

新民晚报

天气:今天晴,多云
最高21℃,最低12℃
明天晴,多云
最高22℃,最低13℃

星期日

2019年11月
10
星期日
农历己亥年十月十四

国内统一连续出版物号 CN 31-0003
上海报业集团主管主办·新民晚报社出版

创刊于1929年
·飞入寻常百姓家·

今日24版
第21084期

浓浓的新闻情 沉甸甸的人民情

新华社播发长篇通讯《情到深处——习近平同志与新闻舆论工作》

>>>全文见新民网 www.xinmin.cn

进博会今闭幕,两年来专业观众随展会共同成长——

在上海美术电影制片厂工作的孙文婧,连续两年作为专业观众参观了进博会。去年,她和许多人一样,哪个展品吸引眼球,就往哪个展台跑。“看着很热闹,走得很累,可以说是大开眼界,但真正引发的思考,并不多。”

冷静 今年再赴“四叶草”,孙文婧多了几分冷静。出发前做功课,她发现去年的服装服饰及日用消费品展区改名为“品质生活展区”;消费电子及家电展区变成了“科技生活展区”。她分析,名字的改变,也许意味着理念的升级——不只关注某一个消费品门类,而是回归本质,聚焦“对美好生活的向往”。所以这一回逛展馆,她没有去找“最大”或“最贵”的展品,而是首先走进了“品质”和“科技”这两个“生活展区”。

果然惊喜连连——善解人意的机器人送来一个暖暖的拥抱;智能家居设备聪明又贴心;智能坐便器与梳妆镜很有默契,将主人的睡眠和健康状况,迅速显示到镜面上;还有神奇的“魔镜”,会为主人变换多种发色和妆容……

众多微小而温馨的细节,让孙文婧强烈感受到进博会对生活品质的追求,以及科技带给生活的改变。离场前,她在手机里写下一句感悟:5G+科创+智能+品质=对美好生活的向往。

理性 和情感细腻的孙文婧不同,在政府机关工作的梁柱相对理性。今年再次观展,他的最大感受是:人机交互的元素更丰富了。他发现,欧姆龙的乒乓球机器人,反应速度显著提升;那智展台的驾驶员热成像系统也很有意思,能通过脸部运动和热成像信息来判断疲劳驾驶。

“人和机器对话,不可避免地将会越来越频繁。对话过程中,更多的是考验机器对人的感知,以及感知之后的表达方式。”他认为,随着5G和人工智能技术飞速发展,人类应该好好思考,未来如何与机器对话。“除了便利和安全等因素之外,我们对机器恐怕还要多一些尊重和敬畏。”

专业 在上海老凤祥工作的卢晶,重点参观了珠宝展台,由此引发对行业的思考。“与专业展会相比,进博会的珠宝展位不算多,展品也不算惊艳,但特色很鲜明,带来了国际珠宝界设计、工艺、技术的潮流趋势,极富设计感的手工类产品比较多,几乎找不到足金。”

卢晶还发现,一家法国公司2017年曾在故宫办过珠宝展。“我们公司的口号是‘把中国故事讲给世界听’,这家公司是‘把法国故事讲给中国听’。大家可以相互学习,今后有机会开展合作。”

本报记者 曹刚 叶薇

去年追“眼球”看热闹 今年享“生活”悟门道



明年见!

■ 第二届进博会今天落下帷幕,在南登录厅的“明年再相会”牌子前,志愿者们合影留念,约定明年再见

本报记者 孙中钦 摄

“进博热力图”揭晓 “C位展区”是它

本报讯 (记者 张钰芸) 第二届进博会今天闭幕,人气最旺的“C位展区”浮出水面。新民晚报“进博热力图”结合11月5日至9日的读者签到和相关部门数据,结果显示食品及农产品展区、品质生活展区和科技生活展区荣登热力榜前三名。

食品及农产品展区实力演绎“舌尖上的进博会”,是当之无愧的“进博热力”第一名,其参观者的人数高出第二名30%左右,相比第三名几乎翻了一番。排名第二的则是品质生活展区,吸引入气的组合拳也不少,全球知名美妆企业几乎全部参展,每个展位里都有可以体验的“黑科技”。排名第三的是科技生活馆,能够进入前三靠的是实力。酷炫的AR/VR、人工智能机器人、5G通讯、智能家电……许多展品引领未来生活,没有理由不火。

装备展区以微弱的差距屈居第四,医疗器械及医药保健展区、国家展、汽车展区和服贸展区则紧随其后。从七大展区和国家展的排名可见,越是和老百姓美好生活密切相关的展区,其热度就越高。



客从何处来

根据数据统计,上海人占51%排在第一位,紧随其后的国内省市则是江苏、北京、山东等。而境外人士以8.5%的比例直接超过江苏,成为馆内的第二大人群

谁爱买买买

进博会上“买买买”的绝对主力竟然是男性。数据显示,出现在“四叶草”及周边的男性占比约为72.3%,女性占比约为27.7%

谁是主力军

“90后”成为进博会上的主力军。根据统计,18-25岁占31.4%,26-29岁占16%,也就是说“90后”群体的占比几乎近半,远远超过排在第二位的“80后”

张钰芸 文 董春洁 制图

>>>详见第4-7版

学习贯彻落实习近平总书记在上海重要讲话精神

良好开局后继续奋力拼搏 把三项重大任务推向深入

只争朝夕锐意进取 创造新时代新奇迹

>>>详见第2、3版