克力。1988年，糖果二厂产量近2万吨，产值9700多万元，税利超千万元，各项经济指标名列全国同行业第一，如愿以偿地成为“中国第一”。

然而到了1992年，铺天盖地的冒牌货、不断上涨的原料价格，媒体也开始宣传“多吃糖不利健康”的知识，令柳州糖果二厂销售额急降。1993年1月7日，时任国务院副总理的朱镕基到柳州视察。在企业座谈会上，江佩珍向朱镕基汇报了企业的发展状况。朱镕基当即指点江佩珍：搞高科技产品是一条路。

当年7月，冒着39℃的高温，江佩珍一行5人来到上海华东师大。她的热忱、执着、虚心请教感动了王耀发教授，王教授把自己钟爱的一个运用生物工程方法治疗慢性咽喉炎的配方拿出来，用它改造糖果二厂的润喉糖，江佩珍给这一产品起名“金嗓子喉宝”。

上马新项目，江佩珍做出惊人之举：把糖果厂所有的锅台、用具全部打烂，送到废铁回收站。“不破釜沉舟，大家就看不到决心。”当时糖果厂资金缺口达700多万，江佩珍20天里连跑28家银行机构，但都被拒绝。绝望时，江佩珍拿出所有积



蓄，并号召大家集资。1个月后，工厂集资达780万。

功夫不负有心人。1994年，金嗓子一举售出6000万。1996年，金嗓子在全国遍地开花，营收突破1个亿，市场占有率在咽喉类产品中跃居第一。

让员工真正当家做主

担任厂领导50多年来，江佩珍非常注重调动职工的积极性。

早在糖果二厂期间，江佩珍就打破了“大锅饭”的分配制度，把员工工资、奖金与生产挂钩，工人的积极性大增，产量直线上升。

转型生产金嗓子喉宝之后，企业重新开始盈利。江佩珍看到企业存在分配问

题：虽然是员工集资，但分配并不透明，也没有法律保障。

于是，她向政府申请将企业从国企转变成合作制民营企业。两年后，政府终于答应把公司65%的资产卖给员工，但需要员工支付2000多万元现金。有工人不愿意，但江佩珍相信改制可以彻底解决分配问题，鼓励员工买下来。

这一改变让企业有了生机，让工人真正当家做主。如今，金嗓子集团已发展成为以特色中成药为主，以健康食品、保健酒为辅的集团公司，跻身全国中成药企业50强，更是于2015年7月15日在香港联交所上市，市值一度突破60亿。

产品多元化助力金嗓子走向世界

继成功开发金嗓子喉宝以后，企业又与上海华东师大生物系、复旦大学生命科学院等高校合作，研制生产了“金银三七胶囊”、“银杏叶片”、“宁心宝胶囊”等高科技新药。还针对特殊人群，研制生产无蔗糖型金嗓子喉宝、金嗓子肠宝等高科技产品。这一系列高科技产品的开发成功，培育了新的经济增长点，为企业持续发展奠定了坚实基础。

在开拓国际市场方面，金嗓子用工匠精神按照最严格的标准生产最好的产品，如今，金嗓子已经成功进入了全球五大市场，出口43个国家和地区，在欧盟、美国及南美、秘鲁、墨西哥、中东、东南亚、俄罗斯取得了进口注册。

2019年8月7日—9日，“第十三届中国品牌节”在京举行，金嗓子荣获品牌大奖。江佩珍在颁奖现场表示，以“做百年企业，树百年品牌”为愿景，用过硬的技术、过硬的口碑，让金嗓子造福全人类。

本报记者 陶冶

中国康养文旅产业博览会11月开幕

日前，记者从“第二届中国康养文旅产业博览会”新闻发布会现场获悉，第二届“中国康养文旅产业博览会”将于11月7日—10日在全国农业展览馆举办。

据悉，博览会将设立六大展区，分别为文旅城市+产业展览展示专区，集中展示国内外文旅IP等文旅资源；大健康产业展览展示专区，重点展示康养旅居项目等领域的产品、服务、创新进展及发展成果；康养旅居项目展览展示专区，集中展示云南、海南等地独特的旅游景观、气候资源优势等；国际康养、旅居项目展览展示专区，将邀请30余个国家和地区的100余个康养、旅居项目参展；康养文旅产业投融资展区，拟邀请世界旅游城市联合会投资分会等机构，致力搭建展示+投融资平台；文旅嘉年华展区，将邀请各国驻华使领馆、贸易商会等机构参与。

此外，博览会将设立康养文旅产业嘉年华活动专区，组织康养大讲堂、冰雪产业嘉年华、文旅消费周等系列主题活动。

本报记者 余源

康贝佳口腔5周年感恩答谢



8月，北京知名口腔机构康贝佳口腔迎来5周年庆典，据了解，康贝佳口腔五年累计接诊患者近10万人次，因为信任来到康贝佳看牙的名人数不胜数，老科学家、老艺术家、主持名嘴、明星演员等不一而足，累计完成了数万颗种植牙手术案例，是北京种植牙数量较多、成功率较高、群众口碑较好的口腔医疗领军品牌。

康贝佳口腔李振芳院长介绍，北京康贝佳口腔一贯以技术为核心，在种植技术上精研深艺，一直走在行业的前沿。仿人体颌骨制作面弓颌架，进行力学设计+仿咀嚼轨迹，制作耐磨牙冠形态+仿原牙金三角咬合结构，设计种植点位，形成强大牢固咬合力，种得牢用得久，是广大缺失牙患者的一种极佳选择。

8月1日起至8月31日，康贝佳口腔举行全城感恩回馈活动，院庆期间双院长领衔的硕博专家团轮流亲诊，种牙矫正美牙三大项目共100项优惠，从医疗费用角度来说，无疑是缺失牙患者种牙的大好时机。

李冰

缤纷美食助力“发现世园之美摄影大赛”

2019年7月31日上午，由交通银行北京市分行独家冠名、北京晚报主办的“春秋三十载 悠悠交行情——发现世园之美摄影大赛”第一场——园艺清新之旅在北京世园会成功举办。近百位摄影爱好者齐聚一堂，切磋技艺，谈笑风生，共同领略光影之美。

本次活动期间，由伊利、王老吉、原麦山丘、旺旺、宏福等企业提供的精美食品也助力了本次大赛。

伊利安慕希希腊风味酸奶

安慕希拥有独特的希腊风味，其浓郁的口感和更多的蛋白质营养，受到人们的喜爱。如今安慕希的到来，旨在为人们带来更多营养与浓醇享受。伊利相信，所有的生命都需要被滋养，才能向这个世界展示多姿多彩的活力。

王老吉凉茶

近年来，针对年轻消费者王老吉推出了新品茉莉凉茶，其天然草本清香中透出淡雅的茉莉花香沁人心脾恰到好处。王老吉推出的刺柠吉复合果汁，将“维C之王”刺梨和柠檬进行完美结合，使维生素C含量进一步提高，符合年轻消费者对健康美丽和青春时尚的追求，引领消费潮流，创造新的消费需求。

原麦山丘面包

成立于2013年的原麦山丘，相信食物最好的味道是其原本的味道，面包食材坚持从世界各地甄选超过100种高品质原材料，为了健康和口感，绝不添加防腐剂、香精、色素，保证食材原味的100%还原。

旺旺大礼包

旺旺集团曾连续5年获得象征中国食品行业最高荣誉奖项之一的“中国食品健康七星奖”，以及“消费者点赞示范品牌奖”、“数字化推动中国食品工业转型示范企业”等荣誉。此外，旺旺还获得了北京世园会授予“中国北京2019世界园艺博览会项目赞助商”的荣誉。

宏福柿

北京宏福国际农业科技有限公司引进荷兰先进的现代温室建造技术及智能化生产设备，“宏福柿”销售覆盖北京、上海、深圳、广州、武汉等全国各大城市高端超市，合作伙伴包括家乐福超市、麦德龙超市、华联超市、永辉超市、永旺超市、世纪联华超市、大润发超市等，产品受到广大消费者的青睐。

本报记者 陶冶

聚焦2019中酒展 酱香酒市场有望冲击2000亿

2019年8月8日，第三届中国高端酒展览会(以下简称“中酒展”)在济南国际会展中心隆重开幕，活动展出面积达到20000平方米，创造了中酒展展出面积的新高。而展商和品牌数量也是中酒展历史上首次规模超过200家。据统计，本届中酒展期间，包括论坛、品鉴会、大师班、发布会等在内的活动超过了30场次，吸引

了大批专业及普通观众参加。中国副食流通协会副会长张欣表示：“随着中酒展的成功开幕，中酒展已经成为行业不可忽视的一股力量；是中国酒业厂商之间交流和对接的一个巨大平台；更是中国酒业发展趋势研判和解读的重要场合。”

据悉，此次中酒展中有35%的酱酒企业参展，近60种酱香型酒占比超过三分之

一，表现出以茅台为首的酱香型白酒出现了高速发展的态势，达到了白酒行业平均速度的两到三倍以上。业内专家表示：现酱香酒规模市场已经在2018年达到了1200亿左右，今年预计酱酒市场体量能做到1300-1400亿左右，而未来将有望冲击到2000亿。

高洋