

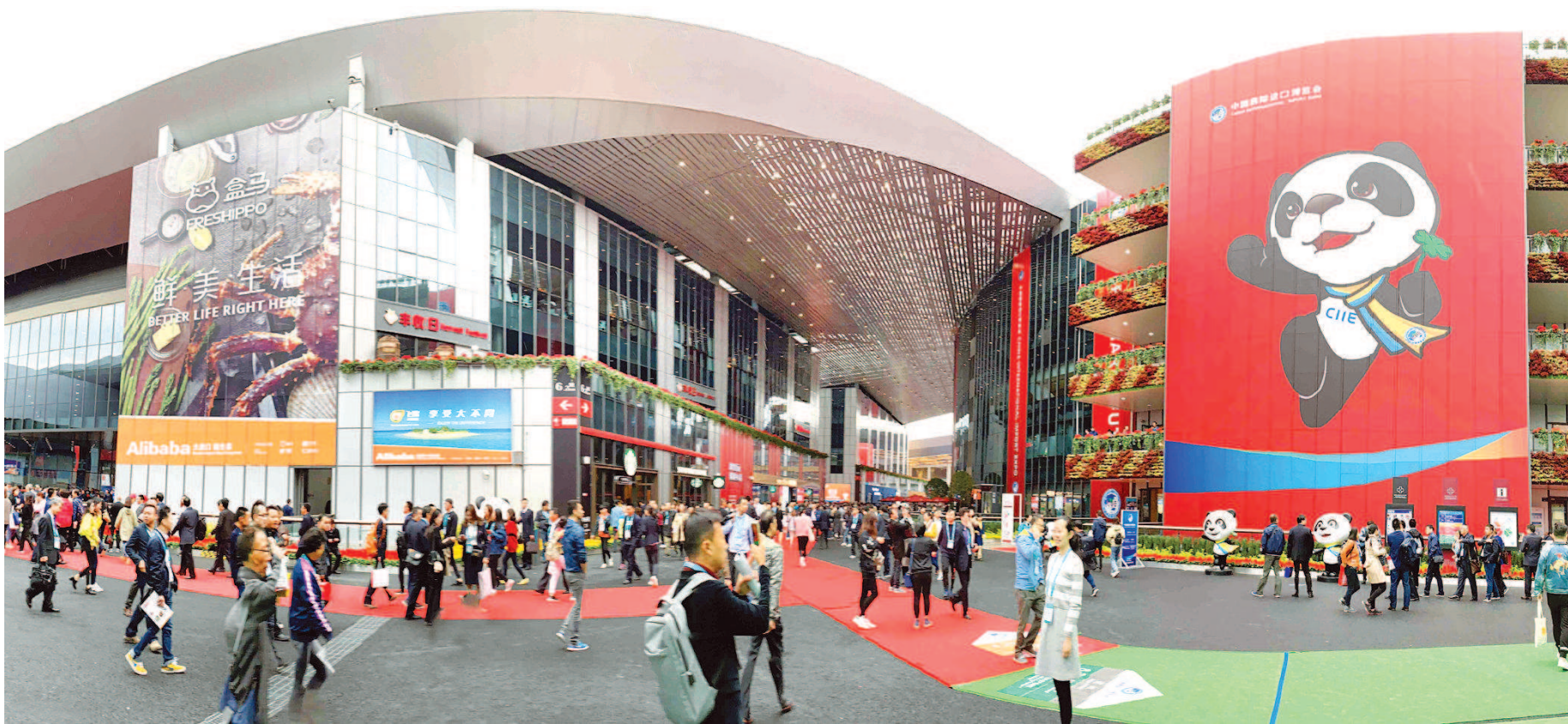
新时代 共享未来

NEW ERA, SHARED FUTURE



团体观众大客流首次涌入进博会展馆

大开眼界的同时也有更多期待



昨天,首届中国国际进口博览会除展商和交易团专业观众外,迎来了社会团体观众大客流。在警方和安保人员、志愿者的疏导下,现场观展平稳有序。 本报记者 赵立荣摄

■本报记者 李静

“好吃好玩儿”“大开眼界”“以后不用出国买了”“来展会取经的”“期望有更多高科技产品”……今天和昨天,进博会除交易团专业观众可继续参展外,还增加了团体观众实名制观展。他们参观热情高涨,对展品充满好奇,研究互动,气氛热火朝天,同时,在热门和明星展品前大家都自觉排队,秩序井然。记者在现场听到不少社会观众的感叹和评价,点赞进博会,更提出对今后展会的期望。

中国馆是很多观众的第一站

要说观众最喜爱的展馆,包括中国馆在内的国家馆不得不提。昨天一大早,杨浦区居民林阿姨就和几位邻居好友相约赶到“四叶草”——国家会展中心(上海),径直来到国家展中国馆,先和馆里的吉祥物“进宝”合影,再与展馆名称和进博会英文缩略语 CIIE 字样来一张合照;看完复兴号、C919、ARJ21 的模型后,他们排队体验高铁AR(增强现实)驾驶。“馆里展示的就让我心潮澎湃,非常自豪。这里是第一站,后面所有场馆都想去看一遍。”林阿姨开心地说,姐妹们都穿了平底皮鞋,便于走路。家住宝山区的江海宝和张家贵步履匆

匆,满眼全是新奇感,边看边讨论。“中国馆呈现了我们国家改革开放以来的巨大成就,令人印象非常深刻,很震撼。而在家门口就能看到世界各国的先进技术优质产品,让我大开眼界,以后很多东西都不用出国买了,消费更加方便。我们最关心与民生有关的吃、用、家居产品,希望产品健康绿色,一会儿我们要重点看这几样。”江海宝说。

食品及农产品展区人头攒动。静安区居民吴小小和三名同事来到这里,把感兴趣的各国美食展台逛了一遍,吃了现烤香肠、牛排、意面……“我们昨天做了攻略,今天先来尝一尝,过瘾了才去逛其它馆。”而肖女士到食品馆后也是收获颇丰。她试吃了菲律宾芒果干、巴西烘焙咖啡和斯里兰卡红茶,“变身”美食家点评起来,“芒果干酸甜可口,红茶有果香,咖啡香浓,还有一点酸,好吃好吃,回去就下单”。

在服装服饰及日用消费品、消费电子及家电、汽车、智能及高端装备等展区,很多观众都在好奇地探究每件展品的精妙之处,不少人举着摄像机、相机和手机拍个不停,在热门展品和进宝前拍照留念。

没有一个展馆是“冷门”

从团体观众观展流向来看,进博会八大展馆中没有一个“冷门”展馆,普遍都很

受欢迎,即使在专业性较强的服务贸易、医疗器械及医药保健、智能及高端装备展区也是人流如织。

来自安徽安庆市的江淮酒和同事各抱着一个大旅行箱,逐个拜访服务贸易展区旅游相关展台,拿资料并简单询问交流。“我从事旅游业三十多年,去过很多国家谈业务,现在在上海就能接触到全世界的旅游资源,机会非常难得,我们想建立一些合作关系;同时还带了两只空箱子来,打算多收集一些资料,回去研究开发旅游新产品。”江淮酒说,这几年随着经济发展和生活水平提高,旅游业发展太快了,出国旅游成为常事,因此他还开发了一些旅游相关的周边产品和活动。“这次希望有机会和各国旅游企业多交流,学习对方先进的管理经验。如果有时间,我还想去看看一些高科技、智能化展品,开阔眼界。”

在医疗器械及医药保健展区的日本株式会社安纳缇展位前,市民黄先生夫妇和邻居,正认真听企业工作人员介绍一款抑菌防流感非处方药。“我们都六十岁了,这个年纪最关注心血管和高血压方面的医药及健康保健品,来看看这些国外的展品,如果有合适的药品,以后买药也有了方向。”

智能及高端装备展区的高科技也让观众大呼过瘾。嘉定区居民徐彬在机械行业创业多年,以前都是到国外去参观、学习、接洽

相关业务,这次能在家门口看到世界各国的新科技产品,让他很满意、很珍惜。他拎着一个袋子,一路走一路交换名片,收集资料,一上午就装满了一大袋子宣传页,“希望明年我还可以来,这样就免得到国外去奔波了,一下子看够所有行业尖端产品。”

期待明年看到更多创新产品

记者昨天在进博会各展馆还发现,团体观众中也不乏业内人士,他们看展绝不是走马观花,而是围着展品仔细研究琢磨,并和工作人员交流互动,产品亮点和缺陷也能总结出一二。

从事医药行业的何先生在医疗器械及医药保健展区逛了一圈,认真地研究每个展台。“这些确实是各公司最新科技的展示,已经是行业内最好水平了。但展览中的智能展品太多,有些产品在行业内的应用已经很广泛了,希望各大医药巨头以后能拿出一些不同的科技创新产品,带来更多亮点。”

从事汽车行业田维焰在参观后也有同感。他和食品业的朋友一起特地从贵州赶来上海参加进博会。“汽车、食品、日用消费品我们都仔细看了。我期待明年的第二届进博会,希望届时能看到更多概念车和高科技产品。”

阿提哈德的“中国播种”

付等业务合作。进博会开幕以来,他们5日专程拜访南京航空航天大学民航学院,希望未来合作培训高技能飞行员等人才;6日,在展位接待各方参展者;7日,一队人又抽空赶去以上海为主基地的几家航空公司总部,推介飞行培训和机场维修业务;8日,廖颖继续跑出席博会去会谈合作……“进博会名额有限,很多人进不来,我们就抽空出去,在外面开了一些对接会。”

阿提哈德集团总部位于阿联酋首都阿布扎比,旗下包括阿提哈德航空公司、航空工程公司、机场服务公司和旅游管理公司等板块,其中飞机维修和飞行培训学院不仅服务其自身航空公司,还为西亚北非、欧洲、东南亚等地的十几家航空公司服务。

“以前,阿提哈德都以航空公司形象出现。此次进博会,集团所有业务板块主要负责人都到齐了。这还是首次。”廖颖说,进博会是一个好机会。她口中的“好机会”来源于实实在在的数字经济——近年来,中国入境阿联酋的旅游客流显著增长,2017年更是

同比增长60%,中国已是阿联酋第一大海外客源市场;今年初以来,到阿布扎比旅游的中国游客已超过27.42万人次,有望创下新纪录。

此次参展,阿提哈德旅游管理公司首先在中国找到合作伙伴,协议互为对方地接公司,瞄准中阿之间的旅游大市场。同时,集团开始和知名中国企业商谈,携手解决游客跨国移动支付等技术问题。另一个让阿提哈德看重的机会是中国民航业高速发展后对飞行员的渴求,飞行培训市场潜力巨大。阿提哈德2014年成立飞行培训学院,开展机组培训、安全培训及专业飞行员培训等,除了自家机组人员,也为其它航司培训。“中国很多航空公司选择到欧洲、美国、澳大利亚、南非去建培训基地培养飞行员,其实到阿联酋更近,才飞八个小时,又不需要办理签证。因为资金雄厚,我们的技术和课程会更加先进。”廖颖说。

据阿提哈德航空集团飞行培训学院总监波罗勒卡瓦介绍,学院课程是“以事实和

能力为衡量标准”的培训体系:从0到1培训一名飞行员,整个培训过程的每个节点都可追溯查看其表现和成绩,全面综合考虑,极其严谨。“有些人考试当天状态特别好,一下子就过了,但假如平时表现不行,可能也当不好机长;有些人考试不够好,但平时的训练很棒,会是非常优秀的机长,这套培训体系会综合判定一个飞行员的职业之路。与此同时,也可以根据不同航空公司机型型号和航线设计其专属培养方案。”

几轮会谈下来,波罗勒卡瓦和阿提哈德各业务板块负责人都非常满意。“前几年,他们都分别来做过推介,但收获有限。这次不同,一方面整个集团联动,阿提哈德航空公司在中国运营十年积累的人脉和资源都共享出来;另一方面,进博会上这些观众都是有相关需求的专业观众和企业负责人,主办方也帮忙联络对接,效果自然不同。”廖颖说,“对于中国和阿联酋的经贸和客流往来,我们一直有信心、耐心和热情,等待时机到来,收获合作成果。”

■本报记者 张晓鸣

电视机在不看时似乎没什么用处,放在客厅又占地方,那么,能不能把它变成有艺术价值的装饰品呢?进博会上,松下电器展出了一款透明电视,让人眼前一亮。

连日来,在各大展区,来自世界各地的食品、服饰、电器、日用品琳琅满目,吸引着观众们的目光。随着大众消费水平的提高,人们对美好生活的向往更多体现在了对品质消费、精致生活的追求。

没有“存在感”的电视机能卖高价

这是一款毫无“存在感”的电视机。当电源关闭时,透明电视机就像是一片普通的透明玻璃,与其它家居装饰品一起,装点居家空间,还可以作为架子使用,透过透明OLED显示屏,架子上摆放的装饰品清晰可见。然而,一旦开启电源,它就一秒变身为一台画面清晰、色彩丰富的电视机,可以说十分“拉风”。

据介绍,透明电视机的原理就是在两块屏幕中间夹入可以施加电压改变光的色散度和着色度的特殊调光薄膜,而主机部分则隐藏在屏幕之外,从而实现了全透明的视觉。当更薄、更清晰、更大屏的电视机相继推出之后,电视机厂家过去的做法是通过低价来吸引广大消费者,而透明电视机则试图通过创新来提升竞争力。

现场展出的55英寸透明OLED电视机是全球仅有的两台。据工作人员介绍,这台电视机的外观,定价都还没有确定,“估计不便宜,此次在进博会上展出也是要看一下市场的反应。”

事实上,创新科技产品已经离中国消费者的生活越来越近了。进博会上,A.O.史密斯公司展出的最新款甲醛净化器、净水热饮机、恒温水暖床垫等环境友好的新品;瑞士劳拉星(Laurastar)公司推出的全球首款智能熨烫系统,具有熨烫过程中智能计算时间控制风速速度等功能,哪怕丝绸、羊毛等敏感材质也能分分钟搞定。

追求健康的新品不愁卖

与此同时,进博会上,无论吃的还是用的,打健康牌的商品不胜枚举。

如果你无法入睡,在半夜经常醒来,或者在早晨起来,仍感觉筋疲力尽,白天嗜睡、烦躁、抑郁……此时你只有一个最大的愿望,睡一个好觉。加拿大一家公司展示了一款慢波睡眠仪,消费者只要呼吸“空气”就可安然入眠,一觉睡到大天亮。该公司亚太区负责人滕树杰告诉记者,传统的负离子发生技术在释放负空气离子的同时,会衍生有害健康的臭氧,极大限制了负离子的应用。他们研发的NAI芯片彻底解决了负离子发生时衍生臭氧这一难题,可作为各种应用的核心部分。据悉,睡眠仪预计明年一季度上市,价格在7000元左右。

让滕树杰意外的是,短短几天他已经找到了许多渠道商和投资者,还没上市就已获得了将近9000万元的订单。“这说明享受更高品质的健康正成为中国消费者的追求,大家也更愿意为健康买单。”他说。

在医疗器械及医药保健展区,许多企业都带来了尖端科技。比如,医科达发布了全球首台高场强磁共振放疗系统;诺发诺德公司全面展示了其在糖尿病及相关领域的创新研发成果等。无疑,更多国际品牌已看到中国大健康市场的无限潜力。对于国内企业来说,这同样也是值得关注的商机。



透明 OLED 电视机独特的欣赏体验吸引众多客商驻足。 本报记者 叶辰亮摄

