

# 以“AI 赋能，种草新消费”为主题， 第八届进博会上海馆亮相

**晨报讯** 上海馆以外滩风格的建筑立面，搭配弧形拱窗与精致铁艺，复刻传承百年的建筑美学。巨幕屏上的陆家嘴天际线与城市烟火，又将视角拉回充满引力、活力和张力的国际消费中心城市市场……11月4日，在第八届进博会主场馆中央广场，一座占地约300平方米的上海馆已经准备就绪。

今年上海馆的主题是“AI 赋能，种草新消费”，通过智能化演绎、场景化展陈、交互式体验、可持续设计，以“人工智能+消费”的方式集中呈现国际消费中心城市建设的创新成果。馆内分为品牌故事、消费创新、场景体验三大板块，50多个品牌、100多件新品集中呈现国际消费中心城市建设的创新成果，展示上海在推动消费领域供给侧改革的实践探索、在引领激活消费需求的优秀案例、在联动各界资源挖掘消费增量的经验做法，呈现一批可体验、可传播、可延续的经典“种草”场景。



## 一 品牌新故事

“品牌故事”板块聚焦品牌经济、首发经济，从本土品牌国际化发展、国际品牌首发首秀和国际国内品牌跨界交流三个主题，讲述商业品牌在推动消费领域供给侧提质升级的新故事。

步入展厅，首先展示的极具代表性的上海品牌故事，既有老字号的传承焕新，也有初创品牌和新消费品牌的创新故事。

百年品牌老凤祥带来“繁花秘境”花冠首饰，它曾在米兰时装周上惊艳全场。作为出海“新三样”的代表之一，新能源汽车上汽智己带来了三款汽车模型和品牌出海的视频集锦。时装行业，多次亮相巴黎时装周的高端羊绒品牌沙涓带来了羊绒手工缁艺术浮雕手捻围巾和披毯。还有一个吸睛展品来自智能穿戴行业 XREAL One Pro AR 智能眼镜，消费级 AR 领域的领军企业 XREAL 连续4年全球消费级 AR 眼镜销量第一。上海化妆品零售额占全国三分之一，被誉为美妆第一城，孕育了一批国货美妆头部品牌，上海馆展示了三款深受国内外消费者喜爱的新锐国潮彩妆及护肤品牌：FancyCube、Into You 和韩束。

在这些扬帆出海的品牌对面，我们看到的是中国品牌与国际品牌的对话和合作。这里有“山海有灵”海外豫园灯会，它先后出海法国、越南和泰国，用多样化的文化表达向世界讲述中国故事。丹麦玩具品牌乐高带来了上海的建筑天际线，让品牌与城市的链接更加紧密。意大利的手工笔记本品牌 Moleskine 展示了上海城市主题和与上海电影节合作的定制笔记本。新锐羽绒服品牌 Raxxy 与源自法国 Moncler (盟可睐) 联合推出的“胶囊”羽绒服也来到了上海馆。大白兔带来了与德国百年厨具品牌菲仕乐联名推出的创意厨具。晨光文具与来自

芬兰的姆明(MOOMIN)跨界联名，借助IP力量走向世界。儿童健康餐食品牌怡芽与日本动漫形象“奥特曼”联名，深受儿童喜爱。上美股份推出面包超人婴童护理品牌，拓展婴幼儿消费市场。

上海是世界看中国的窗口，也是品牌进入中国非常重要的“首站”，世界知名品牌、国内头部品牌集聚度高过90%。上海持续擦亮“首发上海”城市IP，吸引国内外品牌首发、首秀、首展，在第一板块的最后，我们呈现的是在上海“首发首秀”的品牌故事。

## 二 市场新赛道

上海顺应消费升级趋势，进一步满足个性消费、情感消费、健康消费需求，第二个板块“消费创新”从银发经济、少儿经济、青春经济、宠物经济四个主题，以“AI+消费”展示上海大力发展服务消费和数字消费，激发消费新活力，不断探索市场新赛道的历程。

“宠物经济”区域：现场巨幅的猫咪海报和仙人掌造型的猫爬架来自宠物生活方式品牌——未卡(VETRESKA)。带来猫脸识别喂食器和智能猫砂盆的CATLINK是国产猫砂盆品牌的佼佼者，它的产品横跨全球106个国家和地区，服务超60万个养猫家庭。小佩带来了覆盖宠物“吃、喝、住、行、清洁、玩”全场景产品生态，旗下产品远销全球40多个国家和地区。

“少儿经济”区域：可以看到各类少儿陪伴型AI玩具，比如可以调节情绪的Fuzozo 芙崽玩偶、MOMO 香氛玩偶；以及各类AI+教育的陪伴机器人，比如鲸鱼的教育机器人和飞行机器人、商汤的迪士尼联名系列萝卜下棋机器人、AI科瑞特的魔方还原机器人、数伴的二次元AI数字手办和辞海的智能词典笔。从学习到玩耍，全面陪伴孩子成长。

“青春经济”区域：现场打造了一块“IP消费场景”，集聚了国内头部的原创IP孵化企业——哔哩哔哩(B站)、阅文、上美影。B站展示的一款开源AniSora互动体验，可以让观众直观感受8秒就能生成5秒短视频的震

撼。上美影带来的是今年动画电影的大热IP——《浪浪山小妖怪》的文创周边。阅文集团带来的则是网文出海的代表性作品《庆余年》《与凤行》等。

“银发经济”区域：这里展出的不再是冰冷的器械，而是温暖的伙伴。比如，如身科技研发的“齐家”养老护理机器人，既能辅助老人起居，还能化身“智能座驾”载他们出门散步；老字号品牌雷允上带来“AI问诊”；还有可以辅助老年人起身的美勒森阅康律动沙发椅。

围绕智慧“家”场景，这个区域还呈现了来自榜威光学的智能调光展品，研茶科技的AI智能泡茶机，AIGC生成的电影等体验项目，以及盒马的自有品牌：盒马鲜生与盒马NB。

## 三 消费新体验

第三板块充分挖掘消费增长潜力，突破消费场景的物理边界和想象空间，从文旅商体展联动和夜间经济两个主题，诠释跨界破圈打造无界消费，构建起国际消费中心城市的一个个体验消费新场景。

这里有代表夜间经济的“INS新乐园”场景，现场既有真实的DJ打碟演出，也有智元机器人跟随律动跳舞。代表文博IP的上海博物馆“Mini版消失的法老”场景，带观众穿越到“猫神庙”。代表“IP+服务”的“米哈游原创IP音乐沉浸式体验”场景，观众可以走进一个独立空间，沉浸式聆听原创游戏音乐带来的视听盛宴。还有代表上海文旅消费的“爱达·魔都号”的邮轮模型，以及上海培育打造的城市自主品牌赛事：上海国际马拉松、上海赛艇公开赛和上海帆船公开赛。

现场展示了“高德扫街榜”推出“爱购上海”生活服务消费榜单，围绕“申城五新”捕捉并呈现上海最新鲜、最热门的消费风向标，榜单将于11月5日在高德地图APP正式上线。

## 四 观展新玩法

今年上海馆突出“AI+消费”，以AI为轴，贯穿观展始终。在入口处，设置了“AI电子护照”打卡互动，观众可以通过扫码获取一本“上海消费种草护照”，手持电子护照，在参观过程中，可以在品牌展位中挑选感兴趣的5个品牌，进行盖章打卡。集齐5枚印章之后，AI系统将即时捕捉消费偏好，生成包含“海派精致”“城厢烟火”“都市先锋”“摩登复古”“自然逸趣”这五大维度的海派气质画像，在上海馆出口处领取“AI消费报告”，还可获取一款专属的“香气”，比如钟爱老字号的观众可能获得温暖的栀子花香，青睐潮牌的观众则可能获得清新的矿物香。如果是境外观众，在这本电子护照上，还将推送离境退税“即买即退”政策等实用信息。

除“AI电子护照”的互动之外，现场还有20多项互动体验。比如雷允上的AI智能中医设备“中医镜”四诊仪，观众戴在手腕上便能完成“望闻问切”，并为观众提供个性化的养生方案；“毛孩子”家长用猫脸道具扫一扫，CATLINK的猫脸识别喂食器就能AI识别每只猫咪的身份，精准控制每只猫咪的干饭量；鲸鱼机器人带来的空中足球无人机，可以现场体验穿越比赛；数伴Dipal让二次元玩家的手办可以聊天、互动。在小红书的互动体验区，不仅可以在小红书线上话题分享上海馆的“种草笔记”，还可以在现场打卡互动。

AI互动之外，观众可以在上海馆品尝到上海牌咖啡，在上海馆领取纸质票根还能到上海牌咖啡、乔家栅、第二食品、马利画材、新世界城、回力、雷允上、上药神象等老字号指定门店，领取品牌伴手礼，部分门店凭进博会证件可享消费折扣。

