

■ 体验
观众可以在“起降点”扫码

■ 本报记者 陈梦泽 摄

■ 扫码

新款“飞的”扫码体验 “空中专车”首发亮相

从国家会展中心(上海)飞往陆家嘴、浦东国际机场、苏州金鸡湖、无锡鼋头渚、杭州西湖……班次密集,5分钟即可等到一辆“空中出租车”;市内航线50元起,跨城航线100元至300元;10分钟到城区,半小时抵无锡,不到1小时可达杭州……在第八届进博会现场,低空出行企业御风未来设立了“国家会展中心起降点”,参观者可在“自动售票机”上查看航线价格并模拟预订航班与座位,直观体验“扫码打飞的”、一键订行程的智慧出行方式。

“第一次参加进博会时,整个汽车展区就我们一家飞机厂商;第二次参展时,低空经济领域的企业明显多了;今年,低空飞行器企业占了汽车展区约1/4面积。进博会推动并见证了低空经济的发展。”御风未来副总裁岳婷婷深有感触地说。

御风未来带来新一代M1载人飞行器,座舱空间可容纳5名乘客,并设有前、中、后3个储物空间,尾部大容积行李舱最少可容纳5个20寸行李箱;超薄人机座椅厚度仅7厘米,具备动态减震与记忆调节功能,前两排座椅还支持电动滑移。此外,M1还搭载了智能感知系统,可全程实时感知周围环

境,自主规避障碍,避免发生碰撞。

现场工作人员介绍,M1早期乘坐成本预计略高于出租车,待规模化运营后,价格将进一步下降。未来,从国家会展中心(上海)飞往上海任意城区仅需10分钟左右,跨城点对点出行仅需30分钟至60分钟,一个座位的票价预计跟打车差不多。

创立于2023年的天翎科是低空经济赛道的新玩家,专注于倾转涵道翼飞行器的研发,在进博会首发亮相的飞行器L600可以实现垂直起降和高速巡航。据现场的飞控工程师介绍,这是一架“空中专车”,可搭

载1名驾驶员和5名乘客,最高巡航速度为每小时360公里,单次补能支持多个起降;7片桨叶可以在保证同样功率需求的前提下,实现更低的转速,从而进一步降低噪声。更特别的是,L600采用了混动增程模式,可让续航里程达到600公里,比纯电动eVTOL飞行的续航能力更强。

据透露,L600预计于2028年投入商业运行,此次参加进博会也是天翎科全尺寸工程样机的“下线仪式”。在参加完本届进博会后,这架工程样机将于今年底试飞。

本报记者 叶薇

从“老带新”到“人犬搭档” ——轨交“浪尖”青年服务队守护“四叶草”的故事

域,把“哪里常有乘客问路”“高峰时段如何快速疏导人流”这些“实战经验”一一交代清楚。她永远随身备着一只小急救包,包里有巧克力、创可贴、纸巾、女性用品……“进博会期间乘客多,这些小物件说不定能解燃眉之急。”夏辰分享自己的“小经验”。

而外语特长也成为她服务外籍乘客的“桥梁”。今天一早,一名日本展商拿着展区导览图焦急地比画着。夏辰主动上前用日语沟通,得知对方找不到出站口,便耐

心、详细地告知路线,并将其引导至最近的出口处。

首度上岗

顾晨瀚,曾在杭州亚运会西湖边的安保工作中走红,是网友口中的轨交“顾小警”,也是服务队里的“颜值担当”。他是今年刚入警的青年民警,首次参与进博安保。

顾晨瀚有一位特殊“战友”——警犬“薯条”。这头经过专业训练的波音达犬,

身姿矫健、眼神锐利。巡逻时,顾晨瀚站在前面观察客流动向,“薯条”则贴着地面仔细嗅闻。“刚开始‘薯条’不听指令,师父说‘要先做朋友,才能一起执勤。’”顾晨瀚说,为了和“薯条”建立信任,他每天提前一小时到达训练场地,用小球陪“薯条”玩耍,训练结束还会帮它梳理毛发、喂食。如今,只要顾晨瀚一个手势,“薯条”就能准确找到隐藏的模拟爆炸物;巡逻时遇到乘客靠近,“薯条”也会温顺地贴在顾晨瀚脚边。

从“八年坚守”到“初次亮相”,从“老带新”经验传承到“人犬搭档”平安守护……这些都是轨交“浪尖”青年服务队护航进博的生动缩影,也绘就了上海的平安“警”色。

本报记者 杨洁

在第八届进博会举办期间,上海市公安局轨交分局遴选10名青年民警,组成了一支“浪尖”青年服务队。他们驻守在轨交2号线、17号线国家会展中心站,以及轨交2号线虹桥火车站、蟠祥路站,用有温度、有特色的优质服务守护着“四叶草”。

在这支充满活力的队伍中,夏辰与顾晨瀚是最具代表性的一对搭档——一位是见证8届进博会的“老兵”,经验丰富;一位是初出茅庐的“新生”,干劲十足。

8年坚守

作为服务队里的“元老”,夏辰认为“进博安保没有‘独行侠’”。每天上岗前,她会带着年轻民警走遍站点的出入口和重点区

小红书参展进博会中国馆 “种草”成为激发新需求重要力量

11月5日,第八届进博会刚刚开幕,国家展中国馆的小红书展台前,参观者就被真实用户笔记、品牌与消费者互动案例及互动体验所吸引,纷纷驻足参观体验。

作为连续八届参与进博会的“全勤生”,小红书在中国馆、上海馆同时设立展台。中国馆内的小红书展台,以“小红书里的新需求——连接中国新发展与世界新机遇”为主题,展示中国庞大的消费市场中,小红书“种草”正在成为海外品牌发现和激发新需求的关键力量。



国市场成为爆款,更风靡海外,实现了“中国创意,全球流行”。

在阿迪达斯中国区CMO Maggie看来,“借助小红书,寻找机会、验证需求的速度都会大大加快。”

在国内户外热潮下,瑞典高端专业户外品牌“Klattermusen 攀山鼠”在2023年下半年加码中国市场,正式开启独立运营。不久攀山鼠就入驻小红书平台,与小红书买手大力合作。通过小红书的笔记与评论,攀山鼠发现中国消费者对产品色彩的关注远高于欧美市场,于是选择更低饱和度与自然色系,讲述山野之美。同时,品牌也针对中国消费者的运动需求与身形结构,优化版型设计,改进产品细节,使之更专业舒适。2024年,攀山鼠小红书店铺销量同比增长6倍。

Airbnb爱彼迎在深耕中国Z世代出境游市场时发现,年轻人的旅行目的高度多元。通过小红书上的洞察,品牌注意到“演唱会”相关搜索在2024年第四季度同比暴涨109%。爱彼迎随即结合自身非标准化住宿优势,推出系

列精准内容,如为海外观看演唱会的顾客推荐“散场后15分钟直达家里”的房源,为学生党推荐“离演唱会现场近”“和同担拼房人均200出头”的住宿,成功切入“兴趣旅行”新场景。

“在小红书,用户不仅是消费者,更是新需求的提出者、生活方式的共创者。”小红书相关负责人在现场表示,“基于用户需求的产品共创和精准沟通,正在成为海外品牌在国内市场实现创新破局的重要方式。”

本届进博会期间,小红书电商与进博会“6+365”一站式交易服务平台达成深度合作,在进博会现场搭建了“直播推介、联合招商、全域联动、现场赋能”全周期体系。通过现场打造专属直播空间,邀请张静初、王小露等知名买手带用户“云逛展”,针对海外中小品牌开通“零门槛入驻通道”,设置专业团队现场提供“一站式咨询”,助力更多海外好产品、好品牌直达中国消费者。

“种草”激发海外游客 中国游购新需求

种草,正在让海外用户从“游在中国”演进到“买在中国”,从“这个不错”的感叹转化为“我也想要”的行动中。

今年年初,大量海外用户涌入小红书社区,大家互相晒宠物、评穿搭、分享美食,海外网友在笔记中惊呼,看到了一个与“国外宣传的形象”完全不一样、丰富多彩的中国。1月底开始,被“种草”的海外网友陆续抵达中国,在小红书“听劝”,打卡网友推荐的生活方式成为重要选项。

来自美国密西西比州的用户布雷肯·诺伊曼,1月在小红书晒出了他与女儿的合照。这张照片与几句问候,在评论区收获上万条

来自世界各地家庭的合照回应。两个月后,布雷肯带家人一起到中国旅行,见到了小红书上的中国朋友们。

丹麦长大的德国女孩,依靠着中国网友编写的攻略手册踏上中国的旅程。在小红书上注册仅两个月的美国篮球迷“狼叔”,提前五天抵达上海后连续发视频感慨:“上海的高效与美丽刷新了我的世界观。”

网友的“种草”,伴随过境免签政策扩容、离境退税“即买即退”政策等一系列措施,正在让海外游客的“中国游”化身“中国购”。

一位瑞典用户的第一篇小红书笔记,分享了自己游玩阳朔一个礼拜的体验,评论区化身“带货直播间”,广西网友推荐着啤酒鸭、螺蛳粉等当地特色,其他地方网友则分享了自己家乡值得一去的景点。

计划到中国旅行的马来西亚女孩在小红书发问:“有什么是去中国要买的吗?”网友留下了上千条评论,推荐电子产品、衣服、速食螺蛳粉等,“这么多好东西,应该买个集装箱才能带回去。”看到网友评论后博主感叹。

带着妈妈到中国旅游的意大利网友,在评论区寻求网友的建议,在众多逛和买的建议下,一位已经来过中国的国外网友建议,“你需要一个大箱子,少带东西,你一定会满载而归。”

从助力海外品牌洞察和满足国内用户新需求,扎根中国市场,到呈现给海外用户丰富鲜活的中国,吸引海外游客来华,小红书上的“种草”分享正在成为海外品牌抓住中国机遇的“指南针”,也在成为海外游客认识中国的“邀请函”。“种草”不只是一种营销范式,通过发现和激发新需求,普通人的分享正在成为连接商业与生活、中国与世界的纽带。”小红书相关负责人表示。(文/林晓雯)

“种草”助力海外品牌 抓住中国发展机遇

在今年进博会各展商的展位上,“扫码关注官方小红书账号”“带话题分享至小红书”等互动活动,已成为众多消费展商的标准动作。这一现象也侧面印证,小红书正成为品牌与中国消费者建立深度连接的重要桥梁。

数据显示,小红书上平均每月产生超8000万条“求链接”类评论,超过1.7亿用户主动寻求购买建议。依托海量用户真诚分享,品牌得以精准洞察本土趋势、快速响应用户需求,不断催生从“用户灵感”到“行业爆款”。

国际知名运动品牌阿迪达斯,通过小红书捕捉到新中式审美与宠物经济的崛起。其上海创新中心团队发现,年轻用户不仅热衷于在社区分享国风穿搭,也乐于为宠物打造时尚形象。阿迪达斯随后推出融合中式盘扣的上衣系列,以及可与主人搭配“亲子装”的宠物服饰。其中,新中式盘扣系列不仅在中