

记者从黑龙江省农业部门获悉,今年黑龙江玉米品质为近年来最好,该省入库玉米超过 70%是国标二等品以上,标准玉米价格每市斤较上年同期平均高出 5—7 分钱。

近两年来,黑龙江省主动适应玉米收储制度改革,深入开展“玉米品质提升工程”,坚持从标准化、优质化、规模化生产入手,取得了玉米面积调下来、品质效益和竞争力提上去、粮食产能巩固住的效果。

为确保玉米提质降水、安全成熟,黑龙江省调减非优势区玉米面积,将玉米生产重点向优势产区集中,近两年调减玉米面积 3000 多万亩。

此外,黑龙江省加大玉米专优特新等品种推广应用,把良种化工程作为提高玉米品质的根本措施来抓,强化农民在玉米品种选择上的指导服务,全省良种覆盖率超过 98%,高淀粉、高油等专用型玉米品种种植比例超过 90%。

黑龙江省还通过加工企业带动,大力发展专品种种植,做到按需生产、以质提价,促进种得好、产得出、销得畅、卖上价。今年该省新增玉米加工能力 500 万吨。

(杨洁)

四川大规模引进“洋种猪”助力振兴川猪品牌

12月4日,两辆大卡车搭载来自加拿大的 200 头优秀种猪,抵达三台县石安镇梅花村梅花猪场。这是四川生猪现代种业建设项目从国外引进的首批优秀种猪,也掀开了四川省大规模引进种猪的大幕。

四川省从上世纪七八十年代开始从国外少量引进种猪,近年来主要由企业自主引进。2017 年,四川省启动现代生猪种业建设项目,大规模引进种猪是重要内容之一。根据计划,2017 年至 2018 年,四川省将从国外引进优秀种猪 2500 头,主要由四川天兆猪业、铁骑力士牧业、江油新希望海波尔、绵阳明兴农业等四家国家级核心育种场承担。项目第二批由铁骑力士牧业引进原种猪 1000 头,已于 11 月 23 日到达湖南进境种畜国家隔离场,将于 2018 年 1 月底转运入川。后续从丹麦等国引种工作也在有序推进中。

省农业厅相关负责人表示,将通过该项目引导社会资本创建国家和省级生猪核心育种场,完善种猪性能测定、遗传评估、种公猪站、分子育种中心等育种平台,开展联合育种,力争花 10 年左右时间,着力解决全省优秀种猪资源不足、自主育种程度低、育种体系与运行机制不完善等突出问题。

(李森)

全球首个中外合资新型药物研发中心落地无锡

世界制药巨头阿斯利康与中国国投创新日前达成战略合作,合资共建创新型生物医药研发中心,项目一期注册资金达 1.3 亿美元,总投资 4 亿美元,并计划在未来 4 年实现合资公司上市。

据了解,该项目是全球首个中外合资 1.1 类创新药研发项目,将针对肿瘤、呼吸以及心血管和代谢领域进行原创性新药研发。该研发中心将以一家股权均等、独立自主经营的合资公司——迪哲(江苏)医药有限公司呈现。

前阿斯利康中国创新中心负责人张小林,被任命为合资公司首席执行官,他表示,合资公司将充分融合阿斯利康中国创新中心的科研实力,拥有开发和商业化阿斯利康研发管线中 3 个处于临床试验前阶段的药物的权利,同时还将启动新的新药研究项目。

阿斯利康全球首席执行官帕斯卡·索西欧(Pascal Soriot)说:“这一开创性的战略合作深化了阿斯利康对中国的承诺,将加快我们在中国本土研发创新药物,推动药物的可及性,造福中国乃至全世界的广大患者。”

(何磊静)

贝达药业坚持创新计划做跨国制药企业

近日,贝达药业被授予“四个强省”领军企业荣誉称号。贝达药业董事长丁列明表示,贝达药业能有今天的发展,靠的就是坚持不懈地创新。公司要再上一个新台阶,唯一法宝还是要靠创新。

丁列明介绍说,目前贝达药业共有在研项目 20 余项,其中 7 项已经进入临床试验,特别是 Ensartinib 还在全球开展多中心Ⅲ期临床试验,有望成为首个由中国公司主导的全球同步上市的创新药。被列入美国抗癌登月计划的 Ensartinib,是由贝达药业与美国 Xcovery 公司共同开发针对肺癌的新一代 ALK 抑制剂,拟用于 ALK 阳性 NSCLC 患者的一线和二线治疗。

丁列明表示,贝达药业将继续以“十年磨一剑”的定力全力推进自主创新,进一步加大科技研发投入,不断增强自主创新能力,努力当好创新驱动发展的先行者。未来,贝达药业将凭借贝达新药研发优势与国际领先制药企业强强联合,共同致力于全球创新药物的研发,争取早日实现“总部在中国的跨国制药企业”的战略愿景。

(王燕平)

食品医药周刊

协办单位:双汇集团 四川蓝伯特生物科技 宜宾金喜来酒业有限公司

2017 年 12 月 7 日 星期四 编辑:张宇 版式:张彤

企业家日报

9

从苏州走向世界 百年稻香村重新定义“老字号”

胡可璐

在日前举行的 2017 中国食品发展大会上,稻香村食品集团股份有限公司以其百年技艺传承和持续创新荣获“金箸奖”2017 年度食品标杆企业。稻香村食品集团股份有限公司总裁周广军对记者表示,中华老字号传承着中华民族的文化与历史,也承载着行业的责任与担当。发展老字号企业不能一味沉浸在老字号的品牌优越感中,要勇于适应新消费需求、消费模式和消费行为。

200 年传承 匠心打造品质信誉

经历过上百年的商业竞争,留存下的“中华老字号”往往意味着过硬的品质和信誉,并具有鲜明、深厚的文化底蕴。一些“老字号”不仅见证了历史,还承载着几代人的集体记忆和情感。

形似花朵的枣泥酥、酸甜可口的山楂锅盔还有口感酥松的黑芝麻椒盐饼,稻香村的中式糕点一直是记忆中的味道。据悉,苏州稻香村于 1773 年(清乾隆三十八年)创立于苏州,以中式糕点、青盐蜜饯、糖果炒货为主要经营产品,至今已经持续经营了近两个半世纪。它是中国糕点行业现存历史最悠久的企业之一,也是经国家认证的“中华老字号”。从创立之初苏州观前街前店后厂的单一门店到拥有 9 家分公司、7 个大型现代化加工中心的现代化大型食品集团,苏州稻香村历经了 244 年的持续发展。

周广军说,稻香村在产品上坚持“工匠精神”,传统手工艺都是通过“师傅带徒弟”的方式代代相传。从创始至今,稻香村有着清晰



● 图据网络

的技艺传承谱系,至今已经传承至第六代。

周广军表示,苏州稻香村食品讲究“四十三节”用料讲究,稻香村苏式月饼酥皮层薄如纸,可多达 16 层,特别关键工艺需要长期实践积累丰富经验。因此学艺时间长,一般需要近二十年才能完整地掌握全部工艺过程。2009 年,稻香村苏式月饼制作技艺被列为江苏省非物质文化遗产保护名录。

稻香村苏式月饼第六代非物质文化遗产传承人艾满介绍说,稻香村作为一个持续经营 244 年的民族品牌,总结下来长盛不衰的经营心得就是尊重:尊重食材、尊重技艺、尊重消费者。尊重食材,源自对食物应时应季、原产原味的尊重;尊重技艺,源自稻香村 244 年糕点制作技艺的传承以及对工匠精神的敬

畏之心;尊重消费者,源自稻香村不拘泥于中华老字号品牌过往的品牌优势,不断创新改良,适应消费者消费渠道及消费行为的变化。

借道新零售 老字号焕发新生机

“提起‘老字号’,总会给人留下一种守旧的感觉,而现在越来越多的‘老字号’拥有了年轻的心。”周广军说。近年来,稻香村开始走上新赛道,悄然改变触达人们的方式,让品牌和产品焕发“新颜值”和新活力。

顺应当前“低糖、低脂、健康美味”的消费需求,稻香村以“工匠精神+科技支撑”积极改良中式糕点,降低糖度,适应年轻消费群体的需求。据悉,今年稻香村集团打破传统月饼沉闷保守的形象,推出多款精致、美观、口味多

星巴克拥抱新零售 全球最大星巴克“智慧门店”亮相上海

从一颗咖啡豆到一杯星巴克的香醇咖啡,需要经历哪几步?12月5日,在刚揭幕的星巴克臻选上海烘焙工坊中,顾客打开手机淘宝“扫一扫”功能,便可看到星巴克咖啡从烘焙、生产及煮制的全过程,同时还可通过 AR 技术直观感受到工坊中的每处细节。

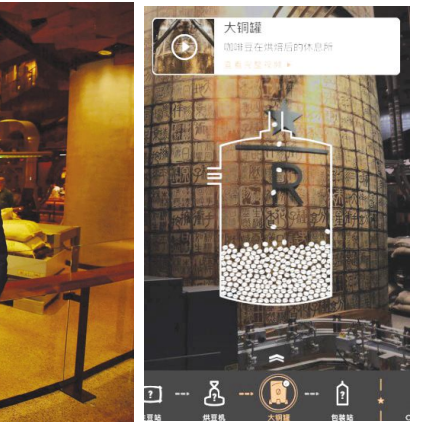
据悉,全新亮相的上海烘焙工坊是星巴克全球最大的新零售“智慧门店”。它将为消费者提供线上线下无缝衔接的数字化体验。星巴克创始人霍华德·舒尔茨表示,中国消费者在数字化方面比美国消费者更先进。阿里巴巴的加入好比一颗创新的种子,为星巴克带来更多的创新。他希望通过 AR 互动形式,让更多年轻人体验到品尝咖啡的乐趣。

2017 年被誉为“新零售元年”。新零售已实现从品牌到商圈、从业态到城市、从吃喝玩乐衣食住行到生活方式的全方位融合。下一站,新零售或将完成“从无到有”又“从有到无”的涅槃。



● 图为马云和霍华德·舒尔茨共同为星巴克上海烘焙工坊揭幕。

面对无处不在的新零售,阿里巴巴董事局主席马云在揭幕仪式上表示,“我不喜欢咖啡,但我喜欢星巴克。大家都喝咖啡,没有一



● 图为“智慧门店”AR 体验导览图。图据新华网

个人想到可以这样来卖咖啡。星巴克是一家一直在尝试创新的公司,但从不改初衷。”在马云看来,很多人抱怨高科技,但星巴克却在

和顺堂二期生产基地加快建设 将成为全世界最大精品中药饮片生产基地

肖雄鹏

机器轰鸣的工地上,一栋栋现代化建筑的雏形显现。站在深圳市坪山区生物医药园区远眺,正在兴建的和顺堂精品中药生产基地二期工程一派热火朝天的景象。记者获悉,该工程预计将在 2019 年建成投产,届时将成为全世界最大的精品中药饮片生产基地。

经过十余年发展,和顺堂从最初的一家不起眼的小药店,到现在的 100 多家门店连锁经营,并涵盖了中药生产基地、中医馆、中医队伍、品牌中药一系列完整的商业生态,和顺堂正秉承着自己的初心,勾画着一个从深圳起步,借助一带一路建设、粤港澳大湾区战略,将中医药推向全世界的蓝图。

率先提出“精品中药”理念

“如何充分发挥中医的作用,同时利用好几千年流传下来的经典药方,中药材的功效可以说是最为关键。”和顺堂董事长宋钢说,作为“国粹”的中医药一度遭遇非议风波,而其中饱受诟病的便是中药饮片的质量安全问题。为了推动中医药事业健康发展,和顺堂在 2004 年成立之初,率先提出了“精品中药”的理念。

何谓“精品中药”?据了解,概括来说,就是从采购、生产、加工、检测、仓储、物流都坚持质量第一。“和顺堂的每一味药材都来自原产地,比如山药要选河南焦作的、枸杞子要选宁夏中宁的等等。”和顺堂副总裁古永辉拿起一薄荷表示,保留薄荷的气味对疗效很重要,和顺堂对需避光、易挥发的中药坚持使用铝箔包装,并且在内在品质上要求薄荷叶子要超过 90%,这与一般薄荷梗不超过 30%

的要求,在质量上有显著提高。

为了确保优良的原产地药材得以充分利用,2011 年,斥资 1 亿元打造的和顺堂精品中药生产基地一期在坪山医药生物园区建成投产,配备了国际水准的工程实验室、研发中心和近万平方米的恒温、恒湿仓库。

有了“精品中药”,和顺堂如虎添翼,相继在香港、广州、深圳、东莞等珠三角城市及北京、南宁、长沙等地开设了 100 多家连锁国医馆。精品中药房开进了深圳、广州、东莞等 30 余家医院,实现了名厂出名药、名药配名医、名医驻名馆、名馆促名厂的全过程良性循环,迅速赢得了消费者认可。

从“水土不服”到行业领先

和顺堂站稳了脚跟,宋钢的目光变得更加深邃。

“中医学是中国古代科学的瑰宝,也是打开中华文明宝库的钥匙。”习近平总书记的重要讲话,让和顺堂备受鼓舞,更添自信,随着一带一路建设、粤港澳大湾区国家战略的提出,也为企业的发展指明了方向。

“在国家重大战略的实施中,深圳必将承担起重大责任,发挥重大作用。”宋钢表示,和顺堂作为一家在本土出生、成长的企业,一直心存感恩,如何为深圳承担的历史使命贡献一份力量,在一带一路建设、粤港澳大湾区战略中率先践行中医药“走出去”?企业内部进行了深度思考,提出了以质量与连锁国医馆为核心,开发国内和海外市场的“一核两翼”思路。

香港,成为了和顺堂试水国际化市场的第一目标,最初投资超过 4000 万元,在港开设了 6 家门店,皆无收益。“一定要坚守,一



定要让中医药走出去。”在这个理念的支撑下,和顺堂沉下心来研究市场,随后创新性推出“中央药房+地铁沿线诊疗点+APP 预约”经营模式,同时加强品牌文化推广,很快在香港声名鹊起,国医馆数量扩张到 38 家,一跃成为香港最大的中医馆连锁品牌之一。

在香港市场取得的成功,也让和顺堂坚定了布局东南亚,开拓全国和世界市场的信心。日前,一个喜讯刚刚传来,和顺堂精品中药已经成功打进了日本市场。

“依托‘名药、名医、名馆、名厂’生态圈,我们正在打造一个服务全世界的经营模式,充分发挥中医药的独特优势,推动中医药走向全球。”宋钢的话语充满自信。

强化布局推广医养结合

2017 年,对于和顺堂来说,是具有战略意义的一年。中药生产基地二期工程占地 15000 平方米,建筑面积达 60000 平方米,如今顺利开工,将成为和顺堂再次腾飞的有力“翅膀”。

“一期基地的产能其实还有不少潜力,加