

跟着大咖看进博

“大格局”“小细节”
进博会门道在这里上海大学教授
张敏

来自150多个国家和地区的3000多家企业签约参展,36万平方米的展览面积汇聚全球好物;50万专业采购商和观众注册报名,4000多名来自各个国家和地区的政商学界和国际组织代表与会……是什么让进博会魅力无穷?看什么才能不虚此行?透过世界上最细的胰岛素注射针、最快的30吨级巡逻船,进博会的门道在哪里?昨天,上海大学教授、上海会展研究院执行院长张敏带着记者一起边逛边看。

集聚全球好物
各个都有看点

“先去逛哪里?”不约而同,张敏和记者

都有此问。在他看来,七大展区对应进博会的三大任务,都有看点、都有逛头。

“作为世界贸易的盛会,进博会要更好地促进贸易平衡,倒逼中国制造业转型升级,也将转化为美好生活的一部分,为老百姓带来实实在在的获得感。这就是进博会的三大任务。”张敏说,进博会的展区设置和展品引入都背负着任务,也体现着格局,“装备展区里的‘大家伙’,背后看的是硬实力,为中国制造业输入动力。服贸展区的软实力,为企业转型发展带来全球智慧。品质生活、科技生活、汽车、医疗展区,则担负着满足消费需求的任务。”

“中国经济要从外向型转为开放型,实现高质量发展,需要进博会的助力。而进博会本身也要实现高质量。”一个高质量展会的前提是什么?展现大格局。云集有价值的

要素,聚焦有意义的话题,展出全球好物,谈出真知灼见。

不再囿于展板
布局动足脑筋

特装展位是衡量一个展会品牌质量和档次的重要指标之一。第二届进博会,参展企业的平均展览面积从74平方米提升至近90平方米,特装比例达到93%,较首届提高了3%。“普通展会的特装比例只有30%、40%,品质高的可以达到70%,但超过90%的极少。”张敏说,特别是进博会的服贸展区,服务贸易看不见摸不着,去年一些参展企业就用展板来展示,今年则大动脑筋。例如德勤展台里的“魔墙”,是一款创新的可触控的数据可视化智能产品,参观者能在整面“魔墙”上看到不少案例,对德勤服

务的了解更为直观。

在张敏看来,第二届进博会对采购商的服务也在提升。昨天,进博会单日客流突破22万人次。上午10时30分到下午2时,张敏和记者在各个馆内参观,除了食品及农产品展区人挤人,其他展区的体验感还不错。“只有服务好采购商,让他们的体验感更好,才能达成更多的交易。因此对大客流的引导疏散、洽谈对接地点的提供、餐饮服务,都很重要。”张敏说。

逛展时,张敏还遇到了同行——哈尔滨一所高校的教授,对方说明来意:“学习上海办展经验,我们也要发展会展业。”对此,张敏表示:“进博会还有提升的空间,上海会展业也有提升的空间,尽管我们的办展数量已经成为全球第一,但质量的提升永远没有止境。”本报记者 张钰芸

全球新品首发地

不同皮肤区域,护理方式也不一样

强生 3D面膜“度脸定制”

本报讯(记者 郜阳)展馆北厅的展示发布平台,继续为大家带来内容丰富、形式多样的“首发秀”。今天首先登场的是强生,展示了多款健康保健产品。

强生发布了将在2020年上市的远端闭合双层网篮取栓器。据介绍,近年来一些新的血管内治疗器械应用于临床,为急性缺血性卒中患者提供更多治疗选择。但目前国内市场取栓器均为二代,有效性

和一把开通成功率仍需较大改进。强生爱尔兰Galway的研发团队研发出这款最新型的取栓器,以其优良的设计大大提升卒中病人机械取栓成功率,已有高质量的随机对照试验验证了有效性和安全性。

强生还发布了力克雷Quickmist口腔喷雾。力克雷是尼古丁替代疗法类药物,通过向人体释放少量尼古丁,替代或部分替代吸烟获得的尼古丁,从而减轻戒断症

状。强生技术研究院院长严二平介绍,这款产品仅需30秒就能起效,能使戒烟成功率提高2.5倍。

而对于爱美人士来说,露得清首款定制化3D面膜同样值得关注,在强生研发人员看来,每个人面部结构不同,不同皮肤区域需要的护理方式也不一样。“比如额头需要控油,脸颊需要滋润,所以我们突破性开发了个性化面膜。”

每小时处理200吨大块建筑垃圾

阿吉斯“终极垃圾破碎机”来了

本报讯(记者 金旻矣)一键按下,大块建筑垃圾就能以每小时200吨的效率,被粉碎成乒乓球大小的石子或钢筋……昨天中午,德国阿吉斯(ARJES)装备制造集团带来的一台“终极垃圾破碎机”,在第二届进博会上全球首发,为垃圾分类和源头减量行业带来新“神器”。

发布会上,阿吉斯透露,这台IMPACTOR 380 PLUS固废及建筑垃圾处理设备专为本届进博会打造,并根据中国市场的具体需求设计,最大程度降低物料运输成本。机器身怀不少高科技,比如拥有全球专利保护的刀轴技术,可移动也可固定安装。

据悉,这台机器重达15吨,在进博会



户外展区展出,展览面积为100平方米。阿吉斯表示,虽然机器还未正式销售,但

来自中国各地的意向订单已十分踊跃,目前已收到几十台机器的意向金。

■ 终极垃圾破碎机

本报记者 周馨 摄

纤维丝直径仅为头发丝百万分之一

花王“人造皮肤”可贴脸上妆

本报讯(记者 李一能)在新品发布会上,花王株式会社社长泽田道隆发布了花王最新护肤品EST,以及用一根由极细纤维丝喷射而成的丝膜技术,堪称人类的第二层皮肤。

据介绍,EST是目前世界上最高保湿效果的美容产品,运用碳酸技术,用微型气

泡促进面部血液循环,以获得更好吸收效果。此外,花王公司还用15年开发了一种丝膜技术,运用超细纤维技术,通过专业仪器喷出一根直径仅有头发丝百万分之一纤维丝,重叠成一个薄膜,能和皮肤完全重叠在一起,完全看不出肌肤上有东西。运用这一技术,把“人造皮肤”涂在脸

上,用手轻轻一按,就得到“第二张皮肤”,均匀保湿效果能达到原来的两到三倍。

这一超细纤维技术具有的“毛细管吸力”能很大程度上提高配合使用化妆品的持久度和均匀度,同时皮肤保持湿润性。除了保湿化妆,人们也可在此基础上直接上妆,待到卸妆时,直接撕去薄膜即可。

4000平方米货场
一个半小时盘点完

迪卡侬推出
新员工迪宝

本报讯(记者 金志刚)昨天下午1时,迪卡侬在第二届进博会展馆北厅的展示发布平台向大家介绍了一位“新员工”——RFID(射频识别技术)盘点机器人“迪宝”,这是迪卡侬全球首发的新品。“迪宝”一点也不怕生,与主持人流利对话,自豪地说:“4000平方米的货场,我只要一个半小时就盘点完了。”

迪卡侬1976年创立于法国里尔,是全球最大的综合体育用品零售集团。去年首届进博会,迪卡侬没有参展,但相关工作人员观展后,马上决定与进博会上一家机器人研发、制造企业合作。6个月后,迪卡侬全球首个机器人“迪宝”诞生,并在位于上海外高桥的迪卡侬亚洲体验店测试。现在,它成为迪卡侬参展第二届进博会的一大亮点。

据介绍,“迪宝”通过搭载RFID技术和人工智能,实现全品类产品自动盘点,实现了4个“中国第一”:中国首台零售业RFID盘点机器人;中国首个商业化RFID技术无人无灯全自动化盘点数字化测试案例;中国首次在零售业

同时应用自主导航和地图扫描更新技术;中国首次在零售业采用融合深度视觉传感器与双激光360度激光导航避障技术。

迪卡侬在发布会上宣布,到今年年底,上海21家实体商场将投入使用RFID盘点机器人,2020年将推广至全国迪卡侬实体商场。

■ 迪宝
首席记者 刘歆 摄

