

科技“附”能乡村兴 凉山农民靠种植中药材过上好日子

金秋十月，沉浸在附子丰收的喜悦中，大凉山布拖县的农民又开始忙碌，挖沟、覆膜、撒肥……新一轮附子栽种前的准备，让大山深处一派繁忙景象。自1996年起，好医生集团在凉山州布拖县等地发展中药材附子种植，帮助彝族农户脱贫致富，建立了全产业链可持续发展模式。26年过去，在科技的赋能下，凉山州乡村振兴的脚步越来越稳，走得越来越好。

十年变化：地里挖出“金坨坨”

布拖县乐安镇若普村的比机菲拉是带动当地发展的附子“首富”。2012年，他家种植了11亩附子，收入达13420元，占全年家庭农业收入的一半以上。2022年，他种附子收入36021元。10年来，他家靠种植中药材过上了好日子。如今，村里像比机菲拉这样的村民比比皆是，全村规划来年扩种附子到400亩。

2020年以来，好医生集团继续把同样定点帮扶的火灯村作为“万企兴万村”样板打造，支持该村170多户农民每年种植附子150亩以上，全村每年收入100万元以上。

2022年10月，四川省“万企兴万村”行动领导小组通报表扬开展“万企兴万村”行动成绩突出单位和表现突出个人，好医生集团董事长耿福能被评为“表现突出个人”。

乡村振兴：建设科技示范园

为了加快布拖中药材产业标准化、规范化发展，促进农民长期稳定增收，助推巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，早日实现农业农村现代化，好医生集团在布拖县投资800多万元流转500亩土地，建立了中药材良种繁育及科技推广示范产业园。

“用科技创新带动产业振兴，进而推动乡村振兴。”好医生集团董事长耿福能介绍，示范园规划种植附子、川续断、木香、赤芍、大黄、西红花等中药材。园区建设有三大功能：一是科学培育良种良苗，把优质种源推广到全域，严控药材质量关，实现增产增收；二是示范推广科学技术，组织农户培训学习，提高科学种植水平；三是安置农民就业，每年可安排依撒社区和当地农民上万人次务工，为推进乡村振兴奠定良好基础。

在喜德县两河口镇觉钉村，好医生集团与觉鼎专业合作社合作建立1500亩木香现代农业产业园区，2022年3月共收购木香10多万斤，盈利5万多元，带动了当地群众务工增收。

同时，好医生集团还与成都中医药大学、四川农业大学、四川中医药高等专科学校合作，实现科技研发、创新驱动和

成果运用的重大突破。

打通销路：产销研全链帮扶

村民种植的中药材如何变成手里的财富？好医生集团在布拖县则洛工业园区修建的特色中药材现代化加工厂，把农民种植的中药材收购进厂进行初级和深度加工后，成为合格的市场需求产品销售，增加附加值和农民经济收入，每年可处理附子4000吨、苦荞1000吨、其他中药材3000吨，年产值1.3亿元，利税3500万元，安置就业200人。

在凉山州开展精准扶贫和乡村振兴以来，好医生集团已累计投入资金5亿元，产值突破2亿元，平均每年带动农民增收2000多万元，形成了种植、加工、销售、研发、品牌一条龙的全产业链格局，为全州精准脱贫和乡村振兴作出了较大贡献。（袁艺）

非凡十年 米兰柏羽与成都医美行业共成长

疫情防控常态化下的医美产业发展如何？答案或许让人出乎意料。

“去年营收4.84亿元，今年预期也不错。”四川米兰柏羽医学美容医院（总院）（以下简称米兰柏羽）执行总经理魏佑珈亮出了一张漂亮的成绩单。

深耕18年，米兰柏羽从一家成都本地民营医美企业，到实现品牌1到4的裂变，成为辐射全国的国际化医疗美容机构，在向下扎根、向上生长快速发展的黄金10年里，与“天时、地利、人和”密不可分。

魏佑珈说，过去10年间，在政府、协会对行业支持与监管之下，经过了一轮轮的大浪淘沙和优胜劣汰之后，成都的医美产业实现了更规范化和精细化的迭代升级。“‘医美之都’能为医美产业带来更深层次的市场前景。”魏佑珈说，“米兰柏羽是成都医美行业蓬勃发展的参与者和受益者。”

过去的10年，是成都医美市场的非凡10年。米兰柏羽，正是成都医美行业快速发展的一个生动缩影。

韧性成长

疫情冲击下营收依然逆势上涨

“就算是疫情影响的这三年，我们依然实现了平均年营收约20%的增长。”魏佑珈告诉笔者，米兰柏羽这10年的客户人数一直保持良好的上涨势头，2021年，该院接待近6万名客户。

魏佑珈认为，亮眼的“数字”背后，是米兰柏羽美妙向上的生命力。它不仅得益于中国医美市场的快速发展，更得益于国家对医疗美容市场的监管。随着《医疗广告管理办法》2007年1月1日起施行，以及2021年6月国家卫健委等八部门联合发布《关于印发打击非法医疗美容服务专项整治工作方案的通知》，规范的市场利好正规的医疗美容机构，为其提供了广阔的发展空间。

正如朗姿医美华西大区区域总经理朱杨柳所说：“医疗美容行业在国内方兴未艾，未来有非常广阔的发展空间。致力于长远发展、致力于规范发展、致力于阳光下发展的医疗美容机构才是这个行业的未来。”始终以“正规医美”“口碑医美”“品质医美”为信念的米兰柏羽，在后疫情时代，以远高于行业平均水平的增速快速成长起来。米兰柏羽不仅成为了50万+求美者品质选择的底气，也成为了用90%的老客回购率铸就的“口碑医



四川米兰柏羽医学美容医院（总院）。



朗姿医美华西大区区域总经理朱杨柳



四川米兰柏羽医学美容医院（总院）执行总经理魏佑珈

美”。

华丽蜕变

成都本土医美企业成功并入A股公司

2000年后，大量社会资本相继进入

度荣获中国整形美容协会荣誉，成为中国5A级医美机构。坚持朗姿医美“医疗是医美的本质”的发展核心，传递米兰柏羽“生命如此美妙”的品牌理念，是米兰柏羽对“医美”的定义与自信。

社会责任

为超过200名儿童再造“真耳朵”

企业的价值不只是商业的成功，也取决于其社会责任的担当。

“在企业成长到一定阶段后，就应该积极践行社会责任。”魏佑珈说，米兰柏羽成立了党支部，打造了“微党课”，充分发挥党员模范带头作用，在疫情警报拉响之时，积极响应政府号召，组织医护人员奔赴疫情防控第一线支援防控工作，以及通过系列公益活动的开展，不断强化企业的使命感和责任感。

在公益活动方面，截至2022年6月，米兰柏羽共打造305只“真耳朵”，已帮助了200多名小耳症患者。作为国内少数几家拥有外耳治疗技术的医学美容机构之一，早在2013年，米兰柏羽就启动了“耳再造公益援助计划”，就此踏上公益爱心之路。2021年，“朗姿医疗小耳天使基金”落地总院，2022年，米兰柏羽走进攀西地区，与当地三甲医院签订合作协议，搭建了以成都为中心、辐射攀西地区的小耳患者就近诊疗联盟单位，助力朗姿医疗小耳天使公益项目，进一步积极推动小耳公益未来在西南地区乃至全国的发展。

“生命如此美妙”是米兰柏羽品牌价值核心与企业的文化。“我们也想用公益的力量，让更多人感受到生命的美妙。”魏佑珈说，米兰柏羽用实际行动践行社会责任，实现企业的价值文化与未来愿景。

站在新节点回望这10年，我国医疗美容行业发生了前所未有的变化，从“老米兰”到“米兰柏羽”品质医美典范，再到“米兰柏羽总院”朗姿旗舰机构，在这10年中，有国家的支持、有行业的方向、有朗姿的驱动、有消费者的信赖，米兰柏羽总院通过自身的努力为整个行业注入更多活力，联合更多的医美从业者、同行机构、行业协会，带动成都医美朝更安全、更规范、更值得信赖的方向发展，构建更加健康、和谐的行业环境，以“安全医美、品质医美、口碑医美”为价值驱动，坚持为这个世界创造更多深具意义的改变。（语夏）

成都医美市场，整个行业也进入了“快车道”。当时，从公立医院跳槽到民营医院的人才并不多。但那时还在公立三甲医院就职的魏佑珈就认为，随着社会的发展，人们消费力的增强，医美产业一定是朝阳产业。带着对行业的美好预期，在2013年，魏佑珈加入了米兰柏羽。

回顾米兰柏羽成长的重要时间节点：2004年，扎根成都，米兰柏羽开启实现百年医院梦想的旅程；2013年，米兰柏羽从小通巷“搬家”至人民南路四段，“四川米兰美容外科医院”正式更名为“四川米兰柏羽医学美容医院”；2016年，米兰柏羽迎来大机遇，率先成功并入A股上市公司朗姿股份（股票代码：002612）旗下医美板块。

“在医美行业为数不多的上市公司中，米兰柏羽取得了先机。”魏佑珈说，在朗姿医疗规范化管理下，米兰柏羽品牌战略再升级，完成对国际化医美机构、医疗管理、经营能力等核心资源与竞争力的积累。随着朗姿医美医师培训基地落地、“青苗计划”、“火炬计划”等集团动作，米兰柏羽规范化、标准化、品牌化的程度进一步提高，建立起品牌医疗美容机构规范，助力集团进行医美品牌孵化。朗姿股份集团董事长申东日也对米兰柏羽总院作为旗舰机构给予了高度肯定与认可。

如果说资本的注入，给予了米兰柏羽源源不断的能量，打开了更广阔的视野，那么10年来来自行业的认可、消费者的支持则是这家机构保持热爱的源力。米兰柏羽继2018年后，2022年再