

创新引领 粮油行业变革 智能化生产 助力可持续发展

粮油食品行业作为重要的食品产业分支，在全球范围内都扮演着关键的角色。当前，随着人们健康意识的提升和生活水平的不断提高，对于食品品质与安全的关注度明显增加。在这一趋势下，粮油食品行业正经历着巨大的变革，对高品质、健康、绿色食品的需求日益增加，科技的迅猛发展也为粮油食品行业注入了新的活力，智能化生产等技术手段逐渐成为提高生产效益和质量管理的关键工具。此外，全球化和市场开放也推动了行业的国际化合作与竞争，促使企业更加注重创新、品牌建设和国际市场拓展。

而对于粮油食品行业的企业管理者来说，当前企业管理面临着一系列挑战和机遇。首先，供应链管理成为关键问题，需要有效协调农业生产、原料采购、生产加工和销售渠道，以确保产品的稳定供应和质量可控。其次，食品安全和质量监管日益严格，企业需在合规框架内建立全面、可追溯的质量管理体系，以保障企业声誉和消费者信任。再者，在科技飞速发展的时代，信息化管理成为焦点，如何整合智能制造、大数据分析等技术手段，提升生产效能和管理水平，是亟待解决的问题。同时，企业在国际市场的竞争中需要更加注重品牌建设 with 市场营销，以在全球范围内建立竞争优势。

高冠洁是国内知名粮油企业金胜粮油集团的副总经理，也是一名杰出的智慧企业管理专家。作为新一批年轻企业家的一员，她对于企业管理中的科技创新十分重视，强调创新力就是突破力，“粮油食品企业想要顺应潮流继续发展，创新是应对和解决问题的关键。”

自 2013 年进入金胜集团以来，高冠洁一路从基层开始，辗转于财务部、采购部、国际业务部和研发中心等多个部门，逐步积累了丰富的行业经验。同时，由于高冠洁是技术研发出身，在研发中心任职期间，她以出色的技术能力取得了多项重要专利。她不仅在技术上有深厚造诣，而且在各个部门的历练中培养了全面的管理素养。因此作为副总经理，高冠洁在金胜集团展现出卓越的领导才能和广泛的专业知识，成为了一名具备专业能力与研发才能的企业管理全面人才。

在实际的行动中，高冠洁很好地实践了她的理念。近年来，她在企业管理方面完成了不少出色的研发成果，不仅在金胜集团的管理体系中得到了应用，在业内也逐渐推广开来。据高冠洁介绍，她的其中一项技术——基于物联网的智能生产线管理平台，就是为了应对企业在生产过程的复杂性、质量控制的高要求、供应链管理的挑战以及环境监控的需求。

通过连接各类生产设备和传感器，实时监测生产线上的各个环节，该平台实现了对整个生产过程的全面实时管理。对于质量管理，平台通过监测关键参数，及时发现潜在问题并采取措施，提高产品质量的稳定性。同时，物联网技术的应用也在供应链管理中发挥关键作用，帮助企业降低库存风险和优化生产计划。

她提到：“通过智能化和自动化，平台提高了生产效率，减少了人力成本，并通过实时设备监控降低了故障和停机时间，为粮油企业创造了更为便捷、灵活、高效的生产环境，提升了整体管理水平。”

这一成果的广泛应用，不仅在实践中取得了显著的经济效益，同时也为整个粮油行业带来了管理模式的革新。

除了在管理上的创新，高冠洁同样强调研发上的创新，“金胜集团这几年仍然致力于科技创新和产业升级，不断运用新工艺、新技术和新方法，提升产品质量。”

在高冠洁等人的带领下，金胜集团目前与中国农科院、中国农业大学等 10 多家科研机构建立了长期合作伙伴关系。通过这些合作，成功建立了国家花生技术中心、院士工作站、博士后工作站等 10 个省级以上的研发平台。集团先后承担并完成了百余项科技创新项目，拥有 61 项国家专利，参与制定了 5 项国家标准和 4 项行业标准。

在花生产业方面，金胜集团建设了千亩自属花生良种培育基地，与顶尖专家团队合作，培育出高油酸、高含油、高蛋白花生新品种。此外，通过引入智能雷达绿色防控新技术，成功打造了国家级花生良种培育基地和绿色防控基地。

“年轻企业家最重要的精神还是创新精神”，高冠洁总结道。未来，随着科技的不断发展，粮油食品行业将继续迎接更多的挑战和机遇。高冠洁的领导经验和对创新的坚持无疑是金胜集团发展的强大动力，也为整个粮油食品行业树立了成功的典范。金胜集团的经验表明，只有不断追求创新，结合科技发展，才能在激烈的市场竞争中保持优势，为行业带来更多发展机遇。

(程云锦)

首届 OTC 品牌大会在京召开

12 月 23 日至 24 日，由中国非处方药物协会主办的首届 OTC 品牌大会在首都北京举行。

本次大会以“相信品牌的力量”为主题，旨在构建推动 OTC 品牌高质量发展的“行业生态平台”，将汇聚 OTC 品牌领域政、产、学、用、媒、服等核心要素主体力量，聚焦中国 OTC 品牌的热点政策、发展趋势、创新升级、专业传播等核心议题，为我国 OTC 品牌的发展提供新思维、新动力、新模式。

呼吁强化品牌创新发展

中国品牌建设促进会理事长、国际标准化组织品牌评价技术委员会顾问组主席、国家标准委原主任刘平均表示，中国在品牌评价理论、国际标准化、组织公益机构等方面做出突出贡献，成功主导发布世界葡萄酒、蒸馏酒品牌榜。他建议，OTC 品牌集群可主导发布中国 OTC 品牌榜，并推动建立国际 OTC 品牌中心，为中医药品牌走向世界创造良好路径。

中国非处方药物协会当值会长、天士力控股集团有限公司董事局主席闫凯境介绍了推动品牌建设国家政策，强调 OTC 行业作为关键领域，旨在凝聚共识，增强信心，推动科学监管、科技升级、健康认知提升，助力 OTC 行业由中国制造向中国创造的转变，更好地服务健康中国征程，推动 OTC 品牌国际化。

探讨 OTC 市场品牌建设新趋势

中国是全球潜力巨大的 OTC 市场之一，随着老龄化、自我药疗意识增强、医药分开改革和互联网医疗的推动，中国 OTC 药品市场规模快速扩大，成为医药行业的独特领域。OTC 品牌竞争逐渐由产品质量和服务升级至



更高层次，在这一发展中，品牌建设至关重要，需要 OTC 企业深刻认知整体发展脉络，有效规划品牌建设与发展。

华润三九医药股份有限公司副总裁徐永前以华润三九为例，介绍了品牌、产品、品质升级的践行经验。通过数字化、智能制造等手段，推动中药产业链的高质量发展，致力于构建健康中国的护城河；强调以消费者为中心，携手产业伙伴，共同引领商业进步，助力美好生活的构建。

毕马威亚太及中国风险咨询主管梅放则从国际角度指出，全球经济不确定性下，兼具消费与医疗属性的 OTC 市场将保持稳健增长，尤其在咳嗽、感冒、呼吸道用药领域。梅放建议中国企业采用 ESG 品牌定位、特定环境下的推广、基于需求的创新，提升全方位消费者体验，同时注重高品质 OTC 品牌、企业质量、创新商业模式，以患者为中心。

中央广播电视总台央广传媒集团党委书

记、董事长、总经理王跃进则聚焦于新传播生态下的品牌传播策略。他指出，在互联网时代，品牌传播面临着平台选择和广告效果评估等困惑，需要重新思考品牌传播的竞争要素。他强调了消费者心智、品牌印记、媒体模式和市场渠道等四个关注点，并特别提及声音媒体和国家广播的传播价值。

权威标准发布 助力品牌长期发展

品牌价值是品牌管理中的核心要素，代表着品牌的核心资产。它是品牌与竞争对手区分开的关键标志，直接影响品牌在市场上的竞争力，是品牌长期发展的关键保障。

中国非处方药物协会市场营销专委会主任委员李耀在大会现场发布了“OTC 品牌价值评价标准及首批企业 OTC 品牌价值”。

据介绍，这一标准是中国非处方药物协会

以民为本,推动医疗器械智能化发展

随着人口老龄化和慢性疾病负担的加重,以及新冠疫情的爆发和后疫情时代的来临,医疗器械行业正面临着前所未有的机遇和挑战。数字化技术的快速发展为医疗器械带来了新的突破和创新,这些技术使得医疗器械更加智能化、精确和个性化,为人民群众的健康管理提供了巨大的助力。同时,低成本、易操作和适应不同环境的医疗器械产品也得到了越来越多的关注。因此,医疗器械行业继续探索创新的解决方案,不断创新和提升技术水平,以满足不断增长的医疗需求。在这一进程中,作为一名杰出的医疗器械研发专家,山东东华医疗科技有限公司董事长韩冰不断推进行业的创新,大力推动医疗器械的智能化发展。

据悉,韩冰于 2007 年便加入山东东华医疗科技有限公司。作为中国专业医用 PU 膜生产企业,山东东华医疗科技有限公司拥有先进的生产设备和工艺技术,致力于研发和生产高质量的医用敷料产品。近年来,公司在这位董事长的带领下,不断侧重于提供智能化的解决方案,以满足医疗器械行业的发展需求。

而拥有多年医疗器械设计研发经验的韩冰,更是洞悉行业趋势,深知人民群众的需求和健康管理的重要性,主导了多项医疗器械智能化成果的研发,为行业和社会输送了“基于纳米技术的智能敷料系统”“基于生物传感器的伤口感染监测系统”“基于临床数据挖掘的个性化康复设备”等优质成果。

其中,“基于纳米技术的智能敷料系统”利用先进的材料技术和传感器,实现对伤口

的准确监测和自动调控。同时,韩冰还开发了“基于生物传感器的伤口感染监测系统”,能够及时发现并预防伤口感染风险。此外,他还推动了“基于临床数据挖掘的个性化康复设备”的研究与开发,为患者提供更准确和个性化的康复方案。韩冰的这些成果不仅提升了医疗器械的功能和效果,更为患者的康复和治疗带来了新的希望和可能性。通过融合先进技术和医疗器械,他致力于实现个性化医疗、精准治疗和健康管理的目标,为人民群众的健康贡献了重要力量。韩冰先生的研发成果不仅在国内取得了重要突破,也受到了国际同行的广泛关注和赞誉。

作为医疗器械研发领域的重要人物,韩冰还主持开展了重要课题《医疗器械研发质量控制及其合规性研究》。通过探索医疗器械研发过程中的质量控制和合规性,他致力于提高医疗器械产品的质量和安全,为人民提供更可靠的医疗选择。凭借出色的科研成果和突出的行业贡献,韩冰受邀成为多个行业活动的评审专家,为医疗器械技术创新提供自己富有针对性的指导和见解,并通过传授自己的经验和知识,帮助年轻从业者提升技术水平和创新能力。

对于未来,韩冰表示自己将继续领导公司团队推动医疗器械的高质量发展,致力于提供更先进、更新型的医疗器械产品和服务。他本人也将一如既往地关注医疗器械行业的挑战和需求,不断创新和改进,推动医疗器械智能化发展,从而为人民群众的健康福祉贡献更多的力量。

(邵文杰)

蒋磊峰：以创新与突破者姿态践行企业数智化发展之路

近年来，中国白酒行业迎来了一场数字化转型的革命，而在这个变革浪潮中，水井坊以其创新的数字化战略和卓越的创新能力成为了行业的引领者。作为中国乃至全球白酒业的重要代表，水井坊走在企业数字化变革的前沿，取得了一系列重要成果。水井坊在数字化转型方面的成功经验不仅为整个白酒行业带来了启示，更为传统企业在数字时代实现可持续发展指明了方向。近日，四川水井坊股份有限公司副总经理兼首席财务官蒋磊峰先生接受了记者的专访，深入探讨了水井坊在企业数字化转型方面的引领作用，剖析其背后的战略思维和关键成功因素，以期其他企业提供借鉴和启示。

蒋磊峰认为，白酒行业探索高质量发展路径，数字化是重要路径之一。以数字化作为底层技术的新消费和新零售为酒行业带来了基于营销模式、渠道模式、市场模式、消费模式等多方面的变革和创新需求，也为白酒行业提供了面对新市场的变革动力。蒋磊峰先生向记者分析了做出这一战略性举措的考量和以及落实到实处对企业各个层面带来的巨大改变，他表示：“目前，白酒企业这样的传统企业面临各类挑战，特别是由于渠道链接过长引发的种种问题，如终端数据量巨大、人工核实工作量大、效率低，管理成本高；核销周

期长，对水井坊合作伙伴造成资金流转压力；费用控制能力弱，申请与预算和核销脱节，数据无法闭环，流程难掌控等。在今年上半年，水井坊在业内率先搭建了全面可靠的数字生态体系，建立了基于合法合规要求的信息安全策略，实现了供应端与商务端的全流程业务数字化，在数字化转型方面又迎来了一个新的里程碑。对外，通过数字化赋能，可基于实际执行的投资活动数据，合理优化市场营销活动形式，清晰跟踪活动，加速市场活动的有效执行，提升投资效率，有效促进消费者培育活动，促成终端消费者成交；通过数字化工具及报告，快速完成活动执行及结算，提升资金周转效率，降低水井坊合作伙伴资金占用成本；通过资源分配系统和有效管理，更加及时有效完成针对消费者的各项投资活动，有效拉动门店销售。对内，通过数字化平台的整合，实现数据共享及数仓搭建；有效提升数据逻辑及透明度，形成完整的管理环节，为管理团队提供清晰可见的数据分析源，为决策提供有力数据支持；通过前端活动执行控制管理提升市场投资活动的有效性，简化活动核销流程为白酒行业的数字化改革提供可供参考的典范。

水井坊还关注数字化营销策略的制定和执行，通过数字化技术实现了二维码数据全

流程管理，通过收集和分析消费者数据更加准确地了解市场需求和消费者偏好。蒋磊峰介绍到，水井坊是业内最早引入终端管理这一概念的厂家之一，早在 2018 年就开发应用了初版的终端管理系统(英雄汇)。水井坊通过数字化工具开展的创新数字化营销已经覆盖 100% 签约门店，这些数据在企业的市场决策中发挥了重要作用，使水井坊能够更好地满足消费者的需求，提升市场竞争力。并且通过数字化技术提升营销效果，扩大品牌知名度和影响力，带动了整个公司业务的提升。据悉，水井坊在推出这些数字化变革的创新举措后，在同年中秋活动以及“双十一”活动中表现亮眼，动销同比实现跨越式增长。

此外，蒋磊峰表示，水井坊的数字化转型不仅仅体现在企业内部运营和市场营销方面，在数字化工厂建设方面在行业中也处于相对领先的地位。除了 SAP、三码、WMS(仓库管理)等系统，还有 MES(制造执行)、LWMS(酒库管理)、LIMS(实验室管理)、QMS(质量管理)和尝评系统，并可支持多工厂应用。具体来说，三码系统的准确性和稳定性，无人为了因素影响下，系统数据准确性达到了 99.9999% 以上。三码设备与自动化产线其他设备实现了信号的对接和联动，成为了自动化产线的一部分。MES 系统实现了包装自动

通过调研、研究，参考国内外相关标准和方法，结合 OTC 行业的特点和需求制定的一套系统性、权威性和可靠性的品牌价值评价标准。

见证品牌力量 传承创新发展中医药文化

中医药文化是中国优秀传统文化的重要组成部分。作为中华老字号、中医药文化传承的代表企业，东阿阿胶秉一直致力于中医药文化的传承创新发展，从品牌价值到产品实力，都经过了市场验证。

东阿阿胶总裁程杰在大会上展望了中医药产业 2024 年的新趋势。中医药振兴发展是国家战略的重要支撑，中医药是我国重要的卫生、经济、科技、文化和生态资源，振兴发展中医药是中华民族伟大复兴的重要组成部分。他表示，东阿阿胶积极融入健康中国战略，经过涅槃重生，实现了健康高质量发展。

在首届中国 OTC 品牌大会上，东阿阿胶再次发布“皇家围场 1619”品牌，以打造滋补第一品牌为愿景，布局男士滋补健康新赛道。

现场，包括分众传媒董事局主席江南春、特劳特伙伴公司全球总裁兼特劳特中国公司董事长邓德隆等在内的企业负责人，在 OTC 品牌传播、OTC 品牌创新等论坛上进行了深度的主题分享。

值得注意的是，大会还发布了一系列行业统计数据，包括 2023 年度中国非处方药生产企业综合统计排名、2023 年度中国非处方药产品化学药综合统计排名、2023 年度中国非处方药产品中成药综合统计排名、2023 年度中国非处方药黄金大单品名单、2023 年度中国健康产品生产企业综合统计排名。同时，大会还公布了 2023 中国 OTC 品牌创新优秀案例榜单。

(据新华网)



黑龙江“冷水鱼”产业项目签约

26 日，2023 黑龙江“冷水鱼·冬捕季”冷水渔业科技合作及招商引资项目签约仪式在大庆市举行，来自全国多地的鱼类研究机构和企业与黑龙江签约，金额达 88.46 亿元。

黑龙江省渔猎文化历史悠久、自然资源优势突出、水产种质资源丰富，孕育着以“三花五罗十八子”为代表的 100 多种野生鱼类。该省是内陆水域资源大省，规划可养殖水域面积达 730 万亩。2022 年，该省水产养殖面积 640 万亩，居全国第三，其中湖泊、水库等大面积增养殖面积 460 万亩，居全国第一。该省水产品总产量 73.5 万吨，大水面水产品产量占 1/4。

在当日的签约仪式上，东北农业大学与全俄渔业和海洋研究院签订合作项目框架协

议，成立“中俄淡水鱼研究院”，共同开展渔业资源普查、鱼类和水生生物养殖技术、鱼类育种、鱼类人工繁殖、苗种培育、饲料生产以及水产品加工技术领域的科技研发合作。

黑龙江北鱼渔业集团有限公司与广东春水水产种苗有限公司签订合作协议，实现鳊鱼全产业链合作，包括在探索北鱼南繁模式和建立南繁基地等方面开展深度合作。

此次签约仪式是 2023 黑龙江“冷水鱼·冬捕季”系列活动的一项重要板块，是为了稳步发展中俄渔业合作，构筑向北开放新高地，加强龙粤、龙鲁合作，开创向南合作新模式，引入企业战略投资和开拓高端新兴市场并举，进一步提升龙江冷水鱼品牌影响力和竞争力，推动冷水渔业振兴。

(王妮娜)

化线所有设备的数据联机和流程管理，包括生产管理、设备管理、机修管理、在线质检、线边仓管理、能耗管理、事件管理、看板等功能。曲酒的生产、定级和勾调，引入了 LIMS、LWMS 和尝评系统，实现了完全由系统出具质检报告和尝评报告。同时对酒体库存实现了系统管理。针对包材和原辅料，QMS 实现了对供应商来料的管理和问题追踪，实现了质量事件的闭环管理。同时，QMS 也实现了对供应商绩效的系统化考核。

对于今年的几个重点数字化项目对公司未来的发展将会产生什么影响，蒋磊峰表示：“在合法合规的前提下，通过数据的不断积累及分析，我们可以提取到更多的关于消费者行为及消费习惯的洞察，从而为公司的业务战略及决策提供更可靠的支持，为公司业务的长远发展打下坚实的基础。”

水井坊在数字化转型方面的创新理念和重要举措为水井坊的发展注入了活力，带动了水井坊的高质量发展。水井坊的成功经验也为其他白酒企业提供了有价值的借鉴，引领中国白酒行业的数字化发展。蒋磊峰表示，数字化升级之后的水井坊将紧抓白酒制造行业数智化转型升级的浪潮，继续发挥行业标杆作用，为中国酒企的智能化发展保驾护航。

(蓉城)