

“巴山青”正式发布 达州有了茶叶区域公用品牌

2月11日上午,四川省达州市召开新闻发布会正式发布全市茶叶区域公用品牌——“巴山青”。达州茶产品正式告别“有名无牌”的阶段,有了统一的“身份证”,首批审核使用“巴山青”品牌的企业共15家。

达州是茶产业大市,全市茶园面积33.79万亩,年产干毛茶1.21万吨,产值29亿元;拥有茶叶企业规上企业14家,以茶叶为主导的省四星现代农业园区1个,研发了富硒绿茶、黑砖茶、红茶等产品。庞大的产业规模下,达州全市茶企在用产品品牌35个,但缺乏知名品牌的统领,品牌“多而散、小而弱”特点突出,制约茶产品走出行销全国乃至海外。

“为有效整合全市茶业品牌资源,快速提升达州茶产品辨识度、知名度、美誉度和影响力,推动达州茶叶高质量发展,故启动培育茶叶区域公用品牌。”达州市委副秘书长张驰萍说,2021年初,达州市委农村工作领导小组印发了《达州市茶叶区域公用品牌培育行动方案》,同年12月“巴山青”在国家知识产权局注册成功,2022年1月10日颁布品牌电子证书。

以“巴山青”作为达州茶叶区域公用品牌名称,背后有一段历史渊源和系统考量。张驰萍介绍,上世纪90年代初,原万源市国有草坝茶场开发的以“巴山青”为代表的天然富硒名优绿茶产品就赢得了市场好评蜚。此举相当于重启使用达州历史名茶“巴山青”的名称。

此外,“巴山”二字有鲜明的地域显示度,体现达州茶叶绿色、生态、健康的自然属性。2020年底,达州就已发布了农产品区域公用品牌“巴山食荟”。

“青”既彰显达州坚持‘绿水青山就是金山银山’的发展理念,又彰显达州茶叶天然富硒的生态环境。”达州市农业农村局副局长张益海进一步解释道,“巴山青”的LOGO标识以一枝一叶的茶形化巴山秀水之形,彰显巴山秀水屹立不倒风貌。

(袁城霖 徐洋)



“巴山青”LOGO标识

今世缘聚焦聚力向百亿目标迈进

■ 本报记者 何沙洲

春潮声声,战鼓铿锵,催动今世缘人踔厉奋发。2月10日,今世缘酒业2022年工作大会在国缘宾馆召开,向全体今世缘人发出“虎力全开”动员令,号召公司上下高举习近平新时代中国特色社会主义思想伟大旗帜,把握宏观经济稳中求进的时代机缘,聚焦高质量,聚力新跨越,为提前实现营收超百亿而努力奋斗,以优异成绩迎接党的二十大胜利召开。党委书记、董事长周素明主持会议,党委副书记、副董事长、总经理顾祥悦作年度工作报告。

过去的一年是极不平凡的一年,今世缘紧紧围绕“发展高质量,酒缘新跨越”的总体要求,在转型跨越中扬帆起航百亿新征程,主要指标再创新高,市场营销扎实稳健,管理能力持续改善,技改扩能加速推进,员工福祉较快提升,党的建设全面加强,实现了“十四五”开局之年首战大捷。

2022年是今世缘冲刺百亿目标的关键之年,意义重大。要自觉遵循新发展理念,紧紧围绕“聚焦高质量,聚力新跨越”的主题主线,牢牢把握“好中求快”的工作基调,更加突出差异化、高端化、全国化“三化方略”,为提前实现营收超百亿奠定更加坚实基础。

会议中指出,要抓紧、抓早、抓实全年各项工作。深化市场营销“四大战役”。着力提升V系高度,持续做强开系热度,强化今世缘品牌温度,拓宽省外突破广度。坚持不懈提升治理能力。推进卓越模式高质化、管理能力标准化、精益管理可视化、企业运营数字化。多措并举推进人才强企。强化今世缘学院职能,实施技能大师培养计划、营销人员资格准入计划、骨干人才能力提升计划。制定更加有利于青年人才成长的用人机制。更加突出党建引领发展。继续开展党史学习教育,持续开展党建“结缘万企”行动,推进支部结对共建、样板党支部建设,增强党建实效,激发党员干部奋进新征程。

在今世缘百亿新征程中,推动形成狠抓



●今世缘酒业党委书记、董事长周素明主持会议



●今世缘酒业党委副书记、副董事长、总经理顾祥悦作年度工作报告。



●公司领导为先进集体和个人代表颁发奖牌和证书

落实的思想共识和强大合力。凝聚共识抓落实。坚定信心、全力以赴、再接再厉,确保完成、超额完成本年度既定目标,确保今世缘事业行稳致远、基业长青。创新创优抓落实。持续丰富“思想大解放,发展高质量,酒缘新跨

越”大讨论形式内涵,积极摒弃旧观念,主动拥抱新理念,适应新形势,配称新目标。增强使命抓落实。敢于亮剑、担当作为,发挥“头雁”效应,自觉扛起“促发展、抓落实”的第一责任。践行“主人翁”意识,把职业当成家业,

把岗位当事业。

大会还对公司营销、管理、技术、生产等各条战线上涌现出来的先进集体和个人进行了表彰,6名中基层干部代表围绕2022年工作分别作表态发言。

同济大学研发国内首款全自动无针疫苗注射机器人

■ 吴金娇

很多人都害怕打针甚至“恐针”,未来,接种疫苗能不能不使用针头?日前,由同济大学副教授齐鹏带领的团队正式发布了一款全自动无针头疫苗注射机器人。该项目基于世界领先的人体三维模型识别算法及自适应机器人技术,结合机电一体化无针注射器设计,联合多家技术企业和中国心血管医生创新俱乐部共同开发完成,是国内首次发布此项完整技术验证方案。

无针注射不仅打得准,还可降低痛感

无针注射,打得准不准?会疼吗?齐鹏介绍,该自动疫苗注射机器人可自动识别别人身上指定的疫苗注射位置,如常用的人体上肢三角肌部位。

注射过程大体分为三步。首先,自动疫苗注射机器人会通过一个简单的三维点云相机对人体进行拍摄,快速自动拟合人体对应部位的三维模型,准确识别疫苗注射部位及注射角度。同时,多自由度的机械臂自适应地完成柔性自动化操作。机械臂应用高精度力控贴合算法,能够确保注射器末端垂直紧密贴合注射部位,提升注射效果,降低痛感体验。

然后,机器人的无针注射部分能通过高压的水柱,推动药剂经过一个极细的喷嘴,形成射流,高速穿过皮肤直接进入治疗部位。

药管是无菌一次性使用,在药液注射后丢弃,保证使用安全。由于水柱非常细,因此可以说是几乎无痛,由于没有针头,也可以避免由于针头所带来的创伤和交叉感染。

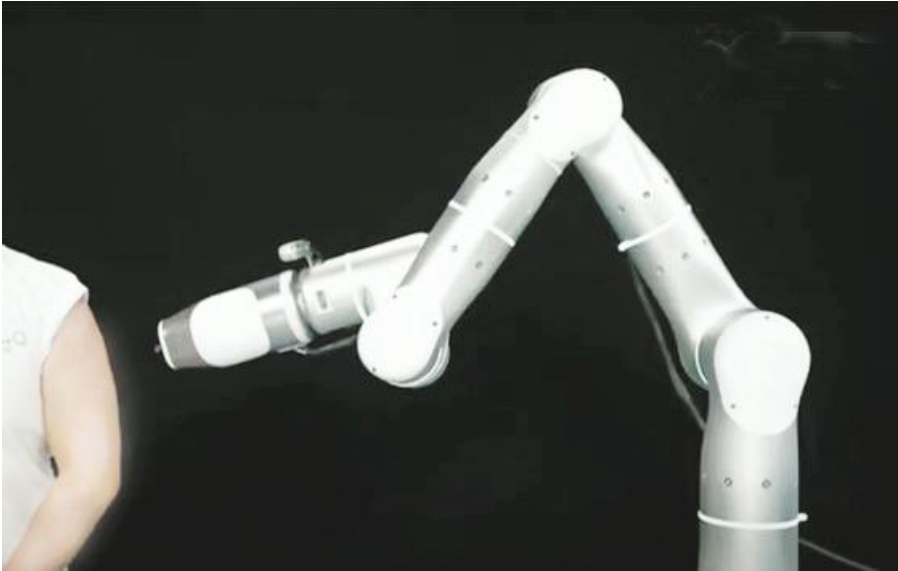
针对疫苗注射的医院应用场景,目前该机器人注射系统采用气压驱动技术,优点是适合快速的连续注射。药液注射可以在半秒内完成,注射精度可精确到0.01mL(毫升),可适用于不同的疫苗对注射剂量的要求。同时,它还有注射深度调节功能,可适用于皮下或肌肉注射的不同种类疫苗。注射器头部与皮肤表面贴合越密切、接触角度越垂直,则注射效果越好、且痛感越小。

这款机器人被命名为“后羿”,名字蕴含两重含义:“一方面,我们已经进入了后疫情时代,‘后羿’是‘后疫’的谐音,而疫苗是人类抵抗病毒的一大重要方式;另一方面,‘后羿’是我们传统神话中的射日英雄,将无针注射机器人命名为后羿,也可以凸显这一技术的有效性和准确性。”齐鹏说。

解放医护双手,医疗机器人应用场景广阔

事实上,无针注射并非全新概念。去年9月,印度批准的一款DNA疫苗ZyCoV-D,也是通过无针装置给药。

据介绍,无针注射的模式能够显著降低注射者对于针头的恐惧感,以及针头所带来的疼痛感。但这样的无针注射仍存在一个问



题:由于人体表面具备一定的柔性、且人体形态各异,使用机器人实现贴合密切、接触角垂直的无针注射对机器人控制能力的要求较高。因此,此前无针注射的技术,并未得到广泛普及。

此次同济大学齐鹏团队所开发的全自动无针头疫苗注射机器人,在传统的需要人来操控的无针注射的基础上,加入了医疗机器人的元素,使注射过程真正实现了自动化。

在业内人士看来,自主智能无针疫苗注射机器人概念的推出,无疑打开了新世界的

大门,全自主智能化且高精准度的操作流程,打破常规的固化思维,应用场景广泛。

“机器人的诞生,可以解放医护人员的双手,让重复性高的打针工作不再成为他们的负担。医护人员可以把精力和时间花在更具难度和人力需求更大的地方,提升工作效率和质量,救助更多患者。”齐鹏告诉记者,团队希望通过医疗机器人能够更好地服务医生,帮助患者。“让科技惠及大众,让创想照现实,这是非常有意义的事情。”

监管部门引导科学理性 消费“特医食品”

国家市场监督管理总局近期发布《关于政协第十三届全国委员会第四次会议第3178号(医疗体育类218号)提案答复的函》,就鲁晓明委员提出的《关于推动特殊医学用途配方食品产业健康发展的提案》给出答复并表示:该局将进一步完善注册审批决策机制,推进特医食品注册配方科学性、安全性审查,并加大科普宣传,加强消费引导,通过各类科普活动中鼓励引导大众加强对特医食品的科普内容。

据悉,该局组织专家撰写并发布《特殊医学用途配方食品选购消费提示》《特殊医学用途婴儿配方食品购买指南》《固体饮料消费提示》等,引导公众科学认识固体饮料与特医食品的区别,科学理性消费。

该局一直在加强特医食品广告监管和科普宣传工作,包括严格广告监管,打击虚假宣传。市场监管总局依照《广告法》有关规定,加大对特医食品等事关人民群众健康安全广告的监督执法力度,严厉打击相关虚假违法广告。严格特医食品广告审查,制定实施《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》,完善特医食品广告审查制度,细化广告内容准则,严格广告审查标准,严把广告审查关,切实保障特医食品广告审查质量。

(涂端玉)

节约用水 从我做起

节约用水
Protect the earth

只要生命存在,生活就是美好的。让我们关爱我们的家园,
关爱每一位需要呵护的孩子,让我们共享一片蓝天!
As long as life exists, life is beautiful.
Let's love our home, Care for every child in need of care, Let's share a blue sky!

| 公益广告 |

