



2016食品饮料创新论坛

● 对话CEO ● 研发 ● 生产 ● 营销 ● 供应链 ● 包装

4月20日-22日 | 上海龙之梦大酒店

2016 食品饮料创新论坛·引领全球趋势
全体大会
4月20日

全体大会

研发创新

创新生产

营销创新

创新包装

0730 签到

0820 主席致辞

0830 **主题演讲**
企业该如何驾驭日益成熟的中国市场？
马儒超，总裁，亿滋中国

0910 **主题演讲**
工业 4.0 时代食品生产面临的机遇和挑战
Markus Brettschneider，全球食品饮料行业负责人，ABB

0940 **首席对话** 快时代下的慢思考
标准确立：连接性、互联的标准是什么，数据的交换标准是什么，如何确保数据的安全性。在云方面，如何保证信息的安全？
能源难题：如何提高能源效率助力物联网环境的成功
对食品制造商来说，真正的工业 4.0 是在转角还是天边？
讨论嘉宾：
范博欧 (Fabio Vacirca) ，产品制造事业部亚太区总裁、全球副总裁，埃森哲

1030 茶歇 

1100 **主题演讲** 通过开放式创新构建以消费者为中心，创新为导向的营养健康新方案
Pierre-Alain Ceralli，研发创新系统副总裁兼战略开发系统代理主管，蒙牛乳业

1130 **首席对话**
“健康饮食”的全球化口号越来越响，食品研发将迎来何种挑战？
跨国食品巨头集体停用人工添加剂，为什么是“内外有别”
频繁的食品安全大事件而引发的消费者信任影响危机重大而深远。竞争加剧的时代，食品企业该如何坚守底线？
从“点子”到“产品”，跨部门高效合作法则和建议
讨论嘉宾：
Pierre-Alain Ceralli，研发创新系统副总裁兼战略开发系统代理主管，蒙牛乳业
Jesper Fournaise Colding，亚洲高级副总裁，Arla Foods

1230 午餐 

1/2

2016 食品饮料创新论坛·引领全球趋势

全体大会

4月20日

数字时代的营销创新和变革备受关注和热议。从层出不穷的新技术、新平台到新的广告和营销模式，从越来越火热的大数据应用到数字时代的消费者触点管理等等不一而足。但是，对于 CEO 和 CMO 来说，超越单纯的技术和方法视角，从总体上洞察商业环境趋势，思考新的营销策略，以及在能力上做好准备却更为重要。

1400 **大会主席致辞**
Calvin Chan, 首席运营官, 精硕科技

1410 **主题演讲** 价值驱动型营销时代, 我们该如何“赢”销

1440 **赞助机会** 话题确认中
栾娜, 广告销售部总经理, 腾讯

1520 **首席对话** 新商业环境和新营销策略
企业需要重新思考和部署营销相关策略, 改变如何设计和进行呢?
CMO 和 CIO: 如何好好玩耍, 高效实践新策略?
媒体环境, 顾客购买路径和营销触点已然变化, 品牌该如何组合自己的投放策略?
内容至上, 是“迎合”还是“引领”?
主持人: 宾威廉 (William Bao Bean), 投资合伙人, SOSV
讨论嘉宾:
马儒超, 总裁, 亿滋中国
邱肇祥, 大中华区董事长兼首席执行官, 荷兰皇家菲仕兰坎皮纳公司
Steven Clay Schiller, 亚洲及中国总裁, 好时公司
Frédéric Linkens, 总裁, 诺好事中国

1700 **鸡尾酒会** 

食品饮料创新论坛
产品研发创新
4月21日上午

0830 分论坛主席致辞

糖果及休闲零食

0840 **主题演讲**

需求驱动的创新突破

尼尔森从上万个中国市场上市的新产品中评选出突破性创新的获胜者，揭示如何通过实践需求驱动的创新体系在复杂多变的中国市场获得成功的创新。

许丽平，大中华区创新咨询副总裁，尼尔森

0915 未来巧克力工厂如何应对日益增长的产品多样性和高品质需求

Justin Comes，巧克力研发副总裁，玛氏中国

1000 Vintage Confections：创新赢占市场

Heather Kelly，总裁，Vintage Confections

1030 茶歇



1100 来伊份：小品类，大作为——以消费者为中心的休闲食品创新如何实现大品牌之路

- 致力于消费者“舌尖上的卫士”，打造休闲食品连锁领袖品牌
- 面对“互联网+”大潮，休闲食品行业挑战与机遇并存
- 从优秀走向卓越，拥抱“互联网+”，来伊份致力与打造“新国货”标杆

郁瑞芬，总裁，上海来伊份股份有限公司

1130 糖果及休闲零食新品开发：何不用更多巧思妙想打动客户味蕾？

Sjoerd Post，市场分析师，Innova Market Insights

1205 午餐



食品饮料创新论坛
产品研发创新
4月21日下午
饮料

1400 **主题演讲**

唯他可可的植物饮料创新

- 植物水市场表现如何？为什么它会如此具有竞争力？
- 创建及维护一个新品牌到底有多难？赢家与失败者的区别是什么？

Michael Kirban，首席执行官，唯他可可

1435 **赞助机会**甜菊糖在推动创新中的角色

- 食品最新趋势以及如何利用趋势优势？
- 为什么甜菊糖？
- 甜菊糖如何激发全球食品和饮料的创新？
- 在追求健康和保健的同时，新一代甜菊糖如何丰富和改善口感？
- 如何通过一种更全面的创新方式提高新产品开发成功的机会？
- 成功案例分析

Jordi Ferre，首席运营官，谱赛科

1505 **创新案例**

饮料创新：哪些是热点？哪些不是？下个热点又是什么呢？

1535 茶歇



1605 植物保健概念驱动饮料品类增长

- 植物水风靡反射食品市场的新趋势，和消费者对“天然有效成分”的热衷
- “植物水”奇迹不再限于茶或椰子水，更波及芦荟，桦木，枫木，竹子，洋蓟，仙人掌，大麻
- 鉴于可持续性、口感、可购性、可得性的各种挑战，较新的植物源饮料只是昙花一现吗？
- 健康，功能性，清爽的RTD茶在推动“植物水”增长中应起什么作用？

Sophia Nadur，创始人兼 CEO，Ideas 2 Launch Limited

1635 **饮料品鉴**

地球那么大，各国人民喝啥哟？哪些爆款虏获了您的心？一个将品尝和赏析同时进行到底的才是一个专业吃货！饮料那么多，总有几款大牌通吃国内国外男女老少的口味，他们有哪些明星特质呢？来自英国的品评达人 Sophia Nadur 将带领大家一同品尝全球搜罗的受宠饮料，共同探讨这些饮料脱颖而出的奥秘。耳目一新的产品和专家的专业分析开启饮料饕餮盛宴！

主持人：Sophia Nadur，创始人兼 CEO，Ideas 2 Launch Limited

1735 第二天会议结束

1/2

全体大会

研发创新

创新生产

营销创新

创新包装

食品饮料创新论坛
产品研发创新
4月22日上午
乳品及婴儿食品分论坛

0830 开场致辞

0840 **主题演讲**

乳制品创新及发展趋势洞察

本次演讲 Zink 博士将结合各种消费者需求及各年龄层分布，介绍当下及未来亚洲、美洲及欧洲乳制品的新品开发趋势。同时，还将谈及跨品类对新品开发及产品方向的推动。内容将覆盖产品、生产、包装层面。

Ralf Zink，全球研发主管，DMK

0930 **话题确认中**

Patrice Malard，首席科学官，广州市合生元生物制品有限公司

1015 **茶歇**



成功案例展示

1055 **以健康，保健为名的液态奶高端化趋势分析**

- 澳大利亚成功案例：消费者满意度和企业盈利能力的双向提高
- 剖析 a2 奶以及如何改变消费者认知
- 小众品牌如何成就大众市场

Scott Wotherspoon，英国和中国区 CEO，a2 牛奶公司

1135 **话题确认中**

Jesper Fournaise Colding，亚洲高级副总裁，Arla Foods

1220 **午餐**



食品饮料创新论坛
产品研发创新

4月22日下午

乳品及婴儿食品分论坛

主题演讲

1400 **低过敏原大豆蛋白-大豆婴儿配方粉新进展**

- 同时脱除大豆蛋白中的植酸和异黄酮，去除率达到 90%
- 特异性酶解技术有效降低大豆蛋白致敏性
- 无动力搅拌树脂分隔系统装置实现创新产品出色品质

郭顺堂，食品学院教授，中国农业大学

1440 **益生菌对重金属的生物减除及其在乳制品中的应用**

陈卫，食品学院院长，江南大学

1510 **如何通过保护牛奶中生物活性成分来提高乳制品营养**

Annemieke (A.M.) Beers，农业技术与食品科学学院运营总监，瓦赫宁根大学及研究中心

1540 **茶歇**



1610 **益生菌在儿童营养健康产品中的应用**

- 益生菌在儿童产品中的应用：全球及中国市场益生菌产品洞察
- 益生菌在儿童健康方面的临床研究

金苏，杜邦营养与健康事业部大中国区菌种产品管理总监，杜邦

1645 **功能性成分如乳铁蛋白、共轭亚油酸、功能性寡肽（多肽）、功能性低聚糖和多糖等在产品中的应用**

1730 **结束语**



全体大会

研发创新

创新生产

营销创新

创新包装

食品饮料创新论坛·创新生产
走向智能
4月21日上午

0825 分论坛主席致辞

智能制造

0835 话题待定

黄伟强，大中华区产品制造事业部总裁，埃森哲

0910 主题演讲

智能制造的展望：技术创新（物联网、机器人技术、自动化）对智能制造的影响

施明德(Christian Schmid)，大中华区技术部执行副总裁，雀巢

0955 自动化 4.0：消费者驱动智能工厂

面对当今日益苛求的制造环境，人们希望企业能够“少说话，多做事”，这促使制造商们仔细审视他们的 ROI（投资回报率），尤为重要，任何特定资产的全生命周期优化管理（资产管理）。让正确的人在正确的时间做正确的事情，将会产生令人惊讶的结果！

Andrew Plater，食品饮料和烟草业务全球市场经理，德国倍福自动化有限公司

1025 茶歇



1055 未来工厂-博世工业 4.0

未来工厂将满足消费者增长的产品和工艺定制化需求。它的实现得益于各式各样的关键技术及技能。物料与产品流的同步，可以集成自我诊断、状态监测和整个生产车间信息共享的智能机器，这些都是未来工厂的特征。

Daniel DeTroy，工业包装与印刷主管，博世力士乐

1135 话题待定

华臻，销售总监，库卡机器人（上海）有限公司

1205 3D 打印在食品制造中的应用

- 3D 打印在社会进步中将起到什么作用？
- 3D 打印效能如何改善？它的困难是什么？

Omer Krieger，亚太及日本地区总经理，Stratasys

1235 午餐



食品饮料创新论坛·创新生产
走向智能
4月21日下午
精益与卓越运营

1400 现场培训

在过去 20 年中，一些大型跨国食品饮料公司，如达能、亨氏、家乐氏、玛氏、雀巢、百事、南非米勒和联合利华，纷纷推出自己公司特定的生产体系。这些生产系统都基于丰田生产系统的精益原则，并与其他行业制造商采用的系统相似。然而，在全球分散的工厂网络实施这些系统，毋庸置疑是一个挑战。即使有大量的资金和管理资源作为依托，进展往往缓慢，且参差不齐，甚至更糟的是，在一些工厂反而出现倒退。同时，这些公司正试图使他们的供应链的每一个环节都实现精益。这就提出了一个根本性的问题：是否使供应链的每一个环节实现精益一定会使整个供应链也到达精益？在这个环节 Ferdow 教授将利用调研见解，特别是 3 年在大型跨国公司实施精益企业计划的研究，讨论哪些策略可能会有效地应对这些挑战。

如何实现企业精益计划：从调研中寻找证据

- 报告《麻省理工斯隆管理评论》（2014 年夏季辑）以及《运营管理杂志》（2015 年 3 月）发表的调研结果
- 基于全球沃尔沃集团 5 年调研，44 次工厂参观
- 了解性能改进模式，该模式可以作为企业精益改进计划并在全球工厂网络中实施
- 如何通过不同的成熟阶段成功实施精益计划

Kasra Ferdows，Heisley Family 全球制造教授，乔治城大学

1530 茶歇



1600 如何平衡精益生产与柔性生产，在兼顾效率和成本的同时提高新产品创新的成功率

Randy Yang，精益总监，玛氏（确认中）

1640 商业案例

降低成本，同时保持所有工厂卓越运营

- 节约资本支出，同时提高全球流程效率和生产力
- 采用一种全面方法，投资现有设施的改进
- 削减商品成本，防止生产成本持续增加
- 使降低成本成为发展“未来工厂”的组成部分
- 将现有的精益和绿色倡议纳入你的成本削减战略

1710 第二天会议结束

1/2

0830 分论坛主席致辞

0840 **主题演讲** 工程：供应链变革的关键推动力

强大的工程团队如何通过突破性创新提供竞争优势，并通过工业排放和性能优化带来显著的生产力节省，以此推动营收和利润的增长。坚实的全球工程职能才是卓越供应链的基石。

Laurent Cardinali，全球工程副总裁，亿滋国际

0925 开启“端到端”精益升级，打造敏捷食品供应链

- 中国食品企业供应链管理当前面临的挑战
- 中国食品企业供应链拥有的主要改善机会点
- “端到端”精益升级及案例分享
- 取得成功的关键因素

戴永春，原玛氏中国精益总监及玛氏供应学院亚洲区总监，玛氏中国

1005 通过供应链优化以取得竞争优势

- 消费品行业的当前趋势
- 新兴市场的潜在挑战
- 取得竞争优势的供应链计策
- 案例分析

伍荣和，高级副总裁兼高增长战略客户全球负责人，DHL

1050 茶歇 

1120 如何以客户为中心进行供应链运营并通过数据分析洞察客户需求

Stefano Pietroni，全球网络设计，规划和采购副总裁，百味来

1150 更智能的供应链，引领食品业未来

万物互联、智能制造，数字世界还能如何智慧化？

1235 午餐 

1400 **主题演讲**

回顾一下你目前的供应链策略，当面临能源成本，人力成本，战略原材料价格大幅波动以及市场增长放缓的时候，你的供应链是否能灵活应对？领先的供应链策略必须能随着营收起伏快速调整成本结构以迅速回应瞬息万变的市场。

以动制动：灵活弹性的供应链，创造长期竞争优势

- 供应链的演化
- 灵活供应链的真正定义是什么？我们又该如何运用？
- 罗宾逊是如何为您客户创造最大优势

张智捷，全球货运部门亚洲区副总裁，罗宾逊全球物流

1435 **小组讨论**

供应商关系管理和协作

- 通过纵向兼并还是强化上下游供应商管理来确保企业供应链效率
- 与上下游供应商紧密协作对于供应链可视化的重要性
- 食品企业如何提升与零售商和供应商关系，兼顾三方利益
- 如何优化供应链的 CSR 表现，协助供应商提升能力

1515 茶歇 

1545 **现场培训**

一个事实是：消费者在决定你的日常工作；财务在寻求更多的资金；人力资源在寻找更多的自动化交易，这些交易也只有他们自己明白，也没有人知道如何吸引，招募和留住最优秀的人才；COO 从 CEO 那里得到指示，需要改造供应链，但对供应链一无所知。客户面临众多选择，他们期待产品即时可用，有出色的服务，并带来全新体验。第二个悖论是以战略制胜，并以短期内出色的响应速度作为衡量标准。所以要取得供应链的成功，你有两个选择：阅读 500 本书，并花费 20 年的汗水；了解矛盾并解决它。在这里，Xavier 将告诉你第三种有效可行的方式，这也是 Xavier 的独特方式。你准备好开启一个开放和诚实的对话吗？

联合利华：基于服务成本分析优化供应链运营表现

从服务成本角度来优化其分销网络和做出双赢的贸易决策是联合利华供应链的优势。通过一系列供应商优化项目，联合利华正在为它的内部供应链部门、广泛的客户网络、供应商和合作伙伴甚至整个供应链行业创造一个成功的模式。

Xavier Tholey，供应链副总裁，联合利华

1715 结束语



食品饮料创新论坛 营销创新

4月21日上午
移动，改变未来

中国移动互联网用户已超过6亿，智能手机普及率达到45%。而且这个趋势仍然在不断攀升。但是调查显示，品牌广告预算仍远落后于用户注意力的迁移，移动广告的价格和触达率红利仍然主要为效果型的移动应用广告和各类电商广告独享。但，这一切终将改变。

0840 主题演讲 话题待定

范博欧 (Fabio Vacirca)，产品制造事业部亚太区总裁、全球副总裁，**埃森哲**

0920 食品企业如何脱困紧缩的中国市场以保持增速

与发达市场相比，虽然中国市场仍在增长。然而过去两年，食品和饮料消费的增速显著降低。能够推出创新产品进入市场空白或满足消费者不断增长的愿望，这才是成功的食品饮料企业必备的特征。随着数字和移动成为消费者生活中越来越重要的部分，且看品牌商应如何改变，努力发掘新的增长机会。

虞坚，中国区总经理，**凯度消费者指数**

0950 重塑数字化转型的五大趋势

栗建，亚太区数字营销负责人，**陶氏化学**

1030 茶歇

1100 小组讨论

零售业向电子商务的转型

中国的电子商务正在爆炸式增长！近期双十一的交易额令人叹为观止。随着在线交易以史无前例的速度增长，中国预计将在2019年之前达到1万亿美元的在线零售交易额。手机端的流行，多渠道零售以及市场商品的多样化从根本上改变了消费者的购物习惯。加入我们一起来探讨这些趋势将如何影响你的业务。

主持人：符传志，移动营销 Airwave 总经理，**宏盟媒体集团**

1230 午餐

食品饮料创新论坛 营销创新

4月21日下午

科技·营销：人工智能 VS 可穿戴设备

1400 主题演讲

人工智能设备如何颠覆广告和营销业

1430 数据技术：决胜现在与未来市场的关键

当营销数据的体量扩大，数据种类更多元且来源更零散时，我们只能倚靠技术处理数据；且面对数据，不再是技术人员的工作。面临当前数据体量的快速增加，你也是70%尚未准备好面对新挑战的首席营销官之一吗？你该如何准备自己呢？根据预测，在不久的将来，营销官将比公司的技术官投入更多资源在技术发展。当你仍在关注数字营销时，你是否意识到真正的议题为：如何在数字世界掌握营销契机？未来，在数字世界中，最优秀的营销人是兼具数字敏感度与技术头脑的营销技术人。让我们一起用数据技术将大数据转换成有价值的资产吧！

Calvin Chan，首席运营官，**精硕科技**

1500 星巴克：来杯“移动社交咖啡”

移动互联网时代的消费场景重建：移动订单和支付，消费者互动
移动订单系统和企业的整个IT模块结合

1530 茶歇

1600 惠普包装，让消费者一见倾心

Nancy Janes，全球图形商务拓展总监，**惠普**

可穿戴设备所展现的营销机遇主要在于其拥有富有价值的独特数据，同时可进行提取加工分析，并据此提供更加细致的客户信息，让广告主、营销者有了更新更好的方式来将信息精确推到消费者面前。与当前广告方式最大的不同，在于智能穿戴时代的广告更精准、更隐秘，这对移动营销具有重大意义。

1630 小组讨论 大数据商业化与个人隐私之间的矛盾

可穿戴设备通过互联网释放出海量的数据，无论是企业针对用户的市场营销，还是用户个人的身份特征和消费习惯，都变成可以存储、可以处理、可以深挖及可以整合利用的各种数据。大量的数据背后，隐藏着大量的经济、社会甚至政治利益。业界已经产生了担忧：数据安全或许会成为影响可穿戴技术发展的下一个瓶颈。如何解决这一问题，找到解决方案，将在此部分重点讨论。

1700 第二天会议结束

1/2

食品饮料创新论坛 营销创新

4月22日上午

内容营销：创造&评估

事实上，说到内容，品牌商需要开始更像出版商那样去思考。所以，要考虑你有什么好故事提供给世人，又如何能带来积极正面的影响，而不是始于消费者。那样你的故事才能引起众人的共鸣。

0835 **主题演讲**

你讲的故事从何而起，因何而信，终于何地，你想好了吗？

本次演讲基于《福布斯观察》对 250 多位全球营销商内容创建流程做出的评估，为大家提供营销方面的最佳实践。同时演讲还将综述主流解决方案的新兴生态系统，使创造，优化，分布和跟踪内容有效性的过程系统化，这些方案包括：数字营销，数字媒体，销售支持以及内容优化平台，以帮助营销商掌握内容问题的控制权。

0920 **探索之旅：为什么是可口可乐，成为那个最会讲故事的？**

1000 **营销 3.0 时代，情感故事如何讲？**

本次演讲着重分析千禧一代与过去几代人的差异，以及它对快消品品牌传播，激活及创新思维的影响。

1030 **茶歇**



1100 **移动营销归因分析：如何评估移动营销表现并为其投资提供依据**
Peter Everett，中华区首席营销官，优诺事业部总监，通用磨坊

1130 **触发-响应式精准数字投放，最大化 ROI**

- 学会用数字化维度（文案测试，触达率，访问频率）检测你的营销方案
- 可评估数字测试强化广告穿透力，激发传统媒体效能
- 通过实时效果监测并不断完善媒介组合来将你的投放效果放大 20 倍
- 案例分析：大数据评估使品质创意得以验证和实施，进而实现 ROI 最大化

1200 **午餐**



食品饮料创新论坛 营销创新

4月22日下午

非凡营销

1400 **主题演讲**

充满日新月异的创意

饮料的广告在不断的推出新创意和新想法，这些广告可以帮助饮料来建立品牌以及促进销售，他们也帮助饮料来为消费者提供更多享受。广告娱乐大众但又同时连接大众，他们可以超越时间与文化。

莫康孙，董事长，麦肯光明广告有限公司

1430 **话题待定**

Patrick Wang，北亚区营销总监，唯他可可或
翁海新，中国区总经理，唯他可可

1505 **品牌个性的力量——品牌特征如何驱动业务增长**

本次演讲 Edward 将通过奥利奥、闲趣、趣多多等案例展示 FCB 如何通过塑造品牌个性来拓展需求。以奥利奥案例为例：FCB 通过独特创意的广告战役，帮助亿滋在推出有别于往的全新产品——奥利奥巧轻脆，以轻巧纤薄的产品定位成功上市。此次广告战役旨在吸引新的消费群——具社交魅力和时尚品味的都会女性，纤薄的饼干可以同时满足她们对于美味点心的渴望和对时尚品味的要求。奥利奥巧轻脆被策略性地定位为都市时尚达人的最爱，而不仅仅是饼干。

钟桥轩 (Edward Bell)，大中华区首席执行官，博达大桥广告公司

1545 **卓越营销之道：从 Innocent 的纯真故事说起**

16 年前 3 位好友共同成立了一家思慕雪公司，现俨然已成为欧洲最受欢迎的品牌之一。他们有何妙招博得消费者喜爱？Joe 将在大会上亲自和与嘉宾分享他是如何贯彻以消费者为中心的理念运用于 Innocent 的运营和发展。此外，他还将毫无保留的和与会嘉宾分享，如何策划一次趣味十足的营销活动和公众自然有效的沟通。此般卓越的营销之道已经在 Innocent 的业绩提升上得到充分体现

Joe McEwan，数字和社群负责人，Innocent 饮料

更多创新营销案例，持续采集中.....

1715 **结束语**

2/2

食品饮料创新论坛·创新包装
更可持续, 更智能
4月21日上午

食品饮料创新论坛·创新包装
更可持续, 更智能
4月21日下午
科技创新引领智能未来

0830 分论坛主席致辞

0840 话题待定

Rainer Schlicht, 集团亚非欧中东地区包装特种材料总监, 科佩集团
材料创新: 可持续发展之源

0920 主题演讲

转变到生物基包装材料需要克服的挑战

- 加强包装生命周期, 控制从生产到货架的成本
- 理解生物基材料对环境的影响: 生物降解性和可组合性
- 评估采用生物基包装的主要壁垒: 成本, 性能和可用性
- 评估消费者预期和他们越来越多地使用生物基包装材料产生的影响

0955 聚乳酸基纳米包装材料的热机械性能, 阻隔性能和抗菌性能分析



1030 茶歇

1120 可持续包装: 是自相矛盾还是未来之路?

包装和可持续性似乎是相互矛盾的。出于营销目的, 包装为了广告宣传而设计; 同时包装应防止盗窃和产品损失; 此外, 包装的目标还在延长产品生命周期。此次演讲将展示这些看似相互冲突的不同方面是如何实现环保包装的。

Mark Geerts, 首席执行官, PaperFoam

1150 商业展示

利乐包: 食品饮料行业完全可再生纸板包装

1220 午餐



1400 通过供应链, 应用科技为产品追踪提供智能标签解决方案

1430 可跟踪、模拟、指示易变质产品实时质量的时间-温度指示器
易变质产品的质量与整个供应链中的温度历程密切相关。时间-温度指示器 (TTI) 是一种新兴的智能包装手段。TTI 在供应链中可跟踪记录产品的环境温度, 模拟计算变质过程, 并直观显示产品的实时质量状态, 为质量监控提供更准确的信息。
张超, 博士后研究员, 北京大学

1500 包装成本 VS 利润产出, 数字化包装印刷的变现大法
Nancy Janes, 全球图形商务拓展总监, 惠普

1530 茶歇

1600 话题待定
Nicon Yang, 意联科技

1630 让机器人技术和自动化改造你的包装性能
• 从科幻到现实: 机器人不断占领自动包装生产线
• 发现机器人新职能-包装生产不可分割部分
• 评估机器人技术在包装自动化的优势-低成本, 更快捷, 更高效以及更高的设备综合效率
• 包装生产线使用机器人技术的预测及挑战

1710 RFID 包装, 撬动 F&B 行业效率及利润提升空间的最新支点
RFID 技术及其在食品包装中的应用探究
RFID 技术五大关键步骤考量, 实现技术投资, 包装设计和投资回报率三者之间强有力的平衡
设计和开发过程中需要考虑的实际问题
食品饮料行业该技术先行者的经验教训, 哪些是该做的, 哪些是不该做的

1800 第二天会议结束



全体大会

研发创新

创新生产

营销创新

创新包装

0830 分论坛主席致辞

0835 主题演讲(预留给赞助商)

亲临 2015 Pentawards 钻石奖、金奖

是否对 Paul Williams 那只快乐的母鸡“Freda”念念不忘? 2016 年我们仍将邀请 2-3 位 2015 年 Pentawards 的获奖者分享他们在包装设计方面的精彩案例。

0915 案例分析 1 低调中的奢华-山泉水品牌包装案例分析

芬兰最大矿泉水生产商 Finn Spring 计划将一款奢华矿泉水品牌推向市场。应运而生的山泉水被赋予全新的概念和包装。新产品大获成功背后又有怎样的设计故事? 山泉水是如何在奢华新品中脱颖而出的呢?

Satu Aalto, 创始人/总裁/创意总监, Dotter Creative Group Oy

1020 茶歇



创新案例展示

1050 麦当劳新纸袋:「有拉链」, 一秒变托盘!

1115 Scoff-ee 咖啡杯: 快来吃掉我吧!

Robin 将着重讲述肯德基可食用咖啡杯构想的起源, 生产方式, 及其市场反应。为实现更大众化的创新, 找出不同口味之间的差异, 公司在创新过程中特意邀请了 200 人进行口味测试。这些幕后精彩花絮, Robin 也将在演讲中一并分享给大家。

Robin Fegen, 创始人兼总监, The Robin Collective

小组活动 即兴设计

1140 此环节将展示一些不够人性化的设计例子。参与嘉宾将分成几个小组, 设计师带领大家重新设计这些包装, 使其更方便携带或使用。

1220 午餐



1400 主题演讲

饮食类品牌的包装设计: 你预料之外的挑战?

是什么使一件产品引人注目? 是它的颜色, 它独特的 LOGO 设计, 还是它夺人眼球的包装?

在朗标, 我们相信, 产品包装的差异化源自于最基础的品牌建设。而在饮食行业, 快速决断和潜意识联想对消费者的购买起到决定性作用。这时, 品牌塑造则更加重要。

竹文峥 (Vladimir Djurovic), 首席执行官, 朗标

1445 话题待定

孙玲莉, 高级包装创新经理, 玛氏巧克力中国

1515 茶歇



1545 跨部门思考与合作

新的研究表明跨部门合作终将取代部门内合作, 经过数年实践证明, 它是企业内部合作的首选。

在不同类型的商业活动中, 跨部门协作能在不同程度上帮助团队更全面、清晰的理解客户诉求。这是企业革新的动力, 也是最需引起重视的地方。

Melody M. Miller, 设计运营总监, 亿滋国际

1620 新一代运动型饮料, 佳得乐

佳得乐素来以创新设计为驱动力, 因此 Xavi Cortadellas 将以佳得乐以往的经验为出发点, 揭秘“佳得乐如何通过水化定制平台重塑运动饮料经典”。佳得乐最新的创新设备可对运动员身体含水量实时监测, 以此实现运动能量定制化。此外, 该平台还拥有新的包装形式、跟踪技术和数字集成服务。

Xavi Cortadellas, 佳得乐创新设计高级总监, 百事

1700 结束语

2/2