

中国已成为全球包容性创新的重要力量

——访美国微软公司创始人比尔·盖茨

美国微软公司创始人、比尔及梅琳达·盖茨基金会联席主席比尔·盖茨说,中国致力于让低收入国家的人口也能从创新成果中受益,已日益成为全球包容性创新的重要力量。

盖茨日前接受新华社记者书面独家采访时说：“中国不断加大科研投资,并努力确保这些新想法和新工具成为有效的公共产品,在全球挽救生命、改善数亿人的生活。”

他说,当前中低收入国家承受了全球约90%的传染性疾病负担,然而全球新药研发投资总量中只有10%是针对这些国家疾病需求的。鉴于这种状况,盖茨基金会与北京市政府和清华大学合作,于2016年在北京成立了全球健康药物研发中心,致力于应对那些对贫困人口影响尤甚的疾病。

“中国的研发能力和丰富的人才储备对促进国际合作、改善现有的早期药物研发体系起到了至关重要的作用。”他说。

盖茨说,目前全球每年仍有近50万名5岁以下儿童死于因卫生条件恶劣而导致的疾病,同时还有数量更为庞大的儿童因此心智和身体发育不良。基金会与伙伴合作开

发的一款名为“万能处理器”的粪污处理设备能杀死人类排泄物中的有害病原体,并将由此产生的材料转化为具有潜在商业价值的产品,如清洁水、电力和肥料。但如何让这一创新更进一步,真正让有需求的人们受益,是一个很大的挑战。

他说,中国消除疟疾的经验表明,当一个国家长期致力于创新,并坚定地通过合作应对大规模卫生挑战时,就一定能够取得非凡成果。中国在70年的时间里将疟疾病例从每年的3000万降至0,这要归功于中国对抗疟药物、工具和方法的持续创新、开发和改进。中国取得这些进展时仍是低收入国家,因此得益于低成本的系统性创新。目前中国低收入国家承担了大部分疟疾导致的疾病负担,因此中国经验对它们而言具有宝贵的借鉴意义。

“我们与包括中国在内的全球伙伴合作，扩大那些挽救生命的工具在低收入国家，特别是撒哈拉以南非洲国家的可及性，例如脊髓灰质炎、乙脑和宫颈癌疫苗等。”他说。

盖茨同时赞扬新冠疫苗实施计划这一全球合作机制

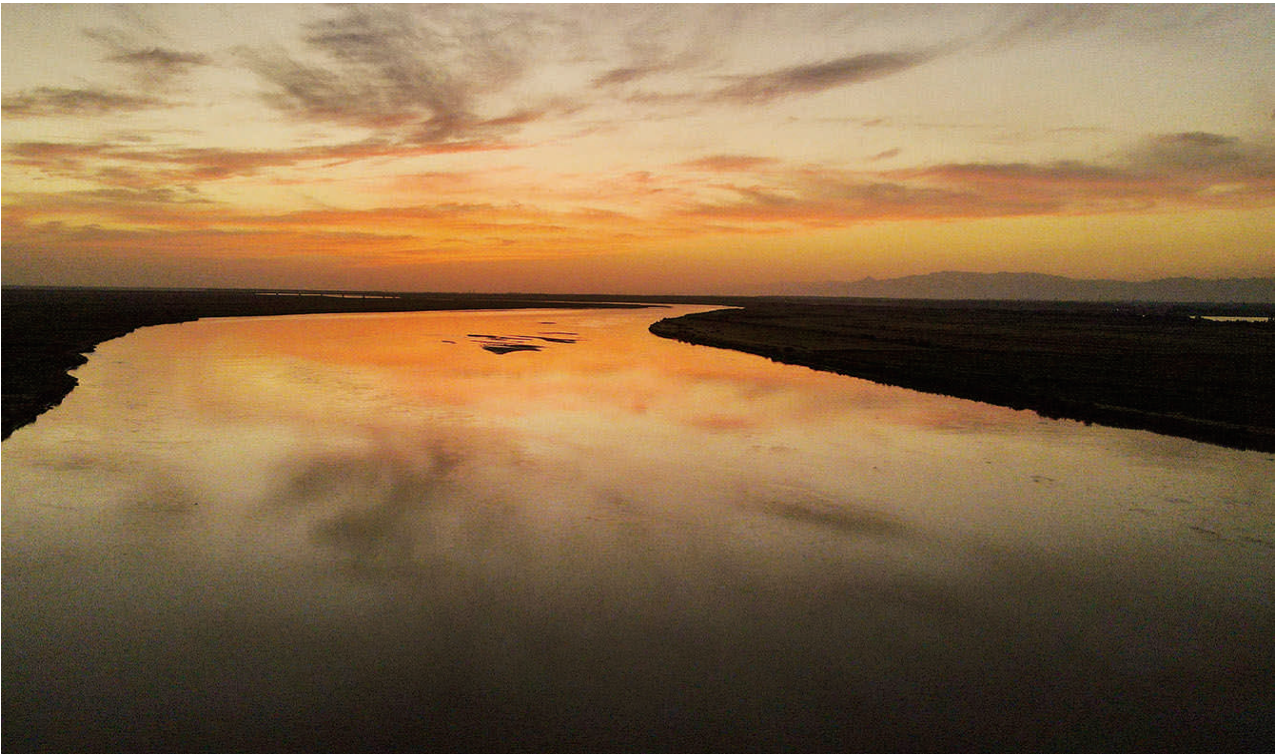
加快了新冠疫苗的开发、生产和公平获取。目前,该机制正朝着这些重要目标大步前进。截至9月22日,该机制已经向142个参与国交付了超过3亿剂新冠疫苗。

盖茨呼吁高收入国家继续承诺为该机制提供重要资金支持,强调目前许多高收入国家预留的疫苗已经超过其人口所需剂量,在不影响其国内疫苗接种的情况下,这些国家可以通过尽快分享这些多余剂量,加速疫苗在全球的接种。

“基于其坚实的疫苗研发管线，中国承诺今年向全球提供大量新冠疫苗，这让我们备受鼓舞。这样的行动正是结束新冠疫情所需要的。”他说。

“我相信,无论是新冠疫情、疟疾还是我们所面临的其他全球挑战,携手合作是取得进步的最好途径,”他说,“中国对于应对外国健康与发展挑战的承诺和能力令人鼓舞。我期待与中国伙伴继续合作,支持中国为全球健康与发展作出更大贡献。”

新华社记者 徐兴堂 (新华社纽约9月27日电)



黄河秋景

这是在内蒙古鄂尔多斯市达拉特旗境内拍摄的黄河夕照景观(9月26日摄,无人机照片)。

秋日里的黄河内蒙古段沿岸,草原、湿地、湖泊、沙漠、戈壁等多种自然景观景象各异,与蜿蜒大河共绘壮美画卷。 新华社记者 彭源 摄

太原再登便利店城市榜全国前三

金虎便利分享运营秘诀：借支付宝等实现用户、营收双增



消费者在门店用支付宝买单

9月28日,2021中国城市便利店指数新鲜出炉,山西太原排名第三。这已是山西太原连续5年登上指数榜前三。

2020年,新冠疫情给零售业的发展带来了巨大挑战和不确定性,对便利店企业来说,如何谋变?9月28日,山西老牌便利店金虎便利董事长助理徐萌在2021第十八届全球互联网经济大会上分享了运营经验:借力支付宝等数字化平台,公司经营逆势上扬,实现会员规模、营收双增长,现已有一半太原人成为公司会员。



2020年初新冠疫情暴发后,不少品牌便利店的客流急剧下降,部分门店还出现暂时关闭,对企业一季度的市场销售带来巨大冲击。

“为了扭转经营下滑的不利局面,势必就要精准抓住品质客户,深耕会员信息资源,为客户提供全方位的服务,针对不同业态的会员购物需求进行梳理分析,找到会员的喜好及习惯,精准推送营销。”徐萌指出。

未雨绸缪的数字化布局帮了大忙。此前,金虎便利通过和君时慧成、支付宝、阿里云等合作,已建立了会员中台和数字中台,新冠疫情发生后,通过数据带动业务、业务反哺数据的模式,助力金虎便利保持经营稳定,并实现同比逆势增长。

以会员运营为例,由于金虎旗下涉及烘焙、餐

饮、生鲜等多个业态,分别使用不同的会员体系,因此各业态会员不统一,且会员缺乏忠诚度。另外,对一定比例的“僵尸粉”,各品牌之间不能相互导流,因此管理各域会员显得尤为重要。

为此,金虎改造了会员服务,将线下门店接入支付宝,通过支付宝小程序这个载体使线下与线上互通,既提高效率活化优质会员,又通过互联互通的数字信息为会员提供更为精准的服务。另外,和阿里云合作的数字中台通过对会员购买商品等行为的分析,可快速优化调整总部采购、备货、配送等链条,保障民生物资的供应不缺货的同时保证门店经营尽量不受疫情影响。

据悉,在疫情得到有效防控后不久,金虎便利的

销售便快速回升,线上销售是平日的 20 倍;同时,会员的消费拉动尤为明显,目前金虎的支付宝会员规模已超 200 万,相当于一半太原人都是金虎的会员,优质会员的比例同比上升了 10%,且客单价也获得提升,会员销售额是非会员的 1.5 倍;另外,年轻用户的比例也在上升,目前金虎主力客户人群的年龄在 25-35 岁之间。

“数字化是未来便利店企业发展经营不可或缺的一环,甚至会成为本土便利店弯道超车的一大机遇,”徐萌表示,金虎便利的目标是把一半山西人发展成为数字会员,将继续加强与支付宝等平台的合作,希望通过数字化赋能,提升企业竞争力,助力企业迈出山西、走向全国。

林嘉

林嘉