



新时代 共享未来

NEW ERA, SHARED FUTURE

自如切换生活方式,现场开启沉浸式体验之旅

亮眼展品准备就绪,未来生活场景搬入馆内



首届中国国际进口博览会的中国馆,将展示中国改革开放的巨大成就及中国发展、共建“一带一路”给世界带来的新机遇。

本报记者 赵立荣摄

■本报记者 王嘉旖 徐晶卉 周渊

争分夺秒的布展今天步入尾声,“四叶草”——国家会展中心(上海)内的各路亮眼展品已准备就绪,静候这场不一般盛会的华丽开场。

最大展品金牛座龙门铣、AW189超中型直升机以及功能各异的智能汽车等,将点亮人们关于智能生活的美好想象;从全球各地远道而来的美食美酒,拼出一幅难得一见的“舌尖地图”;一个个具象的未来生活场景被各路参展商直接搬入馆内,人们可以在这里自如切换中意的生活方式,开始一场沉浸式体验之旅……

“世界厨房”佳肴等候世界客人

位于7.2馆和8.2馆的食品及农产品展区显得“秀色可餐”。西班牙伊比利亚火腿、泰国金腰带芒果、波士顿龙虾……短短六天内,这里俨然一个“世界厨房”,汇集全球各地的美食美酒,成就食客们的美味体验。

步入展区,面积达500平方米的正大集团展台第一时间闯入人们视线。坐落于展台角落的树状模架展示架别具特色,货架上面齐齐整整地摆放着从泰国运道而

来的西瓜、南瓜、彩椒、洋葱等农产品,看上去颇为可爱。将视线调转至展位中央,一个开放式厨房视野开阔。展会期间,这里将为参展商提供泰国各地的小吃。据现场工作人员透露,未来这些展台上的美食都有机会进入中国超市,出现在更多中国消费者的餐桌上。

美味的巧克力与健康的牙齿一定不可兼得吗?记者得到了一个不一样的答案。首次进入中国的一款乳酸菌巧克力可可含量高达79%,其中主要使用了青岛大学教授三川浩树发现的“L8020乳酸菌”。人们印象中的乳酸菌产品通常用于调理肠道菌群,而这款“L8020乳酸菌”专门用来控制口腔菌群。经过24小时的抗菌活性试验,这款巧克力的抗菌活性可高达99.9%。人们在享受巧克力醇厚甜蜜滋味的同时再也不用担心可能引起的健康问题。

联邦快递带着“法老”降临现场

进口博览会专为服务贸易辟出了单独展区,这也标志着服务贸易作为新兴增长点日益受到关注。进入服务贸易展区,目光一定会被一块硕大的“停机坪”牢牢锁定。“停机坪”上停靠着联邦快递(FedEx)最新的B777货机模型,一旁的纯

电动汽车则正准备将新鲜送达的货物运往各地。“联邦快递的飞机带着全世界的好东西降落在进口博览会现场。”现场工作人员如此阐释他们的布展寓意。

约180平方米的开展展区通过开放式布局带给观众沉浸式体验。这架飞机的里里外外都颇具深意:驾驶舱是一个身临其境的VR(虚拟现实)体验区,参观者戴上VR眼镜便能体会快速分拣系统高效的物流操作;机身内部则运用三维影像展示了联邦快递对医疗保健、电子商务以及汽车三大垂直行业领域的物流解决方案。

记者注意到,机舱内还有多个联邦快递曾运输过的稀世珍品的仿真实物模型。比如,今年3月联邦快递承运过的3300年前古埃及新王国时期法老图坦卡蒙模型。据介绍,联邦快递当时还特地为这些稀世珍宝定制了倾角感应器的集装箱,并使用了带温控系统的卡车进行运输。

在此遇见未来交通的无限可能

无人驾驶、智能操作系统……在过去的一段时间里,人们畅想着智能交通的多种未来。然而,既能在道路上运行,又可在轨道上通行的汽车你或许从未听说。在此次进口博览会上,顶孚科技(Topinfo)将在

现场展示一款CARail路轨系统,它主要由运动底盘、载客车厢、流轨等部分组成;当载客车厢与运动底盘相结合时就是“道路无人驾驶”模式,为人们提供个性化交通方案;当汽车行驶到容易发生拥挤的城市核心路段时,它的车厢可以与底盘剥离,从而接入类似回环转司盘的流轨,进入“轨道无人驾驶”模式——此时,人们就进入了共享路段。流轨的特别之处就在于,它是整体连续运动的运输轨道,在到达指定目的地之前不停靠任何中间点位,因而可以始终保持高速度通行,避免交通拥堵。

据设计团队此前的测算,CARail路轨系统每天能帮助每位市民节省1小时通勤时间。这种汽车加地铁的新颖交通方式也可以被看作是一种“分层交通”,通过提升地下轨道的运行效率,将地面道路交给行人和慢行交通,营造更好的城市交通体验。

对于未来交通的设想,每位参观者都有自己的诠释方式。在宝马前灵魂设计师克里斯·班戈眼中,未来汽车,就是人们的智能移动空间。穿行于大街小巷的汽车不只是我们的交通工具,它可集客厅、会议室、影院、母婴室、更衣室于一体。在Redspace这个四四方方的空间里,人们的多样化需求就可以一次性被满足。

展品扫描

京都染织,展示平安时代传统技艺

■本报记者 周渊

本次进口博览会上,日资百货公司高岛屋将呈现三洋(Sanyo)风衣、山水(Yamaki)衬衫等日本传统品牌服饰,同时还会展出西川牌床上用品,以及运用日本传统工艺制作的龙村织物礼服套装等等。展品既符合现代潮流审美,也融入了日本传统工艺技术。

日本京都传统的染织工艺有着悠久的历史,最早可以追溯到平安时代(794年-1192年)。京都传统染织的编织方法不仅多样化,色彩印染也十分丰富,更诞生了各种各样的花纹设计与制作技法。

展会现场,高岛屋将带来一套“龙村美术织物”女式套装,展现极致的京都传统染织工艺。据介绍,“龙村美术织物”被广泛运用于日本古代织物修复及复原,著名的法隆寺与正仓院中的美术织物修复也运用了该技术。这套大红底色金丝织锦的套装既融合了日本和服的传统工艺,也同样适合追求个性和时尚的年轻人。

“断舍离”风盛行,越来越多消费者希望能够长时间使用一件优质商品,三洋风衣就是其中的最佳代表。三洋的第一件风衣诞生于1946年,以“用之美”作为企业理念。这个发源于日本的风衣品牌以“传统与革新”“日本代表”“良品”三个关键词向日本国内外传达“好的东西要长期、珍惜使用的日式文化”。

三洋风衣的细节同样可圈可点,比如防水防风的衣领和袖口,衣领背后装饰纹样“三洋之格”也带着歌舞伎文化的烙印……三洋以制作不会被时代淘汰的风衣为目标,其独特的水洗工艺营造出永不过时的“古着风”。



中国国际进口博览会现场,高岛屋展出的镶有京都传统染织作品的成衣。 本报记者 叶展亮摄

物联网联手3D打印,定制面膜技术“中国首秀”

■本报记者 徐晶卉

面膜是爱美女性的护肤必备,但“千人一面”的面膜或许并不贴合你的脸,定制面膜的需求激增。在本次进口博览会上,韩国参展商爱茉莉太平洋将带来首创的定制化面膜技术,这也是这项技术第一次走出韩国向海外消费者展示。

定制化面膜结合了最新的物联网技术和3D打印技术,从面膜精华液到面膜载体,可实现全流程的度身定制。爱茉莉相关负责人表示,进口博览会现场安排了定制3D面膜的展示,参与者可以先通过专业仪器分析自己的肌肤类型和肌肤问题,然后研究人员会利用物联网技术现场对比并定制精华液。随后,再根据顾客的三维面部形象,利用3D打印机现场定制面膜。

这项技术是爱茉莉集团去年推出的,由集团研究中心的科学家、韩国工业技术研究院、韩国3D打印制造商Lincsolution团队共同研发。

爱茉莉太平洋此次入驻进口博览会服装服饰及日用消费品展区,展区将以“创新引领亚洲之美”为主题,旗下参展的品牌包括雪花秀、兰芝、悦诗风吟、赫妍(Hera)、吕等。为了更立体地展示爱茉莉太平洋的创新技术,展区还安排了彩妆秀、定制双色唇膏等互动体验。其中,定制化双色唇膏也是爱茉莉的一大创新,它可以在将近800种颜色中找到最匹配顾客肤色的双色搭配——届时,参展者可以通过现场App软件测试一下哪两种颜色最适合自己,并在研究员的指导下找到适合的产品。

近千家企业展示引以为豪的食品农产品

本报讯(记者王嘉旖)民以食为天,对于普通百姓来说,特色食品及农产品无疑是进口博览会上最“接地气”的热门展品。其实,相关参展商的报名也十分火爆。据了解,来自全球100多个国家和地区的近1000家企业将在这场盛会上全方位展示他们引以为豪的国民食品 and 各类农产品。根据食品种类的不同,6万平方米的展示面积将被划分为乳制品、蔬果农产品、肉制品和水产品、休闲食品甜调味品、酒类和饮料等五大专业展区。

雀巢、达能、菲仕兰、恒天然、纽仕兰这些人们耳熟能详的全球大牌乳企将作为他们的乳制品注入更多科技活力,为中国消费者提供更多元化的乳制品选择。此前,包括恒天然在内的一些新西兰大牌乳企主要作为原料供应商出现在中国市场,此次进口博览会上的单独亮相将使中国消费者和企业更充分了解这些来自新西兰的乳制品品牌。同时,中国消费者还有望在现场与新西兰开奶季的冠军牧民近距离接触,聆听新西兰牧场上的有趣故事。

蔬果、肉类等农产品也是人们关注度颇高的展品类型。随着生活质量的不断提升和“大健康”概念的普及,人们更偏爱生态有机产品。作为占据新西兰羊肉市场份额首位的企业,新西兰银藏农场将带来

牛排、雪花牛肉、牛眼肉、牛腱子等十多种新西兰纯天然绿色草饲牛肉产品。展会现场,人们还有机会试吃到这些在天然环境中饲养的各类肉制品,细嫩多汁、香气四溢。在蔬果方面,除了我国传统水果供应国之外,一些新兴国家和地区也将带来他们的国民产品,包括多米尼加等。

除了日常的乳制品、蔬果肉类之外,还有更多的休闲食品、酒类饮料也将登陆进口博览会满足人们的“进阶需求”。巧克力一直都是不少人的“心头好”,咬一口,甜蜜滋味便沁入心脾;不过,含可量从30%到100%的各类巧克力品种分别是什么滋味?大概很少有人能辨识清楚。来自奥地利的巧克力品牌珍得不仅将进口博览会作为产品展示平台,更想借此机会向人们传递巧克力背后的美食文化。从澳大利亚远道而来的澳佳集团也将这一盛会视为传承美食美酒悠久历史文化的黄金机会。此次他们将在进口博览会上展示一款联合卡氏家族共同研发的高端红酒,这一款红酒的原料来自一株1914年种下的葡萄藤,十分珍贵。



在食品及农产品展区,展商打出了“世界厨房”的口号。 本报记者 叶展亮摄

中国·上海 | 2018.11.5—11.10

