

习近平主席在第五届中国国际进口博览会开幕式致辞中指出：“我们要以开放纾发展之困、以开放汇合作之力、以开放聚创新之势、以开放谋共享之福，推动经济全球化不断向前，增强各国发展动能，让发展成果更多更公平惠及各国人民。”

越来越多的全球美食进入千家万户，越来越多的文化产品融入中国元素，越来越多的创新药械呵护百姓健康……进博会为全球优质商品进入中国市场搭建桥梁，扩大高品质消费品和服务进口，不断满足消费者的美好生活需要。

发力供给侧 居住更舒适

本报记者 董星辰 周春娟

外出住酒店，舒适性是很多人考虑的重点。在本届进博会服务贸易展区，不少参展酒店提升居住舒适度的方案让人耳目一新。

在骊住集团展台，一个步入式浴缸受到不少参观者关注。工作人员轻轻旋转开关，推开浴缸门，不需要抬脚，就可轻松进入浴缸；浴缸旁，自动升降坐厕椅可以个性化调节高度与角度，方便老人坐下与起身；洗手台旁，配备有可收缩的多功能安全扶手……

“老年人洗浴不便，需要特别呵护。我们设计了一整套卫浴家居解决方案，帮助老年人打造舒适、安全的卫浴环境。”骊住集团全球高级副总裁陶江说，今年是骊住集团第三次参加进博会，看中的就是中国超大市场规模优势和内需潜力，“公司已

经签约了下一届进博会，将持续为消费者带来更便捷、优质的居住体验。”

蜜橙色的真皮沙发充满质感，高矮错落的木质茶几造型精巧。洲际酒店集团在现场展示旗下丽晶酒店的设计风格 and 居住理念。“好的设计能让居住更舒适。不断优化供给，才能不断满足消费需求。”洲际酒店集团相关负责人周卓毓说。

万豪国际集团的展台人气颇高。展台“珍宝柜”展示墙陈列了上世纪二三十年代的茶碟、咖啡杯等物件。目前，万豪国际集团在中国多个城市运营了共计460多家酒店。公司相关负责人李雨生表示，万豪看好中国市场的发展前景，期待将更多酒店和品牌引入中国，满足人们多元化的居住需求。

绿色又健康 饮食花样新

本报记者 杨梦皎

各种美食令人垂涎，展会活动花样翻新，本届进博会的食品及农产品展区精彩纷呈。

在新加坡食品馆内一处展位，食乐坡咸蛋黄鱼皮薯片裹满粉料，再包上咖喱叶，格外诱人。展台工作人员介绍，常规薯片是压成薯泥后再加工，这款产品却是直接手工切片制成，保留了原有食材的口感和营养。

在相邻展位，肉骨茶、仙草冻、古法炖燕窝……特色产品让不少参观者驻足。“这些美食都可以线上购买，只要一健下单，就能送货到家。”新加坡信达雅跨境电商平台市场经理陈鑫说，“通过进博会这个平台，我们有信心让更多消费者爱上新加坡美食。”

越来越多的进口美食摆上中国消费者的餐桌。

桌。新西兰新溪岛集团生产的麦卢卡蜂蜜，凭借良好生产条件和标准化监管，实现纯净、无菌。丹麦食品馆首次上线“丹麦食品王国”微信小程序，已经有19家丹麦参展企业同步入驻。丹麦农业机构食品王国首席执行官莉丝·沃尔博姆说：“未来我们要用更健康、更绿色、更可及的产品，服务广大中国消费者。”

在嘉吉公司的展台上，闻一闻零卡西瓜气泡水的清香气味，看看星级主厨指导研发的“太阳谷椰香芝士葡萄鸡”……一件件创新展品凸显了健康、绿色等特色。

结合饮食消费升级的需求，众多前沿企业以进博会为平台，精彩诠释着“绿色、健康、创新、发展”的主题。

科技含量高 出行体验优

本报记者 李栋 喻思南

本届进博会汽车展区格外热闹。全球重要的汽车厂商集中亮相，新产品新技术勾勒出一幅美好的出行图景。

在科德宝集团展台，参观者进入一台驾驶舱进行体验。驾驶舱主要由液晶屏、方向盘、座位和脚踏板构成，外观简练，但里面却是满满的高科技。“这是我们专门设置的减震模拟体验区。”展区工作人员介绍，坐上驾驶舱的模拟座椅，能感受到普通零部件与优化后的零部件减震效果的差异。

德国伟巴斯特集团连续5年参加进博会。今年，公司带来了一款可调光的天窗，它可以快速调节明暗变化。展区工作人员介绍，这款天窗用了8种材质，能有效遮蔽光线。配备这款天窗的汽车明年将开始量产。

梅赛德斯-奔驰集团股份公司相关负责人表示：“今年，梅赛德斯-奔驰第五次参展，为中国客户带来了多元的电动车型和行业领先技术。梅赛德斯-奔驰将加速在电动化和数字化领域的创新转型，携手合作伙伴推动汽车产业升级。”

人工智能让出行更“智慧”。在香港汽车科技研发中心展台，一辆蓝白相间的迷你巴士分外抢眼，它前后左右4个“大耳朵”是帮助智能驾驶的激光雷达。该中心技术专家李煜告诉记者，通过集成摄像头、毫米波雷达、超声波雷达、GPS等技术，这台巴士达到了目前最高的L4级自动驾驶。值得一提的是，由于采用全球领先的滑板底盘理念，这款巴士能够实现同一底盘组装不同车身，巴士、观光车、露营车……不同的配置能满足不同的出行需求。

共创共享 提高人民生活品质



设计个性足 运动魅力大

本报记者 陶相安

蔚蓝的“天空”、浩瀚的“海洋”、绿色的“椰林”……走进法国运动品牌迪卡侬的展台，仿佛置身于自然生态当中。“椰林”丛中，一大一小两辆山地自行车引人注目。这是迪卡侬全球首发的新品——生态设计山地自行车。其中，小型山地自行车是专为9至12岁人群设计的。

“骑行日益成为人们休闲娱乐、运动健身的新风尚，然而对9至12岁的人群来说，找到一款合适的自行车并不容易。”迪卡侬中国公共事务总监赵浩介绍，针对儿童、青少年体态和运动需求，迪卡侬专门进行了产品优化设计，让他们更

充分地感受骑行的魅力。本届进博会上，这样暖心、贴心的产品琳琅满目。“福运成双”“新春花车”……连续参展5年的乐高集团带来一批富有中国文化元素的新品。乐高集团还在展台内打造了一个充满趣味和创造力的“乐高游乐场”。“我们在教育玩具中融入中国文化元素，有助于学龄前小朋友了解中国传统文化。”乐高集团高级副总裁黄国强表示，公司希望帮助孩子们在愉快玩乐中领略中国传统文化之美，并培养他们的创造力。

创新产品多 健康保障强

本报记者 齐志明 钱一彬

7T磁共振系统、整套的牙科种植和修复产品、“一心多靶”的“超弧刀”……行走在进博会医疗器械及医药保健展区，不少首发、首展产品纷纷亮相。记者了解到，今年以来，不少外资医药企业加大对中国的投资力度，深耕中国市场，深度参与中国医药产业创新升级。

在辉瑞公司展台，全球明星产品、创新双重组核糖聚合酶抑制剂 Talazoparib 完成亚洲首展，为前列腺癌患者治疗提供了新选择。强生公司推出的外科止血新品“速即纱”聚积颗粒首秀进博会，并宣布正式上市……

本届进博会，全球十五大药品企业首次齐聚进博会，全球十大医疗器械企业集体亮相，足

见进博会的吸引力与含金量。“借助进博会这个开放合作平台，中国与世界共享合作发展机遇。5年的进博会之旅让公司深切体会到中国市场的活力与潜力，也更加坚定了我们在中国发展的信心与决心。”赛诺菲疫苗相关负责人张和平说。

“中国开放的大门越开越大，合作共赢之路也越走越宽。进博会为跨国药企共享中国大市场机遇提供绝佳的平台。”中国外商投资企业协会药品研制与开发行业委员会执行总裁康韦告诉记者，本届进博会带来的创新药数量远超前4届，越来越多的跨国药企创新药正走向市场，惠及更多消费者，助力健康中国行动。

消费需求旺 美妆市场广

本报记者 管璇悦

进博会消费品展区的日化消费品专区是最热闹的展馆之一。展台设计精美，展品丰富多彩，试用产品领取处排起长队。口红、香水、护肤品、美容仪器……雅诗兰黛、资生堂等众多参展企业推出不少新品，吸引了参观者前来沉浸体验。

近年来，我国化妆品零售总额不断增长，折射了人们对美好生活的追求和向往，也为全球企业提供了更加广阔的市场空间。通过进博会这一平台，跨国企业拥抱中国市场，“美丽经济”的蛋糕越做越大。

这是新技术和新成果首秀的舞台。“好方便，太神奇了。”欧莱雅集团展台前，一名观众正在体验一款科技展品。选择色号、插入管芯，再拿起设备，像使用梳子一样轻梳头发，就可以染出想

要的发色。这是欧莱雅亚洲首发的家用染色魔发棒，通过创新工艺和专利管芯系统，人们在家也能轻松染发。“我们将充分抓住进博会的溢出效应，不断以多样化产品和服务满足中国消费者对美的需求。”欧莱雅北亚总裁费博瑞说。

进博会是连接美好生活的平台。在高丝集团展台，与热门动漫IP联名的护肤品吸引不少年轻参观者试用。“这是我们特别设计推出的，很受欢迎。”展台工作人员介绍，这几年，中国消费者对美丽的需求日益多元化、个性化，因此，从产品研发到包装设计都考虑到这一点。“进博会拉近了我们与中国消费者的距离。中国的化妆品市场规模巨大，需求也在不断变化，蕴含巨大的潜力，我们需要迅速适应，与其共同成长。”高丝集团相关负责人介绍。



图①：在进博会食品及农产品展区，工作人员在现场烹饪营养美食。 本报记者 张武军摄
图②：在进博会医疗器械及医药保健展区，参展商在介绍医疗产品。 本报记者 管璇悦摄
图③：在进博会消费品展区，参展商在介绍儿童滑板车。 本报记者 杨彦帆摄
图④：在进博会技术装备展区，工作人员在介绍拉小提琴的液压设备。 本报记者 葛孟超摄