

国际顶级污水净化技术 淘金中国万亿水市场

国内污水处理行业或迎变局

■ 本报记者 陈玮英

12月10日,北京中力信达环保工程有限公司(以下简称“中力信达”)与德国巴瓦瑞玛(BAWAREMA)环保科技有限公司(以下简称“德国巴瓦瑞玛公司”)在北京签署了技术合作协议。北京中力信达董事长李元友透露,按照约定,双方将在技术上展开合作。未来,“中力信达将与德国巴瓦瑞玛公司深入合作,在最短的时间内,将国际顶级污水净化环保技术在中力信达实现国产化,填补国内市场在该项领域的空白”。

治水总投资 将超2万亿元

日前,环境保护部部长周生贤在一年会上表示,“我们正在抓紧编制《水污染防治行动计划》和《土壤污染防治行动计划》,要像抓大气污染防治一样狠抓水和土壤污染防治。”

从行业发展空间来看,我国面临水资源短缺及水污染严重的双重问题,随着国家在污水处理及再生利用领域投资力度的不断加大,污水处理企业面临的市场空间广阔。据国务院2012年4月份发布的“十二五”全国城镇污水处理及再生利用设施建设规划,“十二五”期间,我国城镇污水处理及再生利用设施建设规划投资近4300亿元。

今年年初,环境保护部副部长翟青在国务院新闻办举行的新闻发布会上表示,2014年将编制出台《水污染防治行动计划》。随着《水污染防治行动计划》实施,环保部透露治水的总投资预计将超过2万亿元。

据了解,此次中力信达和德国巴瓦瑞玛公司合作的 DIHA TRONIC (电化学氧化)技术,是目前世界上最先进的污水净化技术。这一技术通过中力信达实现国产化,未来污水成为纯净水将变成现实。

DIHA TRONIC 技术 历经10年研发

公开资料显示,德国巴瓦瑞玛公司是一家致力于污水处理新技术、新材料、低能耗、业务范围广的高科技环保公司。在电化学氧化、生物炭过滤及再生等领域研发出了高性能的电极板和滤料;在电极材料和滤料方面有特殊的研究和应用,对难降解高浓度污染物和高酸、高碱、高盐的污水处理,不用添加任何化工产品便可

(上接第二十三版)“但在资源优化资源配置上,两者是相通的,都是减少贸易障碍,提高贸易效率”。

在全球经济一体化的背景下,中

倒逼中日韩自贸区提速

近日,在宁波举行的中小企业第二届全球发展论坛上,韩国前总统李明博发表主旨演讲时表示,目前中韩双边投资不平衡,有一边倒的现象。他希望中韩自贸区协议达成后,中国能扩大对韩国的投资。

据了解,目前中韩双方投资极不平衡。韩国在中国的投资达600亿美元,而中国在韩国投资很少。

显然,对中国企业来说,可以借自贸区协定显著扩大对韩投资。同时,韩国对中国的投资可以把更多先进的技术、经验引进来。形成“你中有我,我中有你”的格局。

“当然,虽然自贸区为扩大投资涉及的行业准入、行业便利等方面提



12月10日,北京中力信达与德国巴瓦瑞玛公司在北京签署技术合作协议 本报记者 林瑞泉/摄

直接进入污水系统进行处理,处理效果根据要求可以达到饮用水和纯净水的标准。公司拥有世界上目前最先进的污水处理技术,其中 DIHA TRONIC 技术具有国际领先性。

作为技术发明人,同时也是巴瓦瑞玛公司总经理约翰·什纳克(Johann Schennach)先生接受《中国企业报》记者采访时表示,研发这一技术用了10年时间。

据约翰·什纳克介绍,DIHA TRONIC 净化水技术分为三个阶段:第一阶段:DIHA TRONIC (电化学氧化);第二阶段:贵金属无化学添加剂的可能性的多级过滤技术;第三阶段:紫外微粒分子消毒。使用 DIHA TRONIC 电化学氧化通过电位较高的水分解获得巨大优势,形成在电极上的羟基自由基是一种有效的和非选择性的氧化剂,这可以让饮用水的消毒和各种合成结果达到应用要求。

“相对于传统材料,我们独有的电极板具有损耗低、能耗低、性能强、不结垢、更换周期长等特性。”约翰·什纳克表示,同时,“我们的技术系统使用寿命长、可靠性高、系统适应性快速、设计紧凑。公司还能提供特殊的解决方案,比如黄金、贵金属、重金属等的分离,我们甚至可以从中提取多达95%的有用成分。这是全球其他污水处理设备、技术所无法比拟的”。

或将改写行业格局

2008年,DIHA TRONIC(电化学

国积极推进同周边地区更加紧密经贸关系构建亚太贸易圈。同时,更积极主动参与贸易全球化,构建全球自由贸易区网络。

供了条件,但能不能扩大投资还取决于商业机会。”何伟文说。

何伟文认为,中韩自贸区的建成,不仅将极大推动中韩两国经贸合作升级换代,也将对东亚地区另一个自贸区——中日韩自贸区谈判起到一定的推动作用。

数据显示,中、日、韩三国是东亚最大的经济体,三国经济总量占世界的21.9%、亚洲的70%,但是,三国的贸易依存度只有19.4%,远低于欧盟的63.8%和北美自由贸易区的40.2%。有鉴于此,中日韩自贸区如果能顺利建成,将会对地区统一市场的构建起到强有力推动作用。

但由于种种因素,相较于于行将

氧化)技术实现市场推广。目前,这一技术已在印度尼西亚、尼日利亚等国家应用。其中,尼日利亚的项目为饮用水项目;印度尼西亚的项目主要用于石油开采企业生产用水循环。

而在中国,DIHA TRONIC 首次进入市场就引起了国内环保领域的共鸣。

作为国内唯一合作企业的负责人,李元友表示,经过多次调研论证发现,这一技术应用范围非常广,从地下水、河水、海水到各种高浓度工业废水都可以实际应用。

“进去的即使是盐酸,出来的也可以是饮用水。”李元友表示:“在一个整体设备中,无需化学加药和微生物生化,就能达到这样惊人的效果,当今环保科技带给人们的惊喜是不可想象的。”

在李元友看来,这项技术对发展中国家和偏远地区尤其重要:“我看好 DIHA TRONIC 技术在中国市场的未来价值。DIHA TRONIC 技术附加值非常高,有助减少水体污染,降低废水处理费用,并能有效利用废水。”

而之所以选择中力信达作为合作伙伴,约翰·什纳克表示,“主要是看好他们诚信的风格、做事的能力和未来的潜力。”

业内专家、中国科学院生态环境研究中心水污染控制技术研究室研究员、博士生导师魏源送认为,污水处理技术未来将向着加强污水回用及促进节能减排方向发展。目前将污水再生后再利用已处于常态,工业废

据悉,目前中国与美国正在进行投资协定谈判,下一步更高级的就是双边自贸协定,不过尚未提到议事日程上。而与欧盟的投资协定谈判也在进行中。

“完工”的中韩两国自贸区,中日韩三国自贸区进度缓慢。

白明认为,中日韩自贸区谈判停滞,主要是日本方面的原因。“众所周知的政治方面的因素,另外日本战略转移,认为东南亚地区各种要素成本更低,加上中韩之间发展顺利,而日本与韩国产业有相似之处,所以中日之间的谈判并不迫切”。

“不过,中韩自贸区的突破对中日韩自贸区是个倒逼。”白明说。

何伟文也认为,中韩、中澳自贸区的落实对正在进行中或计划中自贸区谈判具有推动作用,特别是中日韩自贸区谈判将起到重要的推动作用。

水的回用也在如火如荼地开展,未来的发展趋势大好。而节能也是未来污水处理发展的另一重要趋势。此次中力信达引进国际级污水净化环保技术,将对国内污水处理行业产生巨大影响,该项技术国产化后将改写行业格局。

业内专家、桑德国际设计研究院院长姜安平曾对媒体称,由于目前城市污水处理厂建设基本饱和,小城镇污水处理厂建设将是下一步发展的热潮。但同时,由于城市污水处理厂实际的运行效果不够理想,所以城镇污水处理厂也存在很多机会。他表示,希望国家能够加强监管,保障已建成及未来建设的污水处理厂能够长期、稳定、达标运行。

雅培荣膺2014品牌 数字资产榜奶粉行业冠军

在近日揭晓的2014年品牌数字资产排行榜中,雅培荣膺本年度品牌数字资产排行榜食品饮料-奶粉行业排名中的冠军。从2013年的第五名到今年拔得头筹,雅培的突飞猛进与其这一年在互联网平台上的准确定位及广泛传播息息相关。

雅培国际营养品部部门副总裁、大中国区总经理包罗杰表示:“雅培在2014年推出了一系列全新的产品并开展了多维度数字公关推广活动,从而赢得中国众多消费者和网民的青睐。”

2014年,雅培配合新品上市,开展了各种线上线下公关活动。高端产品菁智系列成功邀得极具粉丝影响力的“娘娘”孙俪为产品代言人,其为菁智拍摄的广告大片7月一经上线,就深受消费者喜爱。9月,孙俪产后复出,再次成为媒体焦点。雅培顺势在全国多个媒体及社交平台上推出孙俪主演并主唱的菁智主题歌《感知成长的神奇》。MV的推广覆盖了全国主流电视台、电台、门户、新闻、娱乐、视频网站及APP。

雅培主力婴幼儿产品2014年全新升级,推出由歌坛巨星孙燕姿代言的雅培亲体,同时推出特别设计的雅培亲体瑜伽。9月中旬起,推出为期6周的线上活动鼓励妈妈们上传自己的亲体瑜伽照片,共有超过2200万消费者参与了活动投票。

此外,雅培与中央电视台少儿频道《大仓库-宝贝星计划》栏目合作,邀请了国内育儿领域的权威专家录制了国内首部育儿百科类公益视频节目《育儿妈妈帮》(共122集)。也为品牌开创一个提升互联网影响力的典范模式。

【在华500强调查 Global Fortune 500】

联合利华:2020年中国 销售目标50亿欧元

■ 实习记者 李致鸿

“联合利华就像一位马拉松选手,虽然速度不一定最快,但却有着自己长远的目标,并且能够坚持不懈。”联合利华北亚区副总裁曾锡文这样告诉《中国企业报》记者。

如果你的洗漱台前放着中华牙膏,浴缸边上摆着清扬洗发露,洗衣机里用着奥妙洗衣粉,而书桌上又恰好有一杯用立顿茶包冲泡的红茶,那么你一定不难理解曾锡文所想表达的意思。

从1986年“回归上海”时起,联合利华深耕中国市场的强烈意愿就再也没有消减过。

加快布局中国市场

1986年重返中国后,联合利华先后建立起10多家合资企业,销售旁氏、力士、夏士莲、奥妙、金纺、立顿、和路雪等近20个品牌,涉及家庭个人护理用品、食品饮料、冰淇淋等众多领域。从2011年9月1日起,联合利华大中华区总部又正式升级为联合利华北亚区总部,与全球其他七个大区一起直接汇报给联合利华全球。

为了完善其在中国市场的整体布局和提升自己在整个北亚区的生产能力,联合利华动作频频。

从2012年3月启动总占地约800亩的天津工业园项目,到2013年9月正式奠基的总占地约400亩的(四川)全球生产基地,联合利华立足华东、华北和西部,从而辐射整个中国市场。

不仅如此,联合利华还通过增加品类的方式来推动其在中国市场的发展。去年7月,联合利华在中国市场推出联合利华净净宝之后,今年7月,联合利华又宣布旗下抗菌日化产品卫宝系列正式登陆中国内地市场,该系列已经在欧美等地深耕多年。

“联合利华期待在中国市场覆盖更多的消费者,让更多的消费者能够享受到联合利华的产品。”对于联合利华在中国市场的未来,曾锡文心中已有规划:“联合利华将覆盖更多的地区,现在主要是在大城市发展,未来还要向二、三线城市和广大乡镇进军。”

中国市场销售额保持两位数的年增长率

问及联合利华在中国市场的表现,曾锡文用一连串数字回答了《中国企业报》记者:“联合利华全球全年销售额约500亿欧元,在中国市场的全年销售额约20亿欧元,并且保持着两位数的年增长率,高于全球年平均增长率。”

对于在中国市场的销售目标,联合利华CEO保罗·波尔曼在其2013年的“中国行”期间曾作出这样的承诺:到2020年联合利华在中国区的销售规模要从目前20亿欧元的水平一跃发展至50亿欧元。

为实现这一目标,曾锡文表示:“联合利华将采取推出创新的新产品服务、加强品牌建设、更贴近消费者,更好的消费者服务等方式。”

业内专家认为,虽然50亿欧元的目标实现起来存在着一定的难度,但联合利华采取的是多元化发展战略,而且净水器等新业务对销售额的贡献目前还没有显现出来,如果加强新产业的管理、新产品的研发和新市场的开拓,实现高增长并非不可能。

将可持续发展融入业务模式

在中国,联合利华始终将可持续发展的理念融入其经营发展中。

在推出联合利华净净宝之后,今年3月,联合利华又高价收购了沁园集团55%股份,而沁园集团正是专业研发和生产净水器产品的科技公司。

曾锡文对《中国企业报》记者表示:“我们在中国市场推出联合利华净净宝以及与沁园集团合作,就是希望能够帮助更多消费者解决饮水健康问题。”据悉,联合利华净净宝的目标是到2020年,向5亿人提供安全可用的饮用水。

在食品安全日益受到关注的今天,联合利华率先意识到了在业内推广食品安全管理体验的重要性。据了解,自2011年起,联合利华饮食策划在全国各地举办了8场面对面的食品安全专业培训,已有千余位来自全国餐饮百强、大型连锁企业的厨师和管理人员参与了培训。不久前,由联合利华饮食策划与中国食品安全报社共同主办的2014年度餐饮食品安全优秀案例征集活动收官,12个餐饮企业所提报的案例荣获优秀案例称号,该活动受到了业内高度关注。

商务部国际贸易经济合作研究院国际市场研究部副主任白明告诉《中国企业报》记者:“联合利华在中国的发展已经进入了精耕细作的阶段,可持续行动计划有助于增强中国消费者对联合利华的信任和忠诚度,为其赢得更大的市场空间。”

500强名片

企业名称:联合利华
总部所在地:英国/荷兰
中国区总部:上海
2014世界500强排名:140