



进博

特刊

第五届进博会



新民晚报 | 3

2022年11月10日/星期四

本版编辑/唐 戟 本版视觉/戚黎明

峰面语



五年进博带来了什么？

潘高峰

这次进博会前，在B站上看到一个视频，题目有些标题党，叫做《2亿老年人，困在厕所里》，看了以后心情沉重。

视频讲的是高龄老人的洗浴问题。它让人惊觉：平常人再普通不过的一件小事，对高龄老人来说，竟是一种令人心酸的奢侈。进而也感到内疚：自己父母也在经历这样的困难吗？平时是不是关心得太少了？

这不是一个新话题。去年，就有媒体关注过失能老人的助浴问题。甚至一些老人临终最后的愿望，就是好好地洗个澡，干干净净地离开。但当时还是自然而然地在失能老人和健康老人之间划了一条线，没有仔细去思考：老去是一个进程，很多难题老人们都在面对，只不过程度不同罢了。

在中国，居家养老是最主要的养老方式。数据显示，截至2021

年末，我国60周岁及以上老年人口有2亿6736万人，占总人口的18.9%。2.67亿老年人中，有90%左右的老年人选择居家养老。这可能就是B站视频标题的由来。

随着老龄群体日渐庞大，老年人的居住问题备受关注。除了洗浴的困难，没有扶手的马桶、可能摔跤的门槛、需要弯腰的插座……由于无障碍设施缺失，家中这些再普通不过的细节，都可能成为老去过程中的绊脚石。中国疾病监测系统的数据显示，跌倒已成为我国65岁以上老年人因伤致死的首要原因。根据测算，我国每年有4000多万老年人至少发生1次跌倒，其中约一半发生在家中。

今年3月，我国十五个部门联合印发《“十四五”健康老龄化规划》，明确要加快无障碍环境建设和住宅适老化改造。预防摔跤，正是

适老化改造的重点之一。为了实现这一目标，一般采用取消全屋高差、加装扶手、采用防滑地板等措施。但感觉这些还远远不够。

当时突然想到，可以去进博会上看看，说不定会有这方面的新设备和新的解决方案。果然没让人失望，开幕第一天，就在医疗器械与医药保健馆中找到了“康复养老专区”，这里集中展示了很多国际领先的康复养老产品、技术和服务，回应了老年人“做些力所能及的事”的朴素心愿。比如为轮椅老人量身定制的“全身淋浴器”、老人能自主完成洗浴的步入式浴缸，根据老人身体机能遥控调节高度的智能坐便器等。

叙述了这么多，其实是一段个人化的感受和体验。但它让人深切感受到，“五星级生”的进博会，已经为我们带来很多改变。不仅是物质上的，也有心态上的。

据统计，前四届进博会参展企业共发布新产品新技术新服务超1500项。进博会的展台上不仅有硬币大小的心脏起搏器、会打乒乓球的机器人等“高精尖”产品及国际先进技术，也有叙利亚的大马士革玫瑰精油、巴基斯坦的喜马拉雅盐灯、秘鲁的羊驼玩偶等来自不同国家的特色优质产品。这些曾在展台上被聚光灯、闪光灯不断照亮的“高光”展品，通过进博会的平台成功进入中国市场，出现在关乎生命健康的手术台上，国内企业的工厂车间里，西部小县城的超市货架上……通过“展品变商品”，这些“高精尖”或“小而美”的展品，源源不断走出“四叶草”，助推国内消费结构转型升级，促进国内产业创新发展，走进普通百姓的家庭，在不经意间深刻改变了无数人的生活。

今天，第五届进博会落下帷幕，虽然说强大的溢出效应，已经成就了“6+365”永不落幕的进博会，但这并不妨碍我们盘点一下，以“进”为名的进博会，今年又在哪些方面取得了新的进展。同事们总结了五大关键词：开放、机遇、速度、共生、未来——因开放产生机遇，有速度才能抓住机遇，分享机遇方能共享未来……

读着这些关键词，却让我想起了另一个词：希望。某种程度上来说，进博会给人带来的，就是一种希望。阿富汗商人在这里找到让家乡人民富起来的希望，罕见病病人在这里找到活下去的希望，老年人在这里找到体面养老的希望，国与国在这里找到合作应对变局共享未来的希望……

就像习近平主席在开幕式致辞中提到的那样：山重水复疑无路，柳暗花明又一村。路就在脚下，光明就在前方。

进博观察



“展台小了，客人没少”“最贵展品，首次参展”……进博会进入到第五年，展商的观念已经发生了很大的变化，但不变的是，无论是“回头客”，还是“回头客”“投资客”，都对进博会这个平台充满了信任。

构建新发展格局的窗口、推动高水平开放的平台、全球共享的国际公共产品，进博会以开放之姿，与世界共“舞”。2020年，西班牙克雷亚公司带来的展品就占地200平方米。今年，受全球疫情和欧洲供应链影响，许多展品无法及时抵达展会，克雷亚公司整个展台只占地60平方米。然而，展台小了，客人却没有少。得益于连续五年参加进博会，克雷亚在中国市场销售依然持续增长，并赢得了众多国内客户的信任。

往年，在进博会上，“最高”“最贵”的展品非大型器械莫属：首届进博会期间，高达8米，接近3层楼高的德国瓦德里希科堡机床公司的“金牛座”大放异彩。但是在今年的进博会上，最高的展品是高约6米的KAWS“SHARE”雕塑作品，最贵的单件展品是陈世英的玉雕“蝉”，申报单价为4400万美元。艺术佳品纷至沓来，与第四届进博会上，文物艺术品板块现场达成交易意向总货值7.6亿元人民币密不可分。这种示范效应，让相关企业和机构充分信任“进博红利”，像世界三大国际顶级拍卖

行第二次在进博会同台亮相，在进博会之前，他们几乎从来没有同台展出过。

中国大市场，世界大机遇。进博会的影响力非同凡响。对于展商来说，进博会能带来事半功倍的效果。第三次参加进博会的圆通国际，在前两次参展中已经尝到了不少“甜头”，此次展示了进口全链路解决方案，为更多中国企业提供全球增长机会，目前已经有1000余名客户表达了合作意向。

进博五年，见证了无数展品变商品，更进一步从商品变成了爆品，这也让更多展商对进博会产生了信任。在这种信任的背后，是进博会搭建的沟通合作平台，让企业精准“牵手”。今年的进博会，中国工商银行展位参展机构和展商数量为历年来最高，中国工商银行22家海外分行推荐了39个国家的153家展商参与了本次进博会，展示商品类别接近100种，让国内消费者了解更多优质的进口商品。

“咖啡豆没有脚，但全世界的咖啡豆都在用脚投票”，这是前两年进博会上的一句“名言”。第五届进博会尚未落幕时，不少全球展商就已提前“锁定”了第六届进博会的参展展位，这是他们用真金白银对中国经济投下的“信任票”。

随着中国经济进入高质量发展的新阶段，“越办越好”的进博会将搭建起互利共赢、共同繁荣的大舞台，将会持续展现出“不一般”的魅力。

信任，擦亮『进』字招牌

方翔

用文字和影像持续讲好“进博故事”

第五届进博会影像征集启动，《我的进博故事》新书同期揭幕



递进博温度、展现进博高度，留下了难忘的记忆。以部分优秀作品为主要内容的进博会影像展在第五届进博会新闻中心展出。

如果说影像征集活动是通过镜头记录精彩瞬间，今年启动的“我的进博故事”全球征集活动，则是通过文字和视频讲述“进博人”的美好回忆。

今年恰逢进博会五周年，由中国国际进口博览局、新民晚报社、国家会展中心(上海)策划开展了5周年特别讲述——“我的进博故事”全球征文活动，征集启事一经发布，便吸引众多中外人士参与，他们中有年年签约、年年来的展商老朋友，有“买买买”的采购商，有高屋建瓴的虹桥论坛嘉宾，有参与国家展的外国驻华使领馆官

员，有那些普通而重要的保障人员，还有甚至从没有去过进博会现场的普通消费者。活动共收到来自世界各地的200余篇投稿，最终辑录了其中代表性较强的77个故事，形成一部近13万字的同名新书，并遴选出19篇作品授予奖项。泰佩思琦集团亚太区总裁杨葆焱作为获奖代表现场发言，他表示，深刻感受到中国“拥抱全球、共享未来”的承诺与决心，已签约第六届进博会，希望继续书写“进博故事”。

据悉，第四届影像征集活动共收到约4万件图片作品和1800件短视频作品。经专业评审，最终评选出49件优秀获奖作品。

新一届影像征集再次启动，该活动将持续至11月30日。

本报讯（记者 张钰芸）昨天，“共‘进’五年 记录精彩”——进博会影像征集颁奖暨《我的进博故事》新书发布活动在第五届进博会新闻中心举行（见图 本报记者 陈梦泽 摄）。商务部和上海市相关领导出席活动并共同开启第五届进博会影像征集媒体报名通道。进口博览局、共青团上海市委员会、中央媒体驻沪联合会、上海报业集团等单位领导共同为获奖者颁奖。

5年来，不管国际风云如何变幻，进博会始终如约而至，各国客商共赴东方之约，共享中国机遇。“四叶草”里一件件全球各领域先进产品和尖端技术，与一张张热情洋溢的鲜活面孔交相辉映，交织成一幅全球大合唱的缤纷画卷。

从首届进博会开始，广大媒体与社会公众拿起手中镜头，捕捉并记录进博会的精彩瞬间，传