



努力把第二届进口博览会办得更好



5881名“小叶子”宣誓上岗

本报讯(记者 陆梓华)“为祖国增光,为城市添彩!向前进,博青春!为进博,一起来!”今天上午,国家会展中心(上海)虹馆再度响起了“小叶子”们青春的誓言,第二届中国国际进口博览会志愿者上岗宣誓仪式在此举行。志愿者代表齐聚一堂,表达了践行志愿精神、全心为进博奉献的信心与决心。

上海市副秘书长、中国国际进口博览会上海城市服务保障领导小组志愿者服务保障组组长赵祝平为第二届进博会志愿者总队授旗。

目前,第二届进博会共招募5881名志愿者,已经全部完成配岗工作。由于在今天的进博会同期,增加了世贸组织小型部长会议、非物质文化遗产暨中华老字号文化展示、2019上海城市推介大会、进博会国家综合展开展等项活动,因此今年的志愿者总人数超过了去年。其中,参加过首届的人数比例接近20%。

本届进博会志愿者主要是来自上海38所高校的大学生,市红十字会还专门招募配置了

250名红十字会志愿者。为体现长三角一体化,团市委今年继续从苏浙皖三省邀请了大学生志愿者参与服务,并从部分在沪就读的“一带一路”国家留学生中招募了国际志愿者,还从本市相关高校和兄弟省市招募了一批小语种志愿者。进博会举办期间,将有3000名左右志愿者服务于国家会展中心内,为各国来宾、展商及观众提供咨询引导等志愿服务。另有红领巾志愿者迎接中外来客。

据了解,114名长期管理岗位志愿者自7月起已经陆续上岗服务,其他志愿者也正在接受校内基础培训、市级重点培训岗位实训。与此同时,目前,以青浦、闵行、长宁、浦东、徐汇、静安、黄浦等地区为重点区域,以机场、轨道交通、车站、重要商圈、文化旅游地标等为重点行业和窗口单位,共创建了300多个城市文明志愿服务站,组建了200多支城市文明志愿服务队,约5万多名城市文明志愿者上岗服务。首批志愿服务品牌站点和队伍今天也获得授牌。



■ 第二届中国国际进口博览会志愿者“小叶子”们上岗宣誓 本报记者 孙中钦 摄

中国国际进口博览会

2019年11月5日·上海



专注金属固废拆解的德国家族企业计划来华搭建环保产业链 展示“变废为宝”的环保力量



■ 德国阿吉斯装备制造集团大中华区董事长张毅

张开“大口”,刀头快速旋转,一辆完整的面包车或成堆的混凝土块就被一点点吞噬、嚼碎,再从另一端吐出来,变成能回收再利用的金属、石料。德国阿吉斯装备制造集团将在第二届进博会上首发根据中国市场的具体需求设计并制造的固废及建筑垃圾处理设备。

建筑垃圾是“城市矿藏”

“德国阿吉斯的前身是一家二战之后成立的专注金属固废拆解的家族企业,总部位于德国莱姆巴赫,目前是德国最具创新活力的金属固废处理和建筑垃圾粉碎设备生产厂

家。”德国阿吉斯装备制造集团大中华区董事长张毅介绍,这是一家非常具有德国工匠精神的企业,在一个细小领域做精做深。

“去年举行的全国生态环境保护大会,我们听了深受鼓舞,强烈感受到了中国政府在环保上的态度和决心。我们认为,这为德国阿吉斯开拓中国市场带来了重大机遇。”

张毅介绍,如何科学处置建筑垃圾,已成为政府社会公共事务管理亟待破解的重大课题。随着城市现代化改造和农村城市化进程的加快,建筑垃圾的产量日趋加大。但这些建筑垃圾并不是真正意义上的垃圾,它是“城市矿藏”,进行资源化利用即可转身“绿色能源”。有专家估计,到2020年,我国至少新产生建筑垃圾50亿吨,其中的50%可以转化为再生绿色建材,仅此就可以创造价值6000亿元。

“科学处理建筑垃圾,使之变废为宝已变得非常重要,我们希望把德国在这一领域的先进设备和技术通过进博会的平台,带到中国。”

1小时粉碎200吨垃圾

德国阿吉斯装备制造集团非常看重进博会这一平台,根据中国政府对“无废城市”的环保要求,通过其大中华区直属销售机构——阿吉斯高科技有限公司首次将全球首发建筑垃圾粉碎设备 IMPAKTOR 380 PLUS 引入中国市场。该款设备拥有全球专利保护的刀轴技术,可移动也可固定安装;功率大,功耗小,节能环保;噪音小,无污染,结构紧凑。一键式操作,可以将建筑垃圾等固废以每小时150至200吨的速度变废为宝,满足国内市场对循环经济发展的切实需求。

德国阿吉斯根据中国实际需求,在业界率先提出建筑垃圾处理公司参与上游拆迁企业对建筑拆除的新模式,对建筑体实施拆除过程中提前做好分类,经过科学的回收、拆分、筛选、演练,降低在后期分拣的难度,确保再生骨料的质量。将建筑垃圾破碎筛分之后,

在现场直接加工物料,可以最大程度地降低物料的运输成本,减少社会资源与自然资源的浪费,实现经济效益与环保效益共赢。

德国技术将落地中国

“把设备带到进博会、带到中国市场只是第一步,我们更希望引进消化吸收相关技术,在中国组装、生产设备,搭建固废垃圾再利用的产业链。目前,我们也在中国紧锣密鼓地物色生产基地。”

张毅透露,第二届进博会将设立室外展区,展示重型机械等大型商品。阿吉斯的展品也将在这个室外展区亮相。举办进博会是我国主动向世界开放市场的重大举措。首届进博会在上海成功举办,引进了许多高质量的产品和服务。“我们希望通过参展第二届进博会,让世界分享中国庞大的市场机遇,让中德两国的经贸合作更加深入。”

本报记者 叶薇



■ 玛氏皇家宠物食品中国总经理蔡晓东

“数字气味货架”借助人工智能的友好互动,推荐最适合你口味的口香糖;面对易被隐藏的猫咪泌尿问题,会变色的猫砂可以完成日常检测……作为世界最大食品生产商之一,玛氏公司正在积极筹备参展第二届进博会,届时旗下玛氏箭牌、玛氏宠物营养、皇家宠物食品、玛氏食品等业务单元将携手健康零食 BE-KIND 齐聚现场。玛氏皇家宠物食品中国总经理蔡晓东说,中国消费者已经从跟随者变成引领者,我们要让最好的产品进入中国。

美国食品巨头玛氏公司瞄准中国快速增长的“它经济” 加大在华投资 带来数字化新品

中国市场是增长引擎

成立于1911年的玛氏公司,是一家总部位于美国弗吉尼亚州的私营家族企业。也许你对玛氏这个名字有些陌生,但提到绿箭口香糖、彩虹糖、M&M's巧克力豆、士力架、宝路、伟嘉以及皇家宠物狗粮、猫粮,那你一定很熟悉。

早在1989年,玛氏公司就进入中国,现拥有7家工厂、4个创新中心、47个分支办公室、30多个品牌和9000余名同事。“中国市场已成为玛氏公司全球第二大市场。”蔡晓东说。

在首届进博会后,玛氏公司斥资1亿美元在天津开发区战略投资建造玛氏公司全球最大、最先进的宠物食品工厂,研发生产各类高端宠物食品。与此同时,斥资4500万美元投资嘉兴工厂,其中2000万美元增设健康零食 BE-KIND 生产线,2000万美元打造德芙高端产品线,500万美元增加注册资本。

今年参展聚焦数字化

第二届进博会上,玛氏公司又会带来哪些最新产品?蔡晓东透露,今年公司的参展面积相比首届增加了30%,除了新产品,还有新技术,“高科技互动是展台的关键词”。

“M&M's 豆迷你巧克力长城”是玛氏中国最新设计的智能销售设备,消费者可以根据自己喜好,挑选多种颜色且自动结账。还可以随意搭配成七彩巧克力豆杯,让购买更有乐趣。

“数字气味货架”(Digital Scent Shelf)是玛氏中国引进的又一全新智慧设备,蔡晓东介绍,“借助人工智能友好互动,系统会向消费者推荐最适合自己口味的口香糖、薄荷糖产品。”

除了这些数字化产品,皇家宠物食品则瞄准中国快速增长的“它经济”,带来更专业和高端的产品。“中国的消费升级也体现在宠

物用品行业,中产阶层愿意为爱宠们付出更多,对新产品也更加渴求。因此我们将在第二届进博会上展示皇家全系列犬猫湿粮及处方湿粮和超低敏全价处方粮系列。超低敏全价处方粮是一款从法国进口的处方食品,采用全水解羽毛粉,能够用来进行食物排查实验,从而帮助诊断犬猫的过敏情况。”

加速创新加强本土化

蔡晓东说,中国市场的快速发展,要求外资企业加快创新速度和本土化。“我们和很多国内的数字化企业合作,包括阿里巴巴、腾讯、科大讯飞等,提升我们的数字化水平。”

事实上,玛氏公司已在中国设立数字创新中心,玛氏皇家宠物食品则率先在中国市场推出微宠医 APP 等数字化尝试。蔡晓东说:“事实证明中国经济蒸蒸日上。玛氏公司有信心为中国消费者提供更好的产品和服务。” 本报记者 张钰芸