

从广州出发 探索在华低碳“生意经”

玛氏中国王可：

高质量发展 一个都不能少

外眼点“经”

文/羊城晚报记者 孙绮曼 图/受访者提供

日前,第四届可持续消费主题活动在第四届中国国际消费品博览会(以下简称“消博会”)上举行。活动期间,玛氏加入“全球可持续消费倡议”。

据悉,“全球可持续消费倡议”发源于2021年首届中国国际消费品博览会,截至2024年,参与组织包括戴尔科技集团、赛得利、Visa、欧莱雅中国、华润雪花啤酒、京东物流等17家伙伴单位。

在本次“全球可持续消费倡议”加入仪式中,玛氏中国玛氏箭牌商务及可持续发展副总裁王可代表玛氏中国发出倡议:秉持“未来始于当下”的愿景,承诺2050年实现全价值链的温室气体(GHG)净零排放,为人与宠物创造更美好的世界。

记者了解到,玛氏公司成立于1911年,总部位于美国弗吉尼亚州麦克莱恩(McLean),是一家拥有百余年历史的私营家族企业,旗下有玛氏箭牌、玛氏宠物护理、玛氏食品三大事业部。2017年,玛氏巧克力与箭牌合并为玛氏箭牌事业部,总部位于广州,并在2023年投资5亿元人民币在广州开发区永和建设了玛氏全球第三家冰淇淋工厂。广州永和工厂也将可持续理念融入到工厂的建设中,在2023年获得了“LEED 新建筑银奖”。

在此背景下,羊城晚报记者专访了玛氏中国玛氏箭牌商务及可持续发展副总裁王可,和她聊一聊玛氏在中国、在广州的可持续发展故事。

A 许多家喻户晓的产品诞生在广州

羊城晚报:玛氏于1989年进入中国,能否介绍一下玛氏目前的运营情况?
王可:玛氏是一家有超过100年历史的私营企业,我们生产优质的休闲食品,比如M&M'S、脆香米、德芙、士力架等,还有口香糖和糖果比如绿箭、益达,许多消费者童年的记忆——真知棒、大大和彩虹糖等等。我们同时还提供宠物食品和宠物护理,比如说皇家、宝路等一系列的宠物产品。

2017年,玛氏巧克力与箭牌合并为玛氏箭牌事业部,总部位于广州,玛氏还有一个非常大的工厂在广州永和,主要生产口香糖以及其他类型的糖果,许多家喻户晓的产品都诞生在广州这家工厂。

B 未来三年全球投资10亿美元用于可持续发展

羊城晚报:零食作为一种高频次的消费品,包装其实是一个很大的环保问题,对此玛氏有何可持续发展经验?
王可:这是我们一直以来非常关注的问题,公司有一系列针对包装设计和采购的标准和原则,使产品能够支持可持续发展。首先是尽可能地减少包装。举例来说,我们在2020年就把益达的包装厚度稍微降低了一些,在不影响消费者体验的情况下,降低了上千吨塑料的使用。其次,实现产品可回收和循环使用。比如我们把经常使用的复合薄膜变成单一材质的薄膜,在保证产品质量的原则下实现再循环使用。

玛氏承诺,未来三年全球投资10亿美元用于可持续发展。在这个过程中我们会考虑到整体产品给消费者带来的体验。
羊城晚报:除了包装,在整个生产链条上,有没有关于碳排放管控的经验可以分享?
王可:有一些原材料在国际上被认为是碳排放有影响的,比如可可、椰子、棕榈油、大豆、牛肉等。因为在这些原材料的种植过程中,可能出现砍伐森林的情况,对碳排放会产生影响。所以对于这些风险比较高的材料,我们都有专人和专门的项目来确保我们的供应商采购来自于零砍伐的森林。另外,我们也在和行业伙伴一起推进再生材料的使用。

在生产的过程中,我们不断通过优化工艺,使用可持续能源以及减少资源的浪费来节能减排。此外,在生产之后的分销和运输环节,现在玛氏箭牌50%的运输都使用新能源车,玛氏旗下皇家宠物也从2023年开始使用新能源电动重型卡车。到了产品流通环节,有时候一些消费者不知道产品软包装是可以回收的,没有投放到正确的位置。所以我们和其他企业一起发起了“软塑新生”项目,通过进行消费者教育等活动,让消费者把软包装投放到回收垃圾箱和指定的区域,以便进行回收和再加工。目前,我们已经回收了超过5000吨的软塑料。

C 中国消费者有很强的可持续发展意识

羊城晚报:玛氏是全球领先的一家食品制造商,有丰富的国际上的减碳经验,在中国发展的过程中,有没有一些国际经验结合中国具体市场情况所做的创新?
王可:在中国生产销售的棒棒糖就是一个例子。原本棒棒糖的“棒”是塑料做的,新产品使用了纸

质的棒,从这点上来讲有利于产品的回收。
羊城晚报:玛氏在中国做减碳做可持续的过程中,如何实现与上下游伙伴的合作?
王可:我们认为,可持续发展需要大家一起携手来做,是整个生态圈的事情。我们的确和很多优秀的企业和合作,还有政府和科研机构。举例来说,在上游供应商端,我们和一

些深圳、中山的优秀企业都有合作,我们也和一些企业做了针对消费者的可持续发展科普活动。
在我看来,中国的消费者非常有可持续发展意识,所以我们需要提供给他们更多更优质的可持续包装的产品。我们也希望和更多行业内的其他公司携起手来,共同推动可持续发展。



彩扎(佛山狮头)技艺展示 蓝家亮 摄

持续至七月底 十大非遗品类亮相广州塔

文/图 羊城晚报记者 董鹏程 通讯员 刘仰奇(除署名外)

近日,“岭南高度·粤韵传承——新时代青年非遗传承人扶持计划成果展”在广州塔正式开幕。此次展览共向市民展出包含十大非遗品类的100余件非遗成果,展览将持续至7月底,其间每月都将组织非遗互动展示活动。

青年人是非遗传承最富活力、最具创造力的群体。2022年,广东省岭南文化艺术促进基金会正式启动“岭南·高度”新时代青年非遗传承人扶持计划,按照“情怀及专注度、技艺本身价值、未来可持续性”等标准在全省公开遴选第一批共10名扶持对象,为青年非遗传承人提供有力支持和展示平台,促进全面活态传承,推动岭南非遗向“双创”目标迈进。

“看上去很简单的一个木版年画,我们需要一个月的时间才能做出来。”佛山木版年画青年非遗传承人刘钟萍向记者表示,近年来,她正在用新时代的语境重新诠释古老的年画神韵,通过创新传承,让传统的年画重新走进大众的生活。



潮州枫溪瓷烧制技艺

文/羊城晚报记者 陈泽云

违规卖“雄黄”、无证售药……

国家药监局公布多起网售药品违规行为

4月23日,国家药监局公布5起药品网络销售违法违规典型案例。记者梳理发现,这5起案例涉及了违规销售禁止网售的医疗用毒性药品雄黄、无证售药等,因人驻商家出现违法违规行为,京东、美团等多个平台被点名。

违规销售禁止网络销售的医疗用毒性药品“雄黄”,福州一家药店被行政处罚。据通报,2023年1月,福建省漳州市市场监督管理局根据国家药品网络监测平台移送信息线索,对漳州老瑞林药店连锁有限公司新城佳园分店进行调查,通过“本草铺网上中药店网站”销售禁止网络销售的医疗用毒性药品“雄黄”,且无法提供购进记录等材料。根据相关法律法规,药监局责令当事人改正违法行为,并处以警告、没收“雄黄”108g、罚没款5.02万元等行政处罚。

多个平台的人驻商家出现了违规销售处方药的现象。其中,2023年3月,广西壮族自治区富川县市场监督管理局根据投诉举报线索,对富川千年健大药房进行调查,发现该药房通过京东商城销售处方药健肾力咳合剂时,处方来源不真实;2023年3月,四川省广安市广安区市场监督管理局对广安正和祥药业连锁有限公司万盛店进行现场检查,发现该药店通过俄百网销售肾石通颗粒等药品时,药师未在处方上复签名字,存在处方重复使用的风险。

2023年6月,重庆市璧山区市场监督管理局依法对重庆市璧山区桐君阁药房通过微信对个人李某某处购进阿利沙坦片等药品,再通过药房网销售,且该药房

韩国旅游发展局 微信“加派”消费券

文/羊城晚报记者 王丹阳

随着中国赴韩团体电子签证手续免费期延长至2024年12月31日,中国游客访韩热呈显著恢复态势。“五一”假期临近,韩国旅游发展局联合微信支付推出“漫游韩国Citywalk”消费券,中国游客最高可领888元大礼包,还可享受汇率、购物餐饮、交通消费券等多重惊喜。

“2023-2024为韩国访问年,去年我们就与微信支付合作,为中国赴韩观光游客提供支付便利,获得了良好的反馈,今年活动继续加码,也是聚焦于‘五一’假期,让中国游客享受与国内一致的便捷支付体验的同时,获得实实在在的优惠。”韩国旅游发展局相关负责人表示。

活动期间,在韩国线下实体店使用微信支付累计达到对应笔数即可领取购物餐饮消费券,最高888元无门槛券;交通消费券30元,可用于韩国官方交通小程序Korail购韩国火车票;同时,领取“微信支付汇率优惠升级卡”后每笔微信支付都可享受汇率,随着微信支付笔数越多,优惠力度越大。

不仅如此,精选商家如乐天免税店、新罗免税店、韩际新世界免税店、现代百货免税店、新罗爱宝客免税店等20多家韩国头部商户还提供最高等级会员卡或优惠券等专属福利,包括免税百货、奥特莱斯、新晋商圈内的人气美妆潮牌服饰等。以上优惠都可以通过“微信支付全球有礼”微信小程序轻松查询和领取。

与此同时,韩国旅游发展局还推荐了首尔、釜山、济州岛、仁川、京畿道五大精选Citywalk路线,帮助赴韩游客轻松了解韩国各地的魅力与特色,深度漫游韩国。此外,赴韩自由行的中国游客符合相关条件即可免费申领韩游包,主要包含7天7GB流量卡和T-money交通卡,以及韩国旅游指南和优惠券。同时,报名参加DIY团也可以领取相应的专属韩游包。

文/羊城晚报记者 胡彦图/受访者提供

近日,2024广东时装周-春季(第33届)在广州番禺万博时尚广场开幕。本季时装周从4月16日持续至4月22日,以“致敬梦想”为主题,举办新品发布等超过50场官方主题活动,以“首发、首秀、首展”之姿促进构建产业互联、要素融通、区域协同的现代产业新生态。



▲▲时装周秀场

借力时装周织好“岭南衣”

粤港澳大湾区加速时尚融合

A 超50场官方主题活动为时装产业注入新活力

4月16日,作为“大湾区:时尚融合2024”项目的重要组成部分之一,“粤港澳大湾区时尚汇演2024”广州站为观众带来了一场时装秀的盛宴,并拉开了2024广东时装周-春季(第33届)的帷幕。

4月16日晚,在“2024广东时装周-春季”开幕式上,“粤港澳大湾区时尚汇演2024”广州站登台亮相。来自粤港澳大湾区的两大新锐时装设计师品牌+两所时尚院校携手献上精彩的新品发布,包括香港时装设计师品牌SZ-MAN、广东时装设计师品牌TUYUE涂月、香港理工大学时装及纺织学院、澳门生产力暨科技转移中心。一众粤港澳的业界代表、湾区不同城市慕名而至的时装爱好者、时尚媒体及买家也一同出席。

时尚广场举办,超过50场官方主题活动将为纺织服装时尚产业的高质量发展融入新质生产力。

4月16日,广州市番禺区委书记黄彪在致辞中表示,广东时装周落户番禺,如同锦上添花,势必使番禺产业脉络的时尚基因底色更浓、特色更亮、成色更足。他还在现场发出诚挚邀请,“来番禺,正当时”,诚邀时尚企业和人士来番禺创业发展,共创美好未来。

广东省服装服饰行业协会会长刘岳屏在致辞中表示,作为省级行业协会和广州市时尚产业集群服装产业链“链主”单位,协会将充分发挥社会组织作用,团结行业上下,凝聚优势资源,全力推动广东时装周打造成为极具国际影响力的时尚发布平台。

地方就是会有更多人认识我们,我们也会认识不同地域、不同领域的品牌团队,发现他们作品中很新鲜的东西,然后找到志同道合的一群人一起玩,我喜欢跟不同的团队去碰撞。”

作为“大湾区:时尚融合2024”项目的主力活动之一,“粤港澳大湾区时尚汇演2024”今年继续携手大湾区内三大时装周——广东时装周、深圳原创时装周以及CENTRESTAGE(香港国际时尚汇展)。首站已于4月10日亮相“AW24 深圳原创时装周”,广州站为第二站,最后一



站将于9月初亮相香港“CENTRESTAGE 2024”。活动主办方 Fashion Farm Foundation项目总监杨锦淮介绍,此次是第三次与广东时装周合作。广东时装周至今已成功举办32届,是粤港澳大湾区时尚发布平台的重要组成部分。今年,“大湾区:时尚融合2024”项目时间跨度长达6个月左右,覆盖深圳、广州、珠海、中山、东莞及香港六大城市,举办时装周、巡回展览、时尚音乐节、巡回跨界联播四大主力活动。

B 品味湾区设计新秀的最新作品