

三天内 60 多家参展企业集中发布 100 多件新产品、新技术和新服务 全球新品竞相首发首秀进博会大舞台



酒心巧克力灌入国产白酒，专为中国消费者定制。 /晨报记者 谢镞

晨报记者 谢 镞

第四届进博会二层展厅地图上，在 6.2 号馆的位置特别标出了一个蓝底白色的握手标志，除了代表投资对接会、展期签约台，还是一处新品发布平台。

从 11 月 6 日至 8 日，共有 60 多家参展企业集中发布 100 多件新产品、新技术和新服务。而整个进博会现场更是一个首发、首秀的大舞台，绝大部分参展企业都铆足了劲，将筹备了一年的新品带来现场。

首发、首秀精彩纷呈 参展企业亮看家新品

新品发布平台毗邻珠宝馆，设置了一个大舞台，每家参与发布的企业根据各自的时间表上台展示发布。昨天是新品发布的最后一天，医疗、服贸、汽车、消费品、技术装备展区等均有重磅“选手”亮相。

拜尔斯道夫就在今年进博会上重点展示其历经 10 年从 50000 多种成分中筛选出的第 630 号突破性专利淡斑焕白成分，运用此款成分的妮维雅淡斑焕白系列全线产品在现场进行了亚洲首发。

博西家电今年带来的全球首发展品是一款除菌净味仪。吃完火锅身上的味道消不掉，启动这款只有 200 克重、形如鼠标的净味仪，贴在衣物上来回滑动，就能完成火锅味、

咖啡味等各种异味的去除，同时能在 5 秒钟里去除 99.99% 的细菌。

酒心巧克力灌国产白酒 为中国消费者特别定制

除了独立设置的发布平台，参展企业也将各自的进博展位当做了小型发布会，将短短 6 天的参展日程安排得满满当当。

酒心巧克力是很多人从小到大都很喜欢的零食，但你有关心过酒心里究竟有哪些酒吗？丹麦国际食品公司展位亮相的爱顿博格此次全球首发了一款“洋河梦之蓝 M6+ 及青花汾酒 30”的联名白酒酒心巧克力。从名字就可以看出，酒心里灌入的可是货真价实的国产白酒，与巧克力的比例可达 1:1。记者获悉，相比其他酒心巧克力大多使用白兰地、威士忌作为“芯子”，这

一款白酒巧克力可是爱顿博格为中国消费者特别定制的产品。

同样承包了大家童年回忆的阿华田今年则把展台布置成了一辆从瑞士开往中国的小火车，除了新品高麦芽可可粉，阿华田还现场首发了酷脆心情夹心饼干。划重点——进博会也成了这一以固体饮料为主的品牌首次进军休闲零食领域的“官宣地”，未来阿华田还将进一步推进产品本土化的研发，以更好地满足中国消费者不断变化的饮食需求。

连续第四年参展的恒天然今年共带来了 10 款新产品，涉及旗下全线业务板块，包括首次引进亚洲的安佳进口鲜牛乳、中国市场首次亮相的 Kapiti 卡蓓蒂特制干酪，以及安佳高蛋白高钙牛奶、安佳 4 果 3 蔬益生菌奶粉等。同时也延续了往年的惯例，将大厨请到现场，为参展观众带来了抹茶红苕、云顶暖姜红薯牛乳茶等创新甜品。

丹麦蓝罐曲奇更是把品牌成立 88 周年的庆祝仪式设在了进博现场，并把为 2022 年虎年所特别设计的、融入传统剪纸艺术的新春版产品在进博舞台上进行了首秀。“我们希望能够抓住进博机遇，推动中丹文化交流，加深与本土消费者的互动，从而与中国消费者建立更紧密的联结”，丹麦蓝罐大中华区总经理张灯表示。

第四次亮相进博会 蒙牛以世界品质乳品彰显中国乳业对外开放新水平

11 月 4 日，第四届中国国际进口博览会正式开幕。作为中国乳业的代表，蒙牛携手新西兰雅士利国际、澳大利亚贝拉米、丹麦 Arla，为外界展示了多品类的世界品质乳品，体现了中国乳业科技创新的新力量和对外开放的新水平。

全球布局优质乳业资源 比肩欧美标准打造一杯好奶

进博会作为全球优质企业共享中国发展红利的重要平台，正在充分体现国内龙头企业的行业影响力、国际化能力和创新能力。在进博会现场，蒙牛 500 多平米的展区，彰显出中国乳业正深度融入全球乳业价值链。

与会嘉宾点赞的贝拉米、瑞哺恩、朵拉小羊、爱氏晨曦等产品背后，是蒙牛完善的全球奶源布局 and 不断提升的创新水平。在澳洲、新西兰等国家地区，以及国内 30 多个奶源基地，蒙牛引入了国际先进牧场管理经验，通过奶牛研究院、智慧牧场、爱养牛平台、牧场 SOP 技术标准体系、牧

场质量管理体系五项创新，推动超 60 项养殖技术革新，全部牧场 100% 实现规模化、集约化、标准化、挤奶机械化、TMR 精准饲养、青贮覆盖、一体化技术服务、动物福利推广，持续打造高品质奶源。

目前，蒙牛乳品已全面实现生鲜乳菌落总数（CFU/mL）50 万内占比提升至 99.8%、10 万内占比 96.98%，体细胞数（个/mL）40 万内占比提升至 99.55%，平均蛋白质含量在 3.3% 以上，脂肪含量在 3.8% 以上，比肩欧盟标准。

提升乳业全产业链数智化 与世界分享科技创新实力

连续举办了四届的进博会，同样成为了展示优质企业的科技创新



力的重要平台。蒙牛作为中国乳业领军企业，通过持续完善“从牧草到奶杯”的全产业链质量管理体系和全链条智慧质量建设，实现“奶牛养殖、产品研发、生产制造、质量管控、终端销售”各环节的智能化升级，并推动中国乳业不断提升数智化水平。

此次参展的奶粉、奶酪等多种优质乳品，显示了蒙牛在建设数字奶源智慧管理平台、透明高效的智能工厂、远程在线管理的物联网平台、一键追溯系统、实验室 LIMS 系统等成果。近些年来，蒙牛引领了全产业链自动化与信息化、智能制造集成化的建设和革新，并结合 ISO9001、FSSC22000、HACCP 等 7 项国内外先进的管理体系要求，建立了从供应商（含牧场）到消费者全产业链的 26 个业务模块，93 个质量管理要素的 40 质量管理体系。在进博会这样的舞台，蒙牛与

合作伙伴一道，不仅讲好了中国乳业故事，也与世界分享了中国乳业的科技创新实力。

全方位提升一流品质 从“更安全”走向“更高品质”

在进博会拉开帷幕之前，蒙牛参与的“奶及奶制品安全控制与质量提升关键技术”，荣获了国家科学技术进步奖二等奖。作为龙头企业，蒙牛长期坚持投身乳业关键技术研发与创新，引领中国乳业不断取得新突破。

2018 年，蒙牛就启动了“品质提升”策略，致力于全产业链技术与品质的全面提升。通过“质量管理体系 3.0 升级”、“食安三级风险地图”、“奶及奶制品安全控制与质量提升关键技术”、“全线产品欧盟采标”、“营养健康新升级”等项目，使蒙牛的质量管理从“更安全”走向“更高品质”。

“奶及奶制品安全控制与质量提升关键技术”荣获国家科技大奖，凸现了蒙牛以消费者为核心，实施全生命周期质量管理，并打造“以国家标准为基础、采国际最严标准、创新融合消费者最高需求”的三位一体卓越质量标准体系为消费者提供层层安心的消费环境。通过进博会，蒙牛在全球消费者面前充分展现了中国乳业在打造一流品质上的努力，也展示了蒙牛汇聚全球乳业资源不断提升中国乳业对外开放水平的决心。

（张怡薇）

