

# “新朋友”跑步入场 进博会“朋友圈”越来越大

进博会进行到第七届，每一届都有“新朋友”跑步进场。毕竟，开放合作不是“独角戏”，而是“大合唱”。不断释放和扩大的溢出效应，吸引新的参展国、参展商、展品和观众陆续走进现场，在进博会上找到适合自己的舞台。

新闻晨报记者发现，“新朋友”当中，有马达加斯加、莱索托、挪威等首次参展的国家，前来寻找与中国合作的更多机会。也有令人大开眼界、让人食指大动的展品，比如上海馆里的“上海老字号”焕新，食品馆里的世界各地美食。而在探馆过程中，网络大V们找到了让他们惊叹的“时代亮点”，并将这些新成果、新消息传播给更多人。一起来看看“新朋友”们的故事。

## “上海是一座很可爱的城市” “新朋友”国家首次亮相

想领略世界各地的风土人情，品味漂洋过海而来的美味佳肴，不再需要一张昂贵的机票，在本届进博会52国家馆内就可以实现。

今年，共有77个国家和国际组织带来了各具特色的宝藏展品，其中不少国家都是进博会的“新朋友”。贝宁、布隆迪、莱索托、马达加斯加、纳米比亚、挪威、斯洛伐克等7国和联合国儿童基金会都是首次参展。

很多上海市民是从那部知名动画片《马达加斯加》了解到这个香草大国的。今年，这个非洲国家首次参加进博会，带来了他们国家最有名的香草、精油、羊肉等特色展品。马达加斯加一位香草种植加工商迪伦告诉记者，中国的市场十分庞大，他们期待中国对香草的需求继续增加，惠及更多的当地香草种植者。

“上海是一座很大、很可爱的城市，这里的人们也很热情好客。”来自于莱索托的Magana热情地向记者介绍他们国家盛产的芦荟油。在进博会主办方的

大力支持下，莱索托正在借助这一平台，展示其独特的农产品和手工艺品，吸引更多国际买家和合作伙伴。

今年是中挪建交70周年，也是挪威首次来参加进博会。挪威带来的产品涵盖海事与能源、健康与营养、设计与生活方式等多个领域。挪威渔业和海洋政策部长玛丽安·西佛森·奈斯表示，中国是挪威重要的贸易伙伴，进博会是一个很好的舞台，让挪威的企业能够展示他们的产品和实力，也能够找到他们合适的中国合作伙伴。

在进博会52国家馆，这些“新朋友”们完全不会有陌生感，扫一扫加个微信、试吃试喝一下、互相交换纸质名片……他们各自带来的宝藏展品，正在通过进博会这个舞台走向更多地方。“明年如果有机会，我们一定还来中国的进博会！”Magana说。

晨报首席记者 牛 强



莱索托带来的芦荟油

## 网络大V、外国小哥，都在进博会找到新舞台

对每一位“新朋友”来说，进博会都是一个全新的舞台。网络大V在这里找到新的传播热点，深耕中国市场的外国展商敏锐关注着新的契机。

### 网络大V“Fu大爷”： 6个钟头根本不够，好东西看不完

11月6日、7日，网络大V、脱口秀演员Fu大爷连着两天来到了进博会。

Fu大爷本名于夫，是一名生活在上海的北京人，喜欢寻找展现上海的城市亮点。他说，进博会是推广宣传中国的好契机。这两天，他要在展馆寻找亮点内容制作视频，同步在多平台发布。

“进博会今年是第七届，但我是第一次来。没想到有这么多人，这么热闹。”Fu大爷对晨报记者感慨。6日下午，记者见到他的时候，他已经在场馆里兜了6个多小时。他说，身体很累，但大脑一直处于兴奋的状态。“对于参观来说，6个钟头远远不够。好东西根本看不完。后面有时间还要再来。”

Fu大爷喜欢车，所以汽车展厅是必逛的。在展厅一角，他看到一辆非常熟悉的车——今年在上赛道看到过的电动方程式车，很是兴奋，“争取2025年，Fu大爷也去观赛，凑凑热闹！”

让他印象最深的是，可以飞的汽车变成了“能载人的无人机”。他发现，无人机启动的时候，后面四个螺旋桨可以调整角度。当天垂直转过来时，飞行速度会有大幅提升。Fu大爷坐进驾驶舱体验了一下，面带笑容向外面的指挥员挥手，心里想的却是：“这驾照该怎么考？”

他说：“这个家伙让我想到了1885年的第一辆汽车。谁知道以后它会不会穿梭在天空。”

晨报记者 何雅君

### 操一口流利的中文， 马来西亚小哥畅谈“环保”

进博会在为国内外展商提供高水平开放平台的同时，也将“减量化、资源化、无害化”的“无废”理念融入办展的每一个细节。

“无废”理念同样融入了展商心中。在52国家馆的马来西亚国家馆，来自环保企业福鹏绿科的马来西亚小哥主动叫住记者：“你好，给你介绍一下我们推行的环保理念吧？”没错，他说的是中文，十分流利的那种。

小哥是52国家馆的“新朋友”。他告诉记者，今年作为企业代表之一，有幸首次进入国家馆做展示，探讨“以竹代塑”的可持续发展。他说，以竹代塑的目的，就是“无废”。“不用塑料制品，就不会产生微塑料。我们生产的竹纤维包装，分为工业包装和食品包装，120天内可以自然降解。”

可降解的竹纤维食品包装，用起来也方便。比如饭盒菜盒，可以放冰箱，从冰箱拿出来又能进到微波炉里。加一层薄膜，就成了真空包装。看似寻常的盒子，还可以实现防水防漏防漏效果。灵感打开，竹纤维材料也能做茶饮纸杯、一次性餐盘、披萨盒、蛋壳，甚至工夫茶茶杯，洗衣粉勺子……看到中国市场的广大前景后，企业将总部设在上海，并在四川、广东、广西、江苏等地设厂，还有自己的竹林。11月6日当天，他们在进博会上发布了新产品——竹纤维花益育苗袋，希望为解决全球塑料污染问题提供可行的方案。



Fu大爷与载人无人机



马来西亚小哥



立邦智慧路面标识漆



lululemon瑜伽垫轴展台

## 智慧路面标识漆让你驾驶更安全 大热运动品牌首秀带来看家好物

今年进博会，技术装备展区首设“新材料专区”，有来自美国、日本、德国、新加坡、巴西、意大利等多个国家的500强和龙头企业加入。汇聚高端装备，展示前沿技术。在这一新专区，今年也迎来了不少新朋友，以涂装闻名的企业立邦就是其中之一。

消费类展区，每年都是时尚弄潮儿的必打卡之选。各类服饰、美妆、奢侈品琳琅满目，在这里走一圈，和逛一次商场基本无异。今年进博会，近年来大热的运动品牌lululemon惊喜加盟，现身体育及户外用品专区。瑜伽垫卷轴造型的展台远远的就很醒目，而“瑜伽”也成为了该品牌本届参展的重要主题。

### 新朋友立邦： 智慧涂料打造智慧之路

今年，立邦首次以展商的身份参展进博会，在代表新质生产力的“技术装备展馆—新材料专区”亮相。展会期间，立邦推出两款全球首发产品——立邦光催化涂料和立邦智慧路面标识漆。

立邦光催化涂料所采用的技术孵化自立邦与华东理工大学、华东师范大学三方共建的创新技术平台，可应用于建筑墙面。在光照作用下，可以加速净化空气的作用。应用于外墙时，二氧化氮净化效率和PM2.5等颗粒物去除率均超过80%。可以想见，这款产品将对中国城市建筑更新、城市空气净化进程的推进起到推动作用。

今年的进博展台，立邦智慧路面标识漆吸引了不少人群的驻足关注。这款标识漆同时适用于自动驾驶和传统驾驶场景，能明显提升道路标线能见度，还能被激光雷达高度识别，让道路更清晰地被车“看见”——在夜间车灯照射条件下，立邦智慧路面标识漆的识别距离在原有基础上可增加130到160米，在60公里/小时车速下，为司机增加8到10秒左右的反应时间，提升驾驶安全性。

据介绍，这款产品能适用于中国绝大多数的道路场景，环保、耐磨。相较于传统水性路标漆，在同等用量的情况下，这款产品的使用寿命可以增加3—4倍。同时，产品还具有干燥速度快的特性，可做到15分钟快干，减少施工时道路的占用时间。

晨报记者 王 琛

### 新朋友 lululemon： 将“瑜伽垫”搬到了进博

在消费类展区体育及户外用品专区，近年来大热的运动品牌lululemon作为进博新朋友惊喜亮相。整个展台酷似一张正在展开的瑜伽垫，呈现了一系列核心产品。

有为女士瑜伽、跑步和训练所打造的Align™、Fast & Free和Wunder Train系列；也有适合男士跑步和训练的Pace Breaker运动裤和Metal Vent Tech系列；还有采用全新面料技术、不易让汗水显痕的ShowZero™休闲衫等创新产品。

此外，展台还陈列了六款经典外套，其中包括衣橱必备款Define运动夹克和Scuba卫衣以及穿上风雨天也可率性出行的运动夹克、适合冷天畅跑的运动夹克、防风防晒的运动外套，以及轻暖多格的羽绒系列。

lululemon还首次在中国展出专为瑜伽而设计的早期产品及版型——1999年商业化的第一条全长瑜伽裤Boogie，以及在2002、2007年和2015年分别推出的各式瑜伽裤，时光的痕迹跃然眼前。

11月8日，lululemon还将特邀瑜伽大使，在进博会场馆内为参展人员提供耳目一新的瑜伽体验，共同感受身心联动的美妙。

百年张园成全球新品首发地、高端品牌首选地、海派文化聚集地

## “静安会客厅” 将注入更多“全球故事”



“一直听说老上海的石库门，今天终于见到了。”在进博会6.2馆，中外参展者纷纷在流光溢彩的金属石库门前感慨。

在第七届进博会上，张园首次打造了一个300平方米的展厅“静安会客厅”，成为全球新品首发地、高端品牌首选地、海派文化聚集地。

“明年还会再来！”11月6日晚，张园签约明年进博会，并将扩大展台面积。

上海静安置业(集团)有限公司董事长时筠仑介绍，在纵横百年时空的经典海派回忆中，具有百年时尚底蕴的张园在进博会上向国际舞台传递出摩登时尚的另一方面——打造“一座文化融合的国际会客厅”、一张“纵横时空的静安区名片”，还将成为一个链接世界，融合传统与现代摩登时尚的沟通对话平台。进博会上线百年时空的海派新时尚“静安会客厅”很不同，极具海派风情与时尚感！“这几天，进博会很多人在参观张园展台后，对上海有了更加不一样的感受和惊喜。

百年时尚，赛珍万象！上海第一个载人热气球升空，第一盏室外商业电灯的点亮，第一场自行车试骑……百年前的张园竟然如此时髦！而这些张园历史上发生的精彩瞬间都在张园展台上呈现，在展台上安地第文创将海派印记融入日常生活。

“原来，百年前的张园曾经是自行车试骑的潮流之地，于是以自行车为主题的潮流品牌而意，带着它的自行车来到了张园的进博展厅。”

展台上的新款自行车引得不少人种草，同时与百年前张园的潮流来自了场时空对话。法国珂蒂丝和心仙阁的护肤品同样吸引了不少爱美人士的驻足。

“这正是张园进行快博会的瓷器品牌拍图，这次挑选了比较重磅的商品在进博会展示。”记者看到，展台上陈列的各色瓷器，巧妙融合中国瓷器精髓，传承东方神韵，也融合了法式浪漫，赋予了法国瓷器文化别具一格的独特魅力。

整个展厅由“时空·典藏”“时空·凝聚”和“时空·远眺”三个板块组成，回溯了张园140余年的历史，并联合多个国际知名品牌和上海老字号一同展出。“静安会客厅”则以“会客商界”“会客文化”“会客年轻力”“会客匠人”以及“会客安塔第”等形式，发挥出会客厅的多重功能。

时筠仑介绍说：“静安会客厅”张园进博展厅，作为静安区在进博会上向外宣传展示的重要窗口，提供一个平台，让张园街区已经入驻或即将入驻的客户，在馆内进行展示和交流，借助进博会与全球消费者见面与交流，并寻求更多突破。”

进博会6天里，“静安会客厅”将举行包括会客商界对话、法式生活艺术巡展交流、年轻力对话、影响力论坛、文化名流读书会等多场会客活动，对当今品质生活方式、时尚潮流等诸多话题进行探讨。

全球首发首秀的聚集地，引领先锋、时尚的生活方式从沪上之“摩天地标”到“文化新高地”，再从“七十二家房客”时代历经保护修缮之后的焕新开放，张园一直续写“海上第一名园”传奇，而“海上第一名园”张园所代表的开放包容、创新引领的精神特质及其在城市发展中的独特价值一直在升级。

2022年11月，焕新后的张园，将历史与现代、建筑与文化、商业与娱乐紧密联动，予以城市生活更丰富多元的内核。

日均客流保持在3万人次，峰值客流达8万人次，张园成为“顶流”街区，也成为国际知名奢侈品牌

“首店”“首秀”“首发”的首选之地，更是上海市民、全国游客、外国友人打卡、逛街、聚会的好去处。

LVMH集团大中华区总裁吴越表示，作为上海最重要的文化表现形式之一，海派文化对于欧洲时尚的发展有着积极的启示意义。

此前，亚太区首家希思黎之家入驻张园，作为SISLEY亚太区的首家沉浸式体验空间，海派石库门和法式的优雅创造了独一无二的体验。

日本知名眼镜品牌白山眼镜店中国内地首店与百年石库门共同碰撞出自然雅致清幽的全新消费环境，还提供约翰·列依最钟爱的知名的经典限量复刻眼镜框。

目前，全球范围内的高能级专业服务机构中，进驻中国市场的，有超过三分之一的机构选择落户上海静安，国内外2000多个知名品牌和全市三分之一的高能级首店汇聚静安。

在张园进行全球新品首发、将张园作为高端品牌首选地，还有更多的国外品牌了解张园、走进张园、入驻张园。

伊菲丹将在张园落地亚洲首发城堡店。11月7日下午，伊菲丹率先讲述张园城堡店的设计灵感。

作为阿曼王室的大礼香水，去年底，AMOUAGE在上海张园开设了国内首家限时精品店，今年12月，它也将张园落地其亚太首家旗舰店。日本佳丽宝集团下的花王品牌SENSAI是花王集团旗下高端美妆品牌，将在明年1月在张园结合艺术装置带来品牌新品的首发首秀活动。

上海静安城市更新建设有限公司董事长孙非介绍，焕新后的张园在注重石库门历史风貌建筑保护的同时，更注重海派文化与国际时尚品牌文化的强强融合，引领一种先锋、时尚的潮流生活方式。

永不落幕的“静安会客厅”，也将张园绽放于世界时尚舞台进博会后，“静安会客厅”将在张园继续。

“与我们合作过的29家品牌，包括已经落地的十几家有意在进接洽中的多家客户，都表达了想参与到其中的意愿。”

时筠仑表示，“静安会客厅”也将以产业细分赛道沙龙、商旅文体联动等多样化的活动形式，进一步推动与海内外企业的深入交流与合作。对于张园来说，始终与品牌共享商业价值，与城市共建和谐生活，与时代共赴美好未来，才是永不落幕的“静安会客厅”的会客之道。

目前张园西区的运营面积只有三分之一，东西联动的张园才是真正的焕新全貌。

“东静西闹、沉浸无界”。时筠仑透露，西部区域将继续坚持多元参与机制，大力引入优质品牌新品活动、沉浸式文化体验等项目。打造可漫步、可阅读的公共文化街区格局。与张园西区一墙之隔的东区正在进行修缮保护，预计最快将在2026年底或2027年初呈现。张园东区地上建筑仍保留了将近3万多平方米的历史建筑，共计29幢建筑，包括新建美术馆、演艺中心和潮流中心。

时筠仑带领团队有更远的愿景：“希望将海派文化精髓推广至世界更多国家和地区，为全球时尚注入新的活力和灵感，也让海派文化绽放于世界时尚舞台。”

“6天+365天”的“静安会客厅”将注入更多“全球故事”，打造成为一个服务国家战略、链接世界的沟通对话平台，成为中国式现代化城区的典范。

晨报记者 陈里予 首席记者 吴 琼 图/受访者提供

