

集中展示新技术、新产品、新服务

健康生活链企业齐聚链博会

首届中国国际供应链促进博览会于11月28日至12月2日在北京举办。这是全球首个以供应链为主题的国家级展会。此次链博会设置了智能汽车链、绿色农业链、清洁能源链、数字科技链、健康生活链5大链条和供应链服务展区,515家中外企业和机构将集中展示新技术、新产品、新服务,促进全球产业链供应链深度融合。

在健康生活链展区,中国证券报记者看到,国药集团、华润集团、通用技术、华熙生物以及诺和诺德等国内外知名企业参展。

●本报记者 傅苏颖



中国国际供应链促进博览会健康生活链展区华熙生物展位

新华社图文

共促供应链发展

国药集团此次参展展示了七大产业链、供应链,包括现代中药链、生物制药链、化学制药链、大健康产品链、医疗器械链、商贸流通链和医疗服务链。作为国药集团核心企业,国药控股携“智慧医药供应链”亮相。据介绍,作为亚洲最大的医药供应链系统,国药控股拥有7大枢纽中心,43个省级物流中心,600多家地市级物流中心。

通用技术集团康护到家事业部副总经理薛谷一表示,康护到家平台是此次通用技术展示的亮点之一。康护到家

平台是首家央企背景的上门健康服务平台,是通用技术集团落实“健康中国”战略,勇担央企社会责任的体现。康护到家平台隶属于通用健管公司,通用健管公司作为集团健康产业专业化发展平台,致力于为各类人群提供全生命周期、全方位、全业态的健康服务,针对“到企、到家、到社区”三类场景打造健康服务闭环。

华润医药相关人士介绍,华润集团主要从两个维度进行展示:一是围绕药品研发、生产、分销流通、医疗、康养等业务进行展示。华润作为大健康行业领军

企业,在健康领域展开全产业链业务布局,打造覆盖全周期、全业态的完整生态圈,二是突出全产业链条各个环节的业务亮点和特色。华润在产业链各个环节与外部深化合作,发挥供应链上下游引领作用,共同促进供应链发展。

华熙生物相关人士介绍,此次参展集中展示华熙生物全产业链能力,以及商业化的可持续发展,并带来生物活性物原料、医疗器械终端产品、功能性护肤品、功能性食品等26个品牌、200余件产品。作为生物科技公司 and 生物材料公司,公司全方

位展示了产业链、供应链和价值链。

作为健康生活链代表企业,稳健集团携“winner稳健医疗”和“Purcotton全棉时代”两个品牌参展。据介绍,稳健集团与上游供应商一起深入棉花种植、加工产业,助推产业链上游提质增效。在生产方面,建设智慧工厂,提升生产效率。同时,积极推动“个体健康”消费理念向“社会健康”“环境健康”延展。目前,稳健集团的贸易网络已遍布海内外,通过全球供应链网络将优质的产品输送到用户手中。

海外参展商组团

首届链博会来自国外的参展商占比达到26%,覆盖55个国家和地区。

中国证券报记者从现场获悉,海外医药巨头诺和诺德基于其在中国的“双中心、三引擎”战略布局,展示了“研发链、制造链、健康链”三大链条及其合作

生态。在研发、生产、运营各个环节,诺和诺德携手各方共促生态发展。

“健康链”成为诺和诺德此次参展的亮点,展示了公司在糖尿病、罕见病、肥胖症领域,覆盖“预防、筛查、诊疗、管理”各环节的全生命周期慢病管

理链条。诺和诺德带来多款糖尿病及罕见病领域的创新成果。其中,全球首个基础胰岛素GLP-1RA注射液诺和益,已于今年年初被纳入国家医保目录并执行。

中国贸促会会长任鸿斌表示,链博

会是全球第一个以供应链为主题的国家级展会,集贸易促进、投资合作、创新集聚、学习交流功能于一体,旨在构建推进高水平对外开放的新窗口、搭建服务构建新发展格局的新平台、打造推动建设开放型世界经济的新载体。

坚持“科技立企”

海天味业以现代工艺让酱油酿造焕新

●本报记者 万宇

近日,海天味业举办媒体开放日,展示了公司酱油生产全流程。海天味业有关负责人介绍,公司坚持“科技立企”,在菌种选育、微生物培养、智能制造等核心领域不断取得突破。同时,增产不增污,在废弃物利用、节能减排等方面取得诸多成绩。

海天味业坚持采用传统工艺酿造酱油,阳光晾晒、天然发酵等传统工序一个不少。同时,凭借科技创新,海天味业成功实现传统工艺现代化,在传承口味的同时,保证产品安全和卫生。

传统与现代融合

海天味业溯源于清代中叶乾隆年间开始鼎盛的佛山酱园,拥有300多年历史。公司是商务部公布的首批“中华老字号”企业之一。在位于佛山市高明区的酱油工厂,海天味业建设一个3A级工业旅游景区——娅米的阳光城堡,在这里可以看到从黄豆到酱油的全过程,包括蒸煮、发酵、晾晒等传统酿造酱油环节,并在科技的支撑下,每个环节都基本实现机械化。

中国证券报记者走进海天味业高明工厂,几乎看不到工人的身影,相比传统酱油作坊,海天味业的工厂更加干净卫生。“黄豆发酵使用的菌种一代一代传承下来,而300年前的传统工艺今天实现了现代化。”海天味业党委书记、董秘张欣介绍。

优质的黄豆是酿造好酱油的基础。海天味业已从人工筛选黄豆进化到激光技术选豆,选出来的黄豆大小均匀,颗粒饱满,色泽鲜艳;在发酵环节,煮熟的黄豆再也不用“风餐露宿”,搅拌菌种后“住”在恒温恒湿的房间,不会受到污染,保证食品安全。

在酱油生产过程中以及生产出来后,海天味业都会采用现代化的检测手段保证产品安全和营养。据介绍,一颗黄豆到酱油在海天味业要经历494道检测,共有



海天味业发酵大罐

公司供图

2000余项检测指标。产品生产全程数字化监控,任何一个生产环节检测不合格都不能进入下一个环节。同时,海天味业坚持产品留样制度,所有保质期内的产品全部在留样室存档,确保产品流入市场后,可通过数字化二维码实现全生产流程可追溯,及时响应消费者需求。

丰富产品体系

海天味业专注酱油酿造,市场占有率连续多年位居全国第一。为了酿造好酱油,海天味业坚持“科技立企”,每年的科研费用超7亿元,研发投入占全年营收的比重远高于行业水平,并取得诸多成果。

在酿造工艺方面,海天味业专门建立菌种研发中心,持续60余年攻坚,在菌种选育、微生物培养、智能制造等核心领域

子”难题。

在酿造设备方面,海天味业坚持技术引进与自主研发并行的原则。从引进全球领先的技术设备后,海天味业通过内部研发团队将其改造升级为更适合企业生产经营的技术设备。其中,海天味业从日本引进的塔式圆盘设备,通过3-4年的摸索和学习改进,把圆盘的直径做到了20多米,成为全世界最先进的圆盘制曲技术。一个圆盘单次可以制曲超过50吨,相当于小酱油厂一年的制曲量。

通过科技创新,海天味业推出了零添加头道酱油、清筒酱油、即筒裸酱油、有机酱油、淡盐头道酱油、筒盐酱油、高鲜味极鲜等多种细分产品,满足消费者不同口味以及减盐减脂减糖等需求。

同时,依托公司在酿造和发酵工艺上的积累,海天味业不断丰富健康营养产品体系,推出了蚝油、料酒、拌饭酱、黄豆酱、番茄沙司等系列产品。近期,公司自主研发了轻发酵果蔬饮料胡萝卜汁、青柠汁、

益生菌豆奶等健康营养产品。目前,海天味业共有90余款产品,可以更好地满足消费者日益多元的健康消费需求。

增产不增污

调味品属于能源需求量较高的行业。在酿造好酱油的同时,海天味业提出了“增产不增污”的发展要求,从产品定位到包装改良,从原材料到生产设备,将绿色低碳经济作为核心要素,确保企业可持续发展。

在原材料方面,以海天蚝油为例,蚝油生产会产生大量废弃的蚝壳。海天味业积极倡导和督促合作商对海产品生产垃圾进行高效无害化处理,蚝壳加工成土壤调理剂,解决了蚝壳带来的环保问题。

在生产工艺方面,海天味业在每个工序推动节能降耗,提高资源利用率,减少废弃物的产生。公司将先进的节能技术运用于生产工艺和设备改造,开展废水沼气回收利用、废气排放管理、酱油生产节能改造、UHT(超高温瞬时杀菌)节能改造等大型技术改造项目,持续推进绿色环保生产。比如,废水沼气回收利用项目公司总投入超过千万元,增加了沼气增压稳压系统、输送系统等,实现了沼气回收利用。项目实施后,年减少燃煤1500吨,年减少二氧化碳排放2300吨。2022年,公司通过节能改造项目,节约标煤7249吨。

在产品包装方面,海天味业坚持推广轻量化包装,通过设备改造、工艺升级、重新设计、开发新材料等方式,实现包装材料的轻量化。一方面,将部分玻璃瓶换成更为环保的PET瓶,因为生产PET瓶的能耗远低于玻璃瓶,而且材质轻、不易碎,可实现二次利用。另一方面,推行包装“瘦身”,避免过度包装。2022年,海天味业减少超11万吨的玻璃用量,相当于节省2200万立方米天然气资源,减少碳排放43120吨。

目前,海天味业已将科技含量高、环境污染少、资源消耗低的绿色生产和经营方式向全产业链延伸,积极带动整个酿造产业绿色可持续转型。

首艘中型自主航行智能游艇研制完成

●本报记者 王可

中国船舶集团有限公司相关负责人11月28日向中国证券报记者表示,公司自主研发设计建造的全球首艘中型自主航行智能游艇“智艇1”号研制完成,开创了游艇行业智能航行、智能舱室、智能安防和智能运维的先河。这是中国船舶集团实施新兴海洋经济装备产业发展战略,提升高端游艇研制能力,培育新兴游艇市场,打造“中船智艇”品牌迈出的具有里程碑意义一步。

集多种功能于一身

该游艇由中国船舶集团旗下上海船舶研究设计院(简称“上船院”)自主研发设计,中国船舶集团旗下中船重工远舟(北京)科技有限公司所属英辉南方造船(广州番禺)有限公司建造,入级中国船级社(CCS),目标水域为海南省及粤港澳大湾区。该艇总长17.8米,艇宽5.0米,吃水1.17米,服务航速16节,铝合金船体,是一艘集智能航行、智能运维、智能安防和智能舱室等多种功能于一身的智能游艇。

该游艇具备“三种驾控模式+四种智能功能”,包括自主航行、辅助驾驶和手动驾驶模式。在自主航行模式下,可根据设定的起始点实现航线自主规划,自主巡航。在自主巡航过程中,能自主识别海上动态目标,并根据可遇风险程度执行自主避让。在辅助驾驶模式下,可以通过融合多源感知信息,形成辅助航线规划和航速决策,为驾驶员操控提供优化建议。同时,该游艇设置了智能运维功能,对艇载重要设备实施健康状态监测与评估;还有智能安防功能,有效提升游艇营运安全保障能力。此外,为丰富海上生活娱乐体验,特别设置了多种智能舱室主题模式,乘客可通过平板电脑、语音和手机APP等方式实施模式转换。

新技术、新材料应用方面取得一系列突破。“智艇1”号采用中国船舶集团旗下科研院所自主开发生产的碳纤维材质飞桥顶和自主开发的减扭陀螺;配备两台441千瓦高速主机、两台15千瓦轴带发电机、一台17.5千瓦柴油发电机,尤其是特别配备了一套由中国船舶集团旗下科研院所自主研发的50千瓦时锂电池和岸电接口混合动力系统。在外观内装的艺术设计方面,汇集了中国船舶集团旗下专业科研院所和国外知名公司的优秀设计理念,具有“阳光、优雅、现代、简约”等特征。

潜心研制“中船智艇”

“智艇1”号的型线设计、螺旋桨设计、船模水池试验、螺旋桨空泡试验等均由中国船舶集团旗下科研院所实施完成。上船院紧紧依托中国船舶集团雄厚的科技储备和力量,加大科研投入,潜心研制“中船智艇”创造新市场。

上船院重点围绕该艇自主航行和自主靠离泊等项目进行了系统验证。在3级及以下海况开阔水域开展的自主航行测试验证中,针对态势感知,重点测试了6海里范围内全域目标的识别率和准确性;针对自主决策,重点测试了航线自动规划、6海里范围内的避碰策略;针对协同控制,重点测试了操纵控制的及时性和有效性。通过航行试验,充分验证了该艇智能航行的安全性、可靠性、舒适性,各项测试结果均达到设计指标要求。

中国船舶集团表示,“智艇1”号横空出世,为进一步丰富中国游艇旅游市场,满足人民日益增长的美好生活需要,助力中国新兴海洋经济装备产业高质量发展,添上了浓墨重彩的一笔。

“性价比”成财报高频词

美团三季度净利同比增长195%

●本报记者 杨洁

11月28日,美团发布2023年第三季度业绩。该季度,美团实现收入765亿元,同比增长22.1%;实现净利润35.9亿元,同比增长195.3%,市场预期净利润29.19亿元;经调整净利润为57.3亿元,同比增长62.4%。“得益于在服务零售和商品零售的持续创新与投入,本季度美团业绩继续取得稳健增长。”美团CEO王兴表示。

美团加大了用户补贴力度,“性价比”成为财报中的高频词汇。该季度,美团的销售及营销开支由2022年第三季度的109亿元增至2023年同期的169亿元,增幅为55.3%。

发力直播渠道

美团的业务包括核心本地商业业务以及新业务两个部分。第三季度,美团核心本地商业业务分部实现收入577亿元,同比增长24.5%,主要得益于即时配送交易量以及到店商旅交易额增长。该季度,美团核心本地商业业务分部的经营利润为101亿元,同比增长8.3%,经营利润率为17.5%,经营利润率同比下降2.6个百分点。对此,美团表示,主要由于受到较高的补贴拖累。

美团核心本地商业业务分部包括餐饮外卖、美团闪购、到店商旅等业务。美团介绍,餐饮外卖业务专注于高质量增长及精细化运营。同时,闪购业务的订单量、商家规模及用户规模均显著提升。三季度,美团闪购与近400个零售品牌建立合作关系。

到店商旅业务方面,第三季度交易额同比增长超过90%,活跃商家数同比增长超过50%。美团发力直播渠道,覆盖范围扩大到200多个城市,直播场次大幅增加。

新业务亏损收窄

第三季度,美团新业务分部实现营收188亿元,同比增长15.3%,经营亏损同比收窄。新业务经营亏损率由2022年第三季度的41.6%同比收窄14.4个百分点至本季度的27.2%。

美团新业务包括美团优选(即社区团购)、美团买菜等。第三季度,美团优选运营亏损率同比和环比均进一步缩小。美团优选加强了选品及定价能力。截至9月底,美团优选累积4.9亿名交易用户。美团买菜第三季度交易金额实现强劲增长,用户规模、购买频次及客单价均稳步增长。美团买菜在巩固价格优势、优化物流网络、提升供应链效率的同时,不断发力自有品牌。

第三季度,美团实现经营现金流入112亿元。截至2023年9月30日,美团持有的现金及现金等价物、短期理财投资分别为251亿元和1085亿元。

美团CFO陈少晖表示:“美团坚持以客户为中心,增强各类别的服务品质与效率,为广大消费者带来更加便捷和更高质量的生活方式。公司将继续通过科技投入和服务创新,为各参与方创造长期价值。”