



# 最薄机械腕表、可折叠皮划艇、肌肤探测仪…… 最酷最潮新品在进博会首发

“消费品展区展览面积9万平方米,远超规划面积。”昨天下午,第三届进博会消费品展区推介会在国家会展中心举行,记者从进博会获悉,以“美好生活新风尚”为主题的消费品展区汇聚800多家展商,其中世界500强及龙头企业30多家,还首次设立体育用品及赛事专区。

围绕“新”生活、“酷”科技、“最”潮流三大方向,消费品展区有望成为世界国民品牌集聚地、全球新品首发地及国际潮流引领地。

## 各国大牌 相继入驻 美妆及个护板块有看点

全球十强化妆品集团中的前五名欧莱雅集团、联合利华集团、雅诗兰黛集团、宝洁集团、资生堂集团悉数参展,爱茉莉太平洋集团、花王集团等众多美妆日化行业龙头将携超过400个进口品牌参展。在消费品展区,美妆及个护板块绝对有看点。

欧莱雅中国区副总裁兰珍珍介绍,欧莱雅集团旗下五大新品牌

将在第三届进博会上中国大陆首秀,同时推出一系列全球首发、亚洲首发新科技和中国大陆首发新品。例如亚洲首发的全球首款家用定制化化妆品配方概念产品 Perso,以及全球首款不含电池的便携式肌肤环境探测仪——理肤泉“小针探”。

第二次参展进博会的资生堂,将带来两个全新品牌。其中,有代表资生堂集团最高端的奢华护肤品牌“THE GINZA”,另一个“与树木共生”的高端护肤品牌“BAUM”也将在除日本外的海外首次亮相。资生堂中国经营战略本部本部长谷直子表示,中国是除日本以外的销售额最大的市场,也被视为最重视的市场之一。“从去年的进口博览会的经验来看,我们感受到了中国市场的开放与包容。未来,资生堂也将导入更多的高端进口品牌。”

而在时尚潮流及服饰板块,汇集了历峰集团、开云集团、爱特思集团、迅销集团、泰佩思琪集团、杜嘉班纳等行业巨头,携超100个旗下高端定制品牌及休闲服饰共同参展,部分品牌推出联名款、定制款、

限量版,在第三届进博会上首发。

其中,瑞士历峰集团今年是首次参加进博会,带来了旗下11个世界知名的腕表及珠宝品牌,包括卡地亚、万宝龙、江诗丹顿、伯爵等。其中,伯爵品牌将在中国首次厚度仅为2毫米的世界最薄机械腕表,这款腕表厚度仅仅相当于一枚硬币的厚度。

## “体育专区”首次设立 25家全球领先企业参展

第三届进博会消费品展区首次设立体育用品及赛事专区。专区展览面积7300平方米,打造集篮球、跑步、网球、骑行、帆船、铁人三项、室内健身和电子体育为一体的商贸平台。

耐克、迪卡侬、NBA、亚瑟士、斯凯奇、尤尼克斯、任天堂 SWITCH、亚洲电子体育联合会、F1电竞等25家全球领先企业参展,首次参展企业占比超过90%。展会期间,企业将围绕全民运动、青少年体育培训、电子体育与传统体育融合、竞技体育与大众体育双

向发展等话题展示企业品牌力量,共话行业未来。

法国迪卡侬,携旗下全产业链6家子公司和40个子品牌参与进博会,并全球首发充气皮划艇 KAYAK 500。迪卡侬大中华区副总裁王亭亭介绍,这是一艘折叠后仅为行李背包大小,充气后可以横渡格陵兰海的硬核皮划艇。它既有充气皮划艇便携、易运输的特点,又具备专业皮划艇的竞速、高性能。

日本 ASICS 亚瑟士,将带来 META 系列鞋款等诸多搭载前沿科技的产品,2020 东京奥运会及残奥会日本代表选手服,也将在中国首次亮相。

耐克也首次参展进博会。耐克大中华地区市场活动高级总监林思颖表示,将在进博会集中展示耐克携手合作伙伴、推动中国体育和运动文化发展的努力和成果。其中将重点打造 Move to Zero 工作坊,邀请多名艺术家利用回收物作为原材料进行现场创作,将耐克的可持续创新和发展理念进行艺术呈现。 本报记者 张钰芸

本报讯(记者杨硕)记者今天从陆家嘴管理局方面获悉,作为进博会的招展合作伙伴,今年陆家嘴管理局聚焦“新产品、新技术、新服务”,并制定“个性化”宣传方案,精准推动了8家全球龙头企业首次参展进博会。这8家企业包括:

达索系统(全球软件设计龙头企业)、卓佳和玛泽(咨询服务机构)、世邦魏理仕和第一太平戴维斯(商业地产服务商)、意柯那(无人驾驶智慧出行)、优普(保险机构)、历峰集团(世界第二大奢侈品集团)。

据悉,今年,陆家嘴区域内还有40余家企业参展第三届进博会。其中——

■ 世邦魏理仕将以“未来中心”为主题,带来多项国内首发的地产科技软件及服务方案;

■ 玛泽将以“多元创新,构建可持续企业生态”为主题,全面打造一场集科技、环保、专业及未来感于一体的盛会。

■ 意柯那 身为全球性设计企业第一次参展进博会,将展示两台概念车,一台无人驾驶汽车底盘以及一台迎宾作讲解的消毒机器人。

■ Watergen 将携两个项目参加进博会 除了空气制水机项目之外,还有 Vertical Field 城市垂直农场项目和 NanoSono 防细菌防病毒感染的纳米材料。

近年来,陆家嘴管理局着力打造陆家嘴“专业服务”的品牌,向企业提供“一企一策”战略服务方案,为企业参展进博、在华展业提供全方位服务。相关负责人表示,“凭借最优营商环境和完善的工作机制,不仅吸引了全球龙头企业落户陆家嘴拓展业务,还吸引了一批外资‘新锐’企业来华投资,包括进博会‘网红’参展商西班牙伊比利亚火腿品牌 La Encina、Innobeauty 等近30个展商项目落地陆家嘴。”

落地近三十个展商项目并提供全方位服务  
陆家嘴 推动八家龙头企业首次参展

## “世界会客厅”靓丽迎宾客

2946项市容环境提升项目已完成93%

今天上午,市绿化市容局、第三届进博会市容环境组召开市容环境保障誓师大会及现场演练。记者获悉,全市2946项市容环境提升项目完工率为93%,本月底将全部完成,此外95项设施优化、环境提升任务也全面落实。

上午,闵行区新虹环卫公司的7辆环卫作业车缓缓启动,包括一体式扫路机、纯电动智能冲洗车、吸尘车、道路污染清除车等。其中,智能全线控一体式扫路机,是全市仅有的两台无人驾驶环卫车之一。这台车辆可以用手持高压喷枪对路面墙壁上的污渍进行强力冲洗,也能用辅助吸管对花坛、高台等不方便进入的区域吸污。“明星”驾驶员周正言率领大型机械作业队伍进行了展示。记者看到,洗扫车先对沟底垃圾进行机械清扫,吸尘车再对路面灰尘进行吸尘,最后冲洗车对路面进行高压冲洗,“三步走”后,路面基本可见本色。

新虹街道班组长张静表示,在人工清扫方面,班组制定了“先扫一把,再跟一把,最后清一把,前进一步继续扫”的规范,确保路面没有明显暴露垃圾。

记者获悉,为打造更加优美的“世界会客厅”,沪上市容环境保障



■ 多功能抑尘雾炮车展示



■ 工作人员演示无人驾驶智能扫路机 本报记者 周馨 摄

队伍对年初排摸的任务加紧“销项”。在保洁方面,全市确定了70块高标准保洁区域,探索实施日间“2+3+4”保洁、夜间全覆盖大冲洗。青浦区国家会展中心、朱家角古镇旅游区、夏阳湖范围等3个精细化保洁区域,现已对外公示,接受市民监督。

据悉,进博会期间,全市将布置花坛花境18万平方米,组合花箱5.1万组,灯杆花球2422只,高

架沿口摆花将达16万箱,单季用花量预计达到1300万盆。其中,国展中心南广场打造了“海纳百川,共享未来”主题景点,会展中心周边1平方公里内布置近8000㎡花坛,921套组合花箱。

目前,浦江两岸近千栋重要楼宇建筑、55公里公共空间景观照明改建提升工程已经基本完成。进博会前夕,将形成以陆家

嘴、外滩、北外滩为中心,黄浦南外滩区域、浦东筒仓及世博源区域、杨浦渔人码头区域、宝山吴淞口区域、徐汇滨江区域等多点开花的景观照明布局,苏州河沿线一批亮点已开始显现,包括苏州河南岸乌镇路桥-成都路桥的“苏河之驿”、外白渡桥-河南路桥的“苏河之门”、舟桥渡口、九子公园、红枫林等。

本报记者 金旻矣

## 今日论语

近日,同城速递平台“达达快送”的骑手们反映:打开达达APP,平台常常自动弹出专享订单,当这些配送单与骑手当前路线不顺路时,有的骑手会选择不接单。然而,不接单的代价是一单罚款2元。不少骑手质疑,专享订单的“不接就罚”规则,与平台宣称的“不会强制派单”背道而驰。

根据达达快送骑手版APP的注

## “不会强制派单”岂可说说而已

纪玉

册协议,达达平台不会强制派单,使用者可自愿决定是否接单。如果完全贯彻“自愿接单”,骑手就有很大的自主选择权。然而,现实情况中,总会有一些订单没人接,而平台为了完成这些订单,就可能指定骑手配送。“不接就罚”的压力下,所谓“专享”实是“强制”。如果协议中没有约定,却把“专享订单”强加在骑手身上,既不公平,也涉嫌违约。

对于骑手们反映的情况,平台

更让骑手们吃不消的是,这些“专享订单”可能不顺路,也可能位置偏远或不便骑行,如果超时配送,晚一分钟扣款5元。也就是说,接或不接,都可能逃不过被罚。在这种困境下,为了避免超时,骑手或许会忽视交通安全、违反交通法规,对自己和他人都是安全隐患。

对于骑手们反映的情况,平台

宣称的“自愿”不能说说而已。当然,平台也可以修改协议内容,但不能把不公平的条款强加于骑手。平台的规则和算法,既要保障骑手的基本权益,也要考虑对社会的影响。此前,一些外卖平台使骑手陷入“算法困境”,遭到诟病。算法不是一成不变的,而是反映着平台的价值取向。希望相关平台优化规则和算法,不要让骑手继续置身于“接或不接,都

可能受罚”的两难。

目前,快递、外卖行业在吸纳就业、促进经济方面的作用有目共睹。同时,骑手们的权益保障问题,也受到关注。现实中,相当一部分骑手没有签订劳动合同。灵活用工模式既有优势,也产生了一些新问题需要解决。今年7月,国家发展改革委等部门联合印发《关于支持新业态新模式健康发展 激活消费市场带动扩大就业的意见》,提出强化灵活就业劳动权益保障,探索多点执业。面对新问题,需要各方合力,创新思维。