

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 都亚男

东阿阿胶，是山东地区比较有代表性的国货品牌，而且历史比较悠久。

据史料考证，阿胶的应用迄今已有3000年的历史，自古以来，东阿阿胶都是被视为滋补养血的“圣药”，从汉唐至明清一直都是皇家贡品。

资历老，但“腿脚”不老。东阿阿胶近些年可没闲着，一直紧跟潮流，在“新国货”的这条火热赛道上可以说是，担当起了执牛耳的位置。

“新国货”赛道执牛耳者

先说产品，东阿阿胶与时俱进，推出适合当下快节奏生活的养生产品，例如，方便冲泡的“花筒龄”复合阿胶粉、轻养生零食桃花姬。

此外，在产品的形式和效用，东阿阿胶为适应现代养生人群的需求，在包装上也独具匠心，采用了人们现在更为偏爱的简约风格。



对于全球知名原药，东阿阿胶表示，坚持以消费者为中心，专注顾客增长与保留，加快推进产品创新，强化科研成果转化，不断释放品牌生产力，实现稳定良性增长。未来，公司将积极响应国家推进中医药传承创新发展的号召，坚持以成为“中式滋补健康领域中消费者最为信赖的大健康企业”为指引，以顾客需求为导向，加快

数字转型和商业模式创新；深入推进“价值重塑、业务重塑、组织重塑、精神重塑”，巩固核心产品市场领导地位，延伸现有品牌品类，围绕市场与顾客需求提供解决方案，提升数字化转型组织能力，推进公司高质量发展。

但业绩预增也未能让东阿阿胶在股市里力挽狂澜。1月28日，也就是在牛年的A股收官日，东阿阿胶股价创下近60日新低，收盘价报37.89元/股。

1月10日晚间，东阿阿胶公告称，继2019年年末后再换帅，高登锋被选举担任董事长。

新帅上任，会给老牌“国货”东阿阿胶带来怎样的变化呢？市场还在拭目以待。