



新时代 共享未来

第八届中国国际进口博览会特别报道

进博会作为构建新发展格局的窗口,持续扩大进口优质商品和服务,以新供给创造新需求,推动百姓消费升级,建设强大国内市场。同时,进博会作为国家级展会平台,通过国际精品连接国内国际双循环,促进供需双方精准对接,助力“展品变商品”,让世界各国共享中国大市场机遇。众多“高精尖”“小而美”的展品,走出“四叶草”,走进百姓家,不断满足人民对美好生活的需要。

——编者

创新产品护航公众健康

本报记者 陆凡冰

本届进博会医疗器械及医药保健展区主题为“健康中国,美好生活”,多款创新产品集中亮相,为公众健康保驾护航。

依视路陆逊梯卡集团带来的星趣控智能眼镜,备受参观者关注。这款新品搭载星趣控2.0镜片,不仅能延缓近视加深,更内置监测功能,可精准记录戴镜时长。柔软硅胶鼻托搭配时尚镜架的设计,让视力守护兼具舒适与美感。“进博会不仅是汇聚全球创新、推动开放合作的重要平台,也是我们集团发展中国市场、履行在华承诺的重要窗口。”依视路陆逊梯卡相关负责人林国樑表示,集团将推动星趣控等创新产品在中国市场加速落地、持续升级,守护百姓眼健康。

针对公众健康睡眠需求,梦陀螺深睡小屋展出的

居家环境健康睡眠系统颇具亮点。该系统依托创新技术,帮助使用者放松心情并更快进入深度睡眠,改善睡眠质量。艾纳诗梦陀螺深睡小屋集团相关负责人李景明说:“我们将继续依托进博会平台,打造居家健康睡眠新场景。”

展区内,用于2型糖尿病治疗和长期体重管理的创新药、可插入式心脏监护仪等产品悉数展出,助力健康中国建设和银发经济发展。

礼来集团也带来了多款全新创新药物,“进博会是全球企业共享中国机遇的重要窗口,我们多次参加进博会,感受很深。”礼来集团副总裁德赫兰说,“我们一直以来注重稳健发展、长期陪伴,争做健康中国建设的坚定同行者,中国百姓美好生活的守护人。”

全球美食端上中国餐桌

本报记者 刘温馨

由秘鲁钱凯港直送上海的有机蓝莓、新获批输华的新西兰软枣猕猴桃、进博会上首秀的西班牙樱桃……从田间到舌尖,本届进博会让更多的美食从全球农场端上中国餐桌。

走进麦德龙展区,阿根廷黑安格斯牛排、瑞典燕麦奶、银鳕鱼、黑虎虾等多款产品的香气扑面而来。“西班牙黑猪脊排肉质鲜嫩多汁,还富含天然橄榄油香气,这是我们首次引入中国市场。”展台工作人员介绍,泰国榴莲冻干、巴西原切肥牛卷、马来西亚方便菜等来自新兴市场的高性价比商品为消费者增添新选择。

麦德龙商业集团有限公司首席执行官蔡天乐表示,今年麦德龙带来了来自21个国家的130款特色商

品,其中在中国市场首次上市的新品数量较上届进博会增加近50%。

全球风味让人眼前一亮的同时,各大品牌也十分注重让美食更营养更健康。雀巢集团带来怡养益护因子中老年奶粉,采用全进口奶源,一杯奶粉含有多重关键营养素。乳制品公司阿拉福兹带来可酷优椰子味巧克力牛奶、阿尔乐欧式田园风味奶油奶酪与原味减脂奶油奶酪三款全球首秀产品,配方简单干净、口感浓郁独特,能更好满足消费者对营养均衡的需求。

“中国市场为品牌带来广阔机遇,我们将持续加码创新研发,努力将更多天然、营养与健康的优质产品带给中国消费者。”阿拉福兹副总裁程悦表示。

智能技术升级家电体验

本报记者 张安宇 吴凯

家中发生漏水、煤气泄漏等异常,智能家居传感器可向手机、电视等设备发送警告;刚买的橙子放入冰箱,人工智能算法自动识别新鲜度,并给出保质期……在本届进博会消费产品展区,各种智能化绿色化家电产品让人目不暇接。

“我们在牙刷头底部放置了一枚芯片,与手机上的APP相连后,就能让用户了解牙齿是否刷干净。”在飞利浦展台,工作人员向参观者介绍,牙刷看似不起眼,使用频率却很高,用上智能技术后,能够记录消费者的使用习惯,助力口腔护理。

智能技术的运用还让家电更节能。艾恩科技展出的空气净化器可以实时监测空气质量,实现自动启停,降噪又节能。“我们希望将空气净化器打造为‘静默家

电’,用户无需干预,自主实现高效率低功耗运作。”艾恩科技总监吴燕介绍。

同样是空气净化器,艾可爱尔展台上,形状像圆饼一样的空气净化器引起了不少关注。艾可爱尔中国大客户销售总监韦伟伟介绍,仿生技术的运用,让该款空气净化器的形状从“方盒子”变为“圆饼子”,并具有降噪运行、节能降耗等优势。

“中国消费者对‘科技+文化’产品的偏好、对绿色健康的追求驱使我们进行创新迭代。我们将利用好进博会这个理念交流、文化互鉴与战略合作的全球性平台,将更多创新产品带给用户,诚意回馈中国消费者多年来的信任。”艾可爱尔全球首席执行官弗兰克·哈姆说。

运动装备激发消费潜力

本报记者 屈信明

踩上踏板、把握好杆、戴上VR眼镜,一瞬间,观众便从进博会场馆来到冰川雪原,驰骋雪道……“作为滑雪爱好者,我觉得这样的装备很实用。放在家里,即使不是雪季,也能随时体验滑雪的乐趣。”体验者王勇说。

在消费品展区体育户外专区,VR滑雪、模拟冰球冰壶、双人体能挑战赛等互动体验活动吸引不少观众。本届进博会积极呼应“冰雪经济”“体重管理年”等带来的消费新需求,在体育户外专区内打造体育互动体验区。“动起来真有意思”“更愿意体育消费了”,是不少观众的感受。

活动丰富多彩,展品也创意十足。调整服装内充气囊,可更好适应环境温度,户外运动更舒适;通过测定足底特征,精准推荐合适跑鞋……在耐克展位,一件

件创新产品兼具新意和实用性,帮助消费者更好体验运动乐趣。

“多年来,耐克见证了中国体育事业的成长,将继续扎根中国,助力中国体育事业发展。”耐克相关负责人董炜说。

在乔山展位,“AI+物联网”家庭健身系列产品引人注目。“我们展示家庭健身新生态,不局限于单一器材使用,而是覆盖健康管理全流程。”乔山集团相关负责人李永楷说。

不只是消费产品展区,在农食产品、医疗器械及医药保健等展区,还有不少低糖健康食品、个性化运动健康装备、智能膳食追踪设备等创新产品,这些产品不仅有助于消费者更好实现健康生活方式,还将激发更大的健康消费潜力。

贴心设计呵护“一老一小”

本报记者 齐志明 吴凯 张安宇

“一老一小”事关百姓切身福祉。本届进博会上,面向老人与小孩的优质产品与服务继续“上新扩容”。

在消费品展区,抖音电商全球购携手100多个国际品牌商家参展,众多商家在会场开启优质进口商品的直播带货,其中,面向银发群体的膳食营养品是热销产品。来自英国的保健品品牌薇薇贝尔颇受老年消费者喜欢,连日来,直播间下单量不断走高。在农食产品展区,蒙牛旗下的妙可蓝多展示的多款奶酪休闲与功能性产品吸引许多参观者打卡体验。近年来,妙可蓝多积极开拓奶酪消费场景,在产品创新上持续发力,覆盖儿童、青年、中老年等群体。

适老化改造更加人性化。老年人一旦不小心跌

倒,如何把伤害降低?在松下集团展台,一层约半厘米厚的黑色网状材料引人注目,用手使劲按压,能够感受到弯曲变形。“我们面向老年人推出的减震地板就铺在这种弹性缓冲材料上,通过更加人性化的设计,让适老化改造改到老年人心中。”展台工作人员代红丽说。

儿童玩具融入传统文化。摇一摇一侧的手柄,几匹“骏马”的“马腿”交替摆动,好似奔驰在广阔的原野。这款乐高积木引来许多人驻足观看。“马年就快到了,这款积木蕴含‘马到成功、鸿运当头’的美好寓意。希望孩子们能在玩乐过程中感受中国传统文化。”乐高展台工作人员说。



图①:中外客商在第八届进博会上洽谈。

唐克摄(人民视觉)

图②:参观者在了解一款自行车。

王初摄(影像中国)

图③:参观者在体验智能睡眠系统。

王初摄(影像中国)

图④:展台工作人员在演示一款楼梯机。

王初摄(影像中国)

现场评论

优质供给展现消费新图景

刘温馨

身处上海,博览世界。这些天行走在“四叶草”中,细览展区,不禁感慨,无论是全球高精尖技术还是与日常生活息息相关的产品和服务,正在以前所未有的速度进入寻常百姓家,为提升生活品质提供了丰富多元的新选择。

“全球好物”密集亮相,展现消费新图景。近些年,借助进博会这一平台,越来越多优质产品在中国市场从首发变热销,助力消费者的高品质生活。

运用创新面料的户外装备,让潮流运动成为新风尚;从新西兰乳品到东南亚精品水果,让味蕾的探索得到满足;设计精巧、功能强大的清洁机器人落地,让家居生活更加智慧;聚焦慢性疾病的医疗产品亮相,护航健康生活……更高端、更智能、更绿色、更舒适、更便利、更安全,创新的优质产品和服务供给正在转化为千家万户的获得感、幸福感、安全感。本届进博会上,461

项新产品、新技术、新服务集中展示,不断丰富着消费者的“购物车”。

14亿多人组成的超大规模市场持续升级,为全球发展注入更多稳定性和确定性。西班牙小镇吉汇罗,每年出产西班牙约60%的伊比利亚火腿。香气四溢的火腿连续8届参展进博会,订单飞速增长,带动了当地产业链发展,也提供了更多就业岗位。一个个吉汇罗这样“与天下同利”的故事,是“让发展成果更多更公平惠及各国人民”的生动实践。

万商云集,汇聚美好生活的图景;浦江潮涌,见证开放中国的胸怀。透过进博会这一窗口,我们看到全球的创新浪潮与亿万人民对美好生活的向往同频共振。随着中国开放的大门越开越大,这场一年一度的“东方之约”将不仅为中国的高质量发展注入新动能,还会为世界带来更多精彩。

本版责编:杨远帆 林丽鹂
申少铁 王云杉 李君强
版式设计:蔡华伟

下图:农食产品展区,参观者络绎不绝。

人民网记者 翁奇羽摄

