

程华曦:专注技术创新 助推医疗健康产业高质量发展

在医疗科技快速发展的时代背景下,医疗器械产业迎来了前所未有的战略机遇期。作为北京中研海康科技有限公司的总经理,程华曦凭借卓越的创新精神、敏锐的战略眼光和坚韧的企业家精神,带领企业持续推进产品创新与应用场景拓展,积极参与行业标准建设,在企业成长与行业进步之间实现了良性互动。

创新,是企业持续发展的源动力。程华曦深知,唯有不断技术革新与应用突破,才能在医疗器械这一高技术密集型产业中占据制高点。他始终坚持“以技术创新驱动临床价值”的研发理念,围绕乳腺疾病全周期诊疗需求,带领团队开发出硬性纤维乳管内窥镜、乳腺X射线机、中频治疗仪、激光治疗仪多款具有前瞻性 & 实用性的核心产品。其中,硬性纤维乳管内窥镜率先将高清成像与微创技术应用于乳管病变的直接观察,有效提升了乳腺导管病变的检出率,为乳腺癌早期筛查提供了更直观、更精准的解决方案,填补了国内该类产品在精准乳管探查领域的技术空白。

在治疗设备方面,程华曦推动完成乳腺多点中频治疗仪与半导体激光治疗仪的系统升级,将物理治疗技术与精准定位技术融合,提升了乳腺术后康复及早期非恶性病灶干预的安全性 & 有效性。这些设备在基层医疗机构中广泛应用,满足了区域内日益增长的乳腺病筛查与治疗需求,有力推动了乳腺疾病管理能力的下沉。

为配套硬件产品的智能控制与互联互通,程华曦还组织开发了“高压发生器通讯软件 V1.0”等多项功能性软件工具,涵盖成像控制、能量调节、远程诊断等多个维度,构建起一套自主、安全、高效的软硬件协同平台。同时,他还主持完成了“具有弧形支撑板的乳腺拍摄装置”、“带有可移动式压板的乳腺拍摄装置”、“带有智能限束器的乳腺拍摄装置”等发明与实用新型专利,聚焦乳腺成像过程中的患者舒适度与图像清晰度提升问题,体现出对临床痛点的深入理解与解决能力。

在产业研发周期普遍拉长、技术门槛不断提高的背景下,程华曦推动的这些研发成果不仅实现了关键技术的自主可控,更在产品注册和市场准入方面实现高效落地。他坚持从“立项—设计—验证—注册—上市”全过程精细化管理,确保每一款产品在上市前均达到临床验证标准及行业准入要求,为企业打造出一条稳定、高质量的产品化路径。

不仅如此,作为一名具有高度社会责任感的企业家,程华曦并未将自己的视野局限于企业经营,而是主动承担起推动行业进步和社会健康事业发展的责任。2023 年 8 月,他受聘为全国卫生产业企业管理协会肿瘤预防与治疗康复分会“肿瘤预防管理项目”、“肿瘤康复管理项目”的专家工作组成员,围绕基层医疗机构乳腺专科建设、设备配置优化、诊疗体系规范化等方面提出了系统性、可落地的专业建议,助力提升基层医疗服务能力。

从深耕乳腺诊疗,到推动医疗器械创新;从企业家精神的践行,到行业责任的担当,程华曦以坚定的信念、深邃的远见和持续的创新实践,书写着属于新一代医疗健康产业先进人物的精彩篇章。在未来,他将以更广阔的视野、更坚定的步伐,持续引领企业成长,推动行业进步,为“健康中国”战略的实现贡献更多力量。

(徐知奕)

亳芜园区新能源汽车零部件产业园项目举行首台整车下线仪式

4 月 28 日,上海宝冶承建的亳芜园区新能源汽车零部件产业园项目举行首台整车下线仪式,为亳州经济高质量发展注入强劲动能。

亳芜园区新能源汽车及零配件产业园项目规划总投资 26 亿元,占地面积约 539 亩,规划建设冲压车间、涂装车间、焊装车间、总装车间、PACK 车间、动力中心、试车跑道等,规划建筑面积约 20 万平方米。目前焊装车间、总装车间、PACK 车间已基本建设完成,预计今年 12 月冲压、涂装车间建成投产。一期建成后,具备年产 10 万套新能源汽车及零部件的生产能力,全部建成后将成为皖北新能源整车及零部件一体化的生产示范基地、Mini 卡全球生产基地。

(龚宣)



酱酒品牌优胜期 王茅仍是“优选”答案

■ 邓贤辉

历经过去几年的高速发展与深度调整,2025 年酱酒产业已迈进品牌竞争的全新阶段。

《2024—2025 年度酱酒产业发展报告》指出,当前酱酒产业已进入发展拐点——市场份额向头部品牌集中的趋势不可逆转,酱酒名酒化将成为产业发展的必然趋势。在此阶段,中小品牌继续出清,头部梯队和二线酱酒将持续受益。

最新的市场数据也显示,2024 年酱酒产业在营收与利润两大关键维度均迎来了增长的降速,实现销售收入约 2400 亿元,同比增长 4.3%;利润约 970 亿元,同比增长 3.1%。但在整个品类增幅收窄之际,作为产业梯队的头部力量,茅台仍然保持着高速增长的强劲能,实现营收 1741.44 亿元,同比增长 15.66%;利润 1196.39 亿元,同比增长 15.41%。

这也意味着在酱酒产业的市场格局加速分化并持续向头部集中的趋势下,唯有兼具品质底蕴、品牌实力与战略远见的品牌方能脱颖而出。其中,作为茅台集团旗下的核心酱香品牌,王茅凭借卓越的品质基因、深厚的历史传承、“茅台股份出品”的品牌背书以及创新的市场策略加持,依旧是经销商可以持续关注与重点布局的核心品牌。

嫁接顶尖市场资源 铸就坚实发展基石

王茅的前身,可以追溯到创立于 1879 年的“荣太和烧房”,是一个具有深厚文化底蕴与历史荣光的老字号品牌。2018 年,基于茅台集团和京东集团达成全面战略合作的时代背景,王茅焕新归来,并在“茅台股份出品”这一顶尖品牌资源的嫁接下,拉开了一支高端酱酒由弱到强,再到蜕变的精彩历程。

在这条成长之路上,“茅台股份出品”的优越品质基因与强力品牌背书,为王茅的不

用“单纯”撬动千亿生态——苏河汇创始人罗钥的创业哲学

■ 王军

从成都七中质疑规则的少年,到在地铁站“持证上岗”的手游推广者;从创业谷底挂上“愿望画布”的自救者,到操盘千亿交易额的企业生态构建者——罗钥,是一个用“单纯”重构商业逻辑的创业者。

他创立的苏河汇,如今已覆盖全国 17 城,服务客户超 3000 家,累计投资企业 150 余家。它不仅是孵化器,更是一个最懂中小企业主,并助其迈向卓越的“创业大学”。

顶级学府的思维烙印:质疑,是最早的创业练习

在成都七中 120 周年校庆的演讲中,罗钥曾向校友们抛出一个问题:“教育究竟赋予我们什么?”这所培养了陈睿(哔哩哔哩董事长)、王小川(原搜狗 CEO、现百川智能创始人)等商业领袖的中学,用独特的教育方式为他埋下了创新的种子。班主任打破常规设立五名班长的实验,让“规则是用来突破的”这一理念深植其心;而在电子科技大学的学习,则赋予他技术洞察与跨界思维。

“名校真正的价值,是教会我们如何用‘无知者’的姿态面对世界。”罗钥总结道。这种精神贯穿了他的创业历程:从质疑固有流程到创造全新规则,从质疑行业惯例到重构商业逻辑。

激活文化新势能 探寻发展新路径 第三届汾思嘉年华在北京举办

4 月 26 日下午,第三届汾思嘉年华在北京饭店盛大启幕。本次活动以“激发陈年酒势 驱动汾享赋能”为主题,由中国酒业协会指导、汾酒集团主办,汇聚行业精英、专家学者与收藏爱好者,共同探寻陈年酒文化传承与产业创新发展路径。

中国酒业协会秘书长何勇在开幕式致辞中深刻阐述了陈年酒的文化价值。他将陈年酒比作承载文明记忆的“液态编年史”,呼吁行业共建共创,推动陈年酒成为中国文化输出的重要载体。何勇肯定了汾酒在陈年酒领域的积极探索,指出汾酒承办陈年酒交流大会、打造“汾思嘉年华”IP 等实践,为千亿级收藏市场树立了文化典范。他还提出“藏新喝陈”的消费理念,期望重构产业生态,借助“一带一路”让陈年酒走向世界。

汾酒股份公司总工程师韩英深入剖析了汾酒的独特魅力与深厚底蕴。作为中国最古老的清香型白酒代表,汾酒以“清蒸二次清”



断成长与壮大注入了源源不断的激励能量,并助力其踏上了高质量增长的新通路。

在品质层面,王茅不仅有着与茅台酒同宗同源、一脉相承的品质高度与稀缺属性,更坚定贯彻茅台“酿造高品质生活”的理念,肩负起了酱香酒公司深耕全国酱酒中高端市场、引领品质消费的重任。

从一粒红缨子糯高粱到一滴传世酱香,王茅以“荣太和烧房”可考的不间断的工艺传承为笔,书写着“历史”与“价值”间的深度关联,也表达出了对匠人精神的崇高敬意。

而在品牌维度,王茅本身便是一个极致稀缺的品牌资产,其中,“茅台股份出品”则是王茅极具价值张力与市场辨识度的品牌标签,它代表着消费者的高认知度与高信任度。

焕新以来,凭借“茅台股份出品”这一金字招牌的背书,王茅高效切入市场,迅速被消费市场与精英圈层所接纳,体现出当前多数主流酱酒品牌难以复制的品牌基因与竞争优势。

精准聚焦强化认知 创新塑造构建标杆

第一次破局:地铁站里的“持证创新”。2005 年,上海地铁站内,罗钥洞察到年轻人对手机游戏的狂热,却因缺乏资质无法进入市场。一周内,他考取了营业员上岗证书,成为上海首位“持证上岗”的手游推广者,并以 7400 万元出售首家公司,实现原始积累。看似偶然的成功,实则源于对政策红利的敏锐嗅觉和快速行动力。

三次创业:从游戏少年到企业服务生态构建者

第二次觉醒:跨界失利中的价值反思。2009 年,罗钥转战手机方案设计领域,却陷入恶性竞争,亏损千万。这一教训让他深刻意识到:“技术若脱离市场需求,只是空中楼阁。”从此,他将方向转向具备社会价值与可持续性的赛道,重新定义“创业”的底层逻辑。

第三次跃迁:苏河汇的生态革命。2012 年,罗钥创立苏河汇,构建“孵化+投资+服务”三位一体的企业生态平台,愿景是打造中国的 Y Combinator。他坚持自建生态,不依赖资源外包。截至目前,苏河汇已布局全国 17 城,运营面积超 30 万㎡,累计投资 150 余家企业,服务客户超 3000 家,交易总额突破千亿元。其中星选闪电、无界眼镜、Cotton Games、MIKE CRM 等项目的回报率超百倍。

文化锻造:复制“创始人精神”的组织试验



●汾酒收藏酒研究院院长李昊昱为聘任的“名酒收藏家”颁发证书。

工艺树立品质标杆。韩英强调,陈年汾酒是“时间与匠心的交响”,其酒体在岁月沉淀中融合多种香气,带来极致味觉体验,彰显文化造产价值。回顾汾酒科研史,从开创白酒科研河到构建国际标准体系,科技始终是品质升级的核心驱动力。未来,汾酒将聚焦文化传承、品质深耕与国际化创新,推动“中国清香”成为全球白酒品质标杆。

在罗钥的商业哲学中,技术易被复制,产品难免不被超越,唯文化不可替代。苏河汇的文化是八组词:客户至尚、主人翁精神、创新与简单、选贤育能、赢得信任、求同存异、使命必达、健康快乐。在苏河汇,不管发生什么,客户永远是第一位的。这超越了职务的分工。苏河汇的员工叫做苏河人,罗钥说,苏河人始终代表团队和整个公司行事,苏河人把“简单”作为一种能力,苏河人用数据和第一性原理解决争议,苏河人允许质疑、鼓励争辩,但不允许推诿和内耗。苏河汇正在构建的是一种“创始人精神可以被复制”的组织,这或许就是苏河汇的核心竞争力。

走出低谷:一张“愿望画布”的力量

十年前,苏河汇陷入低谷。资金吃紧、业务受阻,罗钥开始怀疑方向。这时,一位年轻创业者给了他一个玄乎却真诚的建议:做一张愿望画布。

他照做了。画布上有八个目标:健康、家庭、兄弟、书、海景房、出海之车、钢琴演奏会、上市公司。每天醒来第一眼看到它,睡前最后一眼也看着它。

“那是一张信号放大器,把我抽象的想法变成具体的图像,把虚无的未来转化为可执行的现在。”罗钥说。

他靠着这张画布,一步步走出了人生至暗时刻。

单纯与抽象:创业者的两把利刃

当被问到“没有背景、资源的年轻人能不



●中国酒业协会秘书长何勇在致辞中。

中国食品发酵工业研究院郭新光从科研视角分析陈年酒行业趋势。他指出,行业正从“经验驱动”向“科学驱动”转型,需构建标准化与个性化并行的价值体系。郭新光表示,通过可视化工具可直观展示陈年酒成分变化规律,区块链与数字化技术将保障年份真实性。未来,研究院将联合行业建立多维度科学表达框架,助力“中国清香”成为世界酒业品质

一般注入受众认知。

客户至上始终如一 携手并进共赴长远

对于经销商而言,在当前市场收缩与行业调整的双重重压下,长期主义越来越成为经销商关注的核心要点,即在品质、品牌等基础性要素保障之外,经销商群体更加关注品牌的稳健成长,以及是否能够给渠道带来长期收益。

从王茅的发展来看,其始终将渠道的伙伴关系建设放在突出的战略位置,并不断跟随市场环境和企业发展实际进行策略升级与调整。

王茅在今年 1 月初召开的 2025 王茅合作伙伴大会上透露,品牌将继续秉持“客户至上”的原则,以实事求是的态度和务实行动,围绕“夯基础、拓客群、促分销、提服务、稳价格、强团队”开展市场工作。

一方面,王茅通过持续地优化与管控手段,不断维护价格的稳定以及市场的有序运行。截至当前,王茅酒的市场价格已然保持在稳定、合理的价格区间。另一方面,王茅进步加大投入力度和优化费用结构,提高市场效率和回报率,集中力量破解产品价格顺价和渠道盈利等关键问题。

同时,王茅积极树立“行商”理念,也正持续完善开瓶回收奖励机制、出台针对性的宴席政策,以及推行月度返利前置政策、“年底返利+模糊返利”等兜底保障政策等,充分保证合作伙伴的合理利润,巩固提升稳健发展态势。

以坚实的品质基础夯实发展基础盘,以时尚鲜明的品牌形象精准孵化消费圈层,以携手共赢的策略传递出长期主义的共赢理念……从品牌到市场再到渠道等多个维度来看,王茅都是当前行业调整中的优质代表,是一个具有超强竞争力与诸多可能性的酱酒品牌。选择王茅,不仅是选择一款酒,更是选择与时代共成长的酱酒未来。

能创业”时,罗钥回答得异常坚定:

“能打破规则的,从来不是知识,而是‘单纯’。”

他把“单纯”称为创新的第一把钥匙,“因为单纯,所以无畏;因为无知,所以敢问。”只有保留这份执拗的初心,才能不断刨根问底,击穿行业的惯性与天花板。

与此同时,他强调创业者的核心能力——抽象力:

“能不能用一句话讲清客户的痛?用两句话让人信你?这就是抽象力。”

他自己每天都在训练语言的打磨,三句话内讲明价值,五句话内建立信任。抽象力,成了他击中客户心理最锋利的武器。

结语:诚信,是最朴素战略

采访结束时,罗钥分享了两段关于“诚信”的真实故事:

一位商会老乡抬价卖茶具,让他背上“回扣”误解;另一位客户主动补款 80 万,只因“良心过不去”。

这两个故事,一收一放,正是他所坚信的——

“短期的占便宜,换来长期的反噬;而真正的长期回报,一定来自于你的真心与诚信。”

罗钥的故事,是商业世界里罕见的“人文样本”。他不只是讲方法论的创业者,更是思考“人为什么而奋斗”的思想者。他用“单纯”破局,以“抽象”前行,用“文化”筑城,最终在风口之外,建立起属于自己的创业秩序。

他相信,一个人最大的成功,不是成名或赚钱,而是始终保有那份不肯被现实磨平的理想主义。

新标杆。

陕西师范大学于赓哲教授以考古实证与诗酒文化,解码汾酒“千年酒藏”基因。他讲述,杏花村出土的“小口尖底瓶”证明中国酿酒史可追溯至新石器时代。从《北齐书》记载到开国第一宴用酒,汾酒奠定“国酒之源”地位。于赓哲强调,酒藏是中华文明的“幸福密码”,通过对比中西酒藏文化,凸显汾酒陶瓷贮酒的科学性。他呼吁汾酒深挖文化内涵,让世界读懂东方文明。

活动现场亮点频出。汾酒收藏酒研究院首次聘任“名酒收藏家”,壮大收藏领域专业力量;刘海坡公布“家有老酒”征集成果,展现汾酒品牌文化厚度。“时间的味道”高端品鉴会上,贺楠通过五感体验,诠释汾酒“天人共酿”工艺哲学,彰显汾酒对品质的极致追求。

展望未来,汾酒将深化“科技 + 匠心”双轨战略,解析老酒品质进化规律,构建国际标准体系。以消费者需求为导向,打造特色产品矩阵,为中国白酒价值升级与全球话语权提升提供“汾酒范式”,续写陈年酒领域的辉煌篇章。

(杨仁宇)