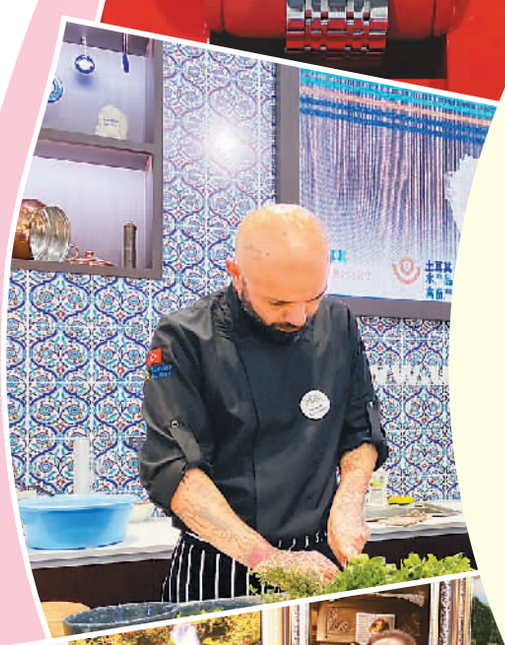
第二届中国国际进口博览会 特别报道

进博会这么大，我们一起去逛逛

▶日本川崎重工带来的摩托车。
本报记者 **王俊岭**摄

▼瑞士天梭表推出的进博会限量珍藏款腕表，全系列后盖均镌刻中国国际进口博览会的中英文字样。
本报记者**李 婕**摄



▼法国参展商正在展台制作法式料理。
本报记者 **王骁波**摄

11月6日，第二届中国国际进口博览会进入第二天，越来越多的人来到展馆，看展品，谈合作，下大单，场馆中一片热闹繁忙景象。

各国企业秀出了哪些“宝贝”？展区内人气最旺、颜值最高的是什么？又有哪些精品、炫品即将从展馆走入市场？本报记者走访汽车、装备、品质生活、科技生活、医疗器械及医药保健、食品及农产品等主要展区，带您一起“探宝”。

▶伊朗商人穆斯塔法展示具有当地特色的油画。
本报记者 **王俊岭**摄

▶法国医药健康企业赛诺菲“生命树”展台别具一格，集中展示其创新产品。
本报记者 **王俊岭**摄

众多新发明、新产品精彩迭出，好看、好玩更好用——

“黑科技”潮流范儿十足

本报记者 **李 婕**

“Hi Roboy，你好！”

“你好！大家好！”

“能不能向大家介绍一下你自己？”

“我是第二代 Roboy，这是我第一次来到中国，很高兴认识大家。（微笑）很高兴能来到进博会。”

在进博会现场，一个名叫Roboy的机器人“小男孩”成了人群中的“开心果”。这是德国企业英飞凌带来的一款3D打印机器人，借助半导体技术、创成式设计和超现代化的技术加工工艺等一系列创新方法，Roboy身上“重现”了人类的骨骼、肌肉和肌腱。

科技将怎样改变生活？在本届进博会上，诸多“黑科技”、新发明、新产品精彩迭出，好看、好玩又好用。

当你结束了一天的辛勤工作回到家，走进客厅，采用英飞凌雷达芯片的台灯在你靠近时就能自动开启；当你疑惑垃圾到底该如何归类，用来自思爱普的智能系统扫描物体，就能轻松鉴别；一架来自施坦威的钢琴，装载了自动演奏录音系统，相当于自带一个“录音棚”，弹完一段还可现场编辑，全球直播功能也即将上线……

从综合电子及家电、AR和VR人工智能机器人，到消费电子及智慧生活、健康科技及汽车电子，科技生活展区汇聚160多家企业的展品。

在品质生活展区，同样高级感十足。“AI素颜仪”、全球首发的Opte精准护肤系统、虚拟染发镜、定制化精华液配方仪、全球首个不用电池的皮肤环境探测仪……宝洁、欧莱雅等企业带来一系列美妆科技前沿产品，引得现场许多观众挪不开眼和脚。

宝洁公司今年首次在进博会上正式设展，他们从来自全球的70多个宝洁品牌中精挑细选出高端、优质的品牌和产品。“中国消费者已经成为世界上‘最挑剔’的消费者，唯有高端、超高端领域的新产品、新形态和新品牌才能满足他们的口味。”宝洁大中华区传播与公关部副总裁许有杰说。

专注细节，匠心独造。一些品牌甚至留下了专属的“进博印记”。借鉴进博会吉祥物“进宝”、瑞士雪山、进博会官方logo及国家会展中心四叶草造型的设计灵感，瑞士天梭表为进博会开发了首个合作款计时器，并成为首个参展进博会的传统制表品牌。

融入尖端科技，一款款首发亮相的高端装备更让人大开眼界。霍尼韦尔在互联飞机展区展示了JetWave卫星通信系统，可提供全球无缝覆盖和高达120兆比特/秒的宽带数据网络，让乘客一飞冲天的同时还能继续“网上冲浪”。GE医疗人工智能CT系统，能为医生提供更加有利于精准诊断的影像信息，使患者受益。

美妆及日化用品、家具及家居用品、服装及服饰配件、智能装备，上千家企业的优质展品竞相打造未来的美好生活，浓浓的科技范儿、潮流范儿！

进博会不仅带来舌尖上的盛宴，更为全球美食走进中国搭建舞台——

在展馆就能“吃”遍全球

本报记者 **王俊岭**

民以食为天，美食无国界。在第二届进博会的各大展区，食品及农产品展区不仅是规模最大的展区，给观众的感受也最为直接。新西兰的风干海鲜、阿根廷的牛肉、西班牙的蓝鳍金枪鱼、土耳其的冰淇淋、希腊的酸奶、德国的啤酒、哈萨克斯坦的巧克力、印度尼西亚的棕榈油……在展区内，观众可以看到来自五湖四海的特色美食。不夸张地说，即便是刚吃饱饭的人，逛上一圈，也会食欲大增、胃口大开。

食材成为第一卖点。在新西兰丰盛湾集团公司的展台，鲍鱼干、青口贝干和深海雪鳌鱼花胶被整齐地摆放在几只精致的餐盘中，让人感受到大自然的那份慷慨。每样产品旁边，都有一张广告贴，上边不仅有企业的微信公众号，还有风干海鲜的实用烹饪指南。

“洋特产”种类丰富。如果说首届进博会时很多国外参展企业只是带来一两款经典产品“试试水”，那么在第二届进博会上可以明显感受到每家企业产品的种类更加丰富了。走进印尼迈大集团的展区，人们仿佛进入了一个零食乐园，威化饼干、切达干酪、白咖啡、夹心棒、营养麦片、婆罗摩山天然矿泉水等，可谓囊括了印尼甜点的精华。不远处，土耳其农业信用合作社带来的“洋特产”，从葵花籽油到烤榛子应有尽有。其中，仅原装谷物一项，就包括了碾碎干小麦、细碾碎干小麦、绿扁豆、黄扁豆、芸豆等多种规格和型号的产品。

扎根中国愿景强烈。与去年相比，第二届进博会食品及农产品展区出现的变化，还体现在参展企业来华的营销理念上。走进法国达能集团展区，最先映入眼帘的不是达能在华推介的最新产品，而是一个主题为“百年达能，献礼中国”的小型回顾展。这个展览通过时间轴的形式，将达能来华发展的每一个重大节点、精彩瞬间串联起来，不同时代的消费者驻足其间，都能从这个时间轴中找到自己舌尖上的记忆。

第二届进博会食品及农产品展区的外国商家们吸引消费者方式也更多了：有的在展区布置了大型音响设备，播放独具特色的民族音乐来“带节奏”；有的制作了精美的宣传手册，让美食的视觉美感达到极限；还有的求新求鲜，通过现场制作让观众一饱口福……在进博会，你可以吃到来自全球各地的美食、品尝五湖四海的美酒，更有机会看到这些美食的制作工艺，跟这些美食的生产者交个朋友。

对“吃货们”来说，进博会不仅仅是在这短短6天带来舌尖上的盛宴，而且是为全球各地美食走进中国消费者的日常生活搭建舞台、打通渠道、提供机遇。这正是开放的题中之义。

3万平方米的汽车展区，生动演绎着汽车业的过去、现在和未来——

来一趟汽车“穿越”之旅

本报记者 **邱海峰**

“现在我将根据您的心情构造出最佳环境！”坐进起亚汽车的情感体验车内，满满的未来既视感。

“您有一些疲倦，来欣赏一段乱打秀吧！”随着车内前部视频上韩国特色表演节目乱打秀的音乐、鼓声响起，座椅随之开始震动……这辆基于人工智能技术的汽车，可通过识别乘客的面部表情及心跳次数等信号，将车辆内部的声音、照明、视频、香气及震动座椅等调整到最佳状态，为乘客提供舒适的驾乘体验。

看着记者体验的过程，不少观众在车旁跃跃欲试，准备上车体验一番。

“四叶草”展馆内，3万平方米的汽车展区，来自16个国家和地区的近60家企业参展，生动演绎着汽车产业的过去、现在和未来。在这里，记者开启了一趟汽车“穿越”之旅。

走进古董车展区，5辆充满历史感的古董老爷车瞬间将人带回到20世纪。其中，“年龄”最大的是103岁的斯图茨勇士，被誉为那个时代的终极跑车；1957年的红色玛莎拉蒂450S，是上世纪50年代速度最快的赛车之一，被不少人称为最炫酷的跑车。

告别古董车，现代、福特、奔驰、宝马、奥迪、丰田、本田、特斯拉等各大国际车企带来的多款新车型吸引了记者目光，70多种首发产品和创新科技在这里集中呈现。

在面积较首届扩大3倍的依维柯展位上，两款亚洲首发的进口依维柯成为参观者关注的焦点，不时有采购商前来询问价格。

依维柯中国区总经理汤姆·克劳奇表示，第二届进博会上，依维柯共带来5款车型，其中依维柯明星车型New Daily 2020正式在中国上市，并提前满足国六B阶段排放标准。“依维柯的产品致力于提供智能化、定制化的服务，与各种使用场景相结合，为客户提供助力，成为充满智慧的合作伙伴。”

充氢5分钟，续航800公里，行驶过程中还可净化空气……在现代汽车展区，其最新一代氢燃料电池车NEXO的实车及剖面车呈现在观众面前。工作人员介绍，NEXO可在零下30度的环境下实现冷却启动，而且在行驶过程中可净化空气中的灰尘及污染物质。今年，现代汽车集团携旗下的现代、起亚以及豪华品牌捷尼赛斯等三大汽车品牌共同参展，展区面积达到1400多平方米，是首届的2倍多。除了实车，现代汽车集团还在中国首次展出氢燃料电池概念卡车、全球首秀高端轿跑车概念车等。

随着科技快速发展，新能源汽车、自动驾驶汽车对消费者来说越来越触手可及。借助进博会这一平台，各国车企纷纷亮出他们的技术成果：丰田汽车首次在中国展出新一代氢燃料汽车概念车以及使用燃料电池技术的载人月球车等；宝马带来全新宝马i8混合动力双门超级跑车；奥迪展出即将国产的纯电动SUV……