

一家始于1582年的中华老字号，如何穿越443年时空，在新时代焕发勃勃生机？从明朝河北定州的“八宝眼药”，到如今市值百亿元的健康产业集团，马应龙完成了一场从眼药起家到深耕“肛肠健康”再到“全周期健康生态”的华丽蝶变。

“十四五”期间，这家扎根武汉的知名企业以“肛周微生态”理论创新与研发技术突破引领行业变革，以数字化转型驱动智能制造升级，构建起肛肠健康、眼美康、皮肤健康三大产线协同发展的新格局。

站在“十五五”起点，这家扎根武汉的老字号，正以守正为根、创新为翼，不仅重塑自身边界，更积极参与构建城市生命健康产业新格局，书写着传统中医药现代化的当代答卷。



马应龙南湖园区俯瞰图。



马应龙八宝古方。



马应龙肛肠诊疗中心。



马应龙江汉路地铁站健康厕所。



马应龙健康研究所。



马应龙智能工厂。

## 龙马精神熔铸老字号精神底色

一个品牌传承443年，已是商界少有的经营传奇。马应龙更穿越周期，不断经营壮大，保持基业长青。当我们深入探寻，才发现原来其在时代变迁中始终屹立的奥秘正蕴藏于“马应龙”三个字之中。

明朝万历年间，河北定州春秋风沙肆虐，眼疾盛行。为解民之苦，马应龙创始人潜心研习典籍，取麝香、牛黄、琥珀、珍珠、冰片、炉甘石、硼砂、硃砂八味名贵药材，反复炮制试验，创制出“八宝眼药”，免费施与患者。这份融合了回药“香药”入药思路、蒙药“金石之方”特色与中医“寒凉派”理论的独特配伍，历经民间多年验证，终成一方，人称“定州眼药”。不久后，其后人马应龙正式挂牌“马应龙定州眼药”，开店经营。这，便是马应龙故事的初章。

400余年沧海桑田，马应龙品牌经历北上创业，在京城打响名号；南下拓展，在武汉构建起初具规模的供应网络；20世纪80年代以来，马应龙人又在八宝古方配伍的基础上，结合消费者的使用反馈，陆续研制推出马应龙麝香痔疮膏、麝香痔疮栓、龙珠软膏和马应龙八宝眼霜等深受用户好评的产品。

支撑马应龙穿越400余年岁月的，不仅是“八宝古方”，更是融入血脉的“真勤”文化。从最初的“以真夺人，以勤治店”祖训，到升华为“以真修心，以勤修为”的企业经营哲学，马应龙将马的脚踏实地与龙的志存高远合二为一，在经营实践中形成了独特的“龙马精神”。

“龙”寓示着远大的理想，“马”象征着脚踏实地，“龙马精神”则是龙的精神与马的品质相呼应，自强不息与顺势而为相结合，追求“天地人合一”的和谐。在马应龙的经营实践中，客户是天，股东是地，人代表员工，龙马精神的经营理念便是通过产品经营，让客户、股东、员工实现协调发展。

如今，融合马应龙人文精神的三维三力价值创造系统荣获第二十二届国家级企业管理现代化创新成果一等奖，“马应龙眼药制作技艺”被认定为国家级非物质文化遗产。龙马精神的传承熔铸了老字号自强与务实的底色，文化的根脉深扎，为日后所有看似“跳跃”的产业演变，提供了最稳定的价值锚点和源源不断的创新底气。

## 聚焦经营催生肛肠健康专业品牌

历史总是充满戏剧性的转折。马应龙档案室里珍藏着20世纪80年代收到一位华北农民的特殊来信，信纸已粘连泛黄，字迹模糊。他在缺医少药的农村，痔疮发作痛苦难忍，情急之下将手边的马应龙八宝眼膏涂抹于患处，没想到效果奇佳。欣喜之余，他工工整整写了两封感谢信，一封寄给工厂，一封寄给主管部门。

“当时大家很惊喜，”一位老员工回忆道，“‘十人九痔’，眼前仿佛一下子打开了一个全新的广阔市场。”马应龙没有忽视这封来自基层的“用户反馈”。研发团队立刻在八宝古方基础上着手改良，历时一两年，于1983年成功研制出“马应龙麝香痔疮膏”。用户一次无奈的“错位”自救，竟成为企业战略转型的历史性契机。

1995年，马应龙完成股份制改造，全面恢复

“马应龙”商号，并正式提出品牌经营战略。在当时的市场格局下，马应龙审时度势，主动选择将资源聚焦于已显现市场潜力的肛肠治痔领域，实施聚焦经营。这一决策，让马应龙从一家眼药企业，彻底转型为肛肠健康领域的专业品牌。

为了在细分领域建立更深厚的竞争壁垒，马应龙开始构建完善的肛肠健康产业生态链。2000年，开设马应龙大药房；2004年成功上市；2008年，正式介入肛肠诊疗领域，开办马应龙肛肠医院。截至目前，已在全国共建超100家“马应龙肛肠诊疗中心”，覆盖武汉、北京、西安、大同等重点城市及县域市场。

通过医药互动，马应龙形成了从药品研发制造到零售服务，再到专科诊疗的闭环生态，不仅增强了用户黏性，也促进了产品的临床反馈与迭代。

在品牌沟通上，马应龙更是大胆“出奇”，以幽

默化解尴尬。2010年前后，公司联手叫兽易小星团队，制作了30余部创意视频，用轻松诙谐的方式讲述肛肠健康话题，让“难言之隐”变得可以公开讨论，成功吸引了年轻消费群体的关注，塑造了“国药网红”的年轻形象。

社交媒体上，相关话题屡登热搜，相关视频播放量累计破亿。一位武汉白领在评论区写道：“以前疼得坐立不安也不敢说，现在知道这是常见病，及时用药和调整习惯就能好。”这种“守正出奇”的营销思路，打破了传统药企严肃刻板形象，让老字号焕发新活力。

凭借在肛肠领域40余年的深耕，马应龙治痔膏药获评工信部“制造业单项冠军产品”，品牌价值连续22年上榜“中国500最具价值品牌”，2025年达637.56亿元。

## 转型升级谋划全周期健康版图

2012年至2015年，马应龙携手中华中医药学会肛肠分会，开展了一项新中国成立以来最大规模的肛肠疾病流行病学调查。调研覆盖全国31个省市、近7万样本，结果触目惊心：中国成人肛肠疾病患病率高达50.1%，相当于每两人中就有一人受扰，但就诊率仅为28%，认知率不足一半。发病率高、就诊率低、认知率低，“一高两低”现状，清晰地揭示了这是一个需求巨大但服务严重不足的“蓝海市场”。基于这份沉甸甸的流调报告，马应龙于2015年正式启动战略升级，从“肛肠药品制造商”转向“健康方案提供商”。

“十四五”期间，随着“健康中国”战略深入推进，国民健康观念从“以治病为中心”向“以人民健康为中心”转变，未病先防、追求全生命周期健康成为主流。马应龙敏锐地捕捉到这一时代脉搏，迎来了从“聚焦纵深”到“全景升维”的关键一跃。

以战略为引领，以市场为导向，强化统筹运营，优化资源配置，围绕肛肠健康领域做精、做深、做透，形成覆盖预防、保健、诊断、治疗、康复全生命周期的解决方案，同时横向拓展布局，加快构建肛肠健康、眼美康、皮肤健康三大产线。

在肛肠健康领域，马应龙以临床需求为导向，在持续巩固治痔药品优势的同时，将研发视线两头延伸：往前，布局以湿厕纸、益生菌、新兴坐浴设备为代表的预防保健品类；向后，拓展针对便秘、腹泻、肛周术后护理等的功能性食品 and 护理品，并探索肠道微生态调节，旨在形成一体化的技术体系与产品矩阵。

为了引领这一转型，马应龙在理论层面发起肛周健康“认知革命”。2025年，马应龙联合数据机构发布《2025肛周微生态健康管理白皮书》，首次系统性提出“肛周微生态平衡”理念。这一理论指出，肛周健康的关键在于维持微生物菌群、酸碱、代谢三大平衡，将护理认知从“发病后治疗”提升到“日常科学养护”的层面，如同护理口腔与皮肤一样。这一理念的提出，打破了公众的认知壁垒和病耻感，为整个肛周健康产品市场从药品向消费品扩容提供了理论支撑。

马应龙湿厕纸作为其从“治疗”向“健康管理”转型的核心入口级产品，充分体现马应龙在肛周健康领域的专业积淀。不同于普通湿厕纸仅满足基础清洁，它以“肛周微生态平衡”为核心理念，率先构建“安心、洁净、舒适、便捷、健康”五重标准防

护体系，让清洁不止于“擦干净”，更升级为对脆弱肛周环境的科学守护。湿厕纸系列上市不到3年，销售额破亿元，一度登顶天猫相关类目Top1。

在眼部健康领域，马应龙强势“回归本源”。依托非遗眼药技艺，不仅重点布局干眼症、抗感染等主流眼病治疗药品，更将八宝古方中药活血化淤功效与现代眼部护理科技结合，推出针对眼袋、眼纹、黑眼圈的“八宝眼霜”“绿珍珠眼霜”等眼美康产品，成功切入美妆赛道。一位网友早期的调侃“痔疮膏能去黑眼圈”，竟通过企业的系统研发，梦想照进了现实。

在皮肤健康领域，马应龙发挥“龙珠软膏”等产品的既有优势，立足“内调外养”理论，将八宝古方应用于功能性护肤品开发，针对祛痘、美白、舒缓修护等需求，形成特色产品序列。

产品生态的完善，最终要融入生活场景。马应龙正深入洞察用户需求，将健康解决方案具象化：围绕“健康厕所”“健康餐桌”场景，升级解决方案，创新营销形式，推出药食同源的功能性食品，在武汉昙华林、江汉路等文旅景区打造特色健康场景。这一切，都在无声地传递一个理念：健康管理，应是便捷、舒适、融入日常的生活方式。

## 数字赋能推动战略蓝图落地

站在新的历史节点上，马应龙面对的已不仅是医药市场的竞争，更是数字经济时代对传统产业模式的全面重塑。如何让400余年老店拥有现代企业的敏捷与精准？马应龙的答案是：为厚重的身躯，安装一颗智慧的“数字心脏”。

走进马应龙武汉标杆智能工厂，传统中药作坊的印象被彻底颠覆。两条高速软灌装线正全速运转，机械臂灵活精准地抓取、填充、封装，每分钟可产出180支软膏。地面上，无人驾驶的AGV（自动导引运输车）沿着激光路径安静穿梭，自动将成品运往仓库，并智能分配库位。整个车间的设备，通过5G网络全部连接，数据实时传输。这背后，是马应龙全力推行的“三化工程”——信息化、数字化、运行智能化。

“信息数据化”是打通“血脉”。从上游200多家供应商，到下游28万家终端药店，再到内部研发、生产、质检的8000多个数据采集点，所有关键信息被全面集成，实时流动。以往依赖经验的环节，如今都有了数据支撑。

“监测数字化”是装上“眼睛”和“警报器”。管理者在办公室就能通过3D数字孪生系统，远程监控生产线的设备转速、温度、压力。任何参数异常，系统会自动预警。供应链、库存、客户订单状态，均在一张可视化地图上清晰呈现，支持精准决策。

“运行智能化”则是让系统自主思考、自动运转。通过数字技术创新应用，马应龙打造了智能工厂、智慧物流、智慧医疗、AI客服、数字员工集群、智慧办公等40余个创新应用场景，驱动业务模式创新与价值创造。

这些变革效果显著：核心膏剂产线产能提升60%，生产效率提升30%，产品一次合格率保持100%。马应龙因此获评“国家智能制造示范企业”“湖北省5G全连接工厂”。

马应龙的数字化触角早已超出工厂围墙。在诊疗端，马应龙取得了湖北省首家民营互联网医院牌照，其“小马医疗”云平台已聚集全国约4万名肛肠科医生，可进行远程会诊、手术示教。在用户端，通过大数据分析消费趋势，反向定制产品，像湿厕纸的爆

款之路，就离不开海量用户需求数据的洞察。

可以说，数字化已贯穿马应龙研发、生产、服务、管理的每一个环节。它让443年的老字号拥有了应对市场变化的敏捷身段，也让“龙马精神”在数字时代迸发出新的活力。

从明代的河北定州眼药铺，到清代流传的京城民谣，再到新中国时期的武汉第三制药厂，马应龙的足迹始终深刻印着时代的坐标。今天，它的坐标是数字化的智能工厂、是云端的健康平台、是融入平常生活的健康生态。展望“十五五”，马应龙将继续以“守正创新”为核，一面深植“八宝古方”与“龙马精神”，坚守品质生命线；一面拥抱AI+健康等新趋势，深化数字化转型。这家见证了四个多世纪风雨的企业，正以“产业升级驱动者”和“全民健康践行者”的角色，积极参与武汉国家生命健康产业创新示范区的建设，致力于让源于古老东方的健康智慧，以更科学、更便捷、更亲切的方式，守护每一个现代人的生活。马应龙的故事，仍在生动续写。