

重庆这家科技企业——牵手快递 抢滩万亿级无人化运输市场

在行动
育新机 开新局

本报讯（记者 张亦筑 实习生 杨熋丽）7月13日，重庆日报记者从重庆高新区获悉，中电科翌智航(重庆)科技有限公司(以下简称翌智航公司)与快递业龙头企业顺丰科技有限公司在无人机快递领域签订战略合作协议，双方将在定制无人机平台、分拣系统、无人化仓储、物资监控系统等方面联合定制物流产品，共同开展关键技术攻关，抢滩万亿级无人化运输市场。

翌智航公司是中国电子科技集团有限公司旗下子公司，去年12月在高新区西永微电园注册成立，公司总投资约2亿元，致力于无人仓储、无人机、无人车为主体的新型无人化智慧物流体系在军民两个领域的研究、建设和运用。目前，该公司民用无人机的应用开发方向有警用、农林植保、航拍、快递和科研等，比如无人机公路巡查平台基于实时视频进行公路巡查，



顺丰物流无人机平台。

（受访者供图）

公路沿线高分辨率图像获取及成图，热点区域三维数据采集及建模等。

此次合作，双方将互相开放系统、数据，共同沉淀技术、积累数据、推广产品。同时，力争在军用无人化运输领域制定相关标准，实现军民融合发展，为后续开拓民用无人化运输市场提供支撑。

“一方面，目前快递行业同质化竞

争加剧，包括顺丰在内的快递龙头企业都遇到发展瓶颈，亟须布局智慧物流作为运力补充，并形成新的业绩增长点；另一方面，民用无人机快递由于政策监管和无人机运输成本的问题，尚处于试点试验阶段。”翌智航公司副总经理孟庆鑫表示，公司致力于无人化运输信息化系统(装备)建设，与顺丰科技专注的物流无人机平台研制形

重庆这家中餐企业——拓展市场 80天把10道招牌菜开发成方便菜

□本报记者 黄光红

下班回到家，拿出食材简单烹饪几分钟，就能吃到餐饮名店的美味招牌菜——对于很多人来说是期盼已久的美好生活方式。

近日，来自市商务委的消息称：阿兴记集团率先在全市中餐行业中探索餐饮零售化，将招牌菜做成方便菜在超市销售。

作为一家30年来专注于堂食的重庆知名餐饮企业，阿兴记集团突然推出方便菜，究竟是为了啥？

阿兴记集团董事长刘英的回答是：为了转型突围谋发展。

瞄准年轻人寻找新商机

2020年，本应该是阿兴记集团赚得盆满钵满的一年。然而，新冠肺炎疫情突然来袭，餐饮行业遭受严重冲击，阿兴记集团旗下所有餐饮门店全部关门停业。

面对突如其来的经营危机，从大

年初九开始，阿兴记集团陆续发展了盒饭外卖和特色菜外卖业务。可惜，收效都不大，无法扭转困局。

“这样下去根本无法维持公司运转。怎么办？”一时间，刘英愁眉不展。

经过市场调查，刘英发现：疫情期间，很多年轻人为了吃得安心，不得不天天在家做饭。

刘英意识到，帮助年轻人实现轻松在家做饭，无疑是一种新的商机。

2月中旬，刘英决定带领阿兴记集团探索餐饮零售化这条转型之路。即将招牌菜在中央厨房加工成标准化的方便菜，借助超市和电商平台等零售渠道卖给消费者。

开发10道方便菜还原堂食味道

餐饮零售化的本质是菜品标准化+零售。最典型的例子是不少火锅企业纷纷在超市里卖起了自热火锅。

不过中餐菜品制作工艺复杂，对火候和烹制手法要求高，餐企很难通过标准化的工业生产让菜品高度还原

堂食的味道。

刘英亲自带领公司菜品研发团队，精挑细选了辣子鸡、酸菜鱼和芋儿鸡等10道招牌菜用于开发方便菜。如，做酸菜鱼，鱼片要现煮才嫩，他们就把这道菜做成半成品；辣子鸡，熟食用合适的方式加热后不影响口感，就做成熟食。

经过80多天的努力，阿兴记集团成功将10道招牌菜开发成了标准化的半成品和熟食方便菜。为最大限度还原堂食味道，这些方便菜在中央厨房生产出来后，立即进行真空包装和-38℃急速冷冻。同时，还在外包装上给消费者注明了再次烹饪的方法。

超市助力销售

在开发方便菜的过程中，刘英又找到重庆永辉超市商谈销售合作事宜。巧合的是，重庆永辉超市正在走超市餐饮化之路，有意增加一些熟食和半成品的方便菜。

双方一拍即合。5月9日，阿兴记

成了上下游产业链条的互补互强。因此，双方都有意愿加强合作，针对性研制核心物流产品和关键技术，发力无人化运输市场。

有专家分析认为，无人化运输领域(其中城市乡村民用无人物流领域占据主导)拥有万亿级市场。比如，越来越多的消费者选择线上购买新鲜水果、蔬菜等食材，保持新鲜送到家的冷链运输需求强劲，无人化运输将有不可替代的优势。

与地面运输相比，无人机具有方便高效、节约土地资源和基础设施的优点。在一些交通瘫痪路段，城市拥堵区域以及一些偏远地区，地面交通无法畅行，导致物品或包裹的投递比正常情况下耗时更长或成本更高。在这些环境和条件下，无人机运输方式的优势显而易见。此外，物流无人机通过合理利用闲置的低空资源，有效减轻地面交通的负担，也可以节约资源和建设成本。

今年疫情期间，翌智航公司已经使用无人机向隔离区域投放生活保障品，每次仅需5—10分钟即可完成投送。

集团开发的10道阿兴家方便菜，正式在重庆永辉超市上市销售。消费者通过线上或线下渠道购买后，拿回家几分钟就能做好一道菜。

截至目前，重庆永辉超市280余家门店中，已有超过160家门店销售阿兴家方便菜。

据刘英透露，10道方便菜上市以来，每天可卖1000份以上，销售势头良好。其中，不少消费者买了一次后又多次购买。

“与堂食相比，外卖和方便菜零售抵御疫情等风险的能力都更强。但在色、香、味、形方面，速冻的方便菜却比外卖菜品更好。”刘英信心十足地表示，加之餐饮零售化的辐射范围远比堂食和外卖大，餐饮零售化将成为餐饮行业发展的一种必然趋势。未来，通过冷链运输方便菜，阿兴记集团将不用以高成本四处开店就能向全国拓展市场。

下一步，阿兴记集团将进一步拓展超市市场。同时，还打算与电商平台合作拓展线上市场。

北京市突发公共卫生应急响应级别由二级调至三级

据新华社北京7月19日电（记者 盖博铭 佚克）北京市人民政府副秘书长陈蓓19日下午在北京市新型冠状病毒肺炎疫情防控工作新闻发布会上宣布，自7月20日零时起，北京市突发公共卫生应急响应级别由二级调整为三级。

陈蓓介绍，北京市连续14天无新增确诊病例，连续16天无社区病例报告，连续19天无集体单位及公共场所2例及以上聚集性疫情，连续29天无

其他省市输出病例。综合判断，北京市目前人群感染为低风险，社区传播得到控制，京外输出风险较低，疫情平稳可控，已经具备了将响应级别调至三级的条件。

据介绍，调至三级后，北京仍要坚持“外防输入、内防反弹”策略，毫不松懈抓好常态化疫情防控工作，包括严格口岸食品货物检验检疫，全面加强进口冷链食品监管，严格境外进京人员全部集中观察和核酸检测等。

暑期来临 重庆文博场馆人气渐旺



七月十九日，“当代日本设计一百选”巡回展在重庆中国三峡博物馆开展。记者 齐岚森 摄影 视觉重庆

本报讯（记者 赵迎昭）7月19日，重庆日报记者走访了重庆中国三峡博物馆、红岩联线管理中心等文博场馆，发现随着暑期来临和跨省团队游的有条件恢复，更多游客选择来到文博场馆休闲娱乐，这让一度沉寂的文博场馆变得逐渐热闹起来。

19日10时，渝中区天气晴好，重庆中国三峡博物馆门口前排起百余米长队。游客佩戴口罩，在工作人员引导下进行体温检测后，有序入馆参观。进入展厅后，市民彭雪梅和刚刚本科毕业的女儿直奔一楼“失落的黄金国——安第斯文明特展”参观。“这是我疫情以来第一次进三峡博物馆。”彭雪梅说，展览人气很高，可以感受到随着疫情防控进入常态化后，老百姓对生活更有信心，对文化艺术的渴求空前高涨。

“这几天外地游客明显增多了，听口音，广东游客占比很大。”上述特展文创销售区工作人员冉先生介绍，近日文创销售额有了明显增长。在“壮丽三峡”展厅，记者看到3位游客对著名女将军秦良玉的文物十分感兴趣。18岁的陈锦松说，他们来自广东深圳，参加高考后相约来渝放松心情，感受巴渝文

化。成都游客张先生的儿子同样刚参加完高考，父子两人一道乘高铁来渝游玩，“在博物馆中能开阔视野，增长见识。”

据了解，近日，三峡博物馆将每日观众预约名额提升至5000名，还恢复了志愿者讲解服务，扩大了服务范围，更好地服务观众。

随后，记者来到位于中山四路的曾家岩50号(周公馆)，看到10多位游客正在参观。“女儿放暑假了，我们一家来重庆玩3天。”安徽滁州游客刘思南说。红岩联线管理中心相关负责人介绍，7月18日，红岩联线管理中心所辖区景点共接待游客11228人。而一周前的7月11日，这个数据为6963人。

区县博物馆的人气也在增长。永川博物馆相关负责人说，中小学放暑假后，很多市民带着孩子来到博物馆参观，成为一道温馨的风景。

“近期，三峡博物馆等博物馆丰富了展陈内容，更有看头了，也因此吸引了更多游客。”市文旅委博物馆与社会文物处处长王发荣表示，观众参观博物馆时要注意提前预约，并做好防护措施，安心享受文博盛宴。

创卫在身边 小变化让重庆人生活更美好



大足区棠香街道三合社区巴渝新村，志愿者们正在进行爱国卫生清扫活动。特约摄影 瞿波/视觉重庆

□本报记者 李珩 王丽 实习生 王玉英

创建国家卫生城市，是新时期爱国卫生运动的主要工作方式之一。渝北、南岸、大渡口等先后创建成为国家卫生城市，目前全市国家卫生城市的比例达48%。

当前，巴南、江津、荣昌、永川、大足、武隆、涪陵7个区正在推进国家卫生城市创建工作，今年将接受国家技术评估。这些区准备好了吗？创卫给当地百姓生活带来哪些变化？连日来，重庆日报记者进行了调查走访。

卫生死角变“儿童之家” 环境变美了

“快来追我！”彩色滑梯上，3岁多的妍妍一脸兴奋地向小伙伴们喊道。滑梯下，三五名孩子在玩捉迷藏，嬉笑声不断。

7月15日，当记者走进巴南区花溪街道红光社区的“儿童之家”游乐场，看到的便是这样的画面。

“之前这是块空地，堆满了垃圾、渣土，杂草丛生，一下雨就变成一个个泥坑。”妍妍外婆陈桂芳说，大家都在空地上乱扔垃圾和杂物，久而久之成了卫生死角。

结合创卫工作，2019年巴南区花溪街道和区妇联将该地块打造为市级“儿童之家”，成了社区青少年儿童的多功能游乐场和教育点。“娃儿不仅有地方耍，环境也变好了，创卫真正给老百姓带来了实惠。”陈桂芳说。

事实上，巴南区自2017年启动创卫行动以来，陆续投入各项创卫资金8.4亿元，大力整治荒废菜地和老旧居民区、城乡接合部等，让过去的“牛皮癬”变成市民休闲娱乐的好去处。

截至目前，巴南区累计整治土坡菜

地200余处，面积超过1000万平方米。一些土坡菜地更是变身成小公园小游园。仅2019年，巴南区就先后统筹新建宗申青年国际湿地公园、社区体育文化园等项目20个，累计新增公园绿地56.6万平方米，人均公园绿地面积已超过8.5平方米。

这些变化，收获了辖区群众高达95.18%的卫生状况满意度。

农贸市场标准化改造 买菜舒心

地面干净、整洁，一摆摆蔬菜整齐地码放在台子上；熟食全部进“玻璃

房”，与外界实现了有效隔离……

7月11日，记者在江津区红卫巷农贸市场看到，经过整体改造后的农贸市场井然有序。

“以前地上全是污水，遇到下雨，满脚都是泥，还臭得很。”因离家近，67岁的李庆英每天都会去红卫巷农贸市场买菜。该农贸市场已有20多年历史，由于设施老旧、缺乏管理，内外环境卫生“脏、乱、差、臭”现象突出。

“农贸市场卫生是创建国家卫生城市工作的重点内容，标准化率必须达到70%。”江津区卫生健康委有关负责人介绍，从2018年起，该区对农贸市场进行了标准化改造：菜市场烧肉架全部改

造为三面围挡底部加不锈钢托盘，确保一滴油都不滴落地面；干货区进行“隔墙离地”改造；水产区杀鱼台三面围挡，内侧加挡水边，下水加过滤装置，台下进行全封闭的改造；熟食摊位“防尘、防蝇、防鼠”设施齐全，纱窗全封闭，从业人员穿戴“白衣服、白帽子、白手套”作业等等。

“建成区的标准化菜市场 and 便民市场，我们都会进行考核、评比，商户之间也会相互督促，管理部门或相关业主每天根据管理制度进行管理，切实保证常态化、制度化管理落到实处。”江津区商务委副主任罗小菊说。

截至目前，江津区改造和建成标准

创建评比活动，引导群众投身美丽家园建设。

“以前不觉得院坝卫生有多重要，垃圾也是往门外土坎上一丢就了事。自从前两年搬进新居，有了物业统一管理，才意识到环境卫生的重要性。”万灵镇沙堡村村民熊树华说，现在村里到处都配有垃圾桶，每天还有专人来收运，住起干净又舒心。

三分建七分管 创卫需建立长效机制

其实，从上世纪80年代起，重庆就拉开了创建国家卫生城市的序幕。

“创建国家卫生城市是爱国卫生运动的重要抓手，也是爱国卫生运动与时俱进的时代产物。”原市爱卫办专职副主任徐世樟说，1989年10月，全国爱卫会发出创建国家卫生城市号召，重点解决垃圾处理、公厕建设、消灭老鼠和食品卫生四大顽症，为百姓提供一个清洁、优美、整齐、舒适的生活环境和工作环境。

“如今，创建国家卫生城市的内涵更加丰富，已成为爱国卫生运动的知名品牌。”市卫生健康委爱卫处处长李彤介绍，创卫的标准也更高更细，以国家技术评估为例，评定标准分“爱国卫生组织管理、健康教育与健康促进、市容环境卫生、环境保护、重点场所卫生、食品安全和饮用水安全、公共卫生与医疗服务、病媒生物预防控制”八大类，共196项指标，每项指标均有评定分值。

根据创卫阶段性目标，到2020年，重庆创建国家卫生城市的比例要达到45%，如今重庆达到48%，已超过目标任务。

“俗话说‘三分建七分管’，创卫的关键在于‘管’，建立常态化、制度化的长效管理机制。”市健康教育所副所长赖维云说，创卫是一项全民工程，不仅需要各个部门行动起来，也需要每个人的参与。

据介绍，目前，我市还在9个区县、28个乡镇推进健康城市、健康村镇试点建设。李彤说，今年我市将建设15个健康示范城市、健康示范村镇。