以先进管理为抓手,以全程品控溯源为产品品质护航

一颗蓝莓如何被注入高科技元素

本报记者 赵黎浩

阅读提示

一颗小小的蓝莓究竟隐藏着什么样的高科技?扫一扫溯源二维码,蓝莓的生长过程、环境数据、农事记录、加工分选、质检流程等信息一一呈现在消费者眼前,数据背后是现代物联网、区块链技术与传统农业的结合,在科技力量的加持下,蓝莓正茁壮成长。

一盒125克的蓝莓在超市售价20余元,折合1公斤200余元,即便价格并不便宜,但市场仍面临供不应求的局面,究竟是什么样的蓝莓能在市场上如此脱颖而出?

日前,记者来到云南省曲靖佳沃蓝莓种植基地,成片的蓝莓树苗一眼望不到头,果树上已经成熟的蓝莓摘下来便可入口,蓝莓香气浓郁,果肉细腻爽脆。

在这里,一颗颗不起眼的蓝莓其实蕴藏着高科技基因。记者了解到,2014年11月,佳沃集团打造的蓝莓全产业链落户云南曲靖。目前,品牌研发系统、标准化种植基地、冷链物流已建设完成,在科技力量的加持下,这里的蓝莓产品被越来越多的消费者了解和认可。

打造智慧农业平台

"蓝莓种植科技化"的实施离不开一位关键人物——曲靖佳沃现代农业有限公司总经理崔兴国。崔兴国原本在当地从事电脑销售工作,团队中有不少技术开发人员。近年来,随着以小粒咖啡、鲜切花等为代表的高原特色现代农业品牌逐渐走进国内外市场,崔兴国萌生了打造智慧农业平台的想法。

我国从上世纪80年代开始人工种植蓝莓。云南土壤条件好、光热充足、昼夜温差大,种植蓝莓有着得天独厚的优势。

2014年,崔兴国和考察团队先后赴昆明、红河、大理、曲靖等地调研,综合考量气候、土壤、交通等因素后,佳沃集团蓝莓全产业链项目最终落户曲靖,成立了曲靖佳沃现代农业有限公司。

曲靖佳沃公司副总经理赵项武告诉记者,以往,普通的农户种植蓝莓会受自然灾害、市场波动的影响,风险相对较高,公司以每年每亩2000元的土地租金将当地农户的土地流转种植蓝莓,现在农户们不仅有土地流转收入,还能在果园里就业,获得额外收入。

据介绍,曲靖佳沃公司搭建了云南省蓝莓工程技术研究中心,建成云南省、曲靖市两级专家工作站,与云南省农业科学院、云南农业大学开展产学研合作,组建了一支37人的高水平技术研发团队,拥有多项自主知识产权,制定云南省地方标准1项、企业标准29项。

用科学手段种蓝莓

"绿色有机农产品与种植环境、管理技术息息相关,我们种植蓝莓时努力将高科技和传统农业相结合。"赵项武说,曲靖的红土大部分是适合蓝莓生长的酸性土壤,但有机质含量比较低,公司便在每亩地投入5万余元改良土壤,通过添加木屑、有机肥提高土壤有机质含量,同时把土壤调整到既透气又蓬松的状态。

土地问题解决了,优质苗木成了摆在公司眼前的另一个问题。

曲靖佳沃公司从国外引进新品种后,在不同种植环境下试种了9个品种,其中3个品种适应了当地气候条件。随后,该公司研发中心开始进行病虫害防治、产品改良以及新品种选育等研究,提升种苗品质。

记者在种植基地看到,1亩地种有317棵蓝莓树苗,株距75厘米,行距280厘米,种植园区还安装了摄像头、传感器等现代化生产设施。

据该种植基地负责人介绍,传统的蓝莓种植全凭经验,靠天吃饭,但曲靖佳沃公司却在深度实施精细化管理。例如,精准的距离对通风、防虫害具有积极作用,园区的物联网设备和气候监测设备则实现了全天候实时监控。

"通过数据的采集以及实时的视频监控,病虫害防治、水肥等领域的专家可以远程查看果品的生长情况,为下一步的精细化操作提供相应的数据支撑与决策分析。"赵项武说。

精细化管理的实施直接带动了种植规模的不断扩大以及综合竞争力全面提升。目前,公司4个基地的蓝莓种植面积达2000亩,带动合作社连锁种植5000亩,以企业+合作社为主的蓝莓种植模式在曲靖推行开来。

扫码回顾蓝莓"成长"

眼下,把科技力量投入到传统农业逐渐成为一种趋势。曲靖佳沃公司打造了集现代物联网、移动互联网、区块链技术与传统农业相结合的智慧农业平台,利用智慧农业云平台溯源系统对蓝莓的种苗选育、生长过程、环境数据、加工分选、质检流程等进行全程追溯。

记者注意到,每一盒即将走向市场的蓝莓包装上都印有一个溯源二维码,消费者通过扫描二维码就能查看蓝莓的"成长档案",从种苗、开花到采果,每一项农事操作的时间均有记录。

赵项武说,现在很多农产品的溯源都集中在市场端,监控农产品的市场动态,但曲靖佳沃公司从种植端就开始溯源,以往未知的生产过程全部透明化呈现在消费者面前,构建起了一个"从生产到销售,从农田到餐桌"的全程可追溯体系,为消费者提供安全、高品质的蓝莓产品。

精细化管理中体现着科技元素,全程可追溯体系也离不开集"品种研发、苗木繁育、种植示范、仓储分选、物流销售"五位一体的蓝莓全产业链系统。

赵项武举例说,滴灌系统中,水肥按克来计算,可以带来品质和产量的提升;成熟的蓝莓采摘下来一小时内要送到低温冷库进行梯度降温,使甜度酸度保持在最佳的平衡状态。

"以科技为支撑的精细化管理让产品品质有保障,这才有了一定的市场议价权,在市场中才会有不错的价格表现。"赵项武说。

以精益生产管理加码"未来工厂"建设

本报讯(记者邹倜然)从一条生产线需要四五个人,到一个人管理四五条生产线。日前,浙江三田汽车空调压缩机有限公司成功入选2021年浙江省"未来工厂"试点企业。

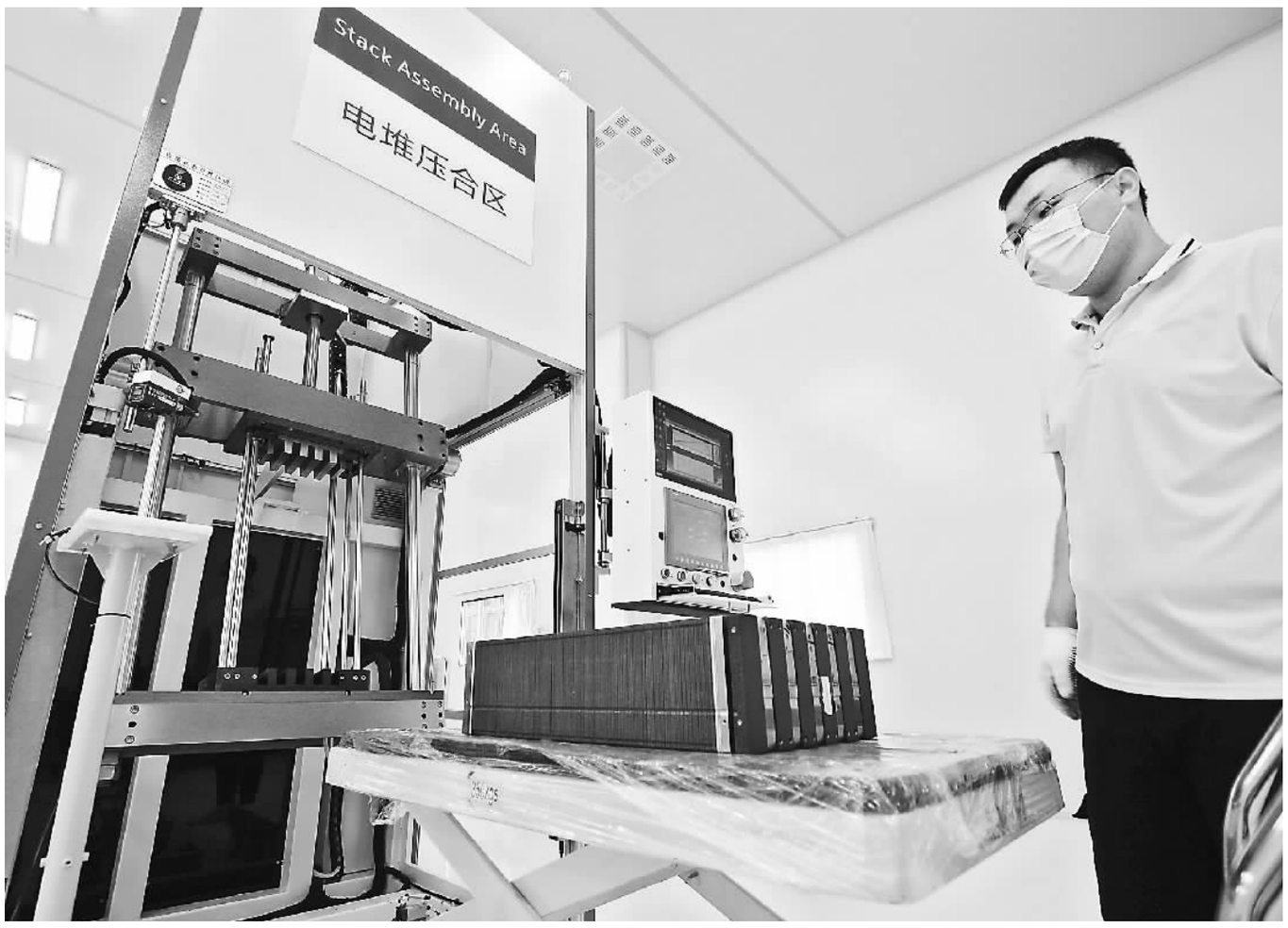
"未来工厂"是指广泛应用数字孪生、物联网、工业互联网等技术、实现数字化设计、智能化生产、智慧化管理、协同化制造、绿色化制造、安全化管控和社会经济效益大幅提升的现代化工厂,具有以数字孪生革新生产流程、以平台支撑构建协同生态等特征。

浙江三田汽车空调压缩机有限公司于2013年8月开始导入"精益生产管理模式",2014年成为国家高新技术企业,2020年建成省级数字化车间。

据介绍,"三田新能源汽车空调压缩机未来工厂建设项目"计划总投资3.1亿元,其中软硬件投资总金额8900万元,在数字化车间的基础上,通过购置安装智能系统驱动智能设备,实现生产经营管理的一体化,建立内外协同的信息平台,提高企业工作效率和竞争能力。

该项目协同中国计量大学、杭州电子科技大学、浙江省龙泉汽车空调产业创新服务综合体等机构,融合应用数字孪生、人工智能、5G等新一代信息技术,按照生产流程再造、组织方式重塑、数据融合应用的总体要求,聚焦建设新一代信息技术应用、数字化设计、智能化生产、数字化管理、网络化协同等五大场景,开展新技术应用和新模式创新,最终实现数字化、智能化转型。

龙泉市经济商务局相关负责人表示,将以此为契机,加强资源要素保障和服务对接,及时总结和推广应用新技术、新模式,力争形成可复制可推广的解决方案和案例。



氢能产业起步上升

9月5日,河南新乡,氢燃料电堆企业的测试工程师们在测试台上做电堆活化实验。据企业负责人介绍,企业于今年5月正式入驻新乡市氢能产业园,8月投产,预计年底能达到满产,实现年产2500台套氢能源车辆配套的一期计划,为实现"碳达峰"、"碳中和"目标贡献力量。

据悉,在"双碳"目标下,氢能作为清洁能源的重要方式,被多个省份写入了"十四五"发展规划中。 徐星瀚 摄/视觉中国

在首钢园探访2021服贸会文化产业园区展区

老厂房变身新园区,过去与未来交相辉映

本报记者 蒋菡

"都说我们园区是福地,2012年开心麻花剧团入驻,第二年就火了。"在2021年中国国际服务贸易交易会首钢园展区,走进文化产业园区展区,"新华1949"文化金融与创新产业园园区管理中心运营总监章师慧向记者介绍,"新华1949"在全国共建立了8个产业园,园区总产值达到近200亿元。

在这个园区的展台上,标志性的红砖和"传家宝"36号铜字模告诉人们,这个园区曾是一个写满故事的厂区——该园区原为北京新华印刷厂的厂区,是新中国成立的第一家大型印刷厂,至今已有70余年历史。2010年,61岁的新华印刷厂外迁,此后经过多年的改造,转型为如今的文化金融与创新产业园。

由北京市国有文化资产管理中心主办的文化产业园区展区作为2021年中国国际服务贸易交易会的文旅服务专题展的重要内容,围绕"培育文化产业集群 建设高质量园区"主题,内容涵盖文化贸易、文化科技融合、老旧厂房改造和文化消费等领域,是北京市文化产业园区发展的缩影和一次集中展示。

在西店记忆funstown文创小镇展台,入驻企业心咚科技展示的一款产品——新上线的HeartDub Pattern平台引来围观。大屏幕正中,数字模特正走着猫步,右边是面料库,点击选中的面料,模特身上的衣服立刻换成了这款面料。

"目前我们后台的花型库里可储存5000张花型文件,扫描二维码即可进入试衣间,看到模特身穿该花型生成的成衣所进行的动态展示。"该公司工作人员胡爱雪说。

成立于2018年的心咚科技是一家专注可持续时尚的人工智能公司。他们掌握世界顶尖的物理模拟技术,聚焦于柔体材质的数字化、虚拟化和可视化发展。"我们通过帮助企业进行虚拟化产品展示和零成本预售,降低了面料商和品牌商50%的研发成本和70%的营销费用,缩短了90%的交货周期。"胡爱雪说。

"传统服装生产中,从设计到成衣要经历一个很复杂的过程,比如一旦发现设计环节有错,制版就得重来,而在我们这个平台就可以很方便地修改并进行更多的尝试。"胡爱雪说,公司的一大目标是搭建全国最大的面料数据库,为面料厂商提供便利、降低成本。

传统产业的数字化未来,看起来很美。而从"仓库"里成长起来的人工智能公司"很酷"——心咚科技入驻的西店记忆funstown文创小镇,其前身是一个老旧厂房聚落区,包括京玻集团仓库和北汽的仓库。

9月3日,记者从北京市国有文化资产管理中心了解到,今年共有10家优质发展、效益突出、创新活跃的北京市市级文化产业园区参展,园区企业近50家。同时,按照线上线下并重的工作要求,还将依托数字服贸会大平台,80家园区企业代表参展参会。

北京市国有文化资产管理中心负责人向记者介绍,文化产业园区是文化产业高质量发展的重要承载地。近年来,北京市制定出台系列政策,尊重城市文脉,拓展文化空间,优化产业生态,激发市场活力,促进文化产业要素有序集聚和高效利用,培育一批各具特色文化产业园区。

2020年,北京市认定市级文化产业示范园区10家、示范园区(提名)10家、市级文化产业园区78家。今年上半年,全市规模以上文化产业收入合计8039.6亿元,同比增长32.1%;利润总额604.6亿元,同比增长238.9%。

炼钢炉、旧厂房、大烟囱、亮点纷呈的展馆……在首钢园,工业文化与会展文化交相辉映。而走进文化产业园区展区,你会发现,还有更多由老旧厂房改造的园区正在散发着独特魅力。

G 企事录

中国邮政推出"村邮达"

事件:9月1日,中国邮政宣布推出全新快递包裹服务产品"村邮达",该产品主要面向邮政快递包裹乡镇和村的收件人,承诺确保投递到村,拒绝二次收费。目前,"村邮达"已在中国邮政旗下邮乐网平台上线。

点评:伴随经济的发展和产业部门的推动,目前全网每天有1亿件包裹是到农村的,乡村快递市场成为了物流行业发展的关键一环。整体来看,眼下物流业在乡镇的网点覆盖率达到了98%,但由于多种原因,二次收费、不送货到村等问题成为乡村物流发展中不可忽视的痼疾之一,也是邮政局近段时间在推动"快递进村"发展中多次提到要着力解决的问题。

在乡村振兴过程中,物流体系的搭建非常关键。一方面,网购已成为乡镇居民必不可少的消费方式;另一方面,越来越多的农特产品通过网络形式售卖,需要物流行业提供优质的寄送服务。

此次中国邮政率先推出"村邮达"服务,也传递出了物流业发展的趋势,未来,将会有更多快递企业深耕乡村物流领域,提供更符合乡村居民需求的服务。

北京环球影城周边酒店搜索热度大增

事件:日前,北京环球度假区(即北京环球影城)官方宣布,将于9月20日正式开园,这座筹建约20年、修建近7年的乐园将正式面世。一时间,北京环球度假区成为携程、去哪儿、飞猪等各大在线旅游平台热门访问目的地。至今各大OTA平台上仍未开放其票务购买资格,但针对以北京为目的地、尤其是中秋期间进京的机票搜索量以及周边酒店访问量,均同比增长明显,足见北京环球影城的"吸金"能力。

点评:主题乐园或公园向来是文旅产业皇冠上的明珠。一个大型主题乐园,可以带动餐饮、住宿、交通、文娱、IP周边购物等多个相关产业的消费。

我国主题乐园在20世纪80年代才开始逐渐出现雏形,虽然起步较晚,但发展较为迅速。2017~2019年是国内主题公园的注册量高峰期,目前国内相关企业有5000家。

不过,随着人们对文娱产品质量要求的提升,部分打着"主题"幌子实则只是传统游乐园的公园难以在市场长期生存,再加之疫情影响,近两年来主题公园注册量持续下滑。

作为和迪士尼齐名的影视娱乐主题公园,环球影城拥有"哈利波特""小黄人""变形金刚""侏罗纪世界"等热门IP。北京环球影城的开业,或许将为反复受疫情影响而长期低迷的文旅市场复苏注入一针"强心剂"。

田园主义为营养成分标识不符道歉

事件:9月5日,网红轻食品牌田园主义就其一款原味全麦面包营养成分标识不符一事向消费者道歉。该企业表示,在对全麦面包升级时加大了小麦蛋白粉谷朊粉的添加量,使得面包热量增加,由于实验室测量失误,未能及时更新包装数据,最终导致标识热量与实测热量不符。

点评:轻食翻车,田园主义不是第一个。去年7月,在深圳市消费者委员会发布的2020年轻食代餐粉比较试验报告就显示,中粮天科、碧生源等四款样品部分营养指标的实际检测值与其标签标示值不符。

随着消费者越来越关注健康饮食,近年来以全麦面包、高纤维代餐饼干等为代表的轻食产品迅速走红。有调研数据显示,中国是目前全球增速最快的轻食代餐市场,预计2022年中国轻食代餐市场规模会达到1200亿元。

巨大的市场潜力吸引着越来越多的商家入局轻食赛道,然而到目前为止,轻食产品还没有明确的产品标准,也没有科学依据显示轻食对人体健康或减重有明显效果。大多数时候,消费者都是根据商家的营销概念对轻食进行选择。这种情况下,虚假宣传甚至挂羊头卖狗肉的现象就在所难免。 (驼驼)

来根文创雪糕,"解锁"历史建筑打卡新姿势

新华社记者 陈爱平

上海的"秋老虎"天气中,全新上市的"武康大楼"雪糕给人们带来清凉,也让不少人"解锁"了打卡历史建筑武康大楼的新姿势。

这栋建于1924年的大楼,是上海最早的外廊式公寓,也是上海市优秀历史建筑。"武康大楼"雪糕以武康大楼为原型,其正面选择了从上海市徐汇区天平路和淮海中路路口观赏大楼的"最佳视角"景观,阳台、窗户等细节清晰可见。"武康大楼"雪糕外包装上,除了印有大楼美景,还印有上海"建筑可阅读"标识和二维码,消费者扫描二维码可以获取有关武康大楼历史文化及相关人物故事的文字、图片和视频介绍。

记者在上海衡山路—复兴路历史文化风貌区内多家咖啡馆、书店、餐厅、精品店找到了这款新晋"网红"。据介绍,雪糕自8月底上市后持续热销。

文创雪糕是近年新涌现的文化创意产品类别,今年更是"大火特火"。在上海,上海博物馆、东方明珠广播电视塔、豫园湖心亭乃至第十届中国花卉博览会都拥有文创雪糕。放眼全国,北京圆明园、敦煌莫高窟、苏州拙政园、四川三星堆等已纷纷跻身"时尚冷饮圈"。手持文创雪糕拍照打卡,成为人们旅游休闲的"新宠"。

上海红砖文化传播有限公司董事长刘畅尹介绍,在各地文旅部门鼓励下,越来越多市场主体加大文创开发力度,推动文创产品设计感更强、性价比更高、实用性更强,深受年轻人喜爱。在上海,人们通过线上线下渠道方便地购买文创产品,红色文化、海派文化、江南文化已融入日常生活中。

今年早些时候在沪举办的"发现博物馆·思南夜派对",云集长三角地区26个文博文化品牌的超过6000件文创单品,严格的疫情防控和限流错峰背景下,3天夜市仍吸引超过4万人次到访。

"解锁"历史建筑打卡新姿势,上海不断推陈出新。自2018年起,上海系统性地推进"建筑可阅读"工作,迄今已有超过2900处建筑设有专属二维码,方便市民游客扫码获取文字、实景图、音频、视频、VR全景导览等。根据今年上海"建筑可阅读"十大行动计划,历史建筑活化利用工作努力实现体验数字化和服务体系化,面向广大群众的"全民评、全民讲、全民拍、全民游、全民创"系列活动在年内有序开展。 (据新华社电)