

华葳(上海)文化发展有限公司总经理兼首席技术官蒋毅:

以“可信智能”体系推动金融科技迈向新阶段

陈燃文

据统计,2025年,中国金融科技产业投资规模首次突破1.5万亿元人民币,其中超过40%的资金流向智能风控、资产管理与监管科技等前沿领域。这场由技术驱动的金融变革,正在重塑行业的运行逻辑与服务范式。在这股浪潮中,华葳(上海)文化发展有限公司总经理兼首席技术官蒋毅成为推动该领域发展的重要力量。

作为一名长期深耕系统架构与软件研发的工程师,蒋毅近年来专注于金融科技领域,主导研发了一系列行业关键平台,包括“金融科技风险预警管理软件”“金融科技战略决策管理系统”“金融科技投资资产管理系统”“金融科技成本管理分

析软件”等。在他看来,金融科技的本质并非技术叠加,而是构建一个可持续演化、可解释、能真正服务决策的智能体系。

在数字化转型不断深入的背景下,传统风控系统面对跨市场传染、非线性传导和多层次关联等新型风险时已显得力不从心。为破解这一痛点,蒋毅主持了《多源数据融合下的金融风险智能监测与动态预警机制研究》。该研究突破单一数据源的限制,提出“多源异构数据融合+深度学习”的技术路径。团队创新开发出联邦学习协同建模框架,实现了银行、证券、保险及政务数据在隐私保护前提下的安全共享,攻克了跨域数据合规应用的难题。智能监测模块采用“双轨架构”:一方面可通过解释模型确保透

明度,另一方面借助LSTM神经网络与图神经网络捕捉时序特征与复杂关系,实现对隐蔽风险的多维度穿透识别。动态预警机制则引入“基线+浮动”阈值调控,可随宏观经济波动动态调整标准,并形成分级响应与多机构协同处置的闭环,大幅提升了风险应对的时效与精准度。目前,该成果已在多家金融机构和监管科技平台落地应用。市场反馈显示,预警准确率和处置效率显著提升,系统性风险暴露大幅降低。

除风控领域外,蒋毅同样致力于资产管理的智能化重塑。他主导开发的“金融科技投资资产管理系统”,融合非结构化数据解析、因子建模与强化学习算法,覆盖策略构建、资产配置与投后分析全流程。2022年,他进

一步推进“BigAI全栈人工智能平台”建设,打造集数据清洗、建模训练、可视化与模型部署为一体的智能中台。目前,该平台已与四家金融机构达成合作,服务于信用评级、合规检查、舆情监控等多个应用场景。

“技术的目标不是炫技,而是实用。”蒋毅始终反对“黑箱式AI”,强调算法的可解释性与监管适应性。他认为,金融科技下一阶段的竞争核心并非算法的复杂程度,而是能否建立起既能服务业务,又能经得起监管的“可信智能”体系。基于这一理念,他推动成立“RegTech技术实验室”,专注于合规辅助系统与交易行为分析引擎的研发。

在蒋毅看来,金融科技的长远繁荣不仅依赖技术突破,更取决于生态协同与人才培养。他

常说:“懂技术的人要理解金融逻辑,懂金融的人也要具备系统思维。”为此,他积极推动与各大高校建立产学研合作,开展联合课题与人才培养,探索复合型金融科技人才的培养路径。在他的带领下,华葳(上海)文化发展有限公司快速成长为兼具研发实力与行业适配力的创新企业。公司先后获得多项科技成果转化资金支持,并被评为“金融科技产业示范单位”。

展望未来,蒋毅强调:“金融的核心竞争力不是算得更快,而是看得更远、走得更稳。”他认为,金融科技的使命并不仅是提升效率,更在于构筑行业信任、守住金融安全的底线。“技术的尽头,不是机器取代人,而是信任与责任的体现。”蒋毅如是总结。

数字营销专家吴碧仪:

破解数字营销痛点,赋能企业精准触达市场

胡佩怡

在数字经济深度重塑消费市场的当下,企业面临的最大挑战不是缺少工具,而是如何理解用户、精准触达市场。长期活跃在电商与金融一线的吴碧仪,通过将智能化与市场战略深度融合,探索出一条兼具洞察力与落地力的全链路实践路径。

吴碧仪曾负责欢聚集团的新电商项目,积累了丰富的市场拓展与商业合作经验。在这段经历中,她敏锐察觉到企业数字化转型中的核心痛点:用户需求快速迭代、市场信息碎片化、产品生命周期缩短、营销场景多元复杂。基于这些洞察,她逐步构建出一套贯穿用户洞察、市场拓展、精准营销到战略合作的完整方法论。

在跨境电商领域,她注意到企业“出海”时常面临文化差异、消费习惯多样、物流与价格波动等多重风险。为此,她主导研发了一套跨境市场与消费者行为分析工具,整合全球主要电商平台数据,支持多语言解析与地域化模型训练,能够在多维度上识别不同国家和地区的消费趋势。该功能模块包括平台爬虫与数据清洗、地域偏好画像、价格敏感度分析及需求预测等。某中型品牌借助该工具,在东南亚市场快速调整选品与定价策略,最终在三个月内实现销售额翻番,显著降低了“出海”试错成本。

为了进一步优化产品策略和风险管理,吴碧仪还引入了“全生命周期产品市场分析与风险预测系统”。该系统对产品从研发、上市到退市的全过程进行数据监控

和风险评估,能够预测不同市场的销售周期、需求弹性及潜在风险点,为企业制定稳健的市场策略提供科学依据,确保跨境业务的稳定增长。

在消费者营销方面,她开发的“智能消费者洞察与个性化营销系统”,将社交媒体互动、门店交易与会员数据打通,构建360°立体用户画像。该系统与她的基于大数据的用户行为预测与产品推荐平台配套运作:前者刻画用户全景,后者基于历史交易、社交媒体信号与市场趋势预测潜在需求并生成个性化推荐,从而帮助企业提前锁定高潜力用户,提升投放效率。

吴碧仪强调,智能化的价值并不在于算法有多先进,而是在于能否服务于市场决策与落地执行。她指出,企业常面临三大难题:多源数据质量与权限问题、洞察难以

转化为可执行方案、组织协作与考核机制不联动。为此,她持续推进数据治理与模型可解释性建设,将分析结论“产品化”,转化为具体的选品、定价和投放操作指南;并通过跨部门小队试点,快速A/B测试与统一KPI闭环管理等机制,确保策略有效执行与持续迭代。她认为,真正的智能化营销需在理解消费者、识别市场机会与制定可操作策略之间实现平衡。

除了电商行业,在金融业务拓展中,吴碧仪同样坚持以市场与用户为核心。她曾主导大规模客户获客与精准营销项目,通过行为分层、信用及消费画像结合的建模方法,优化用户获客路径和产品推荐逻辑。例如,在一次面向年轻白领的信用卡推广项目中,她推动将线下合作、社群裂变与数字化投放相结合,利用分段

激励机制和个性化权益配置,提高渠道转化效率与新户质量。这类项目不仅提升了客户活跃度,也为金融产品的持续迭代提供稳定的用户反馈闭环,形成可复制的运营模型。

吴碧仪认为,数字化时代的市场既复杂多变,也充满机遇。真正的智能化营销,应在理解消费者、识别机会、制定可操作策略之间找到平衡,并通过科学数据、策略设计与组织协作实现价值最大化。她强调,企业只有将智能化与战略决策深度融合,才能在瞬息万变的市场环境中保持竞争力,形成可持续的增长动力。未来,她计划将现有实践经验进一步推广到更多行业和市场场景,助力企业在数字经济浪潮中精准把握用户需求、稳健拓展市场,实现创新与价值的有机统一。

雪荣食品科技股份有限公司总经理刘青青:

从企业创新到行业引领,擘画小麦精深加工新图景

李香

我国作为小麦生产大国,过去20年间小麦产量约占全球总产量的17%,为小麦深加工行业提供了广阔的发展空间。在此背景下,雪荣食品科技股份有限公司(以下简称“雪荣食品”)总经理刘青青凭借对行业的深刻洞察和不懈追求,正积极引领企业推动小麦食品加工迈向高质量发展新阶段。

在刘青青看来,小麦食品加工行业虽然市场规模庞大,但仍面临着加工技术落后、产品附加值低、同质化竞争严重等问题,这对企业自身的发展,对行业整体的升级都形成了掣肘。因此,推动小麦食品加工行业实现高质量发展,已成为必然选择。

雪荣食品成立于2005年,是一家集小麦种植、面粉加工、挂面粉

产、食品研发与仓储物流于一体的农业产业化国家重点龙头企业。公司年加工面粉60万吨、挂面8万吨、粮食仓储能力达22万吨,先后荣获“国家高新技术企业”“国家粮食应急保障企业”“全国放心粮油示范加工企业”等多项荣誉。为推动小麦食品加工的高质量发展,刘青青坚持以科技创新为驱动,不断拓展产品种类、提升产品附加值,持续增强企业的核心竞争力。

为此,她带领雪荣食品加大研发投入,组建了专业研发团队,同高校与科研机构开展合作。目前,

公司正与河南农业大学联合研发高抗淀粉小麦品种,与河南中医药大学联合研发药食同源系列产品。此外,刘青青高度重视自主创新,企业科研团队已成功研发出一系列新技术与新工艺,包括面粉加工装置及方法、小麦下脚料在线粉

碎系统、面粉全自动包装生产控制系统等。这些技术的应用,不仅最大程度保留了小麦的营养成分、改善了产品口感和品质,还极大促进了公司现代化生产线的建设。

在产品方面,刘青青敏锐地察

觉到,随着人们生活水平的提高和健康意识的增强,消费者对小麦食品的需求不再局限于饱腹,更注重健康、营养和便捷。为此,雪荣食品推出了一系列功能性小麦食品,如药食同源的挂面、杂粮系列挂面、山药挂面等,赢得了市场的广泛认可。

质量是企业的生命线,刘青青始终将食品安全和产品质量置于首位。她建立了严格的质量管理体系,实现对原材料采购、生产加工、成品检验及仓储物流全流程的精细化管控。在原料端,公司通过订单种植与农业产业化服务,从源

头保障原材料的品质与安全;在生产过程中,依托先进设备与工艺,严格执行标准作业程序,确保产品质量稳定可靠;在出厂前,每批产品均经专业检测,坚决杜绝不合格产品流入市场。

在刘青青的带领下,雪荣食品的产品品质、市场份额双双提升,品牌影响力不断增强。同时,企业还积极履行社会责任,在促进就业和推动农业产业化发展等方面发挥了重要作用。

除了引领自身企业发展,刘青青还以高度的行业使命感,致力于推动小麦食品加工业整体质量的提升。近年来,随着我国居民饮食结构的不断调整,小麦消费呈现出多样化趋势,传统面粉主导的消费模式正逐渐向高附加值、精深加工产品方向转型。这一趋势既为行业带来新机遇,也对产品品质和工

艺创新提出更高要求。

作为在谷物产品加工行业深耕多年的管理专家,刘青青凭借扎实的专业功底和丰富的实践经验,多次受邀参与同行企业的小麦精深加工产品评审工作。评审过程中,她始终秉持客观严谨的态度,从原料甄选、生产工艺、营养保留、口感风味到市场定位等各个环节进行全面评估。面对创新产品,她既关注其市场潜力,更聚焦质量安全与营养健康的核心诉求,所提出的评审意见兼具前瞻性与实践性,为企业优化产品提供了宝贵参考。

从企业内部创新的引领者,到行业整体质量的推动者,刘青青以专业素养和责任担当,持续为小麦精深加工行业注入发展动力,用实际行动诠释着新时代实业者的使命与追求。