



●四川省火锅协会会长严龙(右四)在新闻发布会上讲话

首届“感动四川火锅行业十大人物·张兵兵火锅牛油杯·金熊猫奖”评选活动新闻发布会在成都举行

12月10日下午,首届“感动四川火锅行业十大人物·张兵兵火锅牛油杯·金熊猫奖”评选活动新闻发布会在成都举行。

为弘扬中国火锅文化,促进四川火锅美食文化交流,进一步培育和践行行业核心价值观,全面展示四川火锅行业遵纪守法、爱岗敬业、诚实守信、担当作为、创新创业、匠心精神、无私奉献行业等方面涌现出来的杰出人物,在全行业树立可信可亲、可敬可学的榜样,形成学习榜样、崇尚榜样、争当榜样的热潮,经四川火锅协会反复酝酿并报相关部门同意,决定开展2019首届“感动四川火锅行业十大人物·张兵兵火锅牛油杯·金熊猫奖”评选活动。

本次活动由四川省商务厅、四川省民政厅指导,四川省火锅协会主办,四川航佳生物科技有限公司·张兵兵火锅牛油品牌总冠名,四川粮之髓食品有限公司、四川高金食品股份有限公司、成都创智公关·品饮汇协办。

据悉,首届“感动四川火锅行业十大人物·张兵兵火锅牛油杯·金熊猫奖”将评选出四川火锅行业涌现出来的功勋人物、劳动模范、创业创新领头人、基层服务带头人、行业道德模范等。评选结果在12月30日揭晓。

本次活动得到了四川航佳生物科技有限公司·张兵兵火锅牛油品牌、四川粮之髓食品有限公司、四川高金食品股份有限公司、成都创智公关·品饮汇等单位的大力支持,活动吸引了“蜀大侠、小龙坎、大龙炭、钢管五区、集渔泰式火锅”等近百家知名火锅品牌积极参与,网络投票展示阶段,已获得近400万人次访问关注,近300万社会大众参与投票,得到了火锅行业及产业链百万从业人员及火锅文化爱好者的积极响应与关注,极大地提升了本次活动社会影响力。(严森文/图)

中国新式茶饮市场远超咖啡 喝出4000亿元大市场

12月5日,奈雪的茶携手36氪研究院在北京发布了《2019新式茶饮消费白皮书》,显示在整体茶饮市场中奶茶类饮品销量最大。预计到今年底茶饮市场将喝出4000亿元大市场,中国茶饮市场规模将是咖啡市场规模的2倍。

据介绍,在传统茶饮空间被咖啡挤占的关口,2015年前后,新式茶饮的出现为茶饮市场带来了另一种可能。白皮书显示,按“中国茶饮市场规模=新式茶饮门店销售额+传统茶叶销售额”测算,中国茶饮市场的总规模在2019年将突破4000亿元。按照“中国咖啡市场规模=咖啡门店销售额+咖啡豆销售额”测算,中国咖啡市场的总规模在2019年将接近2000亿元。

国内茶饮市场正迎来新一轮高速增长周期。白皮书调研显示,90后消费者已成为新式茶饮主流消费人群,占整体消费者数量的50%。总体来看,新式茶饮的女性消费者占到了七成。67%的消费者常住一线城市(包括新一线城市),近五成消费者每月可支配收入在5000至1万元之间。(赵鹏)

促药价回归 我国将深化药品集中带量采购制度改革

国家医保局日前印发《关于做好当前药品价格管理工作的意见》,明确深化药品集中带量采购制度改革,坚持“带量采购、量价挂钩、招采合一”的方向,促使药品价格回归合理水平。

药品集中带量采购是我国解决“看病贵”“药价贵”问题“组合拳”的重要组成部分。2018年,11个试点城市开展药品集中采购,共有25个药品中选,中选价平均降幅52%,最大降幅超过90%。今年9月,试点扩大范围到全国,25个药品扩围采购全部成功。11月20日召开的国务院常务会议进一步提出,扩大集中采购和使用药品品种范围。

专家表示,药品集中带量采购有利于发挥“团购”效应,同时压缩流通环节的不合理费用,从而大幅降低药品价格。与此同时,由于将“一致性评价”作为仿制药参加集中带量采购的入围标准,有利于提升群众用药水平。

为发挥医保对药品价格引导作用,意见还提出,探索实施按通用名制定医保药品支付标准并动态调整。健全公开透明的医保药品目录准入谈判机制,完善对定点机构协议管理,强化对医保基金支付药品的价格监管和信息披露。

意见还明确了推进形成合理的药品差价比价关系、依法管理麻醉药品和第一类精神药品价格等系列相关措施。(张泉 屈婷)

锦酱房四川辣酱进入新疆受热捧 杨晓飞董事长签约首批六家商超

■ 本报记者 何沙洲

一个人走,走得快,但是一群人走,走得远。在新疆打拼发展的一群四川南充嘉陵人,就走上了“抱团取暖”、“抱团发展”的集团化发展道路。

2019年12月3日,“乌鲁木齐市嘉陵商会”在新疆乌鲁木齐阳光酒店举行成立仪式。出席现场表示祝贺的有乌鲁木齐市统战部、工商联、民政局有关领导,还有远赴新疆的嘉陵区委副书记、区长史燮,区政协主席白青云,区政府副区长罗适,区政协副主席、区工商联主席青树宇,以及四川锦酱房味业公司董事长杨晓飞和一大群南充市嘉陵区在新疆发展的商界精英们。

史燮在致辞中表示,特别希望“乌鲁木齐市嘉陵商会”成立后要更好地团结嘉陵籍企业家,弘扬川商精神,精修商道、厚积商德,广发商财,引导大家守法经营、诚信为本,在互帮互助中创大业,在整合资源中抱团发展。”他强调,商会要发挥好穿针引线的桥梁作用和保驾护航的引导作用,组织起会员企业积极宣传推介嘉陵,当好嘉陵的“代言人”、“宣传员”,把新疆宝贵的信息、先进的技术、优质的资源、高端的人才带回嘉陵,以实际行动引老乡、回故乡、建家乡,共同维护会员企业合法权益,努力做情系家乡、返乡创业、回报桑梓的模范。

借此机会,嘉陵区政府现场举行了“嘉陵区投资环境暨重点项目投资推介会”并在会上举行了系列项目签约仪式,其中,四川锦酱房味业有限公司分别与新疆珍品鲜味商贸有限公司签订了新疆市场产品经销合同,与乌鲁木齐市嘉陵商会签订了战略合作联盟。乌鲁木齐海航星商贸有限公司、每日每夜连锁超市、八点半连锁超市、乌鲁木齐英吉尔食品有限公司喀什分公司、库尔勒巴州博冠商贸有限公司等锦酱房合作伙伴云集乌鲁木齐,见证了这一激动人心的时刻。“锦酱房首次进疆就获得了众多商业伙伴的信任和大力支持,这得益于锦酱房四川辣酱的高品质和深厚的文化底蕴。”杨晓飞表示,按照这个势头,把锦酱房四川辣酱这面大旗插满全疆指日可待。

据了解,嘉陵区工商联在会场举行的“嘉



●四川锦酱房味业有限公司杨晓飞董事长(右)、乌鲁木齐市嘉陵商会执行秘书长饶盈上台签约



●嘉陵区委副书记、区长史燮(左),区政协主席白青云(中)一行参观锦酱房味业展区

陵特色产品”的展示展销活动上,锦酱房四川辣酱、凸酒、桑茶、丝绸、发热背心等产品受到参会来宾和新疆各族群众的热捧。锦酱房四川辣酱展台更是受到追捧,大家争相排队抢购,数次补货均供不应求。嘉陵区委副书记、区长史燮,区政协主席白青云等在参观锦酱房味业展区时,看到立足嘉陵的“美味特产”如此大受欢迎,在肯定锦酱房产品好品质的同时,希望杨晓飞早日将“锦酱房四川辣酱”品牌做强做大,走进全疆,借助新疆“一带一路”经济带核心区走向欧亚,香飘全球,打造嘉陵区“世界长寿乡”的特色产品。

每一种味道都是生活在那片土地上的人们最浓重的乡愁,但锦酱房四川辣酱不仅让在新疆的川人有“他乡遇故知”的欣喜,也让



●携手迎来锦酱房共赢共享的未来

新疆各族群众享受到了美妙的味蕾之旅。俗话说,适合自己的才是最好的。每一个产品经销商所走的渠道不同,所处的环境不同,面临的终端消费者不同,应该选择的产品自然也不同。但锦酱房四川辣酱刚进入新疆就受到掌握了不同渠道的商业精英的厚爱与支持,其魅力自然来自于杨晓飞带领全体锦酱房人20多年来匠心打造的实力。

好味道源自好食材、来自好工艺。锦酱房依托“中国国家地理标志保护产品”二荆条辣椒的资源优势以及嘉陵区“世界长寿乡”的自然条件,结合锦酱房品牌创始人杨晓飞先生20多年来在贵州老干妈、四川临江寺这两家专业调味品企业沉淀的独特炒制工艺和配方工艺,对“锦酱房”系列产品进行了一系列升级

汪思洋:药企和医疗服务生态融合发展 或将成为药企转型升级新思路

在2019第十届长城国际健康论坛上,华立医药集团总裁、昆药集团董事长汪思洋从传统药企视角出发对药企、医疗机构、器械厂家、医疗数字化等医疗服务生态融合发展做了思考解读。

药企拥抱医疗服务生态的原因和思路

当下,临床的需求正越来越多元化和个性化。首先来谈多元化,以肿瘤为例,大部分肿瘤基于不同的基因和蛋白组学,即使现在所谓的“神药”,真正起到应答率的患者还不足20%。所以,针对不同的患者选用的治疗方法是不一样的,这不是一款药品能去完全解决的。第二,针对同一个患者的疾病临床有综合化需求,无论是疑难杂症,还是慢病,都不是仅仅是药物就足够了,还需要配合手术、医疗器械、放疗、生活方式改善等,这都需要一个涵盖药企、医疗机构、器械厂商在内的综合整体解决方案。所以,药企需要积极主动去拥抱医疗服务生态。

药企如何拥抱医疗服务生态?从三个方面来看:一是药企结合医疗机构提供服务,二是药企和器械厂家合作,三是药企拥抱医疗数字化。基于这三个方面的思考,华立的核心主业医药上的布局 and 分工形成了以中药、化学药、创新药、医药流通为主的昆药集团,以中药、OTC、中医诊疗为主的健民集团,以聚焦细胞治疗、创新药、高端器械、医疗数据为主的华方资本,以社区医疗、康复、养老为主的正在培育基层医疗的华方医护,这四个平台构成华立医药产业的核心能力。

药企结合医疗机构提供服务的切入点和产品线

中国的医疗机构虽然不错,但是仍然有很多未被满足的临床需求。在患者的常规诊疗中,初诊—辅助检查—确诊—治疗,前三个环节药企很难进入,只有在治疗环节药企是可以提供产品或服务的。为此,药企作为医疗产品的提供商,和临床结合最有可能的点就是提供临床定制化用药。

药企一直希望和医院能够共同去提供一种个性化、定制化的药物,这不是一个新的概念。临床上最早的定制化用药就是中药饮片,针对不同的患者、不同的人群都有不同炮制方法,后来有医院内药房制剂,作为每个医院的特色治疗方案提供给患者。随着科学技术的进步,新的定制化药物出现了,典型的代表



●华立医药集团总裁、昆药集团董事长汪思洋

就是细胞治疗。

对于细胞治疗,整个药企行业都非常关注,华立医药也投资了几个细胞治疗公司和技术。我们都知道美国早已做出细胞治疗的药物,而中国因为丰富的临床资源和不断开放的政策,这让中国的细胞治疗在近几年快速发展。

那么,细胞药物的产品线有哪些呢?主要分为三块,一是大家最耳熟能详的免疫细胞产品线,以CAR-T为代表的产品,现在正在开发的TCR-T、CAR-NK、UCAR-T等,华立也投了几个著名科学家孵化出来的CAR-T治疗平台;二是干细胞,以间充质干细胞为代表的一系列产品,现在正在开发的有胚胎干细胞或者诱导多能干细胞来源的神经干细胞、成纤维干细胞、造血干细胞等;三是其他细胞,诸如红细胞产品,是用生物工程的方法将药品装进红细胞里去。

细胞药物是一种相当特殊的存在,其产业化难度远高于实验研发难度,这对药企提出了极高的要求。目前来说,有两种主流的做法:第一,在医院内或者医院边建立一个细胞生产车间,仅提供这个医院的需求。医院有医生、有丰富的临床资源,由医院来主导;第二,在一个省或者地区建立一个细胞工厂,标准化生产供应整个省份或者辐射区域。药企化的大生产,这种模式药企主导的成分更多一

些。目前,这两种方式都有存在价值。

无论是哪一种模式都突破了传统药企和医院之前的关系。过去,药企做产品卖给医院,医院怎么销售、怎么使用,药企参与都不高。而未来,药企和医院要共同面对患者,什么样的患者提供什么样的细胞,是药企和医院共同去完成整体解决方案。所以,定制化治疗,比如细胞治疗,会越来越成为一个主流的疗法,而在这个治疗过程中,药企和医院将会深度地融合在一起,真正围绕着患者去展开一系列分工与合作。

药企和器械厂家合作的结合思路

首先,药企和IVD厂家的合作,以细胞药物为例,传统治疗方案药品和IVD很多时候是分离的,IVD是作为辅助检查辅助诊断而非治疗;但现在IVD已经在治疗方面越来越趋于直接结合治疗方案。而未来的方式主要是两种:一种如果是通用型的细胞药物,那和现在的大分子生物药类似,需要伴随诊断来提高其临床应答率;另一种如果是定制化的细胞药物,那么在定制之前就要用到IVD的方式来确定病人有什么样的靶点,从而选择所要定制生产的细胞药物。所以,这样一来就改变了过去检测和医疗之间的顺序和逻辑,也让检测是个性化的、产业和服务也是个性

创新。尤其是起源于清乾隆三年(1738年)的“中华老字号”产品“临江寺豆瓣”,近300年来虽经世纪交替却从未迁址,堪称中国豆瓣、豆豉发酵的鼻祖。锦酱房豆豉正是在这片百年窖池里面产生的。传承百年、开拓创新,锦酱房将传统工艺与现代科技进行了有机结合,使“锦酱房”、“百年鹃花”这一尘封数百年的传统工艺、配方在锦酱房人的努力下重放异彩,形成了中国“四川辣酱”独特的产业发展优势。

食在中国、味在四川。锦酱房的崛起正应验了锦酱房那句标志性的口号:四川味道,便是霸道!

杨晓飞表示,在这个消费者为王的时代,只有持续研发消费者喜爱的产品方可得到消费者的认可,赢得消费者的青睐,得到商业伙伴的支持。

“利用优质食材和研发生产的优势,不断挖掘和满足消费者的需求,这是锦酱房保证多方共赢必须努力做得更好的事情”。杨晓飞向记者讲述了目前锦酱房四川辣酱产品在全国的布局及产品分类,锦酱房目前将重点打在六方瓶系列锦酱房高端辣酱产品,目前上市六个单品,风味豆豉、金标牛肉酱、油辣椒、就酒脆儿、香辣蘸酱、拍黄瓜酱,主打商超、电商、外贸出口业务。进而将产品线延伸到火锅底料系列,锦酱房火锅连锁加盟商业模式正全面展开。

在谈到流通市场的打造时,杨晓飞表示,锦酱房将致力于向打造中国高端辣酱的代表李锦记、海天学习。同时大力推进流通市场的产品推广,打破辣酱市场的垄断格局,为各级分销商带来丰厚利润,打破经销商给厂家“抱孩子”的心理阴影,打造全新的厂商资源格局,建立“锦酱房商学院”,让锦酱房商业链条上的各级客户、从业人员在锦酱房不仅能得到“鱼”、更能学到“渔”。

12月6日,锦酱房在兰州召开销售会议间隙,杨晓飞兴致勃勃的带领西北销售团队参观了兰州黄河风景,在黄河大桥上,杨晓飞自豪地宣称:我们在见证了中华上下五千年沧桑与辉煌的黄河宣誓,锦酱房,一刻也不能停止努力,一刻也不能懈怠,为打造“四川辣酱”、制造“中国味”,为民族工业争气,不忘初心、砥砺前行!

化的。因此,药品和IVD企业之间的合作会变得无比紧密,甚至捆绑在一起。

其次,药企和临床医疗器械厂家的合作。药械结合的成功要素是结合后的新一代产品不仅要比原来的治疗方案更加安全有效,还要不改变甚至简化临床医生的操作习惯。

药械结合的主体思路有哪些呢?一种是以器械为主体的思路。临床上的现有治疗方案若以器械为主体,对于药企来说,应该思考药物在局部能不能增进器械的治疗效果。

另外一种是以药物为主体的思路。临床上现有的治疗方案若以药物为主体,对于器械企业来说,应该思考用器械能不能改进给药方式,从有创转为无创或者微创。

药企拥抱医疗数字化是必然趋势

绝大多数有价值的都在医疗机构,医疗机构是健康数据的总集成商。所以,医院可以给药企信息化、医疗大数据提供非常多的思路和价值挖掘点。

医疗大数据是指个人从出生到死亡的全生命周期过程中,因为免疫、体检、门诊、住院等健康活动所产生的大数据。通过对医疗大数据的分析和加工,可以挖掘出和疾病诊断、治疗、公共卫生防治等方面的重要价值。诸如,药企药品从出厂到最后患者服用的生命周期管理中,医疗的数据化系统都可以去解决这个过程的合规性,服用数据、药品质量控制等;医疗大数据在慢病管理中的应用将有效减少慢病管理的成本等。

无论是药企、器械厂家还是医院等医疗服务机构,每个行业不应该像过去那样“单打独斗”,而应该还是比较深度地融合在一起,我们期待更多的医疗专家、公共卫生专家、药企在充分交流中碰撞出融合发展的火花。

(据昆药集团)

广告——

