

哈佛科学家联手中国乳企打造世界级营养实验室

■ 林中原

飞鹤乳业将与哈佛大学医学院 BIDMC 医学中心联手在美国波士顿成立飞鹤-哈佛医学院 BIDMC 营养实验室。该中心负责人、哈佛大学医学院营养学系副主任乔治·布兰克波恩教授在接受采访时表示,这个世界级科研平台将汇聚全球消化、神经、微生物、临床试验、基础儿科等多学科科研人员的力量,旨在全面促进与提升中国婴幼儿营养健康水平。

哈佛科学家选上中国企业家

在美国,关注早期营养已成为社会关注的热门话题,布兰克波恩教授自上世纪 70 年代起便开始进行人类营养研究,并取得了卓越成就,被誉为“Omega-3 之父”。如今,年逾七旬,布兰克波恩教授对亚洲、对中国的关注始终未曾减少,他希望将“关注早期营养,惠及一生健康”的理念带到中国,从孩子的营养抓起,从婴幼儿到中老年,逐步改善当地人们的体质。

为着这个信念,布兰克波恩在今年 10 月底来到中国,以科学家近乎苛刻的眼光和标准,严谨地挑选自己的合作伙伴。

这一想法与飞鹤乳业董事长冷友斌的规划不谋而合。在冷友斌眼中,婴儿奶粉并不是简单的食品工业,它需要非常专业的技术和科研做支撑。婴儿奶粉的整个工艺、管理、制作流程都应该和制药的标准看齐。只有具备科学技术这一强大的后盾支持,飞鹤才能真正做出中国婴幼儿的专属奶粉,让民族品牌的奶粉成为中国宝宝的无可替代的“守护天使”。

飞鹤乳业始建于 1962 年,迄今已有 50 余年乳品制造历史,是中国最早的奶粉生产企业之一。飞鹤专注于婴幼儿奶粉的研发和生产制造,旗下拥有星飞帆、超级飞帆、飞帆等系列产

品,被誉为最安全的婴幼儿奶粉品牌。飞鹤用 10 年时间,实现了从源头牧草种植、



●飞鹤乳业董事长冷友斌(右)与乔治·布兰克波恩教授在一起。

规模化奶牛饲养到生产加工、物流仓储、渠道管控乃至售后服务各个环节的全程可控,形成飞鹤乳业独有的全产业链模式。飞鹤乳业是拥有最完整全产业链的婴幼儿奶粉企业,创造了 50 余年的安全生产纪录。而这些都成为此次成功与哈佛大学医学院 BIDMC 医学中心合作的重要前提。

研发国际化才能品牌国际化

为了研发出适合中国宝宝的专属营养奶粉,早在 2009 年,飞鹤就与丹麦、以色列、德国的相关研发机构合作,借助国外的研发团队研发自己的产品。然而,冷友斌很快就开始不满足于“借力研发”了。从 2013 年起,拥有自己的研发实验室,以研发适合中国孕产母亲以及婴幼儿的产品便摆上了冷友斌的日程。“现在市场上很多企业的研发往往集中于应用研究层面,而我们希望通过营养实验室走到研发的最前端,深入到生命早期神经、细胞、基因层面的研究中去。”冷友斌说,“只有

研发国际化,才能使品牌真正做到国际化,才能赢得与市场上其他国际品牌的竞争。”

布兰克波恩对此十分赞同:“我第一次遇到一个这么有前瞻性的企业,他们有强烈的意愿投入研发,有高度的社会责任感和社会公信力,这是一个理想的长期合作伙伴。”

2014 年,经过多次交流,双方最终决定于 11 月在美国波士顿联合成立营养实验室。除了科研经费的投入,飞鹤乳业还将派遣国内专业人员参与研发。

强强联手前景看好

在布兰克波恩的规划中,刚刚挂牌的营养实验室将利用哈佛大学医学院 BIDMC 医学中心在营养研究领域的先进研究手段、设备及专家资源,开展相关研究。“这次与飞鹤的合作,使我们得以重新审视研究特殊膳食的意义。经过了几十年的钻研,如今,我们可以通过新的科研手段研究肠道微生物群、益生菌以及他们在人的一生中起到的作用。”

飞鹤乳业将与哈佛大学医学院 BIDMC 医学中心联手在美国波士顿成立飞鹤-哈佛医学院 BIDMC 营养实验室。这个世界级科研平台将汇聚全球消化、神经、微生物、临床试验、基础儿科等多学科科研人员的力量,旨在全面促进与提升中国婴幼儿营养健康水平。

布兰克波恩博士说。

除了聚焦婴幼儿的营养问题,营养实验室同样关注老年人的健康。经过飞鹤乳业先期研发,羊奶因其小蛋白、短链蛋白、小脂肪球等特点,非常适合胃肠蠕动变缓,消化吸收能力减弱的老年人,被确定作为老年人的主要营养品进行研发。目前,飞鹤乳业已计划在陕西、内蒙古、吉林等地养 100 万只羊,立志于做全世界最大的羊奶产业。

布兰克波恩的此次中国行,还深入黑龙江,实地考察了飞鹤甘南原生态牧场以及甘南世界级乳业样板工厂,并对飞鹤乳业全国最早开始全产业链模式的探索和建设的行为大加赞赏。

业内专家认为,一方是全美著名的哈佛大学医学院,一方是举国闻名的民族品牌,随着哈佛大学医学院 BIDMC 医学中心与飞鹤乳业的合作关系进一步明晰,强强联手之下的飞鹤-哈佛医学院 BIDMC 营养实验室将会成为中国婴幼儿营养领域科研能力提升、迈向国际化的重要一步。

韩国企业家：中韩动漫合作前景广阔

■ 苏锐

目前,我国动漫业很多公司处于做外包阶段,学习借鉴韩国动漫产业发展的优势,避开其目前发展的障碍,对本土动漫业发展有一定意义。日前,韩国动画公司 Studio Animal 代表赵庆熏在威海参加活动,记者就有关问题对其进行了采访。

赵庆熏介绍,上世纪 90 年代,韩国通过与美国、日本等国合作,逐渐成为世界第三大动漫生产国。其成功主要有以下经验:优秀的企划能力和质量管理能力;不限范围,与国外开展灵活协作;不停留在制作层面,广泛开拓衍生品市场,注重市场营销。

发展至今,韩国动漫业也存在一些劣势。首先是制作人员不足,缺乏动漫产品的优秀制作人才;其次是行业内大部分为小规模

的动漫公司,以中小型制作公司为中心,资金不足;此外,很多韩国公司进行市场营销和商业化的内部制度也不健全。赵庆熏向记者分析了韩国动漫业目前面临的挑战:小规模市场内过度竞争;学龄前儿童动漫产品相对饱和;推介平台以电视台和主流媒体为主,小公司倘若不能与大企业合作,缺乏展销路径,发展困难。“但目前新型文化产业不断登场,新产品群和顾客群

的增加也带来了发展机遇。”他表示,伴随播

放媒体多样化及影像产品销售增加,韩国政府对本土动漫的政策、法规支持也在加强。另外,全球化合作进程的推进也为动漫产业发展提供了新机遇。

针对上述优势和劣势,韩国有关方面做了哪些平衡努力?赵庆熏介绍,在保证产品质量的前提下,韩国一些公司从作品企划阶段起就注重缩减制作经费,并采取与国外公司一起制作的方式,开拓国内有限的市场。“目前,越来越多的韩国动漫公司从企划阶段起,就注重将动漫产品与游戏、玩具等结合,以期增加利润。”他表示,得益于地理因素,如今很多韩国企业期待从中国寻找机遇,但中国市场对韩国企业来说仍“难以接近”。韩国动漫公司此前的诸多努力尝试,至今未有成功的模式可以借鉴。

赵庆熏向记者表达了他心中理想的日韩动漫合作模式。“我们可以从共同投资制作开始,让最了解中国文化的韩国公司先行先试。运用中国市场理念,配之以韩国公司的企划能力。”赵庆熏认为,日韩两国在动漫领域的合作,可借助韩国的经验,在制作阶段由韩国公司进行质量管理,利用中国完善的动漫制作基础设施进行制作,并优先开拓中国市场。“中韩合作动漫项目可不分大小,先做起来。我个人认为,两国合作的前景十分广阔。”

故宫文创产品:从“小卖部”走向大市场

■ 程迪 梁赛玉 周劫人

将朝珠做成耳机,让雍正皇帝在画中“动”起来,印着御笔“朕就是这样汉子”的折扇……作为唯一世界上每年接待游客超 1000 万的博物馆,近来北京故宫博物院推出的多种文创产品广受人们欢迎。

从“高冷”到“萌萌哒”

“我原来不知道‘萌萌哒’是什么意思,问身边的年轻人这是好词还是坏词,他们回道‘还行吧’;后来我又看到‘脑洞大开’这个词,我问身边人‘这词应该是坏词吧?’,他们又回‘还行吧’。”故宫博物院院长单霁翔兴致勃勃地对记者说起这一经历。

单霁翔首次“触电”这些新词,来源于故宫博物院新近推出一系列文创产品后,网友们潮水般的点评。对于这位“50 后”院长来说,这是种新鲜的体验。就像是紫禁城内厚重的历史文化,在适当的文创包装下,与互联网产生了美妙的“化学反应”。截至目前,故宫博物院已推出 6700 多种文创产品,2013 年销售额达 9 亿元。

在很多熟悉故宫的人看来,这些新变化着实让人感到欣喜。业内人都知道,文创产品部门最早只是博物院的“小卖部”;在很多游

客眼中,它只是原先故宫御花园里卖纪念品的那些小商店。但到现在,这些小卖部一步步成长为一个机构,对于新媒体的运用也从被动化走向比较自觉。故宫的员工也承认:“过去文创产品复制品较多,或是成套出版图书,又厚又沉。”

在许多故宫文创团队人员看来,放眼全世界的博物馆,对于新媒体的应用程度,北京故宫博物院虽然还谈不上先进,但处于一个格外努力的状态。

“我们与台北故宫相互学习借鉴”

最近北京故宫一组名为“雍正:感觉自己萌萌哒”的动态照片迅速蹿红,也让网友纷纷大呼被萌到“hold 不住”。无独有偶的是,台北故宫博物院去年推出一款“朕知道了”纸胶带,作为康熙皇帝真迹的复制品,简单 4 字却又霸气十足,让台北故宫名气大旺。

许多人喜欢将北京的故宫与台北的故宫相比较,其中文创领域总是人们的聚焦点。人们不难发现,台北故宫的文创产品实用性较强,小巧灵活、体验性好;而北京故宫的文创产品则比较厚重,历史感知知识性强,文物复制品也比较多。

关于这一点,单霁翔说:“现在我们也在相互借鉴。对于台湾的一些设计理念,我们结

横跨 20 多个国家与地区的“上海速度”

“老国企”上海建工承建全球前十大国际工程承包商

■ 陆文军 杜放

从 492 米高的上海环球金融中心、600 多米高的广州塔、632 米高的上海中心大厦,到巴基斯坦巴中友谊中心、加蓬体育场、俄罗斯圣彼得堡的波罗的海明珠……这些知名城市地标乃至驰名中外的“世界级工程”,都有一位共同的建设者:上海建工集团。

11 月 20 日,在参加由新华社上海分社、上海市国资委党委共同主办,上海农商银行全程支持的“谈改革、讲创新、话党建——对话上海国企领导”全媒体大型访谈活动时,上海建工集团董事长、党委书记徐征表示,10 年来,上海建工在 20 多个国家和地区建造了 141 个项目。在新一轮国企改革中,这家中国建设行业的龙头企业还将积极探索实施“走出去”战略的体制机制,为走出上海、迈向全国、跨出国门提供保证。

近年来,上海建工形成了柬埔寨、特立尼达和多巴哥、厄立特里亚 3 个初具规模的海外根据地,在东南亚已经形成多个成熟市场,并积极开发培育非洲、欧美新的市场。2014 年,上海建工集团在国际权威行业杂志评出的“全球最大承包商”中,已跃至第 11 位。“具有较强国际竞争力的大型建设集团”,是这家有 61 年历史的老国企的新面貌。

徐征表示,市场对上海建工的认可度,已经在中国企业中名列前茅。据了解,仅在 2013 年,上海建工海外新签合同额达 50 亿元人民币。近 6 年中,上海建工已累计完成海外营业额 366 亿元人民币,年均 61 亿元,共完成 55 个海外项目,竣工面积达 145 万平方米,建成了 1000 多公里的道路桥梁。

来自中国对外承包工程商会数据显示,目前中国承包企业的海外工程营业额已超越美国和法国,位居全球首位。据介绍,20 世纪 90 年代以来,上海建工集团创造了一系列国内外建筑界的“第一”:世界最大的综合体建筑、世界跨度最大的钢拱桥,以及世界第一条高速磁悬浮列车商业营运线……

“老国企要有新的生命力”“走出去还要走进去,建立相对稳定的海外契约市场。”徐征介绍,已完成整体上市、混合所有制改革的上海建工,未来将规划成为服务全国、海外发展的行业领先企业,在全球排名中以“前十大国际工程承包商”为目标,海外市场营收将占集团营业总额的 8%。技术创新和人才集聚,凸显了其作为中国建设者对“走出去”的自信。

比如,在柬埔寨,上海建工负责实施了“两桥一路”项目,其中洞里萨河大桥、湄公河大桥跨度都在千米以上,湄公河大桥水深达 40 米。经过 50 个月的攻坚克难,如期竣工,两座桥被柬方命名为“中柬友谊大桥”。借助“中国质量”与“上海速度”的口碑,上海建工已在柬埔寨承接建成国家级公路 1000 多公里,修建大小桥梁近 200 座。

徐征表示,认识到科技进步对自身重要程度的上海建工,已着手成立了集团工程研究总院,以将研发资源整合在一个平台上,更贴近市场。上海建工 3.2 万名职工中,拥有 2 名中国工程院院士,5 名勘察设计大师,46 名享受国务院特殊津贴专家,161 名教授级高级工程师。“下一步,上海建工还将充分利用国内乃至国际资本市场,借力资本市场发展国有企业。提高总承包能力,集成社会乃至全球的所有资源。”

从深深的宫墙中“飞”到民众身边

“为了让人们把‘故宫文化带回家’,能够用的办法我们都在用。”单霁翔也道出了难处——因为故宫文化覆盖面广、游客体量大,单一的模式很难满足不同民众的需求,“众口难调”是客观存在的。但他们一直在努力。

在北京故宫博物院的文创团队看来,博物馆的文创产品从设计到跟公众见面,并非是件信手拈来之事。在他们眼里,从让人拍案叫绝的好创意出发,将图纸变成实际,经过工厂制作到最终变成人们喜欢的产品之间,有一个很长的过程要走,其中还存有一些瓶颈亟须突破。

单霁翔认为,目前还需更详细地了解公众的需求,更扎实地挖掘故宫藏品信息,更睿智地应用现代科学技术。“说起来容易,但做起来要扎扎实实,每一个环节都要听取社会的反馈意见。不是闭门造车的过程,而是不断地根据反馈信息改进再研发的过程。”单霁翔自信地说,“我觉得经过我们的最大努力,现在的故宫不但萌萌哒,而且有典雅风度。不但脑洞大开而且心胸开阔。不但霸气十足而且接地气!”



洛阳牡丹产业 2020 年总产值将达 300 亿元

记者从河南省洛阳市牡丹产业发展会议上得知,该市将不断扩大生产种植规模,促进牡丹产业做大做强。预计到 2020 年,洛阳牡丹种植面积达到 100 万亩,产业总产值达到 300 亿元。

截至目前,洛阳市牡丹面积已达到 15 万亩,其中,油用牡丹(即用于牡丹深加工的、非观赏性牡丹)的种植规模达 13 万余亩,先期种植的近 5 万亩油用牡丹今年已开花结实,进入初产收益期。2013 年,洛阳市牡丹产业生产总值达 12 亿元。

记者了解到,近年来,洛阳市不断拉长产业链条,拓展观赏种苗和盆花牡丹销售渠道,积极拓展国内外市场,先后与上海、广州、拉萨和荷兰、法国、美国、日本、澳大

利亚及中国台湾等地区以合作建园、组织花展、支援建设等形式进行牡丹种苗种植、盆花和深加工产品的展销,盆花年销量保持在 100 万盆左右。在牡丹深加工方面,目前已开发出牡丹饮品、化妆品、精油、食用油、食品、保健品六大类、200 多种产品,增加了牡丹的附加值。

记者从会议获悉,2015 年,洛阳市将坚持观赏牡丹与油用牡丹加工并重、生产与科研并重、观赏切花与深加工并重、市场开发与宣传展示并重的原则,不断扩大生产种植规模,促进牡丹产业做大做强。

2015 年洛阳将新发展牡丹面积 3 万亩,争取 5 万亩,鲜切花基地面积达到 1000 亩,牡丹产业生产总值将达到 15 亿元。(付昊苏)

温州在英国举办招商引资推介会

中国浙江省温州市经贸代表团 11 月 20 日在英国伦敦举办“投资温州-合作共赢”招商引资推介会,以推动英国对温州投资环境、产业特色的了解,进一步扩大温州与英国的经贸往来。

温州市委书记陈一新在推介会上介绍了温州发展的十大优势,包括改革创新、人力资源、山海并利、经济基础、民营经济、轻工产业、海空大港、空间潜力、传统文化、追崇时尚等。

陈一新表示,温州与英国的经济互补性很强,双方合作潜力很大、空间广阔。温州与英国贸易总额从 2009 年的 3.3 亿美元增加到 2013 年的 7.9 亿美元。

温州市商务局局长陈向东向出席会议的英国及温州企业家代表介绍了投资合作项目,涉及制造业、现代农业、公共服务、现代商贸、旅游经济、医疗养生、教育文化等领域。

陈向东说,温州和英国的投资贸易合作结出了合作共赢的硕果,英国是温州在欧盟的第二大贸易市场。截至目前,来自英国的 21 家企业在温州投资发展,投资总额近 3 亿美元,涉及眼镜、电子器材等行业。

当天,温州市商务局还与英国英中贸易协会签订战略合作框架备忘录,建立了信息互通、动态共享的联络合作机制,为加快温州与英国投资贸易合作开辟通道。(吴丛司)