



约3000家企业参展第六届进博会企业商业展 中国馆展览规模为历届之最

第六届中国国际进口博览会将于2023年11月5日至10日在国家会展中心(上海)全面线下举办,目前已有约3000家企业签约参展企业商业展,展览面积超过36万平方米,其中约400家企业时隔两年以上回归参展。在今天上午举行的第六届进博会开幕倒计时50天新闻通气会上,中国国际进口博览局表示,目前第六届进博会的筹办工作已从招展为主转向办展为主,各项筹备工作进入冲刺阶段。

“首秀首展” 垂直起降飞行器将亮相

第六届进博会继续由国家综合展、企业商业展、虹桥国际经济论坛、专业配套活动和人文交流活动等部分组成。

记者从今天上午的通气会上获悉,今年的国家展将全面恢复线下举办并设立主宾国,中国馆展览面积由此前的1500平方米增至2500平方米,规模为历届之最。进博会招展处副处长张慎敏介绍,目前,超过60个国家已确认参展,各参展国和国际组织正在进行各具特色的展台设计。“国家展参展展品已经启运,远在太平洋的岛国瓦努阿图共和国企业生产的多种特色产品于9月中旬起航运往上海。”

企业商业展则延续六大展区设置,并集中打造创新孵化专区。其中,食品及农产品展区参展企业最多、来源最广,已有100个国家和地区的1000多家企业参展。

汽车展区汇聚全球十五大汽车品牌,通用汽车混合动力跑车、保时捷概念纯电动跑车将迎来亚洲首展,垂直起降飞行器、会驾驶摩托车的机器人、微型车、摩托艇等展品将全面展示海陆空多模式交通,还将有序推进汽车



第七届进博会参展商现场签约

本报记者 陈梦泽 摄

场内成交。

技术装备展区低碳专区规模创历史新高,数字工业、集成电路专区规模进一步扩大。阿法拉伐新款氢燃料电池换热器、格兰富新款节能水泵电机、“眼界最大”肖特零度微晶玻璃等产品将迎来首展。

消费品展区展现定制化、限量款产品以及绿色、智能、创新新品,文化艺术品板块迎来多家世界顶级画廊首次参展,将携当代艺术名家代表性精品亮相进博会。

医疗器械及医药保健展区集中展示创新产品、尖端技术和服务,全球十大医疗器械企业、10家世界500强制药企业齐聚。

服务贸易展区设置商贸物流、咨询、金融、文化旅游、综合服务五大板块,汇聚四大会计师事务所和一批世界500强企业。

新老朋友 提前锁定明年“入场券”

今天上午还同期举办了第七届进博会参展商签约仪式,一批新老朋友锁定明年的“入场券”。

“我们希望借助进博会的溢出效应,在更多的领域获得增长机会,所以毫不犹豫地决定签约第七届进博会。”肖特集团CEO何德瑞表示,医药、消费电子、家用电器是肖特在

往届进博会上重点展示的三大领域,也恰恰是肖特2021/2022财年中国市场中增长强劲的三大领域。今年,肖特集团约70%的展品都是进博首展,涵盖太空与天文、消费电子和医药健康领域的近30件新展品。

同样是六届参展的元老级展商,博西家电也在参展前率先签约第七届进博会,再次展现了对进博会这一全球化平台的高度认可。今天上午,博西家电剧透了50天后的展示亮点。“我们将带来多款‘亚洲首展’厨房新品亮相,包括烤箱、蒸箱、蒸烤一体机、自动开门嵌入式冰箱等。”

去年,总部位于以色列的全球性医药公司梯瓦首次亮相进博,今天签约参展第七届进博会后,从“头回客”变成了“回头客”。梯瓦大中华区总经理黄迪仁表示,一系列“进博果实”让企业更加坚信中国市场的无限机遇。“受益于进博会强大的溢出效应,我们在去年首秀首展的氘代药物安泰坦,在今年1月成功续约国家医保目录。今年梯瓦将携多款明星产品再登进博舞台,包括偏头痛创新药等。”

同样相约第七届进博会的还有武田,它不仅是进博会的参与者、见证者,更是获益者。2018年,武田作为中等体量的外资药企首次参展,此后几年间,武田加速引进众多创新成果落地,同时持续加码对中国市场的投资布局。截止到2022财年,中国已成为武田全球第三大市场,武田中国跻身跨国药企在华业绩前十。从2020年至今,武田已有10款在进博会上展示过的创新药物和突破性治疗药物在中国获批上市,7款创新产品被纳入国家医保目录,进博展品在华获批上市速度不断创下新纪录。

本报记者 张钰芸

车载音视频要「优币驱劣币」



今日论语

在车内收听广播了解新闻和车况,对于许多司机来说,再也平常不过了。然而,现在一些新型的智能汽车却取消了无线广播,取而代之的是形形色色的网络电台以及App,这让车主不能实时收听广播,并引发各种乱象。对此,国家广电总局等三部门于近日联合印发通知,要求进一步加强车载音视频管理。

随着AI和5G的发展,汽车化身为办公室和家庭之外的“第三空间”。只要联网,车内的人就可以随时随地收听收看,还可以选择自己喜欢的内容,以满足个性化需求。在巨大的市场诱惑面前,车载音视频领域也出现了各种问题:一些车企觉得传统的主流广播电台选择性不强、交互性差,不再配置相应模块;另外一些车企则看重与平台合作的商业价值,而不顾平台提供音视频质量,主动将其预装在汽车中,导致侵犯著作权、乱用“新闻”“报道”等媒体标识和名称、App弹窗过滥推送等情况频频出现。

方翔

车载音视频市场不能被单一的市场化、商业化逻辑驱动,三部门联合发文可谓正逢其时。通过加大对劣质内容的监管和打击力度,改善和净化车载音视频生态。

在加强监管的同时,通知还强调要“增加优质内容的供给”。一项调查显示,公众在车内听音频首要目的是获取新闻资讯,其次是路况信息,随后才是娱乐等。有关部门可以通过“推动车载设备配置无线广播接收模块”等方式推动,主流媒体也要打造推出更多优质视频产品,发出“好声音”,从而赢得用户和市场的青睐,让“优币驱劣币”。

车载音视频的本质就是网络空间,期待车内网络消费有更好的环境。

上海旅游节将于明晚拉开帷幕

花车巡展彩船展示重装回归

明晚,第34届上海旅游节将拉开帷幕。在旅游节期间,上海各区推出内容丰富、形式多样、线上线下相结合的区域文旅节庆活动,以品质供给满足人民需求,以规模流量促进城市消费,以欢乐旅行赋能城市美好,推动上海旅游节传承经典,迭代破圈。

今年旅游节全面回归线下,深受市民游客喜爱的花车巡展、彩船展示等市级重大活动重装回归;上海国际茶文化旅游节、上海之根文化旅游节、枫泾水乡婚典、唐韵中秋等品牌活动也将焕新亮相,唤醒公众对旅游节的集体记忆。

在旅游节开幕活动中,市民游客在黄浦江畔可以观赏彩船编队盛装出场;9月17日,在普陀区“半马苏河”文化旅游节的开幕活动上,7条苏州河彩船也将闪亮登场,限时融入日常运营,让市民游客共享江边河畔的美好生活;上海国际茶文化旅游节首次推出上海“百家茶馆”“十大茶礼”;松江区上海之根文

化旅游节推出“秋季寻根18游”等活动,推出一系列新发现、新玩法;穿越“吴根越角”的枫泾水乡婚典活动重现,为江南古镇枫泾增添更多浪漫韵味。

作为上海旅游节经典节庆品牌——2023“唐韵中秋”线下活动将于9月28日至29日举行。在桂林公园的“唐韵中秋”主会场,米哈游、巨人、莉莉丝等游戏企业,在“聚中秋”的氛围中演绎传统新时尚;在龙华地区开展线路打卡、传统戏曲表演、非遗体验等,在“行中秋”中品味国粹之韵、中秋之美;徐家汇书院推出“月光宝盒”书院主题活动和“月光市集”,打造文旅消费新场景。

今年旅游节期间,各区将进一步强化科技赋能,主动拥抱Z世代新消费人群,增强文旅活动及场景的年轻化,进一步彰显上海都市的国际范、上海风、时尚味、烟火气。

上海中心、东方明珠、苏州河静安段、天安千树等沪上地标建筑将推出特色光影秀、

航天文旅展、多媒体文化展等沉浸式新体验;广富林文化遗址、南翔古镇、花开海上生态园将打造聚焦“非遗”和“传统文化”的国潮新玩法;上海植物园北区改扩建工程将在旅游节期间试开放,将于9月28日至10月20日举办秋季园艺文化展;上海静安国际雕塑展、“艺起苏河SHOW”文艺演出季、首届远香湖艺术节等艺术节展,将解锁城市与艺术相融合的多元化探索。

旅游节期间,静安文旅消费季、2023上海美好生活节、上海零食节、潮玩赛车系列汽车旅游活动等,将向市民游客展示城市精彩形象;中国坐标·上海城市定向户外挑战赛、第三届上海杯象棋大师公开赛、2023中国家庭帆船赛、上海马术菁英赛等体育赛事将呈现文体旅融合的魅力;佘山森林旅游节、嘉北稻草文化节、廊下萌宠游乐季等节庆活动,将展示秋日郊野绚丽场景,向市民游客呈现一系列出游新体验。 本报记者 杨玉红

市民版上海教育影响力电子地图上线

指尖轻触随时了解身边好学校

本报讯(记者 王蔚)今天上午在上海展览中心开幕的2023第二十届上海教育博览会上,上海教育影响力电子地图首推上线“市民版”,轻触指尖就能随时随地直观、生动、立体地了解身边的好学校。

上海教育影响力电子地图“2.0版”于去年上线,包含从学前教育到终身教育的各类主题地图。新上线的“市民版”地图进一步拓展了多维搜索、定位导航、线路导览等多

项新技术服务。市民可在微信搜索“上海教育影响力电子地图”浏览小程序,通过地图分区、分类、定位及测距功能,方便、快捷地查询本市各区的各级各类学校和终身教育场所的信息。

这张地图还开启了两大特色窗口。一是提供“科普”“红色”“人文”“非遗”“建筑”等多个主题的20条特色研学线路,为学生研学实践提供线上互动服务。二是通过地

图可查询本市60多所高校就业指导中心及16个区就业促进中心的相关信息,为广大毕业生提供就业咨询和创业的相关信息。新的主题地图持续迭代更新,新增了“上海市特教指导中心地图”,更新了14张主题地图信息,主题地图总量达到45张。

本届上海教博会由市教卫党委、市教委指导,上海教育报刊社主办。9月15日至17日为线下展,线上展至10月底结束。