

山西开出今年首趟入疆“银发旅游列车”



4月19日20时25分,随着Y204次列车驶出山西临汾火车站,500余名平均年龄65岁的老年旅客将奔赴新疆,开启为期18天的“漫游之旅”。这是国铁太原局今年首开新疆的“银发旅游列车”。

18天的行程中,游客们将一路畅览北疆乌鲁木齐、吐鲁番、哈密、伊宁以及南疆库车、库尔

勒、喀什等地的风景名胜,品尝九碗三行宴、吐鲁番羊肉串、新疆馕饼等特色美食,实现一趟旅行、畅玩全疆。

国铁太原局新创餐饮旅游集团有限公司工作人员武启超介绍,此趟旅游列车全列卧铺,旅客全程不换车,不换铺,采取“火车+汽车一站式抵达”的方式,具有车随人走、人随车停、夜行日游、

车随景移等特点。列车特别配备随团医生与资深导游,不仅提供24小时健康守护,更在移动旅途中开设养生课堂、开展一对一健康咨询,让老年旅客在饱览风光的同时享受贴心关怀。

Y204次列车长韩娜介绍,为了保证服务品质,列车上为旅客准备了拖鞋、老花镜等物品。在餐饮方面,考虑到中老年旅客身体状况,车上饮食以清淡、软烂为主,确保旅客在列车上也能吃到“锅气十足”的健康餐。另外,还将组织丰富多彩的棋牌比赛、生日会等娱乐活动,让老年旅客的旅途更加舒适和愉快。

“我原来去旅游是坐飞机或孩子自驾,这次我选择坐火车出行,因为能看到沿途的风景,行程安排也很合理。”旅客任阿姨说。

今年前四个月,国铁太原局已陆续开行“江南踏春”“粤港澳”等多趟“银发旅游”列车,下一步将结合季节特点和市场需求,开行东北等方向旅游线路,让“坐着火车去旅行”成为中老年群体乐享晚年的新选择。

(高慧娟 文/图)

大同市平城区“三晋银龄”志愿服务队成立大会暨大同市“三晋银龄”行动启动仪式举行

春满古都银龄启航,桑榆未晚再谱华章。为积极应对人口老龄化,动员广大老年人在老有所养、老有所乐的同时实现老有所为,4月17日上午,山西省大同市平城区“三晋银龄”志愿服务队成立大会暨大同市“三晋银龄”行动启动仪式在清源街道清源西街社区举行。

活动由大同市老龄办、市委社工部、平城区老龄办联合主办,现场50余名银发志愿者共同见证这一重要时刻。

会议宣读了《三晋银龄倡议书》,号召广大老年人积极投身“三晋银龄”行动,做新思想的传播者、新理念的践行者、新征程的奋发者、新风尚的引领者,让“银发力量”在新时代焕发绚丽光彩。会上选举邱雨为首任志愿服务队队长,同时举行授旗仪式。会后,志愿者们立即开展发传单、维修自行车、理发、义诊等便民服务,现场服务群众超20人次。大同市老龄办负责人指出,该行动是山西省落实国家积极应对老龄化战略的创新实践。旨在组织和引导广大老年群体,特别是具有专业知识、丰富经验和良好身体条件的离退休人员,根据自身特长和意愿,量力而行,自愿参与志愿服务,为绘就中国式现代化山西篇章贡献“银发力量”。在老龄化率高达28%的清源街社区,志愿服务队将重点破解养老服务、精神关怀、代际互助三大需求,通过矛盾调解、智慧助老、文化传承等服务架起社区“连心桥”。

随着更多“三晋银龄”志愿者投身基层社区治理,他们将成为破解养老难题、激活社区活力的生力军,书写“为霞尚满天”的时代新篇。(苟将)

韩伟:带量采购浪潮下的破局者



韩伟先生

“在数字化医疗的浪潮中,唯有创新者才能引领未来。”在2024年数字医疗与创新峰会上,强生医疗科技中国区外科伤口闭合事业部副总裁韩伟面对数百位行业专家、临床医生和合作伙伴,掷地有声地抛出这一观点。作为强生医疗科技在中国市场的领军人物,韩伟的这句话不仅是对行业的洞察,更是他带领团队在带量采购浪潮中破局前行的真实写照。

集采风暴中的逆势突围

2021年,我国高值医用耗材带量采购全面推行,骨科领域遭到前所未有的冲击。关节、脊柱、创伤三大品类被纳入集采范畴,产品平均价格降幅超80%,市场格局被彻底颠覆。诸多跨国医疗巨头难以适应政策突变,业务深陷泥沼,不得不收缩战线。史赛克在脊柱集采中折戟,黯然退出中国市场;捷迈邦美无奈削减中国脊柱业务。

然而,强生医疗科技在韩伟的执掌下,却稳稳地站住了脚跟。韩伟精准施策,推出三大关键战略:本土化创新、数字化赋能和供应链优化。他深入调研中国患者的病症特点与实际需求,量身打

造适配产品;将前沿数字技术融入研发、生产、销售等各个环节;同时强化上下游协同,保障产品稳定供应的同时降低成本。凭借这些举措,强生医疗骨科业务不仅成功抵御集采带来的巨大冲击,还进一步巩固品牌地位,逐步拓展市场版图。

1985年强生公司进入中国,成为改革开放以来首批进入中国市场的跨国企业,多年来持续深耕,构建起集医疗器材、制药、消费品于一体的完整业务体系,全方位融入中国医疗建设进程。在中国医疗改革的浪潮中,强生始终坚守“扎根中国、服务中国”的理念,积极应对每一次变革挑战。

2019年,强生将全球最大、亚太首家创新孵化器“JLABS@上海”安家在张江科学城。

2021年,凭借在促进科研创新,推动创新合作的积极贡献,强生中国成为首家获得上海市政府认定的开放式创新平台。

在这些成就的背后,是韩伟长期推动强生医疗科技在中国普及优质医疗资源、惠及民生所作出的不懈努力。

厚积薄发的职业积淀

韩伟的成功绝非偶然。自2002年加入强生以来,他从基层销售代表做起,凭借出色的业务能力迅速崭露头角。在Cordis血管介入事业部任职期间,面对业务负增长的困境,他毫不退缩,带领团队深入剖析市场,精细调整营销策略。短短一年之内,就实现业务逆势上扬,增长率飙升至30%以上。

2016至2018年,他赴美参与全球发展计划,担任强生医疗科技旗下心脏电生理龙头企业Biosense Webster的全球战略市场部总监,主导年营收超2亿美元的超声产品全球上市工作。这段国际化经历为他积累了丰富的全球视野与卓越的战略管理经验,也为他后来应对中国市场的集采挑战提供了独特的视角。

学术与实践的完美结合

韩伟拥有扎实的学术背景,本科毕业于中国人民大学经济专业,之后又获得美国华盛顿大学工商管理硕士学位。这种复合型教育背景为他后续在强

生医疗的职业发展奠定了坚实基础,使其能够从经济学视角分析市场趋势,同时运用商业管理思维推动医疗产品的市场化运营。

在强生医疗任职期间,他专注于骨科领域的数字化转型,深入挖掘行业痛点,并在国内权威期刊发表了多篇具有重要价值的学术论文,如《骨科数字化时代的营销策略:以关节重建产品为例》、《骨科数字化转型:提升关节重建手术效率与精准度的策略研究》等。这些研究成果不仅填补了骨科医疗器械行业在数字化营销和手术优化方面的理论空白,还为强生医疗的数字化实践提供了关键指导。

集采攻坚的制胜之道

2021年9月14日,天津人工关节集采现场传来捷报:强生骨科关节产品全线中标,实现了“五星全中”的优异成绩。这一胜利来之不易,韩伟带领团队从年初就开始精心准备,通过政策面的深入沟通、行业数据库的建立、产品组合的优化等多方面努力,最终在激烈的竞争中脱颖而出。

韩伟的成功源于其创造性地提出了“三维度战略模型”,从政策、市场和产品三个维度构建了完整的应对方案。

1.政策维度,他积极与监管部门保持密切、顺畅的沟通,第一时间精准掌握政策动态,确保企业运营全程合规;

2.市场维度,组织团队搭建动态数据库,实时追踪市场需求变化与竞争态势,为企业决策提供精准依据;

3.产品维度,依据市场反馈与政策导向,深度优化产品组合,全方位提升产品性价比与适应性。

这一模型在2021年关节集采中首次验证,他带领跨部门团队突破空白市场,最终实现全品类中标;他倡导的“敢赢精神”成为团队核心驱动力,激励团队在高压环境下保持高效协作。

后集采时代的战略布局

更为难得的是,韩伟并未止步于集采胜利,而是敏锐洞察到后集采时代渠道变革的迫切性。他主导推动的全国分销平台+医院直接配送(NED)模式,仅用半年时间就完成了对传统分销体系的重构,创下行业转型速度的新标杆。

这一创新举措不仅确保了强生骨科业务在政策变革中的平稳过渡,更构建起适应带量采购环境的敏捷供应链体系。

韩伟始终践行“在中国,为中国”的战略理念,推动强生与本土企业深度合作。与天智航联合开发的Viper Prime?脊柱机器人手术系统,以及携手长木谷打造的AI关节手术规划系统,都是本土化创新的典范。

在2024年进博会上,强生医疗科技展出的11款骨科创新产品中,7款为中国首秀。其中,专为中国老年患者研发的Traumacem V+骨水泥套装尤为亮眼,通过优化材料配方,可缩短30%康复时间,并将术后并发症发生率降低50%。这些创新成果展现了强生将全球领先技术与本土需求相结合的卓越能力。

韩伟在接受采访时表示:“这些创新成果的取得,源于我们对中国患者需求的深入洞察。我们不仅要引进全球领先技术,更要针对中国患者的特殊需求进行本土化创新。”据悉,强生医疗科技在中国已建立完整的研发-生产-服务生态链,其位于苏州的骨科创新中心每年可支持超过20个本土创新项目的孵化。这种深度本土化的战略布局,正在帮助强生在中国医疗改革的浪潮中保持领先优势。

面向未来的创新蓝图

韩伟在最近的行业峰会上强调:“中国医疗市场的变革孕育着巨大机遇,我们将以创新为原动力持续为患者创造价值。”他正重点布局3D打印技术、智能骨科设备和基层医疗市场,与多家科研机构合作开发的新一代生物材料产品预计2026年上市。

中国医疗器械行业协会秘书长评价:“韩总的实践为行业应对政策变革提供了成功范本。”从关节到脊柱再到运动医学,韩伟带领强生科技骨科在集采时代实现全面突破,不仅巩固了强生中国的市场地位,更为中国骨科医疗行业发展树立标杆。

在韩伟的引领下,强生医疗科技正以创新驱动发展,助力“健康中国2030”战略目标的实现,继续书写跨国医疗企业在华发展的新篇章。

(刘玲 文/图)