



● 蒋琴女士

蒋琴： 用创新技术 开辟国际贸易 璀璨通途

■ 陈慕兮

随着经济全球化的深入发展与科技进步的不断加速,国际贸易格局发生了深刻变化。在这一波产业升级与技术革命的浪潮中,进出口贸易行业作为全球经济的重要组成部分,正迎来前所未有的机遇和挑战。特别是在全球供应链多元化、贸易保护政策频繁调整、市场需求快速变化等复杂因素的影响下,企业要想在国际市场中立于不败之地,必须依赖更加精准的市场预测和高效的决策支持。而在这一过程中,科技的力量,尤其是人工智能、大数据和机器学习技术的应用,正成为企业走向成功的关键。

在这种背景下,嘉兴维雅进出口有限公司总经理蒋琴,凭借敏锐的商业眼光和深厚的技术积累,不仅引领公司在全球市场上取得了显著成绩,更为整个进出口贸易行业的数字化转型开辟了新路径。从大学时期对涉外会计专业的学习开始,到进入进出口贸易领域后,通过不断积累实践经验,蒋琴始终保持对市场趋势的高度敏感,以及对技术创新的持续追求。她不仅专注于市场开拓、客户开发,还将技术创新视为推动公司发展的核心动力,带领企业实现了在传统贸易业务之上的跨越式发展。

作为进出口贸易行业的一名领军人物,蒋琴深知在全球进出口贸易市场竞争愈发激烈的今天,如何准确把握国际市场的需求变化,如何有效预测未来的贸易趋势,成为企业实现增长、降低风险的关键所在。正因为如此,她始终保持对技术的高度关注,并积极推动技术与贸易的深度融合。在2020年年底她研发出了“基于神经网络的国际市场需求预测系统V1.0”,这一系统通过先进的数据分析和机器学习技术,能够实现对市场需求的高效预测和动态调整,为进出口企业提供更加精准的决策依据。

传统的市场需求预测方法通常依赖于统计学模型,如时间序列分析和回归模型,这些方法往往在面对多变的全球市场时显得力不从心。尤其是在涉及复杂的国际贸易时,需求波动受多种因素的交织影响,如经济周期、政策调整、汇率变化、国际关系等,这些因素的多样性和不确定性使得传统方法的预测结果无法达到理想的精度。相比之下,神经网络作为一种深度学习技术,能够有效捕捉和处理这些复杂的非线性关系,从而提供更为准确的预测结果。基于神经网络的市场需求预测系统V1.0通过对大量历史数据的深度学习和模型训练,不仅能够识别出不同市场需求的变化趋势,还能自适应地调整预测模型,随着数据的不断积累,系统的预测准确性也将不断提升。并且该系统还具有自我优化的能力,可以逐步适应复杂的市场环境,解决传统预测方法无法准确应对多重市场变化的问题。此外,神经网络系统还具备显著的实时响应能力。在全球化市场中,用户需求的波动通常是迅速且不可预测的。传统的需求预测方法往往是基于周期性的数据,更新和反应速度较慢,企业在收到预测结果后,往往错过了最佳的应对时机。而神经网络通过处理动态数据,能够实时对全球市场的变化做出反应,并及时调整预测结果。尤其在进出口贸易行业中,快速的市场响应能力能够帮助企业及时优化资源配置,调整采购、生产和销售策略,从而提高运营效率,降低运营成本。基于神经网络的市场需求预测系统V1.0不仅解决了传统市场预测方法在面对复杂多变的国际经济环境时的不足,还为企业在资源配置、供应链管理和战略决策等方面提供了更加精准、高效的支持。

基于神经网络的市场需求预测系统V1.0的研发不仅是蒋琴在进出口贸易领域技术创新成就的缩影,更展现了她对行业未来发展趋势的深刻洞察。随着人工智能和大数据的逐步普及,智能化决策已经成为提高企业核心竞争力的必然选择。蒋琴通过该系统的推出,成功实现了贸易决策的智能化,极大地提升了公司在市场中的应变能力和资源配置效率,同时也为全球进出口企业的数字化转型提供了有力的技术支持与实践示范。

在数字化时代,蒋琴的技术创新不仅代表了个人的突破,也预示着进出口贸易行业的一次深刻变革。她坚信,科技将赋能全球贸易,带来更加高效、透明、智能的商业生态,而她也将继续站在时代的前沿,助力企业在数字化转型的浪潮中乘风破浪,迎接未来更加辉煌的明天。

山西汾酒：七年进博路 文化展风采

■ 杨仁宇

11月5-10日,第七届中国国际进口博览会在上海国家会展中心盛大举行,汾酒宛如一颗璀璨之星,闪耀于世界舞台,吸引着全球目光。

这已经是汾酒连续第七年与进博会结缘。七年来,汾酒持续向全球各地友人展示中国白酒文化那独一无二的魅力,以及清香型白酒高质量发展的光辉历程,在国际酒文化交流领域熠熠生辉。

七年参与 七度精彩 进入白酒第一阵营

回首2018年进博会首次拉开帷幕以来,汾酒作为清香型白酒的杰出代表,积极投身其中,每一次参与都留下了深刻而难忘的印记。

2018年,借着进博会的东风,汾酒与格鲁吉亚进行了“一带一路”友好合作姊妹酒签订仪式,就此开启国际化战略布局的新征程,为深耕国际渠道市场筑牢了坚实的根基。

2019年,进博会增设“非物质文化遗产暨中华老字号”文化展示项目,汾酒作为国家首批非物质文化遗产,在现场全方位展示了其精湛的酿造工艺,传统酒文化的魅力得以淋漓尽致地展现,令观众赞叹不已,仿佛为他们打开了一扇了解中国传统酒文化的大门。

2020年,汾酒集团展现出卓越的创新精神,与丹麦皇室巧克力品牌——爱顿博格合作,推出“中国汾酒酒心巧克力”。这种跨领域的创新融合,为中外消费者带来了全新的味觉体验,宛如在舌尖上绽放出奇妙的火花,彰显了汾酒的创新活力与开拓精神。

2021年,在第四届进博会“中国—格鲁吉亚经贸文化论坛”中,汾酒与格鲁吉亚推出“中格联名酒”。这一标志性举措意义重大,意味着汾酒在国际市场上实现了从产品和品牌出海到文化和标准出海的华丽跃升,进一步拓展了国际发展空间,为其在国际酒业竞争中赢得了更广阔的天地。

2022年,汾酒举办“向世界表达中国品质——汾酒价值论坛”,众多业内精英齐聚一堂,深入探讨将汾酒文化力转化为品牌影响力的有效路径,为打造国际知名品牌积极出谋划策,如同为汾酒的国际化发展点亮了一盏盏明灯。

2023年,青花汾酒发展论坛在进博会期间成功举办,围绕青花汾酒发展机遇、品质表达、文化赋能等关键方面展开深入研讨。同时,“青花汾酒文化体验中心”项目正式启动,通过沉浸式体验提升汾酒价值,为汾酒复兴精心绘制了宏伟蓝图,为汾酒的未来发展注入了强大动力。

2024年,第七届进博会期间,2024汾酒高质量发展峰会在上海国际会议中心隆重召开,行业专家们汇聚于此,共同为清香型白酒的未来发展出谋划策,宛如一场智慧的盛宴,为行业发展提供了丰富的精神食粮。

这七年,汾酒充分利用进博会这一国际舞台,实现了从国际化战略的精彩展现,到追



● 青花汾酒 全球共享·2024汾酒高质量发展峰会会场



● 中国白酒侍酒师文化教育基地启动仪式

求高质量发展的大步跃升,再到清香型白酒复兴的持续有力推动,每一步都见证了其品牌维度的不断提升与深化。

今年前三季度,汾酒发展势头强劲,实现营收313.58亿元,同比增长17.25%,实现净利润113.50亿元,同比增长20.34%。这一优异成绩的取得绝非偶然,它是汾酒长期以来坚持高质量发展战略的结晶,也是汾酒在国内国际市场双轮驱动、协同发力的有力见证。

凭借这一成绩,汾酒正式位列上市白酒企业前三,成为行业内当之无愧的佼佼者,成功实现了汾酒党委书记、董事长袁清茂于2022年5月19日在“践行汾酒复兴纲领,全方位推动汾酒高质量发展”大会上提出的“全方位推动汾酒高质量发展、又好又快扎根中国酒业第一方阵”的战略目标。

创新文化 提振新质 剑指“三分天下有其一”

2024年,对于汾酒而言是具有里程碑意义的一年,它既是汾酒复兴纲领第一阶段的收官之年,也是向2025-2030年汾酒复兴的成果巩固期和要素调整期“第二阶段”跨越的关键转折之年。

在今年的进博会期间,由山西省商务厅、省国资委、省归国华侨联合会、省人民政府驻上海办事处联合主办,山西杏花村汾酒集团有限责任公司承办的“青花汾酒 全球共享·2024汾酒高质量发展峰会”成功举行。这场峰会吸引了众多行业目光,意义非凡,彰显了汾酒积极创新发展驱动、向着全球领先地位快速迈进的坚定决心。

峰会上,汾酒集团党委委员、副总经理刘卫华深刻指出,站在新的发展节点上,如何为

企业挖掘出新的增长点,是汾酒当前面临的至关重要的课题,这关系到企业未来的发展走向和兴衰成败。

会上,汾酒文化创新中心揭牌成立。这一中心承载着重大使命,它将全力以赴打造世界酒文化活态中心,精心塑造兼具“中国味”“世界范”“汾酒风”的文化品牌,让“中国酒魂”带着高品质美酒、携着清香文化,走出国门、走向世界,成为国际酒文化交流中的一张璀璨闪亮的名片,在世界文化的大舞台上绽放独特光彩。

同时,中国白酒侍酒师文化教育基地正式启动,这一举措将为白酒行业培养更多专业人才,为白酒文化的传承与发展注入源源不断的新生力量,如同为白酒文化的传承长河开辟了新的支流,确保白酒文化的火种生生不息、代代相传。

此外,汾酒集团聘任复旦大学经济学院、中国经济研究中心主任张军,中国百强上市公司论坛主席、华顿经济研究院院长沈晗耀为汾酒文化创新指导委员,聘任软库中华金融集团董事长曹国琪等8人为汾酒文化创新指导委员会专家。这些专家的加入,犹如为汾酒的文化创新和发展注入了强劲的智慧源泉,他们将凭借自身卓越的专业知识和丰富的经验,为汾酒在文化创新发展的道路上保驾护航,助力汾酒在国际市场竞争中脱颖而出。

从这一系列精心谋划、扎实推进的举措中,我们清晰地看到,在复兴纲领的第二阶段,汾酒将坚定不移地以“文化”为核心驱动力,通过深入挖掘和传承博大精深的酒文化,以创新文化表达形式作为构建汾酒新质生产力的关键所在,进一步提升品牌影响力和市场竞争力,为实现汾酒复兴的宏伟目标筑牢坚实的根基。

连续七届亮相中国国际进口博览会,汾酒以实际行动生动彰显了践行“汾酒复兴总纲领”的决心与非凡魄力。在这一漫长而精彩的过程中,汾酒不仅持续深化本土根基,更积极致力于推动品牌的国际化表达,力求在全球酒业版图中占据重要一席之地,向着“三分天下有其一”的宏伟目标奋勇前行,让汾酒的清香飘满世界。



中投企业家俱乐部 走进华润置地郑州公司

11月13日,中投企业家俱乐部秘书长段玉忠等一行走进华润置地郑州公司,华润置地郑州公司公建负责人宋道等热情接待,并开展座谈交流。

华润置地有限公司于1994年改组成立,1996年上市,是华润集团旗下负责城市建设运营的业务单元,作为行业领先的城市投资开发运营商,华润置地坚持“品质给城市更多改变”的企业使命,与国家共命运、与城市共发展。

段玉忠一行参观了展示墙、新时代广场沙盘及会客区。通过细致入微的讲解,企业家们对华润置地的企业文化、发展历程、未来规划及项目布局有了更为全面而深入的了解。座谈会上,宋道介绍了华润置地郑州公司的发展历史与未来布局,特别是“两城一汇”战略的实施,以及高端写字楼与高端酒店的布局规划,他表示,未来华润置地郑州公司将聚焦东区,持续改善和发力,期待与中投企业家俱乐部产生更多链接,与各位企业家携手合作,共创美好未来。

段玉忠表示,中投企业家俱乐部期待与华润置地郑州公司携手深化合作,共同开创双方合作的新篇章,以更加开放的姿态和更加务实的行动,共同探索商办发展的新路径,推动双方在商办领域取得更辉煌的成就,共谋长远发展。(本报记者 李代广)

天业天域新实公司 开展消防知识培训

近日,新疆天业天域新实公司组织开展2024年消防宣传月“全民消防 生命至上”线上专题培训,为公司的消防安全工作夯实基础筑牢防线。公司领导班子成员,各车间、室、办负责人及安全员等30余人参加培训。

培训回顾了历史上11月份国内安全生产事故典型案例,并深入分析了事故原因。随后,培训内容依次覆盖风险预防、过程管理、应急预案与演练、应急处理能力评估等多个重要方面。

在风险预防方面,详细讲解了如何识别潜在的火灾隐患,包括对生产设备、电气线路、易燃易爆物品存放等环节的隐患排查要点。在过程管理方面,强调了在日常工作中落实消防安全措施的重要性,包括消防设施的维护、人员操作规范等相关内容。在应急预案与演练方面,明确了参训人员在火灾发生时应该如何有序组织疏散、扑救等。

通过此次培训,参训人员的消防安全意识和应对火灾能力得到了进一步提升。培训结束后,现场还组织了消防知识考试,进一步巩固所学内容,确保培训效果落到实处,为公司安全稳定运行提供了有力保障。(王伟)

“大风起兮 馥香飞扬——汉酒文化大会”在郑州举行

■ 本报记者 李代广

11月13日,由中国酒业协会主办、皇沟酒业参与承办的“大风起兮 馥香飞扬——汉酒文化大会”在河南郑州举行,汉酒文化研究院揭牌成立。

中国酒业协会理事长宋书玉,中国酒业协会文化工作委员会、文化遗产保护工作委员会秘书长任志宏,河南省商务厅流通业发展处处长、河南省酒饮食品产业链工作专班办公室主任李文文,河南省政协委员、郑州市人大代表、著名考古学家潘伟斌,中南财经政法大学教授程韬光,皇沟酒业董事长高全友等行业协会领导、专家学者、企业负责人,以及媒体代表参加活动。

高全友表示,从2000多年大汉文化汲取智慧,推动企业发展,进行文化再造,我们融合发展了皇沟酒业独有的文化产品战略,开拓了引领未来的文化发展新道路。站在新征程上,皇沟酒业将持续坚定文化自信,坚持走文化驱动企



● 汉酒文化研究院揭牌成立

业发展的成长之路,把文化智慧融入皇沟的产品品质和营销活动当中,让更多的消费者借由

皇沟馥香美酒向“馥”前行。宋书玉在讲话时表示,美酒的品质是由

落子深圳 进军广东 河南仰韶酒业省外布局再提速

■ 本报记者 李代广

11月11日,“文化仰韶,陶融华夏”2024新名酒价值增长论坛暨仰韶彩陶坊全国行在广东深圳盛大举办。政界人士、企业界人士、文化名人和行业专家等各界精英翘楚汇聚一堂,共襄豫豫两地文化的深度融合,共鉴中国新名酒价值增长的黄金机遇。

中国酒业协会理事长宋书玉,河南省工业和信息化厅二级巡视员卢钦华,三门峡市政协党组书记、主席古志,三门峡市政协副主席、市工商联主席吴鹏斐,淮池县委书记钱程,河南省人民政府驻广州办事处副主任刘杰,广东省酒类行业协会会长彭洪,深圳市酒类行业协会会长谢宝,仰韶酒业集团党委书



● 2024新名酒价值增长论坛暨仰韶彩陶坊全国行启动仪式

记、董事长侯建光,仰韶酒业集团党委副书记、酒业公司总经理郭富祥,仰韶酒业集团党委副书记、营销公司总经理郝惠锋,以及大湾区周边近500名酒业经销商参会。

2024年是仰韶酒业开拓省外市场的关键一年。“文化仰韶,陶融华夏”作为产品推广活动,有力推动了市场开拓与品牌传播。

截至目前,该活动已走进武汉、济南、西安等地,覆盖华南、西南、华东及东北区域。

此次登陆广东深圳,这座粤港澳大湾区的核心城市,不仅是一个年轻而充满创新活力的经济特区,更是开放包容的文化熔炉,为酒文化的传承与发展提供了广阔舞台。

仰韶酒业开拓广东深圳市场,代表着豫酒产业向南扩展的重要一步,将为豫酒产业带来新的发展机遇,增强其在全国市场的竞争力。

侯建光表示,仰韶酒业面向深圳市场推出的仰韶彩陶坊酒“藏系列——藏15、藏18、藏25”,是仰韶酒业面向深圳市场推出的核心大单品,产品采用“九粮四陶、多香融合”的特色工艺,瓶体以仰韶文化传世经典“彩陶鱼纹

葫芦瓶”为原型,具有福禄、吉祥的美好寓意;酒体藏于国家4A级旅游景区——河南仙门山十里洞藏基地,具有“平衡、协调、圆润”的独特口感,是仰韶酒业献礼深圳父老乡亲们的“好看、好闻、好喝、好受”的四好品质美酒。

针对深圳市场营销的具体落地,郝惠锋在《文化仰韶,陶融华夏》的主题分享中进行了详细的阐述,他强调广东是仰韶全国化的“窗口”,是“一线两角”战略的核心市场。仰韶酒业拓展广东市场有五大原则:选好商、分好利、定节奏、稳投入、强管理。以及两大合作模式,分别是经销商模式和品牌运营管理模式。

活动现场,举行了仰韶酒业与深圳市酒类行业协会大湾区、广东省经销商战略合作签约仪式。