



我市开通首条常态化无人机运输血液制品航线

“低空生命线”守护急救“黄金时间”

■ 记者 王睿

城市如何更智慧地守护生命？中新天津生态城以科技赋能,给出了一个“向上求解”的答案。

昨天上午10时许,一架运载120毫升B型血浆的无人机从滨海中心血站起飞,经由一条高效、快捷的24小时“低空生命线”,用时18分钟,便精准降落在17公里外的天津市第五中心医院生态城医院(以下简称生态城医院),给患者争取救治的“黄金时间”,也为紧急医疗救援提供了新的解决方案。

节省人力和时间成本 不增加患者医疗支出

这条24小时“低空生命线”背后,是一套融合了空域管理、智能调度、温控安保的系统在高效运转。

为最大限度守护人民群众生命安全,在我市相关部门的支持下,中新天津生态城积极探索应用无人机运输血液制品创新场景,在全市开通首条常态化无人机运输血液制品航线。

在严重创伤、产后大出血等急性失血、重症贫血患者的救治中,血液运输的时效性至关重要。传统地

面运输易受交通拥堵、道路施工等因素影响,而无人机凭借精准导航、自动避障等技术优势,可有效提升运输效率。

以滨海中心血站到生态城医院为例,从医院申请调血到派车出发取血、再到取血完毕,非高峰时段传统方式至少也要50分钟才能完成。而常态化无人机运输血液制品航线启用后,从血液提取、装箱、飞行到交付,全流程仅需18分钟。

生态城医院党委书记李章一说:“比如遇到交通事故群伤等突发公共卫生事件,就可以同时调度多架次无人机来运输血液、血浆,缩短统筹时间,节省人力和时间成本,提高医生的救治率,而且不会增加患者的医疗支出。”

开通两条专用线路 沿途布设应急备降点

此次执行飞行任务的TR9S多旋翼物流无人机搭载北斗+5G(第五代移动通信技术)双定位系统,上端有信号接收器,前后装有摄像头,能进行实时画面传输;并且根据设定航线自主飞行,具备较强的抗干扰能力,可在相对多变且复杂的气象条件下,安全地执行血液运输任务。值得一提的是,无人机配备了专用的减震系统和温控运

输箱,能将舱内温度控制在2至8摄氏度,确保血液在运输过程中品质稳定。

无人机从滨海中心血站出发,可前往生态城医院和天津市中心妇产科医院滨海院区,分别耗时18分钟和17分钟。“我们前期联合空域管理部门反复勘测,避开密集居民区等,规划出直线最优路径,让无人机高效速达。”作为常态化无人机运输血液制品航线的运营方,杭州迅蚁网络科技有限公司天津大区负责人周海辰介绍说,他们还在每3公里的航线上布设了应急备降点,保障无人机飞行安全。目前,常态化无人机运输血液制品航线开通了两条专用线路,预计单条线路年运输能力达1500架次。

采访中记者了解到,对于稀有血型、急救药品及特殊医疗资源来说,安全性和确定性更为重要。随着常态化无人机运输血液制品航线的启用,无人机通过点对点、全封闭的空中运输,最大限度地减少了运输过程中的风险、损耗,减少碰撞可能性,形成了“需求响应—空中速递—临床应用”的闭环。生态城社会工作部副部长栗潮阳表示:“生态城还将拓展检验样本转运、急救药物配送等应用场景,推动医疗资源跨区域高效调配,打造服务更快、响应更及时的‘应急救治服务圈’。”

余热变热源

华能杨柳青热电厂今冬供热再添新动能

规划,通过余热回收提升供热能力,缓解煤电机组高负荷工况下的“电热矛盾”,为华北地区热电联产电厂转型提供样板。

图为项目投运现场。





在拼多多 劲销200万袋

津产小薯片何以成爆款?

“番茄味、芥末味、海苔味,这三个口味真的封神了!”“纯纯的童年回忆”“小零食,大回味”……

在拼多多平台上,一款方形硬脆的乐吧薯片悄然走红。而它的产地,是天津武清经济技术开发区一个食品工厂:天津凯涛奇食品有限公司。

更令人惊讶的是,这款“乐吧薯片”半年来劲销200万袋,持续稳居拼多多“薯片排行榜”前列。这块看似普通的小方块,究竟藏着怎样的爆款密码?



一片薯片的“硬核”诞生记

健康+创新 不走寻常路

冬日上午,位于天津武清经济技术开发区的天津凯涛奇食品有限公司(以下简称“凯涛奇公司”)大院内,两辆4.2米长的大货车整装待发,每个货厢里整齐码放着数千盒包装好的薯片,它们将运往物流中枢,发往全国各地。很快,这些精心包装好的薯片将送达北至黑龙江、内蒙古,南至江西、广东的广大消费者手中。

这些让人停不下来的非油炸硬脆薯片,是如何诞生的呢?

记者一行跟随工厂负责人,在经过了严密消杀、穿着好防护服并佩戴好头盔、口罩等装备之后,进入了生产线一探究竟。

首先走进全自动生产车间的和面工序,只见寥寥几名工人在设备前值守。马铃薯面团在流水线上经历多次滚压,从厚厚的面饼,逐渐变成仅有0.5毫米的薄片,再经模具切割,成为整齐的小方坯,送入烤炉。

生产副总薛刚介绍,烘烤中,机器会轻撒薄油以提升口感。刚出炉的薯片蓬松焦黄,轻轻一掰,薯香扑鼻。“全部使用优质原料,品质有保障。”

烘烤完成后,薯片进入快速冷却通道,随后进入调味与封装环节。封装车间工人数量明显增多——他们并非操作机器,而是严苛抽检,剔除碎裂薯片或包装有瑕疵的产品。记者观察发现,有些已经包装好的薯片被拆开重新包装,仅仅是因为包装袋的一角出现了褶皱的情况。对于这个细节,凯涛奇公司总经理邵玉倩解释,工厂对于产品的内在品质和外在包装都非常重视,边角折叠不够完美,也会影响消费者的观感。从生产到包装,他们力求做到尽善尽美。

凯涛奇公司创立于2002年。除了乐吧薯片,其早餐饼、迷你奥夹心饼干系列也早已走进千家万户。

2009年,公司创新性推出以非油炸烘焙、硬脆口感、多重口味混搭为特点的“乐吧”薯片。产品一经面世,就获得了广大消费者的喜爱,线下经销商不断反馈,要求厂方增加供货量。此后,“乐吧”薯片还陆续成为了几大知名综艺节目的冠名赞助商,被评为天津市硬脆薯片第一品牌,还斩获“天津市名牌产品”称号。

“很好吃,和小时候吃的一模一样,很脆,味道很好,吃了让人回味无穷。”

“我最爱吃芥末味。”

“非油炸不油腻,吃起来没负担”……

在拼多多平台乐吧食品官方旗舰店的评论区里,“乐吧迷”们纷纷给出真实好评。

评论中不难看出,有的消费者在品尝薯片的过程中,带着童年怀旧之情,为咸甜适中的口味点赞;有的消费者甚至会带着孩子一起品尝。

与传统圆形油炸薯片不同,乐吧薯片从形态、口感再到工艺,都走了一条差异化路线。“我们始终在创新。”总经理邵玉倩表示。企业目前已拥有18项实用新型专利、21项外观设计专利,是天津市商标战略实施示范企业。



对食品企业而言,安全与健康是生命线。凯涛奇对此毫不松懈。

厂里还专门建设了一栋实验楼,对产品线进行严格把关。

线上发力 从北方走向全国

从2002年建厂以来,到2009年乐吧薯片上市,再到2017年搬迁至现在的新工厂,建立多条生产线,成为天津著名商标,凯涛奇走过了一条不寻常的发展道路。

过去20多年,凯涛奇一直深耕线下,以经销商铺货的方式为主,通过商超、便利店等渠道进行销售,而“三北”地区是该款产品的主阵地。

2020年前后,线下销售普遍承压,公司开始布局线上。公司负责人介绍,近几年有个比较明显的变化,电商平台的崛起改变了消费者传统的购物习惯,线上购物的消费者越来越多。而传统线下经销商铺货的模式,受到一些挑战,销量出现缩减。

早在几年前,凯涛奇公司就成立了电商部门,进行线上销售的尝试。随着市场变化越发剧烈,2024年开始,他们着重在电商渠道进行发力,入驻了多个电商平台。团队通过多轮的市场调研和内部研判,觉得拼多多平台“普惠”的理念,与公司的文化更契合,加上平台的成本相对更低,最终决策在拼多多平台上进行战略性地投入与合作。

从今年初开始,拼多多乐吧食品官方旗舰店中的一款明星组合产品——12种口味混搭的50克×12袋乐吧薯片大受欢迎,进入了平台百亿补贴频道,迎来爆发式增长。“半年多时间,订单量和营业额增长了约10倍”,邵玉倩透露。

好地为消费者提供服务。

爆单后凯涛奇的招聘需求也大幅提升。作为“天津市民营企业促进就业百强”,凯涛奇也为能带动就业而自豪。

线上渠道还带来了消费群体的拓展:从原有的北方市场,“一路向南”扩至广东、江苏等全国市场。

“通过平台数据,我们能更清晰地看到消费者画像与偏好,进而组合他们喜欢的产品套餐”,邵玉倩说。

乐吧薯片的线上爆发式增长,正是拼多多“千亿扶持”计划有效助力商家的一个缩影。今年4月,拼多多宣布开展“千亿扶持”,这并非单一补贴计划,而是通过“多多好特产”“新质供给”“电商西进”等专项计划,系统性地推动供给升级与区域普惠。该计划自今年4月启动以来,面向农产品上行、产业带转型及消费普惠等领域,全面扩大对中小商家、新质商家以及品牌商家的扶持力度。

目前,线下仍是乐吧销售的主渠道,表现稳定;而线上,正成为最具潜力的增长引擎。

未来,凯涛奇将继续加码线上,以“线下稳基业,线上拓新版”的双轮驱动模式,打开更广阔的市场空间。

文 岳付玉

