



进

特刊

第四届进博会



“云上上海馆” 可看也可买

本报记者 张钰芸

走过主通道LED，多媒体镜像动态演绎上海城市画卷；透过“上海之眼”，管窥城市高速发展；登录“云上上海馆”，在家也能边看边买……第四届进博会将在国家会展中心中央广场设立“各省市综合形象展示区”。昨天下午，记者从市商务委获悉，“上海馆”面积540平方米，为历届之最。展馆以上海品牌的传承创新诠释“城市，让生活更美好”，展现令人向往的创新之城、人文之城、生态之城。

上海馆整体轮廓以艺术化“SH”构建主体结构，形成大气开放、刚柔并济的空间布局，象征上海开放、创新、包容的城市品格。主通道LED长达19.5米、呈45度倾角，与顶部镜面形成一个令人震撼的镜像世界。序厅内，一件极具张力的大型景观雕塑“上海之眼”通过拉升文字呈现上海的天际线，形成席卷大地之壮景，管窥城市的高速发展。该作品由同济大学时尚创意学院周洪涛教授、方大设计总建筑师齐方博士、设计师阿拜依·阿克拜等艺术家团队主持完成。

借助进博会的辐射力和影响力，上海馆将结合品牌优势，集成具有文化传承的老字号品牌、具有国际影响的设计师品牌、具有智能技术的制造品牌，让上海品牌声量大起来。因此，三大展区将分别以“百年



位于中央区的上海馆内部
本报记者 陈梦泽 摄

华章”“智造未来”和“可持续时尚”为主题。

“百年华章”将呈现36个品牌，包括25个上海老字号的百余款产品、9个新品牌、2个上海企业的海外著名品牌以及5个非遗项目，呼应2035年“人文之城”的远景目标。展示包括老城隍庙、汪裕泰、金枫、光明

乳业、光明冷饮、杏花楼、沈大成等。

“智造未来”展区彰显本土制造数字化智能化升级，遴选焕发创新活力的消费类上海制造代表性企业，通过传统“三大件”迈向智能化“新三件”的跨时代创新，体现数字化转型赋能上海制造品牌迈向智能智

造、卓越制造。

“可持续时尚”展区引领新时代绿色低碳生活方式，以上海时装周具有国际知名度的15个时装设计师品牌和4个美妆个护品牌为展示内容。林清轩、佰草集、六神、双妹4个美妆个护品牌也将携13款年度新品，引领可持续时尚潮流的精品国货，体现绿色、生态、自然等可持续时尚的理念。

与往届相比，今年上海馆的最大亮点在于从实体办展模式拓展为线上线下联动、场内场外发力，让参展企业和广大观众多了一份“指尖可达”的参展体验。

依托上海市贸易促进委员会的“云展平台”，今年上海馆首次打造了一个数字孪生的“云上上海馆”，“云展馆”除了同步线下的展馆与展品，还突破空间限制，不仅收录有品牌与展品的详细信息，还叠加了品牌推介、线上洽谈、线上交易、活动直播等内容，提升上海馆的功能性和影响力。

上海馆三大展区将联合打造“上海品牌进博首发”新品集合店，共将推出合计59款年度新品、24款当季新品、6款进博首发新品集中亮相，引导本土品牌加速创新升级。众多无法亲临现场的市民观众也可以一部手机“云游上海馆”，足不出户体验“云上海，云上买”的便捷与精彩。



中国国际进口博览会
CHINA INTERNATIONAL
IMPORT EXPO

中国国际进口博览会战略合作伙伴
THE STRATEGIC PARTNER OF THE CIEE

携百年匠心
览万物芳华

A Century of Ingenuity
BOC, your connection to CIEE



银行 | 证券 | 保险
客户热线：95566 www.boc.cn



中國銀行
BANK OF CHINA