



【记者手记】

在进博会感受“美美与共”

新华社上海 11 月 7 日电

一滴油,也可看世界。
在第五届进博会上,全球最大粮油食品集团之一的新加坡企业丰益国际集团,展示了一款有机混合油脂产品,原料来自六个国家:俄罗斯、哈萨克斯坦、罗马尼亚、中国、厄瓜多尔、菲律宾。

展台人员介绍,这款有机混合油脂产品根据不同客户对于脂肪酸含量的不同要求,从全球选取优质原料进行定制。不同种类的有机油脂来自不同国家;有机菜花子油来自哈萨克斯坦,有机高油酸菜花子油来自乌克兰和俄罗斯,有机菜籽油来自罗马尼亚,有机棕榈油来自厄瓜多尔,有机椰子油来自菲律宾,有机核桃油、有机玉米油则是中国产的。
小小一滴油,却蕴含丰富的隐喻——这个世界本来就是相互支撑、相互融合、相互依存。

昵称为“四叶草”的国家会展中心(上海),总建筑面积 147 万平方米,置于广袤的地球,细若微尘,却是当今世界一个温暖的亮点。
走进“四叶草”的各个展馆,犹如走进一个浓缩版的“地球村”。最高端的技术与最传统的非遗、最先进的工业产品与最原始的手工作品、最发达的国家与最不发达的国家……并列其间,各类精美。这里有机器人、元宇宙,也有东帝汶的咖啡、阿富汗的地毯、柬埔寨的腰果、埃塞俄比亚的芝麻……琳琅满目,美美与共。

“进博会邻居们”,这是进博会一家参展企业发起建立的微信群名。这个群的成员几年来不断增加,汇聚了五湖四海的企业代表。不同展区的参展企业人员,在群里分享经验、促成合作。类似的微信群还有很多。
进博会新闻中心墙上悬挂着一

共的主题。



低碳环保概念跑鞋、低碳足迹床垫……

多款低碳展品首发首秀

记者 潘 文

晨报讯 低碳环保概念跑鞋亮相进博会,明年将逐步批量上市;低碳足迹床垫采用植物替代性原材料,每张可减少约 10 千克的碳排放;还有“可持续发动机的革命性创新技术验证项目”……从“脚上穿”的,到“天上飞”的,在第五届进博会技术装备展区,多款低碳相关展品首发首秀。

11 月 7 日,特步首款 Mass Balance 低碳环保概念跑鞋在进博会上首次亮相。这款低碳环保概念跑鞋在生产环节混合使用化石原料和可再生原材料,碳足迹更少。经测算,相比于传统石油基聚氨酯原料,41 码单只男鞋可以减少碳排放 212 克,减碳率达 81%。

据工作人员介绍,根据国家林业局研究,一棵树每年可以吸收并储存大约 18 千克二氧化碳。按此计算,假设特步基于 Mass Balance 每年生产 5000 万双鞋,相当于每年植树造林约 147.8 万棵。

本届进博会上,特步与科思创、斯兰集团三方签约达成战略合作关系。在今年成功研发制作该鞋款的基础上,未来,三方将继续探索在低碳环保运动鞋上的创新和升级。2023 年,该款低碳环保概念跑鞋将逐步批量上市。2021 年,科思创首次参展进博会,提出多个低碳解决方案。通过进博会平台,这些概念加速落地。今年进博会上,科思创展出了多款使用低碳材料的产品。

在科思创展台现场,盛诺集团首款低碳足迹床垫进行全球首发。据相关工作人员介绍,该床垫采用科思创基于质量平衡方法,含生物质原材料的甲苯二异氰酸酯制成,采用植物替代性原材料,每张床垫可减少大约 10 千克的碳排放,同时保持了原有的舒适度。

GE 连续五年参展进博会,今年带来重磅首展产品“可持续发动机的革命性创新技术验证项目(RISE)”概念模型,并展示了一系列助力提升关键行业能源利用率和可持续发展水平的技术。

据介绍,“可持续发动机的革命性创新技术验证项目(RISE)”计划通过一系列全新颠覆性技术推进未来发动机的研发,为现役最高效的单通道发动机再减少 20% 以上的油耗和碳排放,助力航空业实现到 2050 年碳排放减半的承诺。

该项目验证所涵盖的技术包括开放式风扇架构、混合动力性能、兼容 100% 可持续航空燃料及氢能等,预计 2025 年左右进行地面和飞行测试,2035 年左右投入使用。

胖胎车演绎“灵活的胖墩墩”

车胎宽度达 10 厘米,能应对多种恶劣户外环境

首席记者 谢 镞

晨报讯 普通自行车车胎宽度大概是 4 厘米,你有见过宽度达 10 厘米的自行车吗?

在第五届进博会现场就能见到这样一辆中国首秀的“胖胎车”,这辆自行车看起来胖墩墩的,其实灵活度和功能性可以说是自行车届的“越野车”,能够应对更复杂恶劣的户外环境。

来到位于 5.1 馆的消费品展区的丸石展台,迎面而来的是熟悉的“丸石绿”。与去年主打“一前一后子母车”的小清新生活家居主题不同,今年的展台布置更具未来感和科技范儿:高透率冰屏光影流转,塑造沉浸式观展体验;高高挂起的裸眼 3D 大屏配合背景音乐,视听效果引人入胜;展台凛冽的金属质感和丸石的经典绿色应和互补,充分调动了进博现场的场景氛围。

最引人瞩目的莫过于一辆车胎十分抢眼的自行车。展台负责人甘霖告诉记者,这辆自行车有个颇具“反差萌”的名字——胖胎车。普通自行车车胎的宽度一般在 4 厘米上下,这辆此次于进博会进行中国首秀的特种车型则拥有 10 厘米宽的车胎,抓地力、稳定性大幅提升。

“现在进入了秋天,受天气环境等因素的影响,每年这个时候很多骑行爱好者都会把心爱的自行车收进车库‘冬眠’,但有了‘胖胎车’,冬天户外出行也会变得方便且快乐。无论是冬日落雪的山地、夏季疏松的沙滩上,或是雪地里的桦树林、露营场松散干燥的沙砾中,骑着这辆车都能如履平地,颠簸的下山路上,软弹的轮胎也能保证骑行者安全着陆。可以说是自行车届的‘越野车’。”
值得注意的是,这款胖胎雪地车还是一辆助力自行车,骑行者骑行更轻松之余,自行车配备的力矩传感器和电机控制器还将协同配合收集行驶数据。“可以说这辆自行车安装了一个智慧的‘大脑’,能协助人们的骑行越来越稳定、省力。”

此外,丸石品牌在上届进博会备受关注的子母车、无链条的丸石经典轴传动车、搭载高配置变速系统的竞赛级收尾山地车也都再度登陆进博会。记者获悉,本届进博会上,丸石品牌在凤凰集团的带领下成功实现了主题上的“再出发”,以城市生活著称的老牌日本自行车,在科技上也有高水准的成果建树,首展首秀的新品也充分考虑到了中国消费者当前与日俱增的户外运动热情与需求。

甘霖表示,“我们也将借助进博会的平台,充分利用电力发源地资源技术优势,将双方的先进技术和高质量的‘中国制造’水平充分结合,致力于做世界一流水平的电助力技术的引领者。”



360万元奔驰旅居车已售出 4 辆

中国商用车市场庞大潜力令展商欣喜

记者 林劲榆

晨报讯 第五届进博会汽车馆设立了商用车专区,又大又笨的巨型卡车玩出了新花样,不仅仅可以很浪漫,也可以奢华。

今年进博会上,奔驰、依维柯等车企发布了新款卡车。据戴姆勒卡车客透露,此次摆上展台的 3 辆奔驰商用车,都不打算回家了,正在中国寻找客户,最引人瞩目的奔驰牵引车已经成交了。另外,身材庞大,售价达到 360 万元的奔驰旅居车已经卖出了 4 辆,中国商用车市场的庞大潜力令展商欣喜。

近年来,人们爱上了露营,房车、越野车深受市场欢迎,商用车也大力开发旅游市场。

奔驰在进博会现场展出的 3 辆商用车各有所长,一辆是救护车,CT 扫描仪等急救和手术设备都被搬上了车厢,在野外救援时,医生可以在现场动手术。一辆巨型牵引车堪称大力士,可以拉动钢铁炼炉、桥梁等大件设备,该车在进博会开幕前就广受关注,并且成为通关入境的明星车辆。据悉,这辆奔驰牵引车已经在国内找到了卖家,进博会结束后,就要交货了。

进博会上,最值得关注的要数 Arocs 2036B6 越野旅居车,这辆车长度在 6 米以内,普通的 C 照都能驾驭,可以在冰雪、沙漠、泥泞的路面行驶。外表硬朗结实,车辆内部是一个温暖的家,洗手间、冰箱、燃气灶等一应俱全。该车售价达到 360 万元。“今年进博会是我们在国内首次发布,目前很多观众表达了购车兴趣,已经有了 4 张订单。”据戴姆勒卡车客有关人士透露,很多客户都特别热爱探险,他们买车后向往草原、戈壁,很多人会前往西藏、新疆等地。

在展台另一边,另一家房车进口商越界盖亚也吸引了不少观众,一辆房车车厢很吸引人,厢内生活设施齐全,还可以向外伸展扩大空间,无论在哪里都可以立即变身温馨的小屋。据悉,这辆房车车厢售价超过 200 万元,另外,车主还需要配一辆拖车。

不仅仅功能强大,商用车现在也可以很环保,今年进博会上,车企们展示了商用车的新能源技术,相较于轿车,商用车更加大胆尝试氢动力能源。

在进博会上,现代汽车集团展示了全球首款量产氢燃料电池重卡 XCIENT Fuel Cell,该车全球累计行驶里程已超过 500 万公里,搭载了由 2 个氢燃料电池组组成的 180kW 级燃料电池系统,续航里程可达 400 公里,已经在瑞士、德国、美国等市场商业化部署。在中国市场,现代汽车集团旗下现代商用车,已经获得中国氢燃料电池商用车生产资质,目前正在积极探讨本地生产计划。

佛吉亚展示了氢动力重卡模型,据展商透露,该系统专为卡车设计了储氢系统方案,氢动力重卡体现了产品的高度集成化,从而帮助客户达到充分利用空间的目的。该解决方案凭借充氢时间短、续航里程长、可承受高负载的优势,很好地补充了动力电池技术的短板。

复古“大白兔”跳上了 COACH

两大企业联名首发新品

晨报首席记者 谢 镞

第五届进博会现场,COACH 与大白兔的联名系列吸引了不少观众的目光。但你知道吗?设计师采用的图案其实来自于一款上世纪 70 年代的奶糖罐。

据悉,这一“进博首发系列”预计将于 11 月 18 日正式上市,后续第二季、第三季的合作设计也已经在路上。

老字号与国际大牌联手

说到大白兔,你最熟悉的图案、LOGO 是哪一个?是奶糖纸上图案?还是注册商标上的“蘑菇兔”?

第五届进博会上,COACH 与大白兔合作推出的联名款系列,让“大白兔”跳上了布袋、成衣甚至配饰上。但仔细瞧瞧又会发现,这一图案似乎和“蘑菇兔”又有些不同。

“其实这是上世纪 70、80 年代大白兔发售的一款奶糖罐上使用的图案。”COACH 中国区总裁兼首席执行官杨森焱参与了此次联名开发过程中的每一场会议,他告诉记者,大白兔向双方共同组成的设计团队开放了档案馆的历史资料作为灵感来源。在许许多多的兔子形象中,设计师最终相中了这款复古包装标识,确定了整体的设计基调——让复古“大白兔”跳上了 COACH 不同系列的产品中。

与此同时,大白兔最深入人心的奶糖形象也进入了设计方案,或是被印在了包包上,或是被制作成了项链、耳环,精致小巧又复古新潮。

在“进博效应”的加持下,展馆内外、线上线下已有不少消费者提前预约购买“进博同款”:有的给属兔的男朋友挑了件带有小号“大白兔”的牛仔衣;有的看了模特手上缠绕着的“奶糖项链”便提前预定……

预计将于 11 月 18 日上市

记者获悉,亮相本届进博会的联名系列共有约 30 个单品,在“四叶草”完成了全球首发后,预计将于 11 月 18 日正式上市,消费者可以通过线上、线下不同渠道购买到“进博同款”。

上海梅林正广和股份有限公司党委书记、董事长吴坚表示,作为诞生于 1959 年的中国食品品牌,大白兔近年来一直走在品牌年轻化的路上,在创新营销中打造“大白兔依旧是大白兔,大白兔不只是大白兔”的品牌 IP 形象。通过此次合作,能够帮助大白兔更深入地了解来自不同国家、拥有不同文化的品牌,同为中国老字号的发展及时尚产业带来新的突破。

而借助进博会的平台,更能将双方此次国潮风的“破圈”合作效果进一步放大。杨森焱告诉记者,与大白兔合作的第二季、第三季等等后续设计开发也已经在路上。“希望通过更多这样的创新合作,在多元对话与交流中探索创新发展机遇,共为中国时尚产业的创新发展带来新的力量。”



图片 / 晨报首席记者 谢 镞
晨报记者 林劲榆 潘 文
制图 / 潘文健

展品迭代 消费进阶

探访第五届进博会消费品展区



新华社上海 11 月 7 日电

全球十大化妆品品牌悉数亮相,时尚高端消费品巨头齐聚一堂。在超过 7 万平方米的第五届进博会消费品展区,不断出新出彩的展品“争奇斗艳”。

“你是更喜欢花果香调、木质香调还是皮革香调?”不同香味的微妙差异总是让消费者难以取舍。欧莱雅展台的“电波穿香室”可以通过头戴式装置分析消费者闻到不同香味时的情绪反应,从而进行个性化香水推荐。独有隔帘,隔壁座位的爱茉莉太平洋也在进博会上首秀了其通过脑电波进行情绪分析,为消费者提供个性化香气入浴剂的服务。

“我们希望能不断延伸‘消费个性化’概念的边界。”欧莱雅工作人员告诉记者,“以前讲个性定制,其实就是消费者喜欢什么,我们提供什么。但如果消费者在主观意识上不清楚自己到底喜欢什么,我们希望能通过技术手段挖掘出他们潜意识里的个性偏好,帮消费者找到‘真爱’。”

不约而同的选择不止于“脑电波”,走在消费品展区各大展台,最常看到的字眼当数“绿色”“低碳”“可持续”。从生产消费过程中二氧化碳减排量达 50% 的新品洗衣液,到 100% 用再生面料制成的摇粒绒保暖材料,再到能减少碳排放、塑料使用量的化妆品液体灌装技术……从产品到材质再到工艺,越来越多的展商不满足于只展示能直接变成商品的展品,更多将低碳环保的生产链作为“新展品”在进博会展示出来。

在进博会现场,联合利华揭幕了“零星零碳工厂”,对工厂减排提出了新目标。“我们不仅想向消费者展示我们的产品,更希望通过进博会这个大舞台,展示我们共创可持续美好未来的承诺。”联合利华中国公共事务总裁曾锡文说。

从发掘更深层次的个性偏好,到探究产品背后的绿色足迹,从进博会展品的迭代,能看到消费理念变化的轨迹。

“左边这个是我们中国首秀的 6 人金字塔 A 型户外露营帐篷,右边是我们全球首发的生态设计山地自行车,头顶挂着的是我们即将推向中国市场的海洋风筝冲浪装备,脚边放着的是我们为皮划艇、桨板运动爱好者设计的多功能划船机……”在迪卡侬展台,工作人员热情地介绍着诸多“首发”“首秀”的运动新品,“去年‘冰雪热’,我们带来了冰雪运动的装备。今年我们发现中国消费者对户外新兴运动的热情在增长,所以进博会上我们带来了很多即将在中国市场投放的新式、小众运动的产品。”

值得注意的是,今年消费品展区还专设了文物艺术品板块,包括苏富比、佳士得等顶尖拍卖行在内的 12 家境外文物艺术品经营机构参展。步入这些展台,仿佛一下子进入了艺术展厅,观众们在一件件艺术品前驻足欣赏。

“对艺术和美的追求也是一种消费,中国文化艺术收藏领域未来可期。”苏富比中国区董事总经理钱进表示,“在消费品展区看展对于现场观众来说是一种新鲜的体验,我们也希望通过展出的艺术作品促进文化交流,展望全球文化艺术产业交流互通的无限可能。”



The 5th China International Import Expo