



左上图：如新 ageLOC Boost 瓷光机新品发布会现场。



右上图：如新 ageLOC Boost 瓷光机。

不断做出更新升级。

从原料到成品 打造绿色生产链

自 2018 年第一届进博会开始，绿色理念就成为一个贯彻始终的重要主题，因为它直接关系到人与自然的和谐共生，关系到人类美好生活的未来。

譬如，在此次进博会上，如新就特别展出了创新的 CEA（可控环境农业）技术，它能够直观地感受到如新不仅从源头开始为消费者提供安全、有效和可溯源的产品成分，同时也最大限度提高资源利用率。

据了解，通过现代化的种植盆栽和 CEA 平台技术，只需要不到传统农业所需的 3% 的土地和 70% 水。换言之，在种植任何植物时，如新都可以在自己可控的环境下，掌握每个植物的波长、营养以及水流，减少污染的机会。

郑重介绍，如新的产品从研发到生产，从包装到仓储，从运输到销售，均秉承可持续的全生命周期，持续推进环保合规、污染防治和资源保护等。首先在研发端原料的选

择上，遵循环境和地球的可持续发展。一方面如果这些原料对地球有负担，公司就不会考虑，拒绝使用。前几年，很流行一种玛咖的原料，但是它的生长会造成土地荒芜，公司就果断摒弃。

另一方面，保持原料的安全性和纯净度，如新建立了化学分析实验室，分析原料里的有害成分、污染成分，为可控环境农业，提供量化支持。

在生产阶段，位于奉贤及湖州的生产基地，制定了《能源与资源管理程序》，并设置环境管理委员会进行管理，采取优化设备、能量回收等降低损耗，通过雨水收集、浓水处理回收、蒸汽冷凝水，回收利用等节水措施提高使用效益。数据显示，每生产 1 件如新产品耗电量减少 17%，耗水量减少 13%。

现在的如新可以做到，如果通过物联网技术锁定一款如新产品，从原料到成品全部可溯源。包括这个产品是什么时候卖出去的，卖给了哪位消费者，从哪个店卖出去的，批号是什么，原料怎么制造的，来自哪个国家。相比其他品牌，如新包装相对朴素，正是把更多精力投入到了内在。

“包装只扮演一个角色，达到保护作用即可。”郑重介绍，目前公司园区的空瓶回收做的很彻底，约有 100 万个。2019 年，湖州生产基地针对产品 ageLOC R 去除了原瓶装外覆的收缩膜，奉贤生产基地也去除了 7 个产品的彩盒，年均节省彩盒超百万套。

记者了解到，如新的目标是在 2030 年以前，把所有产品包装设计，内外盒、瓶子全部做到可回收，可降解，重复利用，今年初步的目标是完成一套评估体系。拿出一半以上的“善的力量”基金会募款，资助给那些为地球与人类提供重要资源的组织与个人。这种系统化的绿色发展理念，与进博会倡导的“绿色、环保、可持续”理念一脉相承。

面对贫困与环保的双重难题，如新集团与海洋基金会联手，兴建学校、社区中心和卫生所，改善孩子们的生活，以实现当地社区的可持续发展。25 年来，共保护了 134 万英亩海洋栖息地。与此同时，如新集团还与马拉维当地企业合作发起家庭自立农业学校，为他们提供免费农业、种植业等脱产学习，自 2007 年至今，已帮助 337 户家庭实现了自给自足。📌