www.shfzb.com.ci

# 与企业共成长 在掌舵中行稳致远

## -记上海朝晖药业有限公司总经理、党支部书记王燕

□见习记者 陈友敏

从 2003 年以一名基层试验员的身份加入上海朝晖药业有限公司(以下简称"朝晖药业"),到 2020年被聘为公司总经理,全面管理公司各项工作,朝晖药业总经理、党支部书记王燕经历了企业创业、变革及发展的重要时期,在企业变革时期起到关键性引领作用,她始终保持坚强的党性,紧抓质量、创新两条生命线,积极打造国际化质量体系,并致力于推进生物医药高端创新型人才培养。朝晖药业在她的掌舵下行稳致远。

### 严把"质量关",积极 打造国际化质量体系

在与朝晖药业共同成长的近 20年时光中,王燕有一大半的时 间都在严把"质量关"的岗位上, 也正是这份经历,让王燕格外重视 质量问题。

纵观朝晖药业发展历史,浓墨 重彩的一笔是国家在推进药品一致 性评价工作中,王燕凭着业务出身 熟悉行业法规监管要求及发展趋势 的背景,高效率组织技术团队快速 打通多个产品生产工艺优化瓶颈, 并制定出严格产品质量标准,使多 个重要产品第一时间通过国家一致 性评价,为企业经营业务发展奠定 坚实的基础。

作为上海市经认证的首席质量

官、首席数字官,王燕具有高瞻远瞩的创新和发展视角。她始终坚持为老百姓提供优质低价的良药。多年来,公司已有近 20 个药品实现了工艺突破、达到国际最先进的质量标准。她在熟悉企业运营各环节的基础上,高效率决策,组织团队通过科学分析和论证,形成具有朝晖特色的企业愿景、使命、价值观。从 2021 年就开始积极运作朝晖未来的数字化业务升级以及推进团队通过建立国际化的质量体系打造朝晖的品质和品牌。目前朝晖已建成能源的数字化管理平台,多个实验室检验项目均已通过 CNAS 认证。

## 聚焦创新力,着力培 养高质量人才

王燕深知,对于一家医药公司而言,创新是企业的核心竞争力,人才则是创新的不竭源泉。因此,她积极建立企业创新机制,打造学习型团队。推行企业创新制度和流程的建立,设立管理机构,使企业创新工作常态化。亲身带团队、带项目,秉承"授人以鱼不如授人以渔"的原则,辅以各类激励制度,真正打造出

"学习型团队",也为企业夯实了未来发展的人才基础。

胡宏杰』

行政人事总监告诉记者: "王燕为年轻人树立了一个很好的带头榜样。她在工作中充满激情。在她的带领下,公司建立了导师带教机制。每个新员工进入公司后,公司都会安排有经验的带教老师,帮助促进新员工的成长,让他们尽快适应公司的发展要求。"

此外,王燕还致力于推进生物医 药高端创新型人才的培养。与上海大 学医学院签署战略合作协议,建立研 究生实践基地,在她的主导下,朝晖 药业为上海大学医学院药学专业硕士 研究生定制了《药品质量管理》专题 课程,王燕作为课程授课教师,为学 生们传授了关于药品质量、法规、研 发、生产等相关的专业知识。

在通过对现代药品生产与监管概述等多个专题的学习以及在企业现场教学与实践后,来自上海大学药学专业的23位专硕研究生们均表示受益匪浅。

王燕告诉记者: "朝晖药业希望通过和高校之间的深入合作,不断培养出更多匹配企业战略需求的创新型人才、国际化人才、数字化人才、以及多学科复合型人才,和企业一起共创价值,并助力行业的发展。"



纪念统一战线政策提出一百周年

講初

凌心

## "百年辅德里 奋进新时代"系列党课开讲

□记者 胡蝶飞

本报讯 近日,2022 年"初心讲堂"年第二十一讲暨"百年辅德里"新时代"系列党课在中共二大会址纪念住于讲,由复旦大学院副院

长、中国统一战线理论研究会统战基础理论上海研究基地副秘书长肖存良做题为《上海与中国共产党统一战线发端》的专题讲座。

今年7月,习近平总书记出席中央统战工作会议并发表重要讲话,明确新时代爱国统一战线的基本任务,提出十二个"必须",突出强调了在新的历史背景下统一战线政策的重要"法宝"作用。

8月19日,2022年"初心讲堂"第二十一讲暨"百年辅德里奋进新时代"系列党课在中共二大会址纪念馆开讲,课程从统战理论的传入、统战政策的提出、统战实践活动的开展三个维度,深入剖析统一战线这一"法宝"在上海提出的原因,揭示了上海

是中国共产党统一战线实践的始 发地,国共合作的政治实践发端 于上海。这在中国共产党的百年 奋斗史中具有重要开创性意义。

■ 上海与中国共产党统一战线发端

百年奋斗历程中,统一战线是党的总路线总政策的重要组成部分,在我国革命、建设、改革不同历史时期发挥了重要作用。历史和现实证明,把绝大多数人团结在中国共产党周围,结成最广泛的统一战线,是我们战胜一切困难、夺取事业胜利的强大力量源泉。中共二大会址纪念馆将继续围绕纪念统一战线政策提出一百周年办好纪念活动,把党的宝贵经验传承好,汇聚起万众一心、无坚不摧的磅礴伟力,向着共同目标团结奋斗!

## 卡"红线"卖499元月饼,规则面前岂能"抖机灵"?

临近中秋,月饼又成了热议话题。据不完全统计,在某电商平台,售价 499 元到 499.99 元的月饼礼盒有 1600 余个商品链接。而该平台上虽然没有售价超过 500 元的月饼,但是,一些售价 499.99 元的月饼礼盒却还要支付 190 元到600 元不等的高额运费。

有商家表示,自己销售的礼盒售价并非 499 元,主要是因为平台有月饼礼盒的限价要求,因此,增加了高额运费,目的是想让购买者直接联系自己。这些商家还表示,自己其实还有超过 500 元高档月饼礼盒,不过不能挂在网上售壶。

### 对单价超过500元月饼重点监管

高价和豪华月饼,不仅助长奢靡之风,也与环保节约的现代文明理念相悖。近期,多部门出台了对"天价"月饼的监管措施,还提出了对单价超过500元的盒装月饼实行重点监管。

今年6月,国家发展改革委、 工业和信息化部、商务部、市场监管总局联合发布《关于遏制"天 价"月饼、促进行业健康发展的公告》(下称《公告》),明确鼓励经 营者生产、销售物美价廉的盒装月 饼,提出对单价超过500元的盒装 月饼实行重点监管;经营者应当将 销售单价超过500元的盒装月饼的 交易信息妥善保存2年,以备有关 部门依法查核等。

人们注意到,与往年不同的 是,今年中秋前月饼再度成为网友 们热议的话题,但并不像往年那样 因为各种奇葩的馅料,而是近一段 时间频频出台的监管政策,包括 500元的月饼礼盒定价"红线"规

8月15日起实施的《限制商品过度包装要求——食品和化妆品》国家标准第1号修改单规定,月饼的包装层数从最多不超过四层减少为最多不超过三层,包装材料不得使用贵金属和红木材料,月饼不应与其他产品混装等。

在推动月饼"轻装上市"的同时,8月17日,国家发改委再次表示,近年来出现的"天价"月饼,往往伴随着豪华包装、使用珍稀食材以及搭售高价商品等现象,这些问题主要集中在只占市场销售额约1%的单价500元以上的盒套额约1%的单价500元以上的盒盒装额约1%的单价500元以上的盒盒,了解真实成本和利润情况,并以适当方式向社会公布。对存在记法规行为依法严肃查处并公开曝

月饼不仅是传统美食,也寄托和传承了数千年来中华民族的文化底蕴以及重视家庭、团圆的精神内核,不应该被拿来用作彰显面子、攀比甚至行贿送礼的工具。近几年,国家持续在打击"天价"月饼,是为了让整个消费更加理性、健康、有序,也是为了让月饼行业健康良性发展。这一点,毋庸置

有分析人士表示, 监管部门出

#### 少打监管的"擦边球"

台500元的"红线",并不是一刀切地不让卖,只是表态称会重点监管。商家为了避免"交易信息妥善保存2年,以备有关部门依法查核"这一监管要求,纷纷将高价产品价格定在了499元,这不仅是一种逃避监管的"抖机灵",更说明了这些商家的客户们"害怕查"或对"禁不起查";而监管部门频频对"天价"月饼出手,并不只是为了避免浪费,也要避免这种高价月饼

带来的腐败。

因此,对于 499.99 元的月饼礼盒,监管部门、平台应引起重视,强化监管,严格执法,避免新规执行流于形式;消费者也同处政权极执行流于形式;消费者心思放在如何提高月饼质量和口味上、如何能研发出更适合当下消费的月饼上,而不是靠"抖机灵"、玩噱头躲避监管,继续躺赚巨额利润,否则,注定企业是"走不远"的。

## "史上最严瘦身令",如何不被架空?

国家版月饼包装"瘦身令",堪称"史上最严",但在最严"瘦身令"之下,仍有商家敢在月饼包装上"顶风作案",这一现象说明,部分商家并未真正意识到控制天价月饼和限制过度包装的意义在于回归节日传统,遏制不良风气,倡导环保理念,而是为了追求利润,钻营取巧。这使得月饼包装"瘦身令",实际上遭到架空。

对于部分商家的做法,仅仅靠 媒体曝光和道德谴责是不够的。月 饼包装"瘦身"的制度已定, 重在 落实。而要推动月饼商家等各方对 规则心生敬畏, 有必要拿出一系列 组合拳。

一是要加强规则解读,引导商家依法有序经营。月饼包装"瘦身",说到底是个技术活,无论是四部门的公告,还是限制商品过度

包装要求,都有大量的技术性细节,这就需要相关方面充分解释说明,让商家真正掌握法律和政策的要求。换言之,规则越是明晰,越能减少商家打擦边球的空间,也给基层执法以有力地指引和督促。

二是加强对线上线下的抽查监督,对投机倒把、钻空子的行为意整不手软,坚决打击。比如,市场监管总局称,对不符合食品安全、符合限制过度包装强制性标准有关要求,以及不执行明码标价规定、实施价格欺诈等违法行为的,一律从严查处。高价和豪华月饼依然在公开销售,说明执法力度有待进一步加强,唯有对商家违法行为露头就打,才能真正树立法律的权威。

作为消费者,也要培养正确的 消费观念。吃月饼不是吃包装,如 果是自己吃的,市场里几元钱一块 的散装月饼既实惠又方便,和家人一起自己做,也不失为一个好办法。少买、不买"天价"月饼,倒逼月饼"素面朝天",消费者是有一定主动权的。

要知道,让月饼脱掉浮华的外衣,回归团圆、思念的传统内涵, 是对"月饼文化"的正本清源,可谓功在当前,利在长远。而抵制 "天价"月饼,人人皆可为之,人 人当为之。

推动月饼包装"瘦身",人人都是参与者。"史上最严"包装"瘦身令"理当令必行,行必果。"瘦身令"理当令必行,行必果。用治理的"组合拳",最大限度挤压月饼包装灰色的"内部乾坤",并形成长效机制,方能避免政策规定被架空,早日还月饼市场以口片清朗。 据光明网、北京青年数理