

春节临近，在我省各大超市、药店里，以铁皮枫斗（鲜品称铁皮石斛）为原料的保健品很是热销。“传统佳节，对中国人来说，是孝敬父母、长辈的上佳时机，而铁皮枫斗是浙江人进补的上选，今年以来，森山铁皮枫斗销量依然保持增长，这说明铁皮枫斗的消费还是以刚需为主。”森宇控股集团董事局、浙江省铁皮石斛产业技术创新战略联盟理事长俞巧仙说。

## 高端礼品消费降温 铁皮枫斗需求旺盛

在杭州、温州、宁波等地的不少大型商场、超市，以往节日经济中火热的高端礼品，比如名牌白酒、虫草等，去年中秋前却少人问津，让不少按惯例囤货的经销商着急不已。相比之下，保健品销售依然火爆，尤其是以铁皮枫斗为原料的养生品，当仁不让地唱起主角，成为浙江老百姓孝敬父母和长辈的上选。有消息称，从2007年初开始，铁皮枫斗产品在浙江省各大超市及药店的销售额在持续增长。

昨天下午，杭州城西某超市，一名中年顾客直奔保健品专柜，拎走了10盒“森山”铁皮枫斗冲剂，满满一箱。“每年春节都要去看看长辈，选来选去还是觉得铁皮枫斗最拿得出手，‘森山’是吃了很多年的老牌子了，品质好，

价格也适中，一大盒有120粒胶囊，也就三四百元。”

春节是中国人孝敬长辈最重要的日子，这期间也是保健品销售的高峰，其中，铁皮枫斗类养生品一直受浙江消费者的喜爱。在杭州的各大超市与药店，领先的是铁皮枫斗，其中，森山铁皮枫斗的销量位居前列。

杭州某大型超市的森山铁皮枫斗专柜营业员说，从9月份开始，每天都能卖出十几箱。在淘宝网，铁皮枫斗类产品最近也卖得很火爆，其中，森山铁皮枫斗冲剂、葆真片胶囊在同类产品中销量排名均居前列。据浙江森宇药业相关工作人员介绍，每到节前，森山铁皮枫斗经常会出现断货现象。

# 中国铁皮枫斗 行业的倡导者

## 98%的增长 为何让行业领军者俞巧仙蹙起了眉头

2013年年末，笔者偶然旁听了森宇控股集团的一次内部会议，这个会议的议题是市场销售。近二十个销售主管一圈数字报下来，笔者发现，今年森宇集团在各个区域销售增幅最大的是98%，最低的也在40%以上。主管们个个喜形于色，笔者瞄了一下董事长俞巧仙却发现，这些听起来不错的业绩似乎并没有打动她，她不仅没有面露喜悦，反而蹙起了眉头。

会后，俞巧仙告诉笔者，销售大幅度增长的确可喜，说明森宇的产品和品牌，市场上认可度越来越高，品牌效应很明显。但是，在她看来，这也暴露出森宇所处的

铁皮石斛行业发展速度过快的问题。行业的发展速度过快往往会带来“虚火”，一些不理性甚至是破坏行业健康发展的事件就可能出现。她说，2006年，森宇集团率先亮出行业诚信的大旗，努力将“道地铁皮”的理念向行业推广。

虽然，森宇集团确立了未来五年实现年销售超百亿元的目标，对森宇来说发展速度很重要，但是在健康发展与高速增长的选择上，俞巧仙果断地选择前者。因为，只有稳健、健康的发展才是未来森宇抵达目标的保证。



## “双十一”节，森山铁皮枫斗 单日销售突破三百万元

去年“双11”节，俞巧仙在北京出差，接近深夜12时，森宇集团电商负责人周玲发来一条短信报喜：森山铁皮石斛单日销售近四百万元，销量遥遥领先。天猫提供的数据显示亦提供了佐证。

看到短信，俞巧仙很高兴。要知道，森宇的电商团队不过7人，从成立到正式运营不过一年左右，已经实现销售

1200万元。2014年，这个团队的目标是3000万元以上。销售数据表明，森山铁皮枫斗在品牌知名度、美誉度上均处于领先的位置。根据天猫的数据显示，通过网络购买森山铁皮枫斗的消费者基本是25岁到40岁的中青年。可见，铁皮枫斗不仅是老年人保健的佳品，年轻人，尤其是职场白领也青睐铁皮枫斗。

## 最新顶级款奔驰车 换森山铁皮枫斗产品 事件一时震动商界

去年年底，一位奔驰汽车的经销商找到森宇集团，提出一个大胆的计划：用最新款奔驰汽车换森山牌铁皮石斛。俞巧仙起初一惊，仔细一问，原来，这位经销商一直有用铁皮石斛的习惯，每逢年底总会碰到货源紧张和产品价格

上涨，她提出用最新款的奔驰轿车来换取等价值的铁皮石斛，这样既锁定了价格又保证了货源，最终这桩买卖成交了。此后，又有数辆奔驰被换成了铁皮枫斗。“奔驰换铁皮”这件事给俞巧仙一个启示：铁皮枫斗的价值，可以作为“硬通货”流通，是否可以设计出一个全新的销售模式，比如以物易物、石斛期货等。

## 牵头产业创新联盟 森宇引领行业发展

2012年，全国铁皮石斛行业产值超过5亿元的企业有2家，浙江森宇实业有限公司是其中的一家，是名副其实的龙头企业之一。在俞巧仙看来，目前的铁皮石斛行业还处在发展的初级阶段，要把铁皮石斛产业做大做强，除了要政府重视支持、企业自律之外，行业的龙头企业也要发挥出更大的作用。

2012年，由浙江森宇实业有限公司和浙江农林大学牵头，30家企业和科研单位共同成立了浙江省铁皮石斛产业技术创新战略联盟，这是全国首个涉农联盟，也是浙江铁皮石斛产业走向高端有序发展的标志性事件。

“成立这个联盟的目的，就是希望大家能共创共享品种、成果和技术，强化产品生产自律与监管，以及开拓引导市场消费，并通过构建较为完善的铁皮石斛产业科技共创共享体系，培育形成自主知识产权和产业核心技术标准，引领铁皮石斛产业向高端提升。”联盟理事长俞巧仙说。

2013年9月5日，浙江省铁皮石斛产业技术创新战略联盟理事扩大会议在森宇集团大楼召开，这是战略联盟自去年正式批准之后的第一次会议。俞巧仙在会上表示，石斛产业发展到今天很不容易，每个联盟企业都有责任和义务把好质量关，这样才能促进铁皮石斛产业的健康发展和转型升级。

据了解，在“十二五”规划中，浙江省把铁皮石斛作为产业转型升级的一个重点发展品种，加强了政策引导和扶持力度。目前，浙江省正在推进铁皮石斛生产基地信息体系建设和行业生产管理及追溯监管平台建设，这一平台目前已在森宇集团公司试运行，目的是实现铁皮石斛生产全过程农事操作和投入品的数据采集，确保了产品源头质量安全。

“说白了，就是要让铁皮石斛质量可查、可控，让老百姓吃得起铁皮石斛、吃得到好的铁皮石斛。”俞巧仙说。未来五年森宇集团锁定“双百亿”。从卖皮蛋到农业高科技栽培名贵中药材，从小摊小贩成长为大型民企当家人，俞巧仙的事业和思维模式也在不

断成熟。在她看来，森宇要引领行业发展，为国民健康带来福祉，除了精益求精的品质、良好的品牌形象外，还需要不断切合国家产业政策和消费者的新需求。

通过对日本市场的调查，她发现目前我国的医疗卫生水平、群众的健康意识与上世纪90年代初的日本相似。那时起，日本开始从重视医疗技术的提升和普及转向全民的健康保健，从治病到防病的转变开启了日本保健产业的新时代。她说，从治病到防病一字之差，在理念、资源配置、社会效益上都会大相径庭。按照国家产业规划，大健康产业十三五将形成12万亿的规模，这也预示着铁皮石斛产业高速发展时期的到来。

笔者此前在一份报道中看到“未来十年中国健康产业的黄金十年”的观点也佐证了俞巧仙的判断。森宇近年来两位数的增长幅度也在提示这个观点的成立。

森宇在结合大势和自身实际的基础上因势利导提出了双百亿工程：从2013年开始，用5年时间，森宇控股集团的营业收入与企业资产将双双突破100亿元，全面构建大健康产业可持续发展平台，完成从一家区域领先的知名健康科技企业向国内甚至国际知名的大健康产业集团的转变。

## 扫一扫，有惊喜



森山热线：400-826-6096 800-8579-665

### 森山·科技让铁皮枫斗更道地

25道工序, 51项专业品质技术支持, 4大关键品质控制点

道地药材是优质药材的代名词，是中药材的追求标准，现代意义上的道地药材早已不是产地的单一归属，而是品种、产地、栽培、加工的综合考量。

要想让铁皮枫斗这一名贵珍稀药材更道地、更有效，需要对品种、产地、栽培、加工的每一个环节做精深的研究和扎实的依现代药学生物学的科技手段！

科技让铁皮枫斗更道地！——是森山人的品质观。

**森山（龙种）一号**

- 所有森山铁皮枫斗都源自一位智者——“森山1号”（森山龙种）。森山龙种经森宇创始人俞巧仙女士9年精选栽培，其性状、石斛多糖含量高，有效成分含量均为同类优秀！一个好成绩乃是森山铁皮枫斗高品质的保证！
- ① 所有森山铁皮枫斗都源自一位智者——“森山1号”（森山龙种）。森山龙种经森宇创始人俞巧仙女士9年精选栽培，其性状、石斛多糖含量高，有效成分含量均为同类优秀！一个好成绩乃是森山铁皮枫斗高品质的保证！
- ② 所有森山铁皮枫斗都源自一位智者——“森山1号”（森山龙种）。森山龙种经森宇创始人俞巧仙女士9年精选栽培，其性状、石斛多糖含量高，有效成分含量均为同类优秀！一个好成绩乃是森山铁皮枫斗高品质的保证！

**4大关键品质控制点**

- ① 品种选择
- ② 产地选择
- ③ 栽培管理
- ④ 加工处理

**生产流程：** 种质培养 → 生产苗培养 → 无菌培养 → 原球茎培养 → 根、茎分化培养形成完整植株 → 壮苗培养 → 驯化 → 原生生态生长（2080亩） → 原生生态生长（2080亩） → 为茎舍花 → 药用成份累积 → 精确采收 → 加工 → 深加工

**关键技术：** 复合消毒、原球茎增殖（无菌体系）、种质资源、无菌培养、根、茎分化培养形成完整植株、壮苗培养、驯化、原生生态生长、为茎舍花、药用成份累积、精确采收、加工、深加工。