

第三只眼看进博 横看成岭侧成峰



另眼相看

参观者透过迺马公司最新款的大光圈镜头观看，小孔成像充满趣味 本报记者 孙中钦 摄

本报记者 李一能

第四届进博会的展期即将步入尾声，即便日刷2万步，仍然感觉意犹未尽。行走在巨大的“四叶草”中，精心布置的展馆令人瞩目，而伴随着各种语言的“你好”，犹如进入了万花筒一般的商品海洋。两只眼睛看不够？那就跟着记者的镜头，用第三只眼睛来体验进博会的魅力。可能是捕捉到某一个动人瞬间，可能是换一个视角的惊喜，也可能是宏观视角的壮阔与微观视角的惊艳，进博会就是这样一个神奇的舞台，横看成岭侧成峰，随时随地遇见精彩。

在各个展区中，除了商品之外，最有点看的，莫过于各式各样精心打造的展台。有的厚重大气，有的灵动跳跃，有的妙趣横生，千姿百态、争奇斗艳。

来到进博，主角自然是琳琅满目的尖货商品，62家参展企业集中发布100多件新产品、前沿技术及创新服务。其中，约一半的产品是全球首发，约40件是亚洲和中国首发，其中不少产品是专为中国市场定制化生产的。

在本届进博会，展商设置互动体验更丰富，表演节目更精彩，而参展观众在其中也是乐趣满满，犹如进入了一个盛大的采购嘉年华。

当然，所有这一切，都比不上在会场中随处可见的安心和信心。客商云集，防疫工作井然有序；商贸洽谈热火朝天，一笔笔订单随之签订，见证了中国经济的强势复苏；更重要的是，中国正以实际行动证明了四年前对世界的承诺不会改变：“中国开放的大门不会关闭，只会越开越大。”

新民印象

目击

xmsyb@xmwb.com.cn



镜像观影

位于消费品展区的Inditex集团在第四届进博会展示可持续发展理念。通过其镜像展厅倒影，参观者仿佛身处林间，感受其绿色低碳的发展理念 本报记者 孙中钦 摄



云上展播

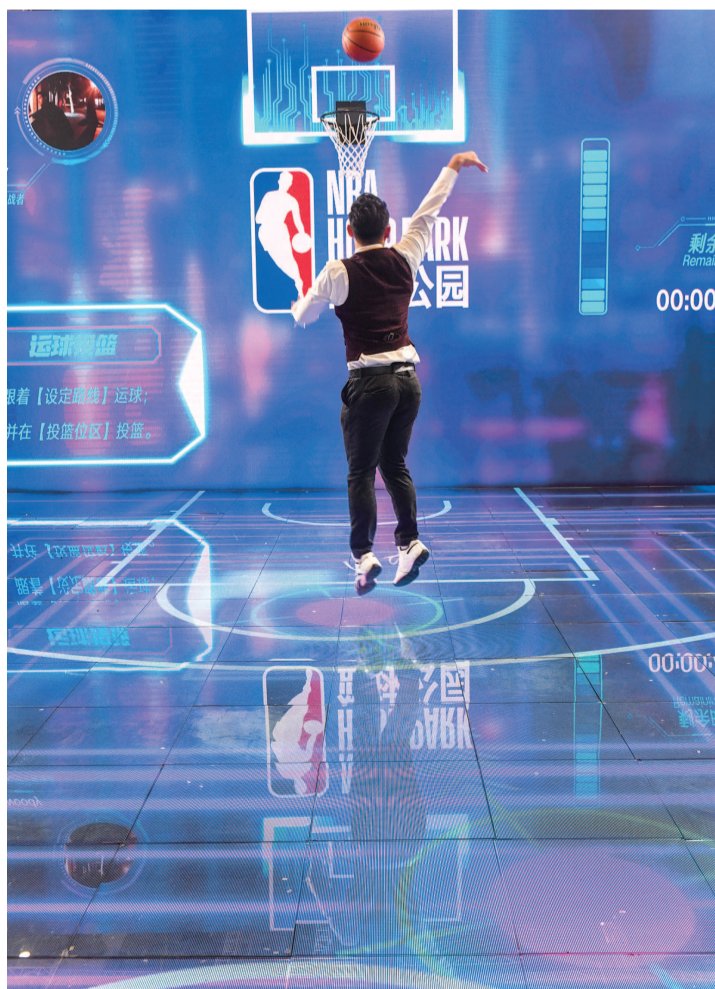
此次进博会首次将国家展搬上“云端”，采用三维建模、虚拟引擎等新技术手段，打造沉浸式数字展厅 首席记者 刘敬 摄



美妆博主正通过网络直播介绍一款面膜产品。进博会连接“双十一”，消费者可以通过线上看直播的方式“逛进博” 首席记者 刘敬 摄



各展商借力明星效应，积极引流打造现象级热点话题，参观者只能高举手机，通过屏幕为自己“实况转播” 本报记者 孙中钦 摄



在消费品展区，吸引了不少观众前来体验投篮 本报记者 陶磊 摄



来自德国的这款床垫可以局部升降，更贴合人体曲线，吸引不少人“躺平”小憩 本报记者 陈梦泽 摄



一名途经某钢琴展台的表演者禁不住停下脚步，现场弹奏一曲 本报记者 周馨 摄



你以为这是桌子吗？其实这是来自德国的新式炉灶，既能做饭又能当桌子使用 本报记者 周馨 摄

沉浸体验