

新品记

展区介绍

技术装备展区位于3号、4.1号展馆,展览面积约6万平方米,来自29个国家和地区的271家企业参展,其中世界500强龙头企业66家。整个展区设集成电路、数字工业自动化、能源低碳及环保技术、人工智能等四大专区,以及光学打印、金属切削、应急抢险等三个板块。

在软银机器人展台,看机器人角逐足球赛;在Meta展台,戴上智能头盔,体验元宇宙世界;在爱普生展台,体验用光影打造出来的足球训练场景;在HTC展台,沉浸式观看元宇宙数字艺术《蒙娜丽莎:越界视野》……走进今年进博会的技术装备展区,记者第一感觉是:类似最初几届进博会展出的“大家伙”展品减少了,今年这个展区更侧重先进性、前瞻性,而且更“好玩”了,而“好玩”的背后,依然是硬核科技。

看场机器人足球赛

技术装备展区中最引人注目的或许是今年第一次设立的人工智能专区,尤其是这个专区设立了沉浸式体验区,由12家参展企业联合打造,以“未来人的一天”为主题,打造了沉浸式的“未来”体验,涵盖运动、办公、工业、教育、艺术、



■ Meta展台展示虚拟交互系统
本报记者 陈梦泽 摄

餐饮、娱乐等七大应用场景。

记者看到,体验区的中央有一大块醒目的绿茵场,软银机器人的工作人员李林聪正在调试机器人的摆放位置。他告诉记者,这是世界上首款人形双足机器人,在进博会上将展示机器人足球赛。他们不仅动作更加灵巧,还会“思考”,比如摔倒了该怎么站起来,传球给哪个同伴,他们会“算出”多种决策,并选出最优的决定,而做到这些靠的就是多种传感器的融合,以及机器人之间信息高频高速的传输。“这款展品展示的是AI技术、算力、算法与硬件的结合。”李林聪说。

一旁的爱普生则带来“足球大玩家沉浸式体验方案”,体验者无需任何穿戴式智能装备,而是通过多台激光投影设备,以及视觉捕捉和软件辅助,让体验者身处光影打造的沉浸

式场景。爱普生展台工作人员介绍:“这款展品打造数字化沉浸式足球训练体验,有助于在室内小空间实现运动精准互动训练,未来将被应用于职业教育、旅游、体育等领域。”

实验室展品已量产

往年一走进技术装备展区,目光不由得首先被高大的机械设备吸引。进口博览会展览部总经理助理田野表示,这一展区经过五年来的“蜕变”,展品逐渐从“最大”“最高”“最重”的机械设备,向最先进、最前沿的技术过渡。“经过前几年进博会的溢出效应,很多先进的机械在中国也能制造出来了,但设备生产出来了,需要强大的‘心脏’去驱动,就像可以制造出一台电脑,还需要先进的操作系统一样。我们现在更侧重最先进、最前沿的技术,这一变化,也是期望进博会为我们国家成为真正的制造强国作出贡献。”

这一“蜕变”,记者在探营时也有初步的感受,即很多展品可能看上去“平平无奇”,实际上却包含着目前世界上最前沿的科技。比如在蔡司展台,展示了一款眼科导航手术显微镜,这款展品将于11月8日进行中国首发。展台工作人员介绍,这款展品整合了近年来眼科显微手术的前沿科技,能够在缩短手术时间的同时,大幅度提高手术精准度,最终提升患者术后预期。

再比如,三星已连续五年参加进博会,每年都会首发一款实验室级产品,比如第一届进博会首发了一款高清电视,第二届首发了一款2亿像素的手机摄像头,去年首发了3纳米芯片,而今年三星将展出这些当年还是实验室级产品的展品实现量产后的“样子”。今年,三星还将展出一台汽车模型,展示一辆智能网联汽车被拆解后的模样,从中可以看到这辆车要用到什么芯片,每个芯片有何作用、这些芯片又是如何被制造出来的。

本报记者 裘颖琼 金志刚

探营心得

类似最初几届进博会展出的“大家伙”展品减少了,展品逐渐从“最大”“最高”“最重”的机械设备,向最先进、最前沿的技术过渡。这一变化,也是期望进博会为我们国家成为真正的制造强国作出贡献。

更「好玩」的背后是硬核科技

服务贸易展区

展区介绍

服务贸易展区位于8.2馆,汇集了来自50个国家和地区的255家企业。这里有金融、物流、供应链管理等生产性服务贸易,也不乏文化、旅游、娱乐教育这样的生活性服务贸易。今年服务贸易展区增设了文娛游戏参展品类,多个知名游戏品牌产品一起亮相。

航运物流、银行保险、商贸平台、综合服务、文化旅游……服务贸易这根“绿色丝带”紧密链接地球村。位于“四叶草”8.2馆的第五届进博会服务贸易展区,让看不见的服务触手可及。

行业大咖欢乐相聚

既是行业大咖兼竞争对手,又是服贸馆里的好邻居。作为全球领先企业的集结地,今年咨询服务业的展商们聚得更齐了。普华永道、德勤、毕马威、安永四大会计师事务所全部入场。戴德梁行、仲量联行布展颇费心思,“为减少碳排放出一份力”的小游戏也安排上了。

为契合时下热点,不少展商都在自家展台里突出展示出“元宇宙”元素,以德勤为例,他们今年在展台里特别设计了“元宇宙体验中心”。记者看到,该中心以提供虚拟体验的XR技术为核心,通过使用VR(虚拟现实)、AR(增强现实)等进入虚拟



■ DHL展台运来了方程式赛车,模拟在货运飞机传送带下接包裹
本报记者 周馨 摄

空间理解相关场景。德勤相关负责人说,他们将上述技术和概念统称为“数字实境”。“我们希望能够通过德勤‘数字实境’引领客户体验科技时代下的商业实践,在‘数字孪生’‘移动出行’‘遥远祝福’和‘未来制造’四个不同的应用场景中,让参与者可以身临其境地了解虚拟世界如何推动人类生产力、生产关系、生活方式、经济基础等新时代变革,同时也可以感受到元宇宙技术带来的不断优化的数字化生活体验。”

DHL、UPS、FedEx这几家快递业巨头同样在比拼谁家展台更“吸睛”,甚至运来了方程式赛车,在模拟的货运飞机传送带下接包裹,来说明自己的服务多么快捷。航运巨头展台让你仿佛置身于船头甲板和集装箱货仓,似乎能听见海浪的声音。

“铁粉”们认准进博会

服贸馆里进博“铁粉”多多,连续五年参展的老朋友真不少。

汇丰此次继续携旗下银行、保险、证券和金融科技等机构共同参展。展台在传统色彩中融入现代艺术巧思,同时运用多种数字化智能技术为与会者带来互动

观展体验,传递出“连接未来”“连接机遇”的理念。汇丰中国行长兼行政总裁王云峰表示:“作为进博会的‘铁粉’,汇丰见证了其在促进跨境贸易和推动全球增长方面所发挥的积极作用。”

作为英超利物浦的赞助商,渣打展台里的足球元素自是少不了,在多位球星签名的球衣前一饱眼福以后还能在边上来一场足球小游戏,让人在逛展之余能简单地娱乐休闲一下。

过去四年,渣打通过进博会平台“牵线”了逾千家中小企业。渣打集团主席韦浩思认为:进博会已经发展成为一个影响力巨大和众

多跨国企业不容错过的盛会,今年进博会继续为企业共享中国发展机遇提供了宝贵的机会。

美好生活有向往

值得一提的是,今年服贸区内还特意辟出了一处场地供各大厂商们将自己手头的海外文娛IP与国内的国潮老字号来一场闪电对接。

在馆内文旅商业板块,众多国际知名IP首次亮相进博会,通过实物及沉浸式视频体验进行展示。百余年历史的冯氏集团又一次带来集团代理的诸多国际大牌,展台上“托马斯和他的朋友们”以及NBA主题的相关商品的亮相,也充分表述了冯氏“智链全球 共享繁荣”的理念。

不远处,欧力士中心展台前一人高的奥特曼更是引人注目。“我们希望做中日产业合作的超级链接者,这其中就包括IP运营,协助日本一些有名的像柯南、《哆啦A梦》这些国民级的IP影视作品引进中国市场,同时也将国内的《唐人街探案》《飞驰人生》等电影作品推向日本市场。”展台相关负责人表示。

每年中国香港的展台都别具一格,吸引人流流连忘返,今年也不例外。今年,香港贸发局组队带来中小机构参展,展示香港旅游的空间尤为别致,瑰丽的灯光映照太平山、兰桂坊、西九龙等地标。澳门南光的展台主题是“美好生活”四个大字。旅游行业在严冬守望春天,一家参展企业的布展板上写着:万物的诗意,我们终将抵达。

本报记者 谈璿 杨硕

「未来的样子」让人身临其境

探营心得

今年展区内随处可见“数字化”和“低碳化”,物流企业希望通过小游戏让观众看看他们如何践行绿色低碳理念,四大会计师事务所则提供了一揽子的企业低碳方案……减碳环保已经慢慢植根于企业发展理念之中。数字化则以“元宇宙”为代表,不少展台都搭建了“元宇宙”相关的区域,或是体验或是宣介,一番体验下来满满都是未来的样子。