

京津冀三地上演卫生联合演习



晚报拍客

QQ群:104679001
热线电话:88629179

出镜人物

石家庄市急救中心
医务人员

采访动机

为深入贯彻落实京津冀一体化协同发展国家战略重大布署,强化区域间卫生应急合作,7月12日至14日,由北京市卫生和计划生育委员会主办,天津、河北两地卫生部门举办并参与的“2017年京津冀三地卫生应急联合演习”在北京市通州区顺利举办。石家庄市急救中心代表河北省参加了本次演习。

□文/本报记者 李惺 梁蕾
图/本报首席记者 李青
通讯员 周星



■紧急拉动。



■送上救护车。



■救治。



■急救直升机赶到。



■野外搭建。

此次联合演习,模拟某村自来水厂及食品被投放炭疽粉末,引起肠炭疽疫情,多人出现呕吐、腹泻等症状,后继出现昏迷、死亡等事件。围绕该事件处置,演习内容包括各类卫生应急队伍的紧急拉动和快速集结、野外搭建工作平台自我保障、应急装备车辆等应急物资的适应性完整性、紧急医学救援、灾后传染病控制、卫生监督和心里危机干预以及现场联合指挥等七个方面。

石家庄市急救中心共派出3部急救车辆,4部后勤车辆,参加人员30余名,于7月12日14时抵达演练地点,随即组织指挥部、营地等搭建工作,开展以野外生存及自我保护为主的实战操练。在三天的演习中,全体队员克服极度高温酷暑天气、蚊虫叮咬、水电缺乏等一切困难,各项演习工作紧张有序,后勤保障充足到位,圆满完成了全部演习任务。

通过此次三地联合救援演习,河北省各级应急救援部门处置伤情类型复杂、天气状况恶劣等情况下的突发事件医疗能力得到了提高,在实战中积累了宝贵的经验,同时与京津两地卫生计生委、急救中心等参演单位进行了相互交流,取长补短,增进了友谊。

君乐宝奶粉入选国家品牌计划

日前,君乐宝奶粉成功入选“CCTV国家品牌计划”,成为领先入选的婴幼儿奶粉品牌。能够与华为、茅台、格力、京东、阿里巴巴等知名品牌一起入选国家品牌,标志着君乐宝奶粉进一步得到社会各界的高度认同和赞誉。

国家品牌计划对入选企业要求极高:必须是国家支柱性行业或民生广泛需要的行业,企业本身及其产品具有高尚品质,能够支撑起国家品牌形象,同时还要居于行业领先地位,有打造国家品牌的梦想和胸怀。由于其严格的甄选标准,至今入选企业仅有33家,全部为各代表性行业内的领先企业。

君乐宝奶粉自2014年面世后代表国产奶粉持续“逆袭”:率先击败洋品牌拿下电商销售冠军、全球奶粉业首家通过欧盟BRC食品安全全球标准A+顶级认证、率先登陆香港市场销售。2017年上半年销售额同比增长123%,明星产品增长超300%,连续三年增长率全行业遥遥领先,每天有超过110万名消费者饮用君乐宝婴幼儿奶粉,为国产奶粉打出了一系列漂亮的翻身仗。

短短三年,君乐宝靠什么成功入选国家品牌计划?

品质战略:国际品质成就国家品牌

“身在河北,没有人比我们更知道产品质量的重要性。”君乐宝乳业集团副总裁、奶粉事业部总经理刘森森说,君乐宝的目标是要做世界顶级的好奶粉,为此独创了“四个世界级”标准:

一是,自建现代化牧场,用高品质的牛奶做婴幼儿奶粉。君乐宝奶粉所用原奶全部来自自建牧场,原奶指标优于欧盟、美国、日本标准。

二是,优选全球顶级供应商,用高品质的原辅料做婴幼儿奶粉。与全球一流的供应商爱尔兰KERRY、荷兰皇家帝斯曼、以色列领先油脂等签署战略合作协议,确保奶粉的品质与安全。

三是,建设全球领先的工厂,用国际领先的工艺设备做婴幼儿奶粉。君乐宝奶粉工厂融汇全球10个国家20多项专利,以全球领先的技术和设备保证奶粉“更营养”“更洁净”。

四是,引进国际管理体系,用食品安全全球标准做婴幼儿奶粉,引进了食品安全全球标准BRC和国际食品安全标准IFS双重管理体系。

今年6月,君乐宝与美国质量学会(ASQ)、欧洲质量组织(EQO)、日本科学技术联盟(JUSE)国际三大质量组织战略合作,实现与全球高标准的全面接轨,共同打造国际品质的好奶粉。

市场战略:国际品质更要良心价格

2008年后,消费者对奶粉消费产生恐慌心理,很多消费者到国外去抢奶粉、代购奶粉。利用国人对国产奶粉的不信



任,洋奶粉连续涨价、轮番涨价,同样一罐奶粉在国外折合人民币也就是一百多元,而在国内卖到三、四百元甚至更高。调查显示,一罐900克标准装婴幼儿奶粉,折算成人民币,英国平均是89元,荷兰90元,澳大利亚136元,日本147元,基本在90-150元之间。中国奶粉“高价格、高费用、高利润”的“三高现象”大行其道。

为此,君乐宝乳业集团总裁魏立华在君乐宝奶粉上市之初就对媒体表示:中国奶粉太贵,消费者太冤,一定要打破中国奶粉市场的乱象,使奶粉价格回归理性。君乐宝奶粉以100多元的国际平均价格上市,一度被称为“搅局者”,还被攻击为“低质低价”。三年来随着消费者知情度不断提高,君乐宝的“优质优价”战略得到越来越多的认可,也带动了市场上奶粉价格的持续下降。有人算了一笔账,因君乐宝奶粉带

来的降价效应,一年就为中国消费者节省将近200亿元。业内对君乐宝的称呼,也从“搅局者”变成了“奶粉破局者”。

品牌战略:代表中国奶粉品牌走向国际市场

今年年初,在投资组建旗帜乳业时,君乐宝牢记嘱托,按照要打造出具有国际竞争力的乳业产业,培育出具有世界知名度的乳业品牌,希望国产奶粉在市场中起主导作用,让祖国的下一代喝上好奶粉的重要指示。为提高国产奶粉信心做了大量工作:

2016年8月,君乐宝奶粉通过国家进出口检验检疫部门和香港食环署严苛检测,登陆香港销售。香港是全球知名品牌的聚集地,供港销售是对君乐宝奶粉国际品质最好的证明。目前已经初步打开市场,销售额超过800万港币;

2016年8月,在爱尔兰举行的世界食品科技大会上,君乐宝奶粉摘取了“全球食品工业创新大奖”;10月又在美国亚特兰大荣获由PDMA产品研发及管理协会颁发的“2016年卓越创新企业特别奖”,这是近30年来首次有中国公司获得该奖项。君乐宝不断证明,中国奶业已达到国际领先水平,代表中国奶粉品牌走向国际市场。

同时,为了让广大公众见证国产奶粉的放心品质,君乐宝全面开放牧场、工厂参观,让消费者、专家、媒体等社会各界近距离参观奶牛养殖、奶粉生产加工的全过程,了解国产奶粉的工艺技术和质量安全保障。2016年共接待50余万人,2017年预计接待100万人。

魏立华表示,作为奶粉业国家品牌,君乐宝牢记嘱托,实现“好奶粉,中国造,让每一个中国孩子喝上世界一流的好奶粉”的行业梦想,让国产奶粉成为中国品质、中国品牌、中国制造的新时代。