



进

特刊

第二届进博会



食用 展区宝典

品质生活展区

嗲！美妆神器让「画皮」成真

● 把人工面部皮肤纤维喷在脸上，凝固后在脸上形成薄膜，皮肤看起来吹弹可破

● 每秒钟 200 次拍照，将美容液精准喷在皮肤上遮瑕淡斑，皮肤光泽度好似经过 PS

把人造的面部皮肤纤维喷在脸上，凝固后在上面化妆，堪称“画皮”的“黑科技”将出现在第二届进博会品质生活展区，你想去体验吗？堪称 PS 的美妆新产品和新技术，以及“整团”出现的奢侈品集团，是品质生活展区的两大亮点。

品质生活展区是第二届进博会上新设展馆，该展区负责人高萍表示，品质生活展区的前身是服装服饰及日用消费品展区，去年的展示面积为 4 万平方米，今年展览面积达 63000 平方米，吸引了来自 87 个国家及地区的 830 余家展商参展，其中包括 30 余家世界五百强及行业龙头企业。

今年的品质生活展区很有看头，“黑科技”和定制化是两大关键词。“在进博会现场，你可以看到‘画皮’。”高萍介绍，花王集团首次把人工皮肤用在了美容行业，通过精密计算，把人工面部皮肤纤维喷在脸上，凝固后就在脸上形成了薄膜，皮肤看起来吹弹可破。别人不但看不出你多了一层“皮肤”，十分自然，而且透气性很好。如果需要化妆，可以直接在薄膜上化彩妆，卸妆时无需使用卸妆油，只要直接撕掉就行了。

除了“画皮”，还能在脸上 PS。宝洁将在第二届进博会上全球首秀 Opte 精准护肤系统的量产机，它也被网友称为“AI 素颜仪”。这款美容仪通过每秒钟 200 次拍照，精准定位斑点位置，并评估斑点大小、颜色深浅，然后将美容液精准喷在皮肤上遮瑕淡斑，使得皮肤光泽度好似经过 PS。

去年，爱茉莉太平洋带来的 3D 打印面膜让体验者排起长队，今年这款产品也有了定制化的升级版。一张面膜可根据消费者脸部不同部位的肤质，配比不同的精华配方，同时升级后的 3D 打印技术相比去年的打印时间可以提升 5 倍，更有利于未来的门店推广。

6.2 号馆的时尚专区，各大奢侈品品牌都带来了自己的定制款。全球第一大和第二大高端消费品集团路威酩轩和开云都将首次亮相该馆。开云集团将带来一款航海系列领航者腕表，路威酩轩集团旗下的路易威登、迪奥、宝格丽、轩尼诗等品牌则将齐齐登场，而这也是他们首次以“整团”形式参加综合类展会。此外，去年带来价值 3000 万人民币珠宝鞋的纪娜梵，今年带来的新款号称“无价”，不仅是因为原材料十分珍贵，还有其融合中西方技艺的精湛工艺。

本报记者 张钰芸



品质生活展区各展台加紧搭建中

本报记者 陈梦泽 摄

请扫“进”博符

打开新民 APP 点击“新民拍客”
点击“马上开拍”找到“AR”入口
扫一扫本版报眉上的“进”字看视频

· 展品去哪了？

冲鸭！跟小姐姐去超市 pick
进博会同款英伦皂

· 三毛穿越记 60· 事无巨细

三毛今天来到国家会展中心，
展台搭建和展品布置正如火如荼，
一个个神奇般地露出真容，
那速度真叫快！



新民晚报全媒体出品
进博精彩
一码二视界

食品及农产品展区

馋！600多斤蓝鳍金枪鱼“开切”

● 首次引入烘焙界奥林匹克比赛，专业观众将品尝到大师亲手制作的面包和西点

● “椰油冰爽雪糕棒”“柔滑可可洗手粉”，可食用美妆要不要尝尝？

论克拍卖的蓝鳍金枪鱼，可食用的美妆产品，罗斯柴尔德家族珍藏的拉菲……第二届进博会食品及农产品展区负责人应健透露，本届进博会食品及农产品展区规划使用三个馆，展区面积达 75000 平方米，设有乳制品、蔬果农产品、肉制品、水产品、休闲食品、酒类和饮料等多个专业展区，共有 122 个国家和地区的 1817 家企业参展，是参展国别数、企业数最多，参展面积最多的展区。

展区将云集全球最尖端、最前沿的食品生产技术和最新潮、最具特色的食品农产品。届时，还将拉开烘焙界奥林匹克比

赛，展示顶级烘焙技术和面包文化，有 6 个国家和地区的代表报名参赛，世界级烘焙大师作裁判，专业观众将品尝到大师亲手制作的面包和西点。

阔别中国消费者十几年的优质法国牛肉也将来到展会现场，这届进博会有不少法国屠宰企业参展，将展示最优质的法国牛肉和欧洲极具代表性的肉制品。

西班牙阿尔博公司将在 6 日上午举行开鱼仪式，来自地中海海域的重达 600 多斤的蓝鳍金枪鱼，从捕捞到进入进博会，只需三天。“这也是我们展区目前所知的最大最贵的单个展品。现场还会有一些金枪鱼家族一同亮相。”应健介绍，这么大的蓝鳍金枪鱼在日本，是现场拍卖，按克计算的，所以价值难以预估，属于世界顶级的优质生鲜食品。

进博会现场既有罗斯柴尔德家族珍藏的拉菲酒，又有马达加斯加的鸟眼辣

椒、猴面包树粉、非洲腰果等特色农产品。绝大多数参展商都提供专业观众现场试吃和品尝。

可食用美妆产品也是今年展区的一大亮点，美国嘉吉公司除农副产品以外，还将带来“椰油冰爽雪糕棒”“草莓轻盈摩斯”“柔滑可可洗手粉”等一批跨界“新鲜货”。产品的最大亮点就是“可食用”，其配方都是大豆、玉米、柠檬、海藻等食品原料的提取物，产品天然成分含量高，配方原料数基本少于 10 种，在一定程度上降低了毒理性风险。

延续前两届“一位难求”的火爆场面，第三届食品展区的报名签约已经开启，今年比去年的招商进度快了一个多月。截至目前，已收到的正式盖章的报名申请面积达到 4000 平方米，合同签约面积也已有 1000 平方米。

本报记者 钱文婷

科技生活展区

妙！垃圾扫一扫便知咋分类

● 今年新设 AR、VR、人工智能板块
● 目前，确定在科技生活馆首发的新品已超过 30 个

扫一扫，就能知道某个垃圾应该扔进哪个垃圾桶。这样的科技能不能为你解忧？科技生活展区就展示了这样一项新的垃圾智能分类技术。除此以外，展区内的黑科技亮点还涉及空气清洁、智能家居、智能家电、生活电器、服务机器人、在线娱乐、可穿戴设备、数码影音、高清显示、运动科技等诸多领域。

科技生活展区负责人卢鹏表示，科技生活展区是国内参观者接触全球科技产品的窗口，由首届展会的消费电子及家电展区升级而来，展品从原有的消费电子领域扩展到了贴近民生的各个科技领域。

本届进口博览会科技生活展区展览面积共 30000 平方米，拟以“科技，改变生活”为主题，结合人民健康需求和对美好生活向往，重点引进综合电子及家电、AR&VR 人工智能机器人、解决方案、消费电子及智慧生活、健康科技及汽车电子五大板块，汇聚 22 个国家和地区 160 多家参展企业。其

中，世界 500 强企业和行业龙头企业多达 24 家，展览面积占整个展区的一半。科技生活展区将有服务机器人、可穿戴设备、智能家居等各领域展品亮相，不仅科技含量高、新鲜度强，还与日常生活息息相关。

AR、VR、人工智能板块是今年新设区域。目前，确定在科技生活馆首发的新品已超过 30 个，其中不乏松下、美的、海尔、格力、三星、华为、小米等重量级产品，将为观众呈现一个更新鲜、更具科技含量的科技生活图景。

本报记者 杨硕