

高铭鸿:红酒文化的传播使者

张孟恺

她,常年旅居国外,在国际拍卖行业中从事国际物业投资移民工作。从事国际拍卖行和投资世界国际物业领域的,大都是上流社会交际圈的佼佼者,而这些社交群交往的媒介主要是红酒,她也同时慢慢地被红酒文化浸染着。

她,在事业迈向成功之时,突然华丽转身,丢下高薪,带着西方红酒文化只身回到了祖国。2013年开始,在不到四年的时间里,她创办的北京华夏庄园葡萄酒有限公司已然在文化界、企业界、娱乐界声名鹊起。

她,2015年正式加入澳大利亚·澳赛诗酒业集团,成功地进行了平台整合,其公司继而成为一家实力雄厚的中外合资企业,其整合之快,业内少有。平台融合后,集团公司成为第一个在澳洲投资葡萄酒灌装厂的华人企业。

她,把爱倾注于红酒事业,用心诠释着红酒文化内涵。她,就是北京华夏庄园葡萄酒有限公司董事长、总经理高铭鸿。

诚信经营 为消费者提供高品质葡萄酒

葡萄酒的美与好,尽人皆知。有千年饮用白酒习惯的国人,也早已知情、懂得、舍爱于这“夜光杯”中的葡萄美酒。随着国际化的发展,国内红酒的需求越来越大,当然,竞争也异常激烈。

然而,在“红”与“白”之间,如何平衡、对抗、突围,避免同质化的消耗浪费?华夏庄园葡萄酒公司董事长高铭鸿有着自己独特的视角和见解,诚信经营,把全身心的爱都倾注于这红酒事业,身践行,用心诠释着红酒特有的文化内涵。

高铭鸿说,集团在澳大利亚拥有自己的葡萄园、橄榄园、农场、奶粉厂以及葡萄酒灌装厂,每年生产500—600个集装箱产品,可向中国市场提供高品质的原装进口葡萄酒。

未来,北京华夏庄园葡萄酒有限公司会

为中国消费者带来最优质的原瓶进口葡萄酒,除此之外,还可以提供OEM(贴标定制),为广大酒业同仁提供葡萄酒灌装服务以及酒标设计、进口报关、仓储物流等一系列专业服务。集团公司所有品牌红酒,具备稳定优良的酒质及广泛的知名度,均源自全世界最优质葡萄酒产区法国波尔多和拥有纯净天然环境的南澳大利亚葡萄酒产区。

华丽转身 从投资顾问到红酒文化传播

高铭鸿从开始经营葡萄酒以来,从来都不认为自己是卖酒的,她一直把自己作为一个传播红酒文化的使者。她积极参与社会慈善和文化活动,让收益回馈社会,让社会成就品牌。

在中国做红酒的当然很多,那么,高铭鸿又是如何用这样的速度,完成从国际拍卖行国际物业投资顾问到红酒文化传播的呢?是如何得到海外资金关注的呢?高铭鸿说,这一切都源于对爱的诠释。她说,她之所以放弃收入不菲的拍卖行国际物业投资顾问职业而转向中国红酒市场,是因为红酒蕴含的文化可以让一个女人的生活更精彩,让一个母性的情怀更容易释放。

高铭鸿说,在中国白酒更深入人心,因为中国男人的豪迈都伴随着白酒贯穿着中国历史。但是与白酒相比,红酒更像女性,试想,悠扬的欧美音乐陪衬下,一个典雅的女性端着精致的高脚杯,品着那红宝石般的红酒,渐渐地女人与红酒融合成一首抒情诗。

人活着其实就是一个释放爱的过程,一个奉献的过程,这些在高铭鸿身上得到了验证,她做红酒就是试图让更多的人,尤其是女性同胞因红酒而美丽,而高雅。她说,中国五千年文化无疑是中华民族的精神宝藏,但是也有一些糟粕,尤其是漫长的封建礼教对中国女性是不公平的。但是,红酒文化一定会影响或改变这样的现状。

为了宣传红酒文化,2014年她在中国酒



高铭鸿

业博鳌高峰论坛,分享中国葡萄酒走向世界;她到北京大学EMBA交流主讲红酒文化;她到一些论坛会所开设讲坛传播红酒文化等,听课的人都因她的课喜欢上了红酒。当然,她的酒销售额也一路攀升,她说,她卖的不是酒,是文化,酒只是文化的载体与符号。

大胆创新 成婚庆主题红酒文化第一人

为了挖掘红酒文化,塑造自身品牌,她朝思暮想数月,成功推出菲嘉妮、菲埃妮品牌,说到这两个品牌,高铭鸿兴奋不已。

偶然机缘,高铭鸿针对中国葡萄酒市场品牌做了详细调研分析,发现中国几千年的婚庆主题文化葡萄酒无人研发,所有的葡萄酒品牌基本都是复制国外的品牌,没有属于中国自己的原创婚庆文化葡萄酒,终于研发成原创文化品牌:菲嘉妮古堡、菲埃妮古堡,寓意“想嫁你”“想爱你”,字面含义是“非嫁你”“非爱你”,拼音更能使众人识别、释义,是一对雅俗共赏的婚庆品牌。电影艺术家张铁林老师知道这个品牌后,大为赞赏,并亲自挥毫题写“菲嘉妮”“菲埃妮”品牌名字。

婚庆市场潜力巨大,打造的这个系列红酒,具备市场需求,是国际品牌与传统文化的完美结合,让更多的人享受红酒文化带来的无限乐趣。以婚庆为主题的红酒品牌,是高铭鸿的一大杰作,成功上市后,赢得了市场认同和销售额的稳步攀升,同时开发的有机时尚葡萄酒系列、有机婚庆主题文化葡萄酒系列,填补了葡萄酒市场空白。高铭鸿也终成中国婚庆领域主题红酒文化品牌第一人。

健康养生 红酒的美好与功效渐成时尚

在英语里面,女人叫做“women”;而葡萄酒则叫做“wine”。两者读音相差甚远,但细看一下结构,就会发现两个单词都出现了这3个字母w、n、e,看来西方在创造这两个词时就已经注入了红酒与女人之间千丝万缕的联系。

高铭鸿说,不仅仅如此,红酒多由葡萄酿造而成,其中含的酒精和单宁,本身就具有抑制细菌生长的作用,它所含的维生素C、E、胡萝卜素和奥利多元素,都具有抗氧化功能,可以有效防止人体机能老化、白内障、免

疫障碍、动脉粥样硬化、心血管和脑血管病变及癌症,特别是红酒中由葡萄皮和籽释放出来的酚类物质,如单宁、红色素、黄酮醇类物质,是比维生素E还强的抗氧化剂,不光能减少糖尿病的发生,对高血压、脑中风、心肌梗塞、癌症、关节炎等患者也有一定益处。适量饮用红酒,对健康有很大的助益,但不能过量,晚上喝一杯就差不多了。

反哺社会 企业做大做强不忘责任担当

在北京华夏庄园与高铭鸿一起品原咖啡,用心聆听她讲述关于红酒的文化、历史、名人轶事。置身其中,与高铭鸿一起回味、沉浸于红酒的美妙,我们沿着高铭鸿的思绪及时间的足迹,能听到一位勇闯商界女企业家的初心,数十载栉风沐雨,砥砺前行,无数个春夏秋冬,俯首耕耘。

在“互联网+”的时代浪潮中,自2013年以来,高铭鸿以红酒文化为核心竞争力,创造了一个又一个的商业传奇,2015年她又与澳大利亚澳赛诗酒业集团握手联合,在葡萄酒品牌文化的市场上,又平添了一道亮丽的色彩。红酒事业如日中天,高铭鸿作为企业掌舵人,不忘回报社会,拿出自己的资产在泸州收养了一批贫困学生。对此,高铭鸿总是微笑而言,“感恩是互相的,因为他们成就了自己并完善了人格,慈善之行,快乐无限。”

由于高铭鸿热心公益事业,从积极参与诸如免费午餐慈善基金艺术拍卖、中美女排超级对抗赛、世界国际小姐选美大赛、中国红色文化活动等,到领养贫困学生,为孩子购买衣服文具等生活和学习用品。得到了电影艺术家徐美玲、中国酒类流通协会副会长兼秘书长刘员等社会各界人士的支持和厚爱。

葡萄美酒历经岁月酿造,才越加味美;女企业家历经事业成长,才愈加美丽。高铭鸿已经举起高脚杯,信心百倍地为未来干杯。我们为她喝彩,为未来鼓掌!

国际化驱动 天士力打造价值投资新模式

张晓磊 刘晓霞

自1994年成立以来,天士力控股集团依托产业升级、技术创新和国际化三大驱动引擎迅速壮大,而这也正契合了本届夏季达沃斯“第四次工业革命——转型的力量”的论坛主题。

布局大健康 加速平台化转型

2016年5月8日,由天士力主办、贝壳社协办,携手产学研单位及医药产业的资本力量,共同举办了“2016天士力科研+资本高峰论坛暨研发合作与创业创新平台发布会”。200余名与会者从不同角度探讨健康产业投资的新机遇,开启跨界合作新平台,打造创新价值投资新模式,使资本和创新在政策和金融大潮下实现共赢。

会上,天士力与贝壳社签约成立天士力创业创新平台,利用天士力全产业链IPD的创新牵引优势和医药研发实战经验,借助贝壳社广泛高端的社群人脉资源精准嫁接资本,精准孵化生物医药和互联网医疗早期项目。同时,天士力与药明康德签署了药效筛选与评价战略合作协议,共建药效筛选评价平台。

本次会议,天士力与科研专家和专业机构投资者共同探讨未来合作,匹配投融资双方的资源和需求,搭建创新资源与社会资本高效对接的平台。这些密集的合作,标志着天士力正在加速布局大健康产业平台作为其产业升级的战略目标。

天士力控股集团董事局执行主席闫凯境表示,多因素驱动大健康产业投资的黄金时代已经来临,创新要嫁接资本助力与新的服务机制,才能发挥价值。天士力以消费者为中心,将建立一站式创新健康产品加服务的大健康生态圈。天士力将紧密围绕生物制药、中药、中药材、化学制药、医疗器械和民营医疗等六大核心产业板块以及生物技术和信息技术两大创新领域布局投资版图。

作为夏季达沃斯创始会员企业,通过不断转型升级创新,天士力不仅将传统产业链打造成具有高技术、高标准的现代中药产业链,同时结合国际市场需求和标准,提高现有产业链整体质量规范和标准,将现有产业链逐步提升至符合国际化标准的现代中药产业链,成为中药企业现代化、国际化的领军者。

打造智慧医药健康产业

在“中国制造2025”的背景下,国家大力支持医药制造的智能化路线,中药产业面临产业结构调整带来的机遇和挑战,真正迈向工业4.0时代。天士力现代制药工业4.0示范工厂项目目前已落户辽宁本溪,将实现生产过程的自动化控制、全线质量在线监控,最大限度减少人为误差,降低人力成本,提升产品质量控制水平和稳定性。

在产品共建方面,闫凯境认为,中药材产品共建已经走在了前列。2015年,国务院正在推进中药材保护和发展的国家级规划,推进中药材基地共建共享,提高中药材生产组织化水平。天士力与东阿阿胶、康美药业、云南白药、江中制药、三九医药、滇虹药业等企业达成共识并签订了合作备忘录,着手探求在中药原料上合作的可能性,有望共建中药种植基地和原材料储备交易平台,实现药材资源共建共享,形成产业内部的新型合作模式。同时,2016年天士力控股集团将从中药产业链的第一源点开始,实现基地种植、药材收储、价格管控、标准化加工和金融服务等复合功能的融合贯通。

在产品开发方面,天士力将加大产品的二次开发、深度研究,拓展科技内涵,立足大市场、大终端,构建建立在大治疗领域基础上的宝塔形产品群和多元系列组合的大药体系,在心脑血管、肿瘤、神经系

统等大治疗领域形成联合用药。以“市场为导向”为核心主线,实行“IPD研发模式”构建研产销投一体化的产品开发模式,通过IPD的战略总指挥作用,合理统筹各类资源,研产销投链接聚力,各个事业群间的紧密联动,对项目实施科学评估,加速实现项目转化,开启天士力“高、创、精、专”的产品开发管理模式。

天士力还将继续探索天津慢病管理服务的创新模式。以糖尿病药品配送媒介,通过线上和线下方式相结合,提高患者服务体验推送精准化服务信息,形成面向患者慢病管理的全流程闭环服务体系。

复方丹参滴丸 引领中药国际化

中医药作为中华民族的瑰宝,其国际化不仅是几代医药人的梦想,也是国家重要发展战略之一,而这既是天士力这样大型企业的机遇,也是挑战和责任。

事实上,作为中药国际化的先行者和探索者,从1996年开始,天士力就以现代中药复方丹参滴丸申报美国FDA,启动了中药国际化之路。2010年,复方丹参滴丸美国FDA二期临床试验顺利完成,数据指标显示药物安全有效。这标志着中药标准得到了西方现代医学体系和评价标准的认可,证明了中药安全有效。

据悉,经美国FDA批准进行的复方丹参滴丸三期临床试验,目前也已在9个国家和地区的127个临床研究中心顺利提前完成全部临床工作,现已进入COV(临床中心关闭访查)阶段。临床试验结果将在数据库锁定、数据分析完成、分析结果解盲后形成临床试验总结报告。这意味着,一旦通过,天士力复方丹参滴丸将成为全球首个通过FDA认证的复方中药。

在天士力的不懈努力下,中医药国际化的梦想离实现已然越来越近了。

并且取得突破进展的也不只有复方丹参滴丸,天士力的穿心莲内酯、水林佳、注射用丹参多酚酸也已开始准备FDA临床

研究工作,并将加快向FDA提交IND申请。而天士力集团亦拥有在研项目共59项,包括中药23项,化学药20项,生物药8项,国际化项目8项。

“实现国际化的路径既有努力通过美国FDA处方药的高端路径,也有通过欧盟植物药注册认证的中药路径,还有通过保健食品、膳食补充剂认证的方式,总之在保证产品质量和疗效的基础上,要通过不同的渠道将尽量多的中药产品推向世界。”闫希军表示。

此外,在复方丹参滴丸引领中药国际化的同时,在国家中医药管理局的大力支持下,以天士力为首的国内8家中医药生产、研发单位以中医药国际化产学研联盟为基础,于2011年发起组成中医药世界联盟,涉及中医药行业产学研各个领域的18家知名企业和机构。这是继复方丹参滴丸之后,天士力中药国际化的又一个步骤——将成员企业中一些优秀的中药产品以联盟整合的方式推向国际市场。

据了解,中医药世界联盟的依托平台,目前已成为7家企业的9个项目提供国际化开发服务。在推进这些项目的国际化开发进程中,该服务平台取得了令人满意的结果,为我国中医药国际化发展,起到了切实推动作用。

创新将是中医药发展的主旋律。要在中医药原来的经验科学体系的基础上,利用现代科学技术、方法、路径,加速中医药的创新;要从单元的技术创新形成系统、集成的技术创新;要加强中药系统性研究,明确药效物质基础,从原料到中间提取物、再到最后制剂成品的全程追溯,从根本上提升中医药质量。

实现中药国际化,是现代中药全产业链优化升级的过程,是全产业链先进制造水平提升的过程,也是企业管理水平提高和突破的过程。它不仅对中药产业的转型升级起着引领作用,而且对中医药文化在世界上的传播也有积极推动作用。也只有坚定地走中医药国际化道路的产品和企业,才能在激烈的竞争中脱颖而出。