

40天深入社区16次 接种21754人次 梅岭街道疫苗接种流动队把服务送到群众身边

本报记者 赖自煌

15日上午近8时,晋江万达广场还没开始一天的营业,商场负一楼的中庭已是人声鼎沸。继5月份上门开展集中疫苗接种服务后,梅岭街道疫苗接种流动队再次来到这里,为桂山社区及周边群众提供第二剂次疫苗接种服务。

据介绍,这已是梅岭街道疫苗接种流动队(以下简称“流动队”)成立以来,第15次深入社区开展上门接种服务。接种现场,群众凭票分时段进场,流动队各岗位人员分工明确,整个接种流程井然有序……

我的第一场“大仗”

上午8时,流动队接种人员正忙着接种服务前的各项准备工作,位于接种区入口处的登记岗已率先开始忙碌。

去年刚参加工作的陈逸丹本是医院行政后勤部的职员,机动队筹建时,她被抽调参与负责集中接诊登记工作。

接过群众的预约票,确认接种人身份,信息录入、核对……登记台前排起了“长龙”,陈逸丹忙碌而有序地接待着每一名群众,不时还得耐心地回答群众的各种咨询。

“目前主要提供第二针疫苗接种服务,受种群众的信息大多已在首次接种时录入系统,只要做好信息的核对即可。相比上个月,登记工作,会轻松一些。”陈逸丹说,虽然是负责登记岗,但是他们也要时刻关注现场疫苗接种的进度,协助做好接种工作的统筹协调,避免因疫苗数量不足,导致群众白白等候。

集中接诊服务的登记岗面对的是所有前来受种的群众,工作量大,是确保集中接种服务能够有序开展的第一道“关卡”。

“这是我工作后的第一场‘大仗’,不能有失。”陈逸丹笑着说,得知被抽调到流动队时,心里还有些紧张。历经系统的培训,在第一次下乡接种服务前,她把培训内容过了一遍又一遍,就怕因自己业务不熟,影响整个接种工作进度。

从紧张到兴奋,再到能够自如完成集中接种登记工作,并协调解决好现场一些突发小状况,陈逸丹加入流动队以来,用一次次的热情服务赢得了群众的认可,用认真严谨的工作态度赢得了同事的肯定。她表示,在疫情防控面前,一切辛苦付出都值得。



一瓶没有打开的矿泉水

临近中午12时,接种现场依旧一派繁忙。拿着预约票前来排队受种的人群络绎不绝;接种台前,医护人员一刻也不敢停歇。

3号接种台上,一瓶没有打开的矿泉水静静地摆放着;矿泉水旁是忙碌的医护人员,拿药、扫码、拆封注射器、抽取药液、注射……他们一直重复着同样的动作。

负责3号台的医护人员叫庄晓纓,直到中午1时许,排队接种的人群稍稍退去,她才迎来短暂的午餐时间。

起身走下接种台,脱下防护装备、摘下手套,庄晓纓拿起身旁的那瓶矿泉水,拧开后,一口喝下小半瓶——这也是她上午开工后喝下的第一口水。

今年50岁的庄晓纓是医院的返聘人员,平日里负责医院儿童保健科的她,刚和科室同事忙完辖区4-6岁幼儿的体检工作,第一时间就参与流动队下乡接种服务中。

“现场这么多人排队等着接种,如果停下来喝水,必须脱下防护装备,喝完水还得洗手消毒,浪费的几分钟可以接种好几个群众了。”在商场的角落,端着已经凉透的饭菜,庄晓纓淡淡地说,其实不只是自己,把喝水时间留在休息时早已是流动队成员一条不成文的规矩,大家的初衷很简单,就是不想让群众多等候。



庄晓纓告诉记者,作为一名从业多年的卫健人,疫情发生后,她在疫情防控战线上参与了许多,也感触很深。在她看来,高效做好全民疫苗接种工作是落实好疫情防控的关键,每一名参与这项工作的医护人员都应将此当成自己的使命,全身心地投入。



今天我又“破纪录”了

下午5时,当天1660剂疫苗全部接种完毕。负责6号接种台的张素婷脱下防护装备,伸了伸腰,长长地舒了一口气。这一天,她共为近400名群众接种了疫苗。

“今天的接种数又破纪录了。”走下接种台,张素婷笑着和同事说道。身着不透气的防护装备长时间坐在接种台上的她,此时后背已经被汗水浸湿。

张素婷是医院预防保健科的医护人员。机动队组建以来,她已参加下乡接种服务13次。每天早上7时许从泉州家中出发,8时前准时到达工作岗位。除参与流动队集中接种服务外,她还要做好科室的日常工作。

“流动队成立后,我们的工作方式有了些许不一样,不再是家里、医院两点一线,工作地点经常跟着接种计划走,工作量也比在科室大了不少。”面对采访,张素婷坦言,参与集中接种服务比以前辛苦太多了,虽然累,但心里却很快乐。

她说,能够在一线防疫工作战线上奉献自己的一份力量,自己的每一分付出都换来群众的一分安心,这比什么都重要。

晋江市医院梅岭院区主任王毅介绍,为切实做好大规模集中疫苗接种服务,最大限度满足辖区群众接种需求,确保相关工作高效有序开展,医院抽调20多名精干力量组建了梅岭街道疫苗接种流动队,并协同梅岭街道以社区区块化为主体,规范布设了12个临时接种点,由街道下社区干部、公安民警、社区负责人、志愿者等组成工作专班,多方联动开展上门集中接种服务。自5月7日首次进社区集中接种以来,截至6月16日,梅岭街道疫苗接种流动队已先后进社区服务16次,累计接种疫苗21754人次。

财经

上市公司圈

小摩大幅提升 安踏目标股价至190港元

本报讯(记者 柯国笠)近日,国际金融机构摩根大通(简称“小摩”)发布研究报告,给予安踏体育(股票代码:02020.HK)“增持”评级,目标价由142.8港元上调33%至190港元。

同时,该机构预计,安踏今年的销售及盈利可同比分别增长33%及45%,其中安踏、Fila及其他品牌的销售分别增长28%、36%及48%,安踏集团整体毛利率可升3.5个百分点。

该行表示,安踏是中国最大的本土体育服饰公司,去年在整个体育用品行业的市占率为15%,仅次于耐克。此外,安踏体育目前采取的多品牌策略可扩大客户基础,“直面消费者”的模式也将推动持续增长,加上有稳固管理执行力等因素,也让安踏体育具有强劲增长及良好盈利能力。

浙商证券维持天虹纺织 “买入”评级

本报讯(记者 王云霏)近日,浙商证券发布研究报告,天虹纺织(股票代码:02678.HK)在弹力包芯纱领域有着绝对龙头地位,下游业务盈利能力也正在迅速提升。在今年上半年业绩弹性完全释放的情况下,天虹纺织业绩未来仍旧有着稳定的增速支撑,当前估值维持“买入”评级,坚定推荐。

报告中称,天虹纺织近日发布公告,2021年1月至5月取得归母净利润超过10亿元。该行此前预期的由棉价上涨带来的毛利率提升得到充分兑现。

浙商证券称,从上游纱线业务来看,天虹纺织的纱线业务需求已完全复苏至疫情前水平,虽然下半年在低价库存优势消失后毛利率会逐步回到正常水平,但该行预计在需求逐步恢复的情况下,天虹纺织年初制定的84万吨(同比增长12%)销售计划有较大概率实现。因此,在上半年的高毛利率优势过去后,该行依旧预计公司纱线业务在下半年仍旧有望保持稳健的增长。

该行继续看好天虹纺织下游业务布局,期待其长期一体化布局提升稳定性。该行预期,2021年天虹针织面料销量大幅提升至3万吨以上,几年内有望成为10亿美元级别体量的业务,成为天虹业绩稳定增长的推动力之一。

报告提到,天虹纺织的梭织、成衣业务也正逐步恢复至疫情前的正常水平,其2020年下半年与2021年上半年下游业务在需求复苏后的优异表现,正在逐步验证其一体化布局对业绩带来的贡献。该行期待天虹纺织下游业务不断增长下,在未来能够为其贡献一半以上收入,大幅提升盈利稳定性。

该行认为,棉价上涨带来的业绩弹性在今年上半年充分释放。同时,该行也预期,在需求逐步复苏的情况下,天虹纺织在下半年将继续保持收入稳定增长态势。此外,随着下游产能的扩张,其未来资本开支有望逐步减少,且负债水平有望逐步降低,进一步提升盈利能力。

361°“官宣”龚俊任全球品牌代言人

本报讯(记者 柯雅雅)6月16日,361°正式对外发布,青年演员龚俊为其全球品牌代言人。

据了解,龚俊是当下国内娱乐圈炙手可热的男星之一。其外型健康阳光,兼具了运动和时尚的特质,个性真诚爽朗、直率坦诚,备受好评。

361°方面表示,龚俊的粉丝规模飞速扩大,得益于他出道以来对演艺事业始终不变的热爱。每一次拍摄、每一个角色,他都以敬业、专业的态度去面对,以热爱和热忱专注打磨每个角色,这些都与361°“多一度热爱”的品牌精神高度契合。

值得关注的是,此前361°的代言人矩阵以体育明星和专业运动员为主,此次“官宣”当红青年演员龚俊作为其全球品牌代言人,也展现了361°品牌年轻化、时尚化的决心。

据悉,2019年以来,361°加大力度向年轻人靠拢,陆续

与高达、穿越火线、百事可乐、小黄人、队长小翼及三体等知名IP合作,不断推出联名产品,并签约著名篮球运动员阿隆·戈登和可兰白克·马坎等巨星,同年轻消费群体建立联系,“破圈”二次元、Z世代消费群体。

而在业绩方面,2021年一季度,361°业绩表现延续了去年的良好发展势头。主品牌产品的零售额(以零售价值计算)较上年同期有双高两位数的增长,童装品牌产品的零售额(以零售价值计算)较上年同期增长约20%~30%,业绩复苏趋势加快。

另一方面,作为杭州2022年第19届亚运会官方合作伙伴和第18届世界夏季夏季运动会高级合作伙伴,361°一直积极赞助国内大型体育赛事,品牌溢价能力仍具提升空间。近期,东京奥运会、北京冬奥会利好消息频传,体育用品市场氛围大幅提振,相关板块表现火热。截至6月16日收盘,361°股价自2020年初至今已暴涨超2.5倍。

5家晋企入选 省级工业互联网应用 标杆企业拟补助名单

本报讯(记者 柯国笠)近日,根据《福建省工业和信息化厅关于发布第二批工业互联网示范平台标杆企业及重点项目通知》(闽工信函信息[2020]623号)文件精神,泉州市工业和信息化局公示了省级工业互联网应用标杆企业(第二批)拟补助名单。福建鸿星尔克体育用品有限公司、泉州鹏泰服饰有限公司等12家企业入选,拟补助名单。其中,晋工机械、福田纺织、荣牌、天守服装、华昂体育等5家晋江企业在列。

根据福建省工业和信息化厅此前发布的《福建省工业和信息化厅关于发布第二批工业互联网示范平台标杆企

业及重点项目的通知》,对评选确定的福建省工业互联网示范平台、福建省工业互联网应用标杆企业,除厦门外,福建各设区市工信局、平潭综合实验区经发局应当按照企业注册所在地,统筹省级工业和信息化转移支付专项资金,对每个工业互联网示范平台和应用标杆企业分别给予不超过200万元和不超过50万元的奖励。

同时,资金安排流程按照省经信委《关于印发〈福建省经信委惠企政策项目网上公开运行管理暂行规定〉(修订)的通知》(闽经信办[2017]108号)规定执行。

心相印上榜凯度《中国消费者十大首选品牌榜单》 盼盼进入增长最快的品牌前十

本报讯(记者 柯国笠)昨日,著名快消品研究机构凯度消费者指数发布了《2021年亚洲市场品牌足迹》报告。凯度消费者指数发布的《中国消费者十大首选品牌榜单》中,晋江企业恒安集团旗下心相印品牌以消费者触及数3.833亿、渗透率60.9%,排在榜单第7位。而在《前十增长最快的品牌》榜单中,盼盼食品旗下品牌盼盼以消费者触及数1.238亿、8.3%的CRP增长率、32.1%的渗透率,位列该榜单第7位,位列中国前50强。

据悉,《2021年亚洲市场品牌足迹》报告以消费者触及数(CRP)为衡量指标,揭晓了亚洲各地区消费者选择最多的品牌及增长最快的品牌。凯度指出,2020年,本土品牌继续领跑中国消费者十大首选品牌榜单。

伊利蝉联榜首,连续6年成为消费者选择最多的品牌。此外,报告也指出,受新冠肺炎疫情影响,人们的出行受限,加之对健康和当前环境的担忧等因素,改变了亚洲消费者的购物行为。这对亚洲市场各地区的快速消费品品牌的命运产生了重大影响。

凯度指出,当前,亚洲消费者发生以下变化:消费者从身体清洁转移到内心的健康和平衡,消费者全面的健康观正在形成;亚洲各市场的消费者购物行为与品类发展迥异,一些消费者转向了高性价比的品牌,而另一些消费者则转向了高端品牌;消费者在居家隔离时期对于生活质量的追求,推动了在家消费品类的增长;电商渠道增长潜力巨大。

凯度消费者指数大中华区总经理虞坚表示:“疫情给快速消费品企业带来了前所未有的挑战和机遇。获得更多消费者仍然是企业业绩增长的关键。真正的赢家是那些勇于拥抱‘新常态’并能够敏锐抓住新的消费需求,通过创新成功‘破圈’的品牌。”

据了解,2021年《全球品牌足迹》报告覆盖全球73%的人口,涵盖5大洲54个市场中的23500个品牌,包括饮料、食品、乳类制品、美容健康和家庭护理五大类。报告揭示了各市场消费者选择最多、最经常购买的品。这份报告采用消费者购买行为指标——消费者触及数(CRP),来评估全世界有多少家庭购买了某品牌(渗透率),以及多久购买(购买频次),从而反映了消费者的真实选择。