

通过供给侧结构性改革

厚度优于速度



图① 伊利员工正在对产品进行质量检测。

图② 伊利积极建立智能工厂,实现了全过程的数据挖掘与分析。

(资料图片)

伊利集团高科技含量

图③ 伊利在行业内率先探索和建立标准化、规模化牧场管理,图为伊利牧场的转盘式挤奶设备。

本报记者
高附加值产品已超业务总额的百分之四十

价值大于财富



户散养奶牛的情况,源头控制难题得以彻底解决。”

为从源头上保证奶源质量,伊利大力建设和发展标准化、规模化、集约化牧场,并帮助小牧场主建起合作牧场,带动养牛生态的整体优化。

王国兴就是其中的受益者。他的国兴牧场是伊利合作牧场,在之前标准化改造的过程中,国兴牧场因资金不足遭遇升级难题。就在他最困难的时候,伊利产业链金融业务的相关负责人来到牧场进行实地考察,并当即决定为国兴牧场首批提供20万元的担保贷款。更为重要的是,伊利通过对国兴牧场养殖、经营、管理综合分析,给出长远的发展规划建议。短短几年间,伊利累计为王国兴提供超过600万元的担保贷款,使国兴牧场进一步标准化、规模化,奶牛存栏数从建场之初的30多头跃升到350多头,牧场主王国兴也被推举为创业典型。

统计显示,截至2015年底,伊利共投入约127亿元用于奶源升级与建设。目前,伊利在全国拥有自建、在建及合作牧场2400多座,规模化集约化养殖在奶源供应比例上实现100%的目标,居行业首位。

同时,伊利还根据全球健康食品产业的新趋势,持续升级全球质量管理体系。2015年11月,伊利将质量管理战略升级为“质量领先3210战略”,力求打造世界一流的学习型、专业化质量队伍,建立世界一流行业标准,生产世界一流品质的产品。对全链条不满足食品安全和产品质量要求的过程和结果,坚决实行一票否决,实现了食品安全零容忍、零事件的骄人成绩。

品牌化引领

以更加开放的态度加强品牌建设是伊利的另一大特点。伊利在车间里专门开辟了封闭而透明的参观

廊道,不仅丰富了当地工业旅游的内容,而且让消费者对于伊利的品质有了更深刻的了解。许多游客在参观后心有所感,在留言簿上表达了自己的心声:“近距离感受伊利,让我们坚定了对中国乳业的信心”;“从原奶进厂到乳制品出厂要检测数百项指标,且不少指标要求高于国际水平,对中国品牌的自豪感油然而生”……

敢于开放,源于伊利的底气。通过多年的建设,伊利已经建立起三级研发平台和覆盖上、中、下游全产业链的创新体系。目前,集团高科技含量、高附加值产品已经超过业务总额的40%。集团的明星产品遍布液态奶、冷饮、奶粉和酸奶四大产品线,每年研发的新品多达上百种。截至2015年底,伊利累计专利授权量为1835项。

同时,伊利不失时机地开始“全球织网”,在亚洲、欧洲、大洋洲、美洲等地积极整合全球优质奶源资源——在新西兰,投资建设全球最大的一体化乳业生产基地;在意大利,和乳业巨头斯嘉达合作生产高端液态奶;在荷兰,与顶尖学府瓦赫宁根大学签署共建食品安全保障体系战略合作协议,更好地满足消费者对高品质乳品的需求。

信息化兜底

长期以来,伊利建立了“全员、全过程、全方位”质量管理体系以及“集团—事业部—工厂”三级食品安全风险监测防控体系,覆盖80多个检验单元,率先实现了从源头到终端的每一个食品安全和质量控制关键点的监测、分析、把控、预防。升级后,伊利与SGS(瑞士通用公证行)、LRQA(英国劳氏质量认证有限公司)和Intertek(英国天祥集团)达成战略合作,进一步提升伊利食品安全风险防控的能力。

2014年6月,工信部牵头的“食品工业企业质量安全追溯平台”开

通。而早在10年前的2004年6月,伊利已经开始建设婴幼儿奶粉追溯体系。从那时起,伊利的追溯体系也从最早的数字码追溯,到二维码追溯,再到二维码追溯,目前已经实现了开放式的手机追溯。追溯技术设备也囊括了原奶收购车辆的GPS跟踪、原奶入厂后的随机条形码、生产过程的产品批次信息跟踪表、关键环节的电子记录系统、质量管理信息的综合集成系统和覆盖全国的ERP网络系统等等,实现了产品信息可追溯的全面化、及时化和信息化。

在生产加工环节,伊利正在逐步实现智能化生产,使食品安全链条变得可视化、可数据化。伊利集团“智慧乳业”建设开发的大数据雷达平台,覆盖了250多个数据源,全方位扫描、抓取消费者存留于互联网、传统渠道以及不同生活情景的海量数据,实时反馈至研发团队。从最前端的饲料种植,到奶牛养殖及日常管理的方方面面,再到原料奶的安全运输,全部通过大数据进行监管。

伊利集团董事长潘刚一直认为,“厚度优于速度,行业繁荣胜于个体辉煌,社会价值大于商业财富”。正是秉承了这一理念,2016年9月23日,伊利成立“牧场合作伙伴发展学院”“供应商发展学院”和“经销商发展学院”,最大程度发挥全产业链协同价值。这一平台是伊利继推出产融结合的“产业链金融”模式后,推出的又一合作新模式。其中,经销商发展学院为客户量身定制最有效的专业提升课程,帮助经销商伙伴诊断市场,给出改进建议,共同制定实施计划;供应商发展学院则将伊利内部、战略供应商及外部成熟资源公开共享,帮助产业链上的各个环节不断提升质量、降低成本、缩短交期,实现共赢。业界专家评价认为,伊利此举不仅能够进一步稳固其在行业内的领军地位,而且对于推动中国乳业整体水平的提升意义重大。

生意经

山东九阳股份有限公司:

做好产品才是本质

本报记者 管斌

像往常一样,摄影家常德宝一睡醒就习惯性地按下九阳豆浆机的启动键,边听音乐边收拾摄影器材……转眼的工夫,热腾腾的豆浆已摆上了餐桌。

60多岁的常德宝是个“老济南”。小时候,他经常帮家里的老人磨豆浆,自己也爱上了这一口,每天早上不喝上一大杯就不舒服。“那时候可是太麻烦了,黄豆头天就得泡上,第二天早上再放到小石磨里磨,得忙好半天。看现在多方便!”

九阳豆浆机的诞生还得从1994年说起。那一年,4个刚刚大学毕业的年轻人,在济南的解放路上租了间小房子,开始了自己的创业之路。九阳股份有限公司创始人、董事长王旭宁告诉记者,自己也是爱豆浆的人,可豆浆好喝磨难挨。作为一个“推过磨的人”,他一直坚信,豆浆机肯定大有市场。

事实验证了他的这一判断。经历了短暂但痛苦的市场培育阶段,九阳豆浆机出名了!

然而很快,下一个问题来了——豆浆是好喝,可豆浆机清洗起来太麻烦,尤其是过滤网,黏糊糊的,这样怎能让消费者满意!

“好不容易打开的市场,不能被黏糊住了!”王旭宁说,“有问题不怕,就怕不面对问题、不解决问题。九阳对科技的投入是非常注重的,我们4位创始人3位是搞技术的,我本人也是技术出身,技术导向已经成为九阳的文化。直到今天,我们每年的研发投入仍占公司收入的3%,也就是两亿多元。”

记者在九阳看到,目前,公司已经确立了三级研发体系:第一级是研究院,负责提前做好3至5年的技术储备;第二级是事业部,瞄准2至3年内即将商用的技术;第三级是产品研发部,围绕即将推出的新产品发力。目前,九阳拥有204项国家专利。

与大多数公司不同的是,九阳极其重视个人的创新能力。“我们这儿都会把最高级别的技术专家称为‘技术牛人’。虽然在很多领域,团队的力量都是大于个人的,但在研发领域,个人的作用不能忽视。一个牛人所带来的突破可能比整个团队都大!”王旭宁说,九阳经常通过评比等方式对技术人员进行激励,

最高奖就是创新大奖,每年他们都选出最新的技术成果或者是产品的研发成果,制作成“牛人榜”贴在墙上。

凭借不断创新的精神,九阳豆浆机从诞生到今天更是经历了5次大的创新。从第一代的放进豆子和水就能做出豆浆,到智能不黏、不糊的技术突破,再到五谷豆浆,之后又推出能把各种原料全部打碎成为无渣豆浆的突破,而今,他们又最新开发出豆子不用泡、机器不用洗、豆浆不用过滤的完全自动产品……

数据显示,每一次技术突破都给九阳带来一次跨越式的增长,其新产品每年对销售增长的贡献率均在30%以上,目前,公司的销售总额已达到70亿元。凭着雄厚的科技实力,九阳已把豆浆机、原汁机、料理机做到同行第一。

王旭宁笑谈,“我老婆经常调侃我,‘你就是个卖豆浆机的’。我觉得这挺好,能把豆浆机做好是我很自豪的一件事”。

而今,九阳又瞄准“互联网+”开始了新一轮的深耕。“以往我们要做很多的市场调查,还会把目标客户请过来聊天。现在有了大数据帮忙方便多了。比如,对用户来说,豆浆机最重要的功能还是做传统豆浆,而后才是五谷豆浆;又比如,消费者用原汁机榨果汁,橙子的利用率远远高于其他水果。这些都是我们改进的方向。”王旭宁说,“在智慧生活领域,我们也实现了移动终端与用户产品的直连,消费者躺在被窝里或者是在回家路上就可以把饭做好,把豆浆做好。”

王旭宁坦言,当年,公司真正决心切入网络其实和小米有关。“小米曾叫我郁闷。那时候我有点钻牛角尖,总觉得小米来做豆浆机了,而且还在自己的商城里卖,我是想‘打’也‘打’不着它。这是渠道优势,我们得承认差距。后来,我到实验室里跟科研人员聊天,看着他们拿出的新技术、新思路,我突然明白了,渠道是优势,我们要学习、追赶,但产品才是本质,只要我们的产品够好,技术够强,消费者用着最舒心,就不用焦虑。”

创新从来不是闭门造车,而是抬头看路,埋头赶路,而路的彼端是消费者,是市场,这是九阳成功的秘诀。



图①为展会上的九阳产品展台。

图②为九阳小家电产品生产线。

图③为九阳集团总部外景。

(资料图片)



金赛药业:

科技是最核心的竞争力

本报记者 李己平

依赖进口的局面,将为不孕不育患者带来新的希望。统计显示,截至2016年10月末,该公司销售收入达11.3亿元,利税达5.37亿元,净利润达到4.17亿元。

“很久前我就注意到,许多矮小儿童因无治疗药物,上学、就业受歧视,而能够解决问题的生长激素市场被进口药垄断,价格高昂,众多患者望药兴叹。”金磊说,正是抱着改变这一局面的信念,他决定辞掉美国知名企业的高薪职位,回国创业。

然而,创业梦想并非一帆风顺。当时,国内普遍对基因工程技术认识不足,甚至连长三角、珠三角等经济发达地区也是如此,这甚至一度让他萌生了退意。最终,长春高新区慧眼识珠,决定联手金磊积极打造生物制药产业园。

在创业初期的艰苦日子里,金磊和研发团队昼夜奋战在实验室,连续攻克了高表达菌种构建、高密度发酵、高活性产品制备等多项技术难题,不断创造国际领先的产品。1998年,公司推出国产第一支重组人生长激素粉剂“赛增”,结束了重组人生长激素没有国货的历史;2005年,上市亚洲第一支重组人生长激素水剂“赛增AQ”,进口产品自此退出中国市场;2008年,上市世界首创重组人粒细胞刺激因子凝胶“金扶宁”,大大推动了烧伤创面愈合、糖尿病足愈合的治疗;2014年,上市世界首创长效人生长激素“金赛增”,结束了近百年来生长激素需要每天注射一次的历史;2015年,上市中国首创重组人促卵泡激素“金赛恒”,成为促排卵常规用药,打破

了进口产品垄断的局面;2016年1月8日,金磊主导的“重组人生长激素系列产品研制与产业化”项目更是获得了国家科技进步二等奖的殊荣,得到了最权威的认可。

创新永无止境。统计显示,金赛药业每年投入销售收入的10%用于研发,有独立的中试车间、先进完善的上游研究及检测仪器,每年都有新产品进入临床或上市。目前,金赛药业的真核、原核、PEG修饰、长效微球和蛋白结构化学5个研发平台,已达到国内一流水平。

“科技是最核心的竞争力。未来5至7年,金赛药业将进入一个快速发展期,力争每年销售收入增长3到5成,成为销售额破百亿元、市值达千亿元的中国基因工程制药行业领军企业。”金磊说。

东北振兴再出发

在吉林长春高新区,有一家享誉全球的企业。它是国内生产规模最大、盈利能力最强的基因工程制药企业之一,也是亚洲最大的基因工程人生长激素生产企业,还拥有中国首个“基因工程药物质量管理示范中心”。这家企业就是金赛药业有限责任公司。

金赛药业创立于1996年。创始人金磊告诉记者,目前,金赛药业在长春和上海分别设置生产和营销总部,员工近2000人。生长激素系列产品已在全国30个省市1209家医院应用,累计治疗矮小儿童20余万人,年增长10至13cm,有效率达90%以上,并出口俄罗斯、乌克兰、秘鲁、哥伦比亚等12个国家和地区。公司最新推出的重组促卵泡素是国内首仿,打破了这个领域长期