

# 聚焦进博会最“神秘”展区

色的地板将展台划分为展商区、公共区、演讲区、品鉴区与互动体验区。

展商区是一个小型企业展,邀请了液化空气、空中客车、达能、欧洲通信卫星、欧莱雅、LVMH集团、赛诺菲等16家具代表性的全球化法国企业,并分为健康、可持续发展城市、美食美酒以及科技这4个主题。多年来,这些企业的产品和技术始终伴随着中国消费者。此外,一些大区和公共机构将在法国馆展示,包括法国体育俱乐部、朗格多克葡萄酒协会等。

## 希腊文明 苏格拉底带你穿越千年

在希腊馆人行通道的上方,悬挂着20多个世纪以来希腊文化名人的智慧语录。从公元前5世纪的哲学家苏格拉底,到20世纪的诗人康斯坦丁,那条不长的通道成了一次文化与心灵的洗涤之路,让人的思绪不自觉地穿越千年。

展会内的工作人员介绍,第二届进博会期间,希腊馆将重点展示三个内容:文化、旅游以及希腊人的好客精神。由雅典货币博物馆和希腊文化部分别组织“果实与象征”珠宝展览和“希腊五千年文明”文物复制品展览。展台中间还设置了一个小剧场,将播放希腊文化遗产传统舞蹈表演、美食、旅游等内容;阳光、海水和石头是希腊“三件宝”,此次希腊馆借助VR设备,将带观众“漫步”圣托里尼小巷,欣赏到伊亚小镇的世界最美落日,沉浸式体验希腊的地中海风情;此外希腊馆还布置了美食品鉴区,体现希腊人好客精神。

## 印度迫切 “我们和以前不一样了!”

印度馆透着迫切。今年,他们不遗余力地想通过进博会舞台,向世界展示一个全新的国家形象。

这种迫切,首先是通过印度馆中一个个被突出处理的中英文标题透露出来——“不可思议”“日新月异”“一片充满无限可能的土地”“首选投资目的地”……这些双语呈现的大字,在向来自全球的参展商和专业观众招手示意。

“印度和以前不一样了,我们现在发展很快。”展台负责人阿什杰恩表示,今年印度有90家企业参加进博会,“去年许多企业报名晚了,展位没了,今年他们都及时报了名。”

## 意大利自信 最想秀科技与设计

意大利此番把比萨斜塔都搬进了进博会。

国家展览意大利馆由4个著名景点组成,分别是比萨斜塔、古罗马圆形大剧场、米兰教堂,以及欧洲“最美客厅”圣马可广场。

“我们想把文艺复兴之国的千年意蕴浓缩在这个小广场里。”意大利驻沪领事埃里克介绍,今年意大利馆的主题是“意大利的科技与设计”。他带记者去看了一款看似普通的水质长椅。这款长椅放在室外,不仅非常美观、自然,还可以作为电动车的充电桩,或者为手机和电脑充电。设计师的巧心思就藏在类似的细节里。

## 捷克对比 有传统工艺也有世界最快飞机

首届进博会上,捷克总统泽曼使用PETROF(佩卓夫)钢琴进行即兴弹奏已传为佳话。今年,这家欧洲著名钢琴生产商再次带来了他们的钢琴,并将邀请一位定居中国的捷克钢琴家每日驻场演奏。浪漫的音调应该再配上捷克的啤酒和美食。捷克馆在钢琴边布置了吧台,那里已经备好美味佳酿。

“捷克还有高科技产品。”展台负责人沙纳尔说,这或许就是今年他们最大的期待——让大家看到一个更全面的捷克。于是捷克摆出了世界上最快的超轻型飞机;由纳米纤维制成,能抗雨、防水、防尘、防紫外线,且几乎感受不到重量的轻薄服装;将废弃食用油转化成生物聚合物并用来制作防晒霜的生物降解专利技术……“中国有很多废弃食用油,我们的生物降解技术很适合中国市场。”沙纳尔说。

## 法国陪伴 16家全球化企业都与你有关

法国馆以白色为主色调,运用不同颜

且在太阳能、油页岩等能源领域及牧业、信息通讯业、医疗产业、旅游业等优势行业的发展成就和经贸信息。

## 哈萨克斯坦唯一 不秀实体产品还能秀什么?

与首届相比,哈萨克斯坦馆的变化太大了,它是记者探营时唯一一个没看见实体产品的国家展台。

首届进博会上,哈萨克斯坦展示了不少特色产品,但今年,哈萨克斯坦的实体展品全部分布在企业商业展的各个馆内。至于国家展,几乎全是洽谈用的桌椅,并专门开辟了一个空间相对封闭的会议室。

## 马来西亚期待 除了“猫山王”,我们还有红棕油

马来西亚馆主要展示榴莲、白咖啡、燕窝等中国消费者较熟悉的产品,其中马来西亚冷冻冻壳整颗“猫山王”榴莲已于今年6月进入中国市场。

今年,马来西亚馆还要隆重推荐的是棕榈油,其中红棕油经特殊工艺,最大限度度地保留了类胡萝卜素。

## 秘鲁吸睛 羊驼最多的国家请你来“打卡”

秘鲁馆总体设计充分吸收了秘鲁传统建筑和纺织技艺的精华,其纵横交错的丝线绘制出色彩斑斓的上古神兽与几何图案。秘鲁是全世界羊驼最多的国家,高端纺织品是其特色。去年进博会上,秘鲁国家馆将巨大“羊驼”摆入展馆,成为网红打卡地,今年这一“吸睛”做法将得到延续。

## 俄罗斯制造 想把更多飞机卖给中国

俄罗斯展馆展台鲜明亮出“俄罗斯制造”主题,除一辆总统同款车型分外吸睛之外,还摆出了俄罗斯伊尔库特集团新型MC-21-300客机的模型。MC-21-300是新一代中短程干线客机,能容纳150-211名乘客,其首次飞行于2017年5月28日完成,计划在2020年结束认证程序,2021年开始批量生产。与客机同时展出的还有其他直升机机型,据布展方介绍,这些“Made in Russia”都是计划向中国出售的产品。

## 泰国创新 食品花样多,“吃货”有福利

泰国馆应是“吃货”最爱,256平方米的展馆面积,开门见山便是“food innovation”(食品创新),体现了泰国在食物、保健品、调味料和化妆品方面的各种创新实践。但与这些食品、化妆品相“混搭”的,还有一座浴缸,浴缸花洒呈树状,据称是一个智能花洒。

## 乌兹别克斯坦务实 供洽谈的桌椅摆了很多

“能带来的都带来了!”在乌兹别克斯坦馆,一位精通中文的当地小伙伴表示,今年他们带来的展品种类更丰富,数量也更多。

记者看到他时,他正忙于把乌兹别克斯坦的各类零食、饮料、葡萄酒等产品摆到柜台上,在他脚边堆放着一箱箱当地特产。“我们会免费赠送部分特产给专业观众品尝。”那位小伙伴说,“其实我们的干果、葡萄干等都非常好,希望更多人了解我们的特产,也希望未来有更多中国消费者能吃到我们纯天然的特产。”馆内每个区域都设置了供人洽谈的桌椅,看得出他们对进入中国市场的期待。

## 赞比亚童趣 国家展馆有个“动物园”

今年赞比亚将作为非洲地区唯一主宾国参加进博会。

赞比亚馆内部丰富的色彩激烈碰撞,并设置了大量赞比亚特色动物的雕塑,整个馆生机勃勃、充满趣味,宛若搬进了一个“动物园”。展馆内还展示了当地的手工艺品和许多特色农产品,以及该国的人文和自然资源。(码上告诉你进博会看什么?)



## ■相关阅读

### 相比首届,第二届进博会有哪些不同?

#### 1. 这届进博会,规模扩大

参展方增多  
上一届进博会,参展国家和地区有120多个。第二届进博会,吸引了150多个国家和地区参展。第二届进博会主宾国数量,由首届进博会的12个增加到15个。国家展的64个参展国遍及五大洲,其中24个国家是首次亮相,新亮相国家比例超过三分之一,这些来自全球的参展国家和地区,将在货物贸易、服务贸易、投资、旅游、人文科技等方面大显身手。参展企业由去年的2800多家,提高到3000多家,境内外专业观众注册超过50万人次,数量大大超过首届。

展会面积扩容  
相信很多小伙伴还记得,去年不少逛展馆的人走一天下来,手机计数器就破了两万步。而今年,进博会的面积还进一步升级,国家展和企业展总面积,从30万平方米增加到36万平方米,参展企业平均展览面积,已由首届的每家企业74平方米,提升至每家近90平方米。企业商业展平均特装比例达93%,其中汽车展区特装比例高达99%,企业商业展展览面积位列前三位的分别是,美国、日本、德国,美国企业的展览面积最大,为4.75万平方米。

增设全新展区  
本届进博会增设了品质生活展区、科技生活展区和室外展区等展区,在新增设的室外展区,大型专业机械、全地形工程车辆、特种车辆等,“硬核”展品将亮相进博会。非遗和老字号展区是首次设立,汇聚了37项非遗项目、69个老字号。在科技生活展区,不仅有酷炫的AR/VR、人工智能及机器人,还有掌控健康数据的“魔镜”、智能温控服装等智能生活的“黑科技”。

本届进博会上,“全球首发”“中国首展”更多,不少企业携带全球首发产品参展,多家企业首发全球最新技术,将“王牌产品”带到进博会的舞台。

#### 2. 本届进博会,参展质量提高

更多500强和行业龙头企业  
第二届进博会上参展的企业,不仅规模大了,质量也提高了,世界500强和行业龙头企业参展数量超过首届。“隐形冠军”企业等优质中小企业,也竞相亮相,美国的强生、意大利的费列罗,瑞士的雀巢……这些熟悉的“回头客”,带来了更多新产品,法国的路威酩轩集团、德国的勃林格殷格翰、新加坡的中华食品厂……这些“新朋友”,将为进博会注入更丰富的元素。

专业划分和市场贴近性更强  
进博会,不是单纯的政府导向型展会,也不是单纯的市场需求型展会,而是“双核”驱动,即市场有需求、政府也有导向,而相比首届进博会,第二届进博会的专业划分和市场贴近性更强。本届进博会上,消费、食品、健康等板块,都与民生关系密切,有益于更好满足人民美好生活需要,也非常贴近市场热点,得到企业积极响应。

首届进博会的溢出效应已得到显现  
首届进博会闭幕后的一年间,一大批展品变商品,相关政策已经或正在落地,既满足了中国百姓不断升级的消费需求,也为外国企业进入中国市场,提供了便利途径,进博会的溢出效应正不断显现。进博会主场馆所在地上海虹桥商务区,与长三角17个主要城市,建立全面合作对接,一批功能性平台如长三角电商中心等,已经成为长三角区域各类贸易主体,承接进博会溢出效应的“桥头堡”,参会各方将在这些重要进展的基础上,继续以第二届进博会为契机,扎实推进合作共赢。

## ■新药亮相进博会

### 抗癌明星药K药

还记得在2018年被中国药监部门批准用于治疗黑色素瘤的K药(商品名为Keytruda,通用名为帕博利珠单抗)吗?这一药品曾让美国第39任总统吉米·卡特在4个月之内成功治愈黑色素瘤。

11月4日,澎湃新闻记者从第二届进博会参展商之一的美国默沙东公司获悉,这是该公司首次参加进博会,此次以医药馆最大面积——800平方米展台亮相,而在展示的产品中就有作为肿瘤免疫疗法的药物——K药,今年它治疗的癌症适应症又扩大了,惠及了广大的肺癌患者。

K药是首个被美国FDA批准上市的抗PD-1免疫疗法。

澎湃新闻此前报道称,2018年7月20日,K药被中国药监部门批准用于一线治疗失败的不可切除或转移性黑色素瘤的治疗,标志着中国黑色素瘤治疗自此迈入免疫治疗时代。

### 流感新药Xofluza

被誉为“超级流感新药”的Xofluza虽然目前尚未在中国内地上市,但借自贸区开放新政策和进博会舞台,提前亮相本次进博会。

在第二届进博会上,罗氏制药中国将与海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区签署合作协议。这款近20年来全球首个获FDA批准的抗流感创新新药将率先在海南自贸区露面,通过保税药仓在海南自贸区医院实现临床应用。Xofluza因其独特的作用机理,患者在全病程只需服用一次,就能在24小时内抑制流感病毒。

流感是全球关注的重大公共卫生问题,易造成儿童、老年人和慢性病患者等高危人群重症或死亡。Xofluza不仅适用于成年人,也适用于儿童。此外,Xofluza还是目前唯一一种表明对患有流感的人群和流感并发症高风险人群均有效的流感治疗手段。目前,Xofluza已经在全球9个国家和地区获批,在日本获批用于治疗甲型或乙型流感病毒感染;在美国、新加坡、泰国等国家,以及中国香港、中国台湾等地区,用于症状出现不超过48小时的12岁及以上急性无并发症流感患者。



上海国展中心(四叶草)南广场装点一新

世界的目光,再度聚焦中国,聚焦上海。昨天,第二届中国国际进口博览会在上海隆重开幕。本届进博会最“神秘”展区——国家展也揭开面纱。

据商务部欧洲司副司长、第二届进博会国家展负责人余元堂介绍,今年国家展总展览面积达3万平方米,共有64个国家(含中国)、3个国际组织参展。第二届进博会的主宾国有15个,较去年增加了3个,分别是柬埔寨、捷克、法国、希腊、印度、意大利、牙买加、约旦、哈萨克斯坦、马来西亚、秘鲁、俄罗斯、泰国、乌兹别克斯坦和赞比亚(按英文字母排序)。新晋主宾国们多将展台面积扩大了近一倍,更立体、更淋漓尽致地秀出自己的风采。

## 中国馆重磅 可上天下海,还能与祖国“同框”

重磅,不仅体现在中国馆的展览面积之大,更体现在展出项目的丰富。

在中国馆主入口,一块巨大的荧幕播放着开篇视频,呈现了70年来中国面貌发生翻天覆地的变化,展示中国经济社会发展历程的历史成就和新时代新机遇。荧幕两侧分别放置着国庆70周年活动标识和国旗,下方“站”着两只憨态可掬的“进宝”,顶部矗立着蓝色“中国CHINA”字样。中国馆的门面,好一个“大气”。

中国馆六大单元中,“创新中国”单元以互动展示为主。参观者可以登上C919的“驾驶舱”,在未来电气化飞机虚拟集成平台上体验一把“开飞机”的乐趣;参观者戴上VR眼镜就能“驾驶”深海勇士号下潜到水下4500米。在“开放中国”单元,LED屏幕展示上海自贸试验区6年以来的种种建设成果,投资管理制度、贸易监管制度、金融创新制度和政府职能转变等创新,无一不昭示着深化改革开放的重大意义。

在“美丽中国”单元,实证中华五千年文明史的“良渚古城”见证悠长历史。另外,“幸福中国”还展示了诸多脱贫攻坚的中国经验。

在“大陆与港澳台地区融合发展”单元,“香港进”“澳门荟”和“台湾融”三大展区,分别用极具特色的展示项目,展现合作交流和融合发展成就等。香港展区以“香港进”为主题,弧形屏幕捕捉船只扬帆航行时的形态,象征香港不断前行,追求卓越;澳门展区以“澳门荟”为主题,通透明亮的世遗建筑剪影呈现城市中西荟萃的特色;台湾展区以“开放、通透、灵动、安全”为原则展开布展设计,通过剪影板的形式,立体定格“台北101”“日月潭”等标志性建筑

## 科技生活展区

“机器男孩”:德国最大的半导体公司英飞凌带来了一位特殊嘉宾——会蹬三轮车的“机器人”,圈内大名鼎鼎的机器人“机器男孩”。乍一看,它身上装满各种电子器件,接线外露,但它是机器人界的“表情帝”,进博会也是这款人形机器人的“中国首秀”。

## 医疗器械及医药保健展区

全球首个CD38单克隆抗体兆珂(达

和风景,于层层叠叠间,勾勒出最美的台湾天际线。

中国馆还专门设立了“我与新中国”互动体验,参观者现场拍照并选择“鸟巢”“天安门广场”“四叶草”等场景,通过人脸融合技术与祖国“同框”。参观者还可以将自拍照上传至巨幕显示屏上,为新中国点赞!

## 柬埔寨诚意 把“奶粉沙”灌进笔送给你

柬埔寨馆简直就是将金顶黄墙的金边王宫搬进了进博会。柬埔寨馆紧扣“一带一路”倡议主题,隆重推荐“柬中综合投资开发试验区”。该项目是柬埔寨“一带一路”重要战略项目,面积达360平方公里,是柬埔寨目前占地最大同时也是投资金额最多的项目。项目中的七星海滨度假区,有着90公里海岸线,有着东南亚最大的原始森林、世界第二大红树林保护区,更有“最美奶粉沙滩”。为了这个项目,柬埔寨专门建设了七星海国际机场,将于2020年通航。

记者在现场看到,为显示诚意,柬埔寨方面专门制作了一些文创用品,可赠予嘉宾留念。如一支圆珠笔,其后半部分被灌入了柬埔寨奶粉沙滩中的白色细沙。又如一款由柬中国旗组成的钥匙圈,为2018年柬中建交60周年定制款。

## 捷克对比 有传统工艺也有世界最快飞机

首届进博会上,捷克总统泽曼使用PETROF(佩卓夫)钢琴进行即兴弹奏已传为佳话。今年,这家欧洲著名钢琴生产商再次带来了他们的钢琴,并将邀请一位定居中国的捷克钢琴家每日驻场演奏。浪漫的音调应该再配上捷克的啤酒和美食。捷克馆在钢琴边布置了吧台,那里已经备好美味佳酿。

“捷克还有高科技产品。”展台负责人沙纳尔说,这或许就是今年他们最大的期待——让大家看到一个更全面的捷克。于是捷克摆出了世界上最快的超轻型飞机;由纳米纤维制成,能抗雨、防水、防尘、防紫外线,且几乎感受不到重量的轻薄服装;将废弃食用油转化成生物聚合物并用来制作防晒霜的生物降解专利技术……“中国有很多废弃食用油,我们的生物降解技术很适合中国市场。”沙纳尔说。

## 法国陪伴 16家全球化企业都与你有关

法国馆以白色为主色调,运用不同颜

# 进博会亮点展品

雷安尤单抗注射液):强生推出的这款新药用于治疗复发和难治性多发性骨髓瘤,将为患者带来更深缓解和更长生存,且安全可靠,有望再定义骨髓瘤治疗。

全球首套针对新生儿的血液透析系统:美敦力今年带来了一批创新首发展品,其中包括世界首台针对新生儿血透的治疗装置。与现有的成人透析设备相比,它可以设置更低的流量,以解决新生儿血透的精度难题。

## 品质生活展区

“轻于鸿毛”的体验:来自加拿大的展商圣纪施美公司将带来“轻于鸿毛”的体验。公司创始人米歇尔邀请记者做了一个测试——闭上眼,摊开双手,他将一团篮球大小的野生灰雁绒放在记者手中,并询问哪只手上放了羽绒,记者连试两次都没猜准,米歇尔开心地哈哈大笑:“这种羽绒是在加拿大魁北克省圣劳伦斯河沿岸的莱斯佩勒林斯群岛手工采集并分拣的,年

产量仅200千克。”记者在现场看到,一大罐玻璃圆柱体中装满了冰晶泉900白鹅绒,而总重量仅为25克。

## 食品及农产品展区

可食用的化妆品:展区中比较特别的展品是一批美妆跨界食品,例如“椰油冰爽雪糕棒”“草莓轻盈摩斯”等。这些美妆产品以大豆、玉米、柠檬等食品原料的提取物为配方成分,既接近于“零浪费”,也更加环保健康。