



唐人街、百货大楼、滑雪场搬进“四叶草”

一派妙趣横生，场景化、沉浸式触摸万国好物

■本报记者 徐晶卉 周渊

“四叶草”盛放，第四届进博会各大展区，新展品、新技术、新理念、新服务全面登场。为了在进博会上展现最佳形象，参展商们也真是“拼了”——今年，现场展台特装率高达95.9%，刷新以往三届的数值。走在馆内，场景化展台和一系列体验感十足的创新陈列吸引着人们目光，移步换景，妙趣横生。

万国好物装点未来美好生活，这是每年进博会带给大家最直观的感受。然而，这只是全球“大合唱”的一个小序曲。以“四叶草”为起点，每一件精心展示在我们面前的展品，都有可能在未来“6天+365天”产生无限创新的故事。

在“四叶草”里，与世界重逢

受疫情影响，国人出境游按下暂停键。但走在“四叶草”里，每时每刻，你都能感受到与世界的相逢——不仅全球好物都来了，展示方式也呈现出物产所在国当地特有的“氛围感”，让人足不出户“就能”一睹全球好物。

很久没去国外“买买买”了吧？没关系，历来承包进博会“网红打卡地”的消费品展区，这次请来了路威酩轩(LVMH)集团、历峰集团、开云集团，这是世界三大时尚高端消费品巨头首次齐聚进博会。路威酩轩将巴黎地标建筑莎玛丽丹百货大楼“搬来”现场，还原“买买买”的快乐。

进博会的食品及农产品展区，素有“世界厨房”美誉。进博会“四朝元老”上好佳复刻了菲律宾马尼拉市的唐人街，吉祥物“咕咕鸟”在门前热情邀请观众打卡，“唐人街”里熟悉的上好佳零食，与乐乐茶、盗墓笔记等国内IP的联名款美食依次排开，令人眼花缭乱。在“唐人街”的另一端则是马尼拉“王城”标志性建筑，象征着中国与菲律宾的深厚友谊和广泛合作。

在这个展区，你还能见到“城堡”“农庄”“草原”，这是由波兰、塞尔维亚、希腊及匈牙利4个国家展团联合设立的中东欧食品专区，展览面积超1500平方米，近60家当地特色食品企业参展，波兰乳制品、塞尔维亚特产蜂蜜、希腊顶级橄榄油、匈牙利“液体黄金”葡萄酒等特色产品成为“世界厨房”里一道别致的风景线。

“世界果篮”也上新了——都乐展台上，产量稀少的比利时红啤梨，源自荷兰，拥有紫色表皮、养慕鸡尾酒番茄等首发新品已揭开面纱。都乐中国品牌总监王娜说，都乐扩充了国际采购清单，新品开发和进口速度越来越快，还拓展了国内茶饮、健康餐饮等“朋友圈”，衍生出更广泛、多元的合作。

比拼创意，沉浸式体验成关键词

沉浸式体验，也是展商们比拼创意的一大关键词。穿上雪鞋、双板，手拿雪杖，你也可以在“雪道”上体验极速运动的快乐；玩累了，还能在车顶帐篷里小憩一下……以2022年北京冬奥会为契机，今年“四叶草”里有不少“冰雪奇缘”，众多体育品牌不约而同聚焦冰雪运动，带来滑雪、露营等体验。

首次参展的斐乐将全球首发VIST联名专业滑雪服，两台滑雪机占据展台“C位”，滑雪教练身着新品进行互动表演，观众也能亲自上阵体验一番。今年恰逢斐乐110岁生日，部分意大利斐乐博物馆的馆藏珍品也首次来到中国，包括1986年意大利滑雪国家队队服、1992年一件专为孩子设计的多功能滑雪服、2006冬奥会意大利队队服等展品。迪卡侬集团则将欧洲滑雪胜地勃朗峰搬来了现场，观众可以在天空、湖泊、雪山环境中享受冰雪运动的快感。

以“智能家电及家居”为主题的5.1号馆此次主打客厅化布局，你可以在此直观看到各类智慧家电在厨房、卧室、客厅的应用，率先体验一把未来美好生活场景。

烹饪生活区、嵌入式整体厨房区、温馨家庭区、厨房小家电区、高定橱柜、厨电区、商用厨房区……米技在现场搭了一个德式“小屋”，厨房里，全球首发的一体化烹饪平台集成平板灶已安装好。米技国际控股有限公司董事长季残月告诉记者，过去消费者在面对琳琅满目的产品时，往往不知从何入手，也不知如何搭配，针对这一痛点，米技以场景化定制为理念，搭建厨房，帮助消费者沉浸式体验更多产品。

13个专区，“展中展”凸显专业性

专业性，也是进博会步入第四个年头所呈现的另一大特色。在去年设置4个专区的基础上，今年进博会展示的专业化程度更高，增设集成电路、数字工业、美妆及日化用品、能源低碳和环保技术等专区，并在医疗器械及医药保健、汽车、技术装备3个专区分别为初创企业搭建创新孵化专区，共计13个专区。

“一位难求”的医疗展区，特装率超过97%，“创新飞船”“未来诊所”“健康星球”等展台承载着人们对健康生活的向往。今年，医疗展区还增设了公共卫生防疫、康复养老、生物医药、创新孵化4个细分领域专区，默沙东正在研发的全球首款口服新冠肺炎药物，“深睡眠体验馆”等就汇集于此。

全球排名前八的乳制品企业来了6家，乳制品专区的设立让食品及农产品展区“奶香四溢”，也更能促进中国与世界乳业的融合协作，助力中国乳业高质量发展。记者在位于2.2号馆的乳制品专区看到，这里大约有一万平方米，覆盖从液态奶、奶粉到奶酪、炼乳等各类乳制品，覆盖从牧场到生产环节到新品上市的全产业链。

本报记者 袁婧摄

罗氏带来一款5G远程超声机器人。



5G超声机器人远程寻找“患者”病灶

■本报记者 祝越

今年进博会医疗器械及医药保健展区的罗氏公司展台被设计成了一座宏大的宇宙飞船，象征着百年罗氏以创新作为引擎，与生态圈伙伴携手，共同加速推动中国生物医药创新发展。5G远程超声机器人被置于展台入口处的显眼位置，这一全球首款、可实现专业医生直接远程操控的超声探头，可对病人实施远程诊断。智能化的设计让远程诊疗显

得格外简单，在“通知”另一端的工作人员在患者患处涂上耦合剂后，这边的医生就能拿起仿形探头进行操作，而远程的真实探头则复现医生的手法进行早期筛查。展台上的远程诊断则被压缩在面对面空间之内，病患是充满各种病灶的模型，记者参与了这次像立体的“找茬游戏”一样的远程诊断。很快记者就找到了蛛丝马迹，超声图像中，一块黑色区域出现，截屏之后，一旁的工程师便提醒进行测量，很快自动生成报告就显示：发现长91毫米、宽39毫米的囊肿。而在其他区域的寻找中，也传来坏消息，由于形状不规则和回声不均匀，实时

超声发现了恶性肿瘤，提示需要后期对患者进行化疗或者手术切除。在检查列表列出诊断报告之后，记者结束了这段心情沉重的体验。不过，好消息是，随着专业报告的出炉，模拟的患者能够获得“对症下药”的尽早治疗。据了解，这一设备已在国内40多家医院使用，一根网线联通城乡医疗，面对着屏幕，贵州大山里的村民就能与几百公里之外的三甲医院专家“面对面”交流病情。在偏远山区，医疗卫生资源匮乏等曾是“民生瓶颈”，而远程医疗可大大压缩看病的时空距离。未来，老百姓做超声检查，也无需再前往大医院排队，就近预约机器人所在的

检查点即可享受优质服务与中国患者。本届进博会上，罗氏将与多家本土创新企业达成战略合作，共同推进癌症防治“早发现、早诊断、早治疗”生态圈建设。罗氏制药中国区总裁边欣表示：“得益于进博会强大的溢出效应，罗氏过去三年参展的多款创新产品已加速进入中国，进博会参展产品的临床价值得以充分释放，进一步满足中国患者的未足之需。此外，进博会也为连接生态圈合作伙伴，打造以患者为中心的生态体系提供了绝佳平台。作为进博会的长期伙伴，今年，我们期待更多创新成果借助进博会第一时间惠及中国患者，也将继续携手多方合作伙伴，聚力打造开放、合作、创新的本土医疗健康生态圈。”



①消费品展区FILA展台滑雪模拟机。本报记者 张伊辰摄
②消费品展区LVMH展台CHALING香水。本报记者 张伊辰摄
③雅诗兰黛集团携旗下在华销售的14个品牌和一些尚未进入中国市场的护发、护肤、彩妆品牌，亮相消费品展区。图为专业人员正在使用一款肤质分析仪为体验者进行皮肤测试。本报记者 袁婧摄

制图：冯晓瑜

感谢“机长”让“飞机”顺利降落

■本报记者 祝越

从小就拥有的机长梦，今年在第四届进博会技术装备展区的霍尼韦尔公司展台的飞机模拟机上实现了。在副机长落座后，指导人员示意记者坐上左侧的驾驶位。在颇有仪式感的座椅滑行就位后，记者接手了准备降落的“公务机”。

这台飞机模拟机，“主心骨”是一套智能操作系统，目前应用于湾流G650等高端公务机机型。此时，正对驾驶位的显示器里，飞机的飞行状态一览无遗，更特别的是，可以看到飞机外部的“实时景观”，当然这是合成的三维视图。

当下的任务是要将飞机航向对着跑道方向精准调整。副机长提示，目前飞机高度1800英尺，而在大约30秒时间内，记者要将代表绿色的飞行轨迹与降落时的蓝色区域实时贴合。

左手位的操作杆异常灵敏，记者一阵左右猛打方向后，飞机呈S型向目的地飞去，并处于极为不舒服的颠簸状态。好不容易缓缓校正方向，一声警报之后，飞机载到了跑道旁的绿化带中。跑道冲出告警系统基于飞机实时状态，迅速做出了绕行和及时使用所有可用制动装置的决策。

出师不利后，副机长重新启动了模拟机。复飞后，记者细微调整飞机左右航向，同时稳住上下飞行角度，竭力将绿色轨迹与蓝色区域实时重合。听到调整襟翼提示之后，缓缓抬升机头，在副机长的帮助下，飞机逐步打开襟翼，同时落下起落架和扰流板。伴随着“50、40、30、20、10、retard”的口令，记者双脚踩住刹车扎实地接，飞机顺利降落在跑道上，“恭喜你，这是标准的降落。”此时，身后围观的专业观众中也响起一阵掌声，感谢“机长”让“飞机”顺利降落。

缓缓滑出座位后，记者以旁观者的

角度发现了更多模拟器的细节，占地17.5平方米的飞行模拟器搭载了霍尼韦尔在航空运输领域的多项创新产品和技术，其中的机场滑行指引系统和跑道冲出告警系统均为全球首发，是当前最先进的解决方案之一。

现场排队参加体验的人中，有不少航空爱好者，大家可以通过操控模拟器，切实体验飞机的起飞、降落、滑行和通信过程。而另一些来自航空公司的专业人员则更关注这一飞行模拟器的安全数据集成平台，它能够分析数据并据此改善关键性能和运营指标，优化运营效率并减少碳足迹。

“导入航班数据后，能计算出如何更经济地安排航班吗？”被掌声吸引而来的“买手”向一旁的工程师发问。或许，潜在的交易就在一次次身临其境的体验之后悄然生成了。

还原传奇百货店里“买买买”的快感

经典的约瑟芬皇后系列冠冕和珠宝在尚美巴黎的展位上熠熠生辉，不仅如此，你还能一睹神秘的珠宝工坊风采——银镶制成的冠冕摆满了一面墙，这是制作成品前最后一道工序，爱美的你可以上手触摸，还可以进行佩戴，并在一旁特制的相框前留下一张自拍；转至另一侧，迪奥展台是一座迷人的粉色花园，流连于其中，你可以与2021秋冬系列玫瑰薄纱礼服裙、彩妆、香氛等撞个满怀。

你还能欣赏到意大利各地区濒临失传的传统特色工艺和手工技法，这也是在“传奇百货店”里独有的体验。芬迪

邀请当地手工匠人们对经典的法棍包进行创新演绎，ABRUZZO白色蕾丝法棍包、金雀花纤维编织而成的CALABRIA法棍包、工艺源于意大利文艺复兴时期的MARCHESA法棍包，一件件大牌包包成了艺术品。

以ABRUZZO包为例，它出自意大利阿布鲁佐大区工匠之手，采用15世纪流传至今的蕾丝工艺，最显著的特点便是不间断织线，通过交叉、缝合和打结等方式勾勒出图案，仅包身制作就要耗费100多个小时，随后还要用特别的挂袋工艺增加其挺阔度。展台负责人介绍，芬迪自2019年

起开展“hand in hand”计划，寻访意大利各地濒临失传的传统特色工艺和技法，“每一个手工包都是独一无二的，目前已有近20个大区工匠加入其中，未来还将不断拓展合作地区和匠人。”

大自然与创意结合的新消费理念也在“传奇百货”中有所体现。路易威登主打“创意循环”，以超过90%的回收物制成的运动鞋什么样？Charlie系列运动鞋看起来同样时髦，灰色的Felt Line包袋镶着银线，它采用有机棉，可回收羊毛提花织物等制成，环保还“武装”到了肩带、拉链等配件，它们均由可回收塑料制成。