

营造浓厚氛围 筑牢安全防线 开发区开展 安全生产月 系列活动

今年6月是第24个全国安全生产月。连日来,开发区围绕人人讲安全、个个会应急、查找身边安全隐患主题,开展系统化、多层次、全覆盖的安全生产月系列活动,提升全民安全意识,传播安全理念,增强公众自救互救能力,全力筑牢安全生产防线。

沉浸式 宣教 上好安全必修课

当发生火灾的时候,大家要谨记按照停下来、响起来、逃出来三个来逃生处置法进行自救逃生。近日,一场干货满满的应急安全培训在浙江寅寅科技有限公司开展。

现场,开发区应急消防管理站工作人员为员工讲解工作生活中用电、用火知识,着重强调在厂区或宿舍使用明火、杂物堵塞安全通道、电动车飞线或进楼充电等情况存在的安全隐患,并演示灭火器使用方法技巧,指导员工进行现场演练,以实战提升员工应急处置能力。

在心肺复苏应急培训环节,工作人员借助道具现场演示整个急救过程的操作要点。员工还积极进行现场试练,进一步巩固操作技巧。

此外,工作人员还现场模拟火灾场景,组织开展实地应急疏散逃生演练,并针对演练中出现的问题,及时进行分析指导,帮助企业完善应急预案和演练方案等,为企业生产安全保驾护航。

除了应急安全培训,开发区还组织



心肺复苏演练

企业人员前往永康市华夏路消防救援站参观。消防教育科普馆展示了火灾成因实验台、火场烟雾传播演示系统、电动车火灾实验、烟雾逃生通道、火场逃生VR平台等丰富多元的互动展示项目,生动形象地将各类复杂的安全知识进行直观展现,让安全教育科普由灌输式变为体验式,让参观人员零距离学习消防、感受消防、体验消防。

从掌握灭火技巧、应急逃生演练,到对心跳骤停的紧急施救等,我们以丰富多彩的活动形式搭建了多层次、多渠道、立体化的安全生产宣传矩阵,环环相扣提升员工应急响应与协作能力,将预防为先、自救互救的消防安全理念深植人心。开发区相关负责人说,后续将

持续提升科普宣传覆盖的广度和知识渗透的深度,提高公众发现安全隐患的意识和本领。

地毯式 除患 擦亮园区安全底色

为推动园区消防安全形势持续稳定向好,开发区紧盯火灾高发领域和引发火灾事故的突出风险,组织召开消防安全突出问题百日整治攻坚行动工作部署会,重点围绕百日整治攻坚专项行动实施方案中的7大领域整治工作,全面分析研判当前辖区消防安全形势,进一步细化工作方案,明确时间节点,以最坚实的举措打好消防安全百日整治攻坚行动主动仗。

安全意识不容丝毫懈怠,必须时刻绷紧安全弦。在面向社会做好安全知识科普的同时,我们以百日整治攻坚行动为抓手,对辖区内重点行业、重点场所开展安全隐患大排查大整治,全力防范化解重大风险隐患,夯实安全防线。开发区相关负责人说。

连日来,开发区组织应急消防管理站、网格员、安全体检站、应急科技等多方力量形成检查合力,对照工业企业、九小场所、居住出租房、电动自行车等7大领域检查要求,横向到底、纵向到边,开展全覆盖隐患排查,切实将隐患消灭在萌芽之时、成灾之前。

在一家生产锂电池包的企业,检查组重点查看了组装车间、仓库等重点区域,检查自动灭火系统、灭火设施、仓库储存安全管理措施落实情况等,对私拉电线等安全隐患逐一记录,要求企业严格依规整改。此外,检查组走进超市、餐饮店等九小场所,对三合一现象、电动自行车室内充电、私拉电线、消防设施配备等方面进行检查,并向负责人普及用电、用火、用气等方面的安全知识,增强其安全第一责任人意识。

我们以全覆盖、零容忍、严执法、重实效为原则,以摸排底数、查找隐患、整改落实、检查验收四环节形成隐患消除闭环,确保问题隐患动态清零,切实提升园区安全水平。该相关负责人说。

融媒记者 郑旭华

科技与时尚兼具 开辟市场新赛道 无道科技防晒经济“热辣滚烫”

夏日炎炎,不少市民出门时已开启全副武装防晒模式。随着气温攀升,防晒衣、防晒口罩等防晒用品市场进入热销季。6月10日,记者走进位于开发区的专业防晒用品生产企业浙江无道科技有限公司(以下简称“无道科技”),感受夏日防晒经济的热度。

实现线上日销2万单

公司产品涵盖防晒帽、防晒面罩、防晒衣、防晒袖套等,满足消费者对头部、面部、身体全系列防晒的需求。从2月底开始,我们就进入了生产销售旺季,主要供给线下经销商、门店客户。4月份开始,线上店铺也陆续备货。无道科技负责人刘洁介绍,3月份以来,线上日均销售2万个订单。今年截至5月,总产值已达2.36亿元。

销售火热的背后,是产品以硬实力作支撑。聚焦打造以科技为骨、时尚为魂的先锋服饰品牌VVC,无道科技以功能、结构、设计为产品创新锚点,致力于将科技与高辨识度设计无缝融合,为消费者创造兼具科技感与实用性的穿着体验。

防晒产品是功能型产品,要想获得消费者青睐,首要任务是抓住防晒性能这一根本。记者了解到,市面上大多数防晒衣通过在衣服表面涂覆防晒助剂达到防晒效果。这种防晒衣水洗次数多了,衣服表面的防晒助剂容易被清洗掉。

针对这种情况,我们自主研发了原纱防晒面料。在最初的纱线环节就添加防晒助剂,相当于在每一根纱线里植入防晒基因,让纱线自带防晒值,



生产车间

水洗也不会降低防晒效果。基于原纱防晒技术,我们公司生产的防晒衣UPF(紫外线防护系数)值基本达到400+,而一些使用多层原纱防晒面料的防晒帽,UPF值可达2000+,超过国标值40倍。无道科技研发总监毛芬妮说,在保障防晒功能的同时,该公司还从矿物质中提取冰晶成分加到原纱中,让产品具备自然凉感,增加穿戴舒适度。

作为日常穿戴的防晒产品,穿戴舒适性也是消费者关心的一大重点。针对夏季戴帽子帽檐处容易闷汗的情况,自主研发可水洗吸汗条,不仅能缓解用户出汗闷热的问题,还可拆卸水洗,晾干后即可重新贴回帽檐上循环使用,针对3D面罩中间的鱼骨容易戳到鼻梁的问题,设计分置鼻梁两边的Y型鱼骨,更贴合面部轮廓;针对不同帽型需求,研发三片式折叠帽檐结构,灵活调整帽檐折法,达到贴合用户需求的防晒效果

无道科技从终端消费者的穿戴体验感出发,主动发掘并解决市面上的防晒产品存在的问题,并对产品结构加以优化,以舒适性提升消费者的使用感。

随着公众防晒意识的增强,防晒需求场景不断扩大,防晒产品使用频率大大提升,成为出行必需品。这一变化使得防晒产品从单纯的功能型产品向时尚功能产品演变。毛芬妮说,基于用户需求,该公司从轻量化、生活化出发进行产品设计,提升防晒产品的轻便性和颜值,提高产品的可搭配性,满足用户整体穿搭协调性的需求。

进军科技防晒赛道

近年来,户外运动品牌、传统服饰品牌、时尚品牌等各方非专业防晒服饰品牌跨界进入防晒新赛道,防晒产品市场竞争逐渐白热化。

拼功能、拼设计、拼营销、拼价格

面对越发内卷的防晒赛道,如何在竞争日益激烈的防晒市场提升自身竞争力?无论市场如何变换,其竞争核心依旧是产品本身。毛芬妮说,该公司以科技型产品为新的主攻方向,实现产品功能进阶。

记者了解到,无道科技将在本月底上新的一款内嵌式隐藏风扇帽就是其进军科技防晒板块的敲门砖。该款风扇帽在保障防晒功能的基础上,在帽檐内嵌该公司自主研发的涡轮风扇,以按键方式实现低、中、高三档风速调节,达到自主降温的效果。

市面上传统的风扇帽,风扇外露,容易发生儿童手指卷入、成人头发吸入等问题,我们这款风扇帽内嵌式的设计很好地解决了这些安全问题。同时,整个风扇声音轻柔,有很好的静音效果。经过材质、结构、设计上的优化,风扇帽的重量仅有160克,让用户久戴不累。毛芬妮说,这款产品是该公司将纺织和工业相结合的跨界之作,整个产品从研发到落地投产的过程十分不易,前后投入1年时间才实现量产。

除了奋力开拓新产品板块,无道科技还进一步调整了销售布局,挖掘更多潜在客户。今年以来,该公司一方面扩展线下专卖店,加强与大型商超合作,增加与消费者面对面接触的机会;另一方面尝试启动跨境电商业务,开启品牌全球化进程。

我们将持续深耕科技防晒领域,并将防晒产品体系向大户外全场景产品体系扩展,开拓更广阔的市场。毛芬妮说。

融媒记者 郑旭华