

开馆记

技术装备展区

位于3、4.1号馆,展览面积6.4万平方米,包括数字工业自动化、能源低碳及环保技术、集成电路、人工智能、新材料五大专区。来自34个国家和地区的350家企业参展,其中全球500强和行业龙头超70家。

今年,首次设立新材料专区,搭建促进新材料领域创新发展的国际交流平台;将人工智能体验区升级为3.0版,打造具身机器人、AI大模型等应用场景体验;还有一个特别的展台——临港展示区,携手近70家外资企业集中展示,聚焦新质生产力,搭创新之桥、通合作之路。

首设新材料专区

今年首次设立的新材料专区内,立邦、爱德万测试、索尼、肖特等头部企业纷纷参展,涵盖电子材料、生物材料、特种材料等位于全球高端制造产业链上游的高附加值产品。

在特种玻璃领域耕耘140多年的德国肖特携一批创新产品亮相新材料专区。记者在现场看到大小不一、形状各异的各种玻璃,这些特种玻璃有着很多“来自未来”的应用,肖特希望在进博会这个大舞台,引发观众和市场对于玻璃的无限想象。

立邦将全球首发一款智慧路面标识漆,这是一种基于未来

看未来材料、与AI下棋、与机器人打球……
新奇背后是最高端的技术

■ 矿业开采模型

本报记者 陈梦泽 摄

行场景,能明显提升道路标线能见度,增强自动驾驶场景中道路和车辆交互性的创新涂料。

今年,索尼以“科技赋能创意和可持续”为主题,第三次亮相进博会。在可持续材料方面,索尼将全球首次展出一款环保型阻燃塑料,这种塑料由废水桶、废弃光盘以及索尼原研的阻燃剂制成,其可再生材料使用率高达99%,可广泛应用于电视机、照相机、手机、旅行箱包等产品。

人工智能更“好玩”

从第五届进博会开始,技术装备展区都辟出一块专门的区域:人工智能体验区,今年已是第三年,也顺利升级为3.0版,这一

区域每年都是观众打卡排队最长的地方之一,因为既“高端”,又“好玩”,相信今年也不会例外。

记者探营时看到,今年人工智能体验区,主打具身机器人、AI大模型等应用场景体验,这也是人工智能领域最热的项目,在现场,观众可以体验《流浪地球2》里帮助人类轻松干活的外骨骼机器人,或是牵着具身机器人一同散步,还可以坐下来与AI机器人下一盘五子棋或象棋,或是用AI大模型轻松“创作”一幅画……

离人工智能体验区不远,有一个特别的展台——临港展示区。中国(上海)自贸试验区临港新片区设立5年来,已成为上海经济发展的“发动机”和“增长

极”。在临港展示区,全球粉末冶金领域高性能材料企业攀时、全球自动驾驶技术领军企业路安达等一批入驻临港新片区的代表性外资企业将逐一亮相,展示氢能发动机、汽车雷达等特色展品。

“老朋友”有“新进步”

记者也见到不少“老朋友”——连续几年参加进博会甚至是七届“全勤”的展商,不过,今年,“老朋友”都有“新进步”,数字化、智能化、绿色低碳化成为技术和装备发展的方向。

每年的进博会现场,欧姆龙FORPHEUS乒乓球教练机器人(以下简称“FORPHEUS”)都以其高超的球技和卓越的智能表

现,吸引着众多参观者的目光,成为展会的一大亮点。今年,记者发现它“瘦”了,个头更小了,原来是进化到“模块化”组装了。

欧姆龙依托“传感&控制+思考”核心技术,通过FORPHEUS来探讨、演示“人机融合”的未来。其中,控制技术方面,FORPHEUS搭载的控制器可以控制机器人做出类似手臂击球的动作;传感技术方面,通过头部及球网中间的视觉传感器,可以精准地捕捉到乒乓球和玩家在对打时丰富的信息;“+思考”的技术,用以分析对打时的信息来实现进一步的击球计划,在与玩家互动的过程中,球网屏幕上将显示玩家的心率、面部表情、眨眼次数等,并通过连续对打来测定玩家的能力,根据玩家的水平进行适当的回球,来逐步提升玩家的球技水平,通过机器人来激发人类的潜力。

施耐德电气则以“数智新生,洞见未来”为主题,七赴进博之约,带来“未来工业”和“绿色能源管理”两大领域的技术创新,包括覆盖工业全生命周期的数字化解决方案。就在本届进博会开幕前夕,施耐德电气位于上海普陀的一处工厂被授予“端到端灯塔工厂”的称号,通过一系列智能化自动化改造,该工厂的人均生产效率提升了82%,订单交付时间缩短了67%。

本报记者 金志刚

消费品展区

位于5.1、6.1和6.2号馆,展览面积8.4万平方米,设置美妆及日化用品、智能家电及家居、时尚潮流及珠宝、体育及户外用品四大板块,宝石、文物艺术品两大专区,700多家企业展示全球“新”生活、“酷”科技、“最”潮流。

步入消费品展区,仿佛走进了一个巨大的时尚秀场,这里既是国际潮流引领地、世界品牌集聚地,更是全球新品首发地。

在5.1馆,既有高颜值又有科技感的消费好物,令人对未来的家居生活充满向往。

在面积最大的松下展台,融合家电和住宅设备优势,致力于解决“老龄化”等课题。“三口之家”和“老人与宠物共同生活”两种场景中,融入了松下200多种家电、住宅设备产品,展示日式家装的效率性、功能性和合理性。

走进宜家展台,如同来到一个融合中式内涵和北欧表现风格的“桃花源”,最亮眼的要数中国宋朝文化为设计灵感的

国际潮流引领地、世界品牌集聚地、全球新品首发地……
是时尚秀场也是美好生活

■ 现场展示的特色玻璃工艺制品

本报记者 陈梦泽 摄

FÖSSTA 弗斯达系列——柿子造型的门垫寓意“事事如意”,糖葫芦元素的收纳盒让人回想起欢乐时光,寓意“好事连连”……

乐高展台则将全国各城市小朋友的创意搭建带到了进博会现场。硕大的展示沙盘上,既有围绕绘画、唱歌等活动搭建的“艺术大舞台”,也有演绎未来城市模样、未来人类生活的未来之城,其中的车辆、乐器、植物、建筑等都

出自小朋友之手。

6.1馆集中了全球各大美妆集团,以科技之力持续放大“美”的概念。作为进博会的“全勤生”,欧莱雅继续在本届进博会上释放“美丽新势能”,带来多款美妆黑科技。资生堂的展位前怎么停着一辆车?原来这是今年首次亮相的“美时美刻体验舱”。宝洁全球首发针对牙菌斑问题的欢乐BiO2系列智能磁波刷。花王展示

了气象一体机。机器以自动售货机为载体,集天气预报、紫外线强度预报、UV相机(紫外成像摄像头)、互动拍照、天气应急物资供应为一体。记者站在机器前,屏幕显示脸上一片“漆黑”。“这说明你脸部涂抹的防晒霜依旧有效。”工作人员介绍。

6.2馆齐聚了全球三大精品集团、全球三大快时尚集团,还有一批体育品牌。

在开云集团的展台,高级珠宝品牌宝曼兰朵带来了与中国玉雕错金银大师联袂合作推出的珠宝项链,演绎文化传承之美。

每年进博会都以1000平方米超大展台亮相的优衣库,今年在展台内藏了三个适合观众排队打卡的暗室空间。其中一个仅容一人通过的“人型”艺术装置,是从前不久在法国巴黎举办的优衣库“What Makes Life Better”时尚展原封不动搬来。当参观者从“人型”暗室中穿过时,由高科技纤维做成的垂挂装置就会感应到并发出亮光。

百联the balancing展台的主题为“翻折间:构建艺术与商业的无限空间”,采用可重复利用的模块化构件,通过不断地“翻折”“展开”,回应这一理念中的流动性,邀请观众自由地在空间内部游逛、探索。除了时尚服饰、鞋履配饰,还能欣赏到查尔斯·雷尼·麦金托什的《312柳树宝座扶手椅》、梅·恩格勒的《Bliss Big》等新艺术运动代表人物的收藏级家具与当代艺术手工织毯。

本报记者 张钰芸 金昱矣