

从进博会看未来生活新图景

从“手术机器人总动员”到个性定制香水，从工业元宇宙场景到节能大师智慧分析诊断系统……在前四届进博会发布超1500项新产品、新技术、新服务的基础上，今年的进博会又迎来数百项首发首展新品，各类好物集中亮相。

进博会像“广角镜”，纳入世界各地的精品好物、高新技术，满足人们日趋个性化、多样化、便利化的需求；也如“望远镜”，让人们得以透视美好生活未来的样貌，实现生活品质的不断提升。

尖端技术守护健康

医疗器械及医药保健关乎百姓健康，也是进博会首发首展新品最集中的区域之一。进博会上涌现的诸多医药尖端技术，瞄准百姓不断提升的健康需求。

“普通医生的操作精度一般约1毫米，机器人能达到0.1毫米。做一台传统癫痫手术需3名医生操作10个小时，而在机械臂辅助下，手术精确性可提升40%、时间缩短50%……”在美敦力展台，三大手术辅助机器人解决方案集体亮相，美敦力全球高级副总裁及大中华区总裁顾宇韶表示，手术机器人正进入加速普及和应用的快车道，为国内患者带来创新的医疗解决方案。

在进博会上，复星凯特展示了在中国获批上市的CAR-T细胞治疗产品奕凯达。国家药品监督管理局药品审评中心网站近日公示，奕凯达的新适应症上市注册申请已获正式受理，“这意味着这款抗癌新药将给患者带来新的治疗选择，未来我们力争实现每年至少一个新产品或新适应症上市。”复星凯特CEO黄海说。

罗氏带来近10款全球创新产品，覆盖血液肿瘤、乳腺癌等重大疾病领域。赛诺菲带来2款针对罕见病的创新药物……“罕见病领域有巨大的未满足需求，进博会搭建了很好的平台，推动这些创新药品加速落地、惠及患者。”赛诺菲特药全球事业部中国区相关负责人俞蕾说。

进博会的“溢出效应”也在不断扩散至一线基层地区。

第四届进博会首展后，“GE医疗的‘5G磁共振管家’将基层医生与省级专家‘连接’了起来。”过去县里虽有磁共振设备，但碰到病情复杂的病人，还是会转到省里检查。”浙江省天台县人民医院放射科张治邦主任介绍，现在，这一实时“连接”能帮助县里提升影像诊断和医疗服务水平。

个性化定制“脑洞”大开

“个性化”“定制化”是近年来消费领域的高频词。今年进博会的参展商在个性化定制方面不遗余力，有的甚至“脑洞”大开。

让自己的爱车在颜色、外观上与众不同，正成为很多消费者的选择。“玄黑”“月白”“霁青”等一系列极具古典韵味的车漆颜色，出现在奔驰展示的“匠心高定”服务中。

结合个性化定制与“汽车轻改装”需求，日本企业爱普生推出“微喷车艺”。在展台上，由新工艺打印出的彩色车衣粘贴在一辆新能源汽车表面，由工人演示粘贴、撕除等操作。定制汽车外观，正变得日益方便。

你更喜欢花果香调、木质香调还是皮革香调？在欧莱雅展台，“电波穿香室”前排着长队，填写完问卷，在头上戴



11月6日在第五届进博会蔡司展台拍摄的眼科导航手术显微镜。新华社记者 李京 摄

上装置，传感器就可记录在不同香味刺激下的脑电波，进行个性化香水推荐。“我们希望不断延伸‘消费个性化’这一概念的边界。”欧莱雅工作人员说。

“中国拥有非常考究的消费者群体。我们将不断带来新品牌，下沉到更多城市，划分更多精细品类。”欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官费博瑞说。

从引领消费者的需求，到被中国消费者的需求引领，越来越多企业已觉察并适应这一变化，将中国视为“提升服务、加速转型的试验场”。

虚实结合“元”气十足

“屏幕上的这台挖掘机此刻正在山东青州，距上海数百公里，但我在这里就能开动它。”在卡特彼勒展台，一名工作人员坐上看似平常的座椅，指着屏幕说。只见他握住遥控手柄，一番操作下，屏幕上的挖掘机就挖起了土。

利用5G通信技术，操作员在“虚拟驾驶室”中，使用机器显示屏和控制装置就可远程操作。这一“虚拟驾驶室”可布置在远离施工现场的指挥中心，用于危险区域的抢险救灾。

“到2026年，我国虚拟现实产业总体规模力争超过3500亿元，虚拟现实终端销量超过2500万台，培育100家具有较强创新能力和行业影响力骨干企业。”第五届进博会前夕，工业和信息化部、教育部、文化和旅游部等联合印发《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022—2026年）》，虚拟现实作为新一代信息技术备受关注。

在第五届进博会上，观众也可亲身体验元宇宙的奇妙应用。

在英特尔展台现场，观众完成拍球、投篮等动作后，屏幕上的虚拟数字人会同步模拟体验者的姿势和反应，做出一模一样的投篮动作。现场工作人员介绍，这套解决方案将相机拍摄的人体姿态实时重构和渲染为3D动画，支持舞蹈、体育领域的数字重建。

“元宇宙会议”“元宇宙娱乐”……进博会不少展台的集中展示，让人们得以体验“元宇宙世界的一天”。

与此同时，元宇宙的发展还存在诸多痛点。如何开发

更好的硬件设备，如何保护隐私，如何真正做到虚实结合、以虚强实，也是进博会留给人们的思考。

绿色低碳新风扑面

适应中国的“双碳”目标，绿色低碳成为越来越多参展商主推的卖点。

在优衣库展台，红、蓝、绿、黄……色彩明艳的摇粒绒服装格外惹眼。有趣的是，这种触感柔软、被时下年轻人称为“过冬神器”的面料来自再生材料。

展台上还原出的“生产线”，展示了回收塑料瓶经过分拣、破碎、融化、纤维再造、面料生成直至制成成衣的全过程。“这个面料的衣服近几年特别流行，今天才知道塑料瓶也能变成新衣，很神奇也很环保，感觉个人的消费选择也能给绿色发展做贡献。”观展者黄昊说。

“你要哪种类型的洗发水？”在韩国化妆品企业爱茉莉太平洋的展台，操作台边的工作人员左手拿着空瓶，右手扳动把手，洗发水缓缓流入瓶内。

这是爱茉莉太平洋在中国首秀的新概念卖场——“续装站”。类似于买咖啡自带空杯，消费者可反复使用分装瓶到店“续装”产品，而不用每次都为新包装付费。“我们看到，越来越多人开始重视包装浪费问题。”爱茉莉太平洋中国总裁黄永慈说，“希望携手中国消费者，一起践行可持续发展的新理念。”

从塑料瓶智能回收机到含有生物质原料的低碳概念跑鞋，从各类电动汽车到一个充电宝就可带动的打印机……透过进博会场馆可以看到，绿色低碳正变为越来越多人的自觉行动和生活方式。

“中国市场对绿色低碳的重视程度已经超过国外。”3M公司全球资深副总裁兼中国总裁丁泓禹说，中国先进企业格外注重捕捉应用世界一流绿色材料与技术，同时，中国消费者也是推动低碳产品应用普及的重要力量。“中国企业与市场对新技术、新产品的接受程度远高于我们的预期，这给了我们很大信心。”

新华社“新华视点”记者（新华社上海11月8日电）

生产企业大踏步走进直播间，商家广泛以数字赋能销售，平台简化折扣方式，推出更为直接的补贴政策让消费者得到更多优惠……今年“双11”，卖方不断改善销售方式，提升居民消费体验，推动消费市场回暖，促进经济循环畅通。

厂家以直播“站”在台前

“直播间有买有送，还有优惠券放送哦，这次推出的浮标绝对是全年最低价。”湖南省小凤仙钓具有限公司创始人涂小凤在今年“双11”期间再次客串当起了主播，而且直播时间比去年更长了。作为一家主要生产浮标等钓具的企业，他们过去只在电商平台上开设店铺，如今却依靠电商直播“站”在消费者面前。

湖南临湘市钓具电子商务协会会长张常告诉记者，类似这样开辟卖货新渠道的企业在临湘还有很多，当地有100多家浮标生产企业涉足电商并选择直播带货，因为这种方式操作简便，产品展示效果好，还可以与购买钓具的人群实时互动，销售量相比过去也有很大提升。

除了传统企业，过去“藏在深山无人识”的农产品也被带到手机镜头前，通过电商直播销往全国。

在重庆市大足区中敖镇的柑橘果园内，村民刘峰钻准备推出一个小视频推广自家种的柑橘。“现在直播电商是我们把果子卖出去的主要方式之一。”刘峰钻说，“去年我们做了一个短视频，没想到非常火，可惜后续销售没跟上，今年绝对不能再错过了。”

重庆市商务委电商处副处长陈梁说：“农村快递物流配送覆盖面进一步扩大以及配送体系更加健全，服务中心和站点数量增多，让农产品出村进城、消费品下乡进村的双向流通渠道更加畅通。”统计数据显示，前三季度重庆全市农村网络零售额达到257.6亿元，同比增长22.9%。

双11

销售方式改善 消费体验提升

商圈以数字赋能销售

生产厂家通过直播电商走到台前的同时，今年“双11”许多商家通过数字赋能销售。一张3D屏看到整个核心商圈店铺实时的图像和人流量等数据，消费者通过手机线上领券线下使用……大数据、智能化让商圈焕然一新，为市民提供更加便捷的购物体验，商家营收也有了很大提高。

重庆苏宁易购销售有限公司市场营销部负责人李平介绍，苏宁易家旗舰店针对门店场景创新升级了“趣逛”“心选”“品见”三大板块，还原家庭内部的生活空间，强化消费者的互动体验，让购物“所见即所得”。“用户只需下单，安装过程中拆除旧机、改造橱柜、重设水电以及切割吊顶等施工服务都由门店集约化解决。”李平说。

而在距此不远的解放碑商圈，重庆百货大楼股份有限公司则与电商平台联动，实现消费方式提档升级，通过微商城等方式开展线上营销推广，打造“云逛街”形式。重庆百货运营总监杨海林说：“今年‘双11’，我们还在支付宝上搭建了会场，各类优惠消费者点一下就能领取使用。”

平台以服务便捷消费

近年来，“双11”多样的折扣方式虽然刷新购物节玩法，但让消费者眼花缭乱、无所适从。今年“双11”，不少电商平台简化折扣方式，推出更为直接的补贴政策让消费者得到实实在在的优惠。

10月31日晚8点，“唯品会11.11特卖狂欢节”拉开帷幕。今年“双11”唯品会按照优惠规则简化的原则，消费者无须凑单，一件商品即可享受超值优惠，诸多大牌商品在3折基础上还有优惠。规则的简化激发了用户的消费热情。数据显示，以秋冬服饰为例，低至1.3折的羽绒服，开售1小时销量同比增长3倍。

拼多多在“双11”期间则采取了不预售、无尾款的直接补贴政策，为消费者提供简单实惠的购物体验，全场百万商品每满300元减50元，上不封顶。

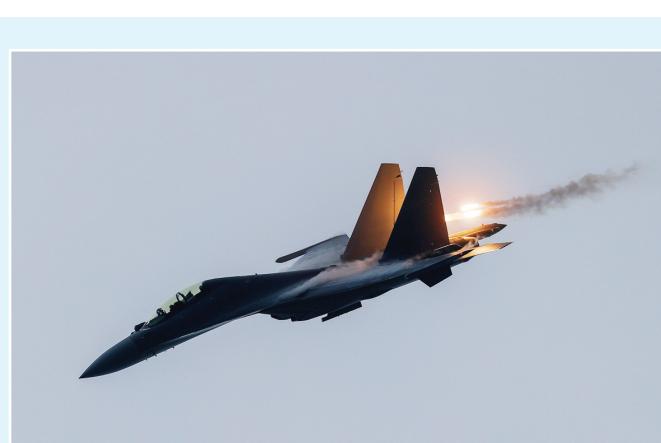
此外，一些平台还推出了新服务，让购物方便有保障，如将促销活动启动时间从0点改为晚上8点，商品“小时级”、最快“分钟级”送达等。京东快递相关负责人介绍，京东到家、京东小时购基于即时零售的服务优势，让全国各地低价商品第一时间送达。

在重庆工商大学副校长李敬看来，目前各地出台的促消费政策初显成效，消费市场持续稳定恢复。“今年‘双11’，零售商和平台升级促销方式，居民消费更加便利，一系列举措将进一步支持消费市场回暖，促进经济循环畅通。”他说。

新华社记者（新华社重庆11月8日电）

走进航展 感受创新的魅力

—第十四届中国航展看点—



► 国产大飞机C919进行飞行展示。新华社记者 卢汉欣 摄



展示舱成为展会上火热的观众打卡点，人们能感受到中国“太空之家”的大气恢宏，品味到中国航天的独属匠心。

中国空间站组合体展示舱不远处，新一代运载火箭家族整齐屹立，颇具气势。航天科技集团一院宇航部部长赵新国介绍，长征五号、长征五号B、长征七号、长征七号甲和长征八号火箭相继完成研制，先后成功执行了天问一号、嫦娥五号、天和核心舱、天舟货运飞船等发射任务，为我国一系列重大工程任务的顺利实施奠定了坚实基础，同时也进一步完善了我国长征系列运载火箭的型谱，整体运载能力得到了大幅提升。

馆内静展、室外静展、飞行展示……本届航展，中国航空工业集团有限公司将200项自主研制的航空装备及技术项目以全景式、体系化方式进行呈现，参展产品较上一届增幅达34%，其中55项展品为首次参展。

“航空工业馆全馆展示面积近7000平方米，是本届航展最大的馆内展区。”航空工业集团党组副书记李清堂

介绍，馆内展陈内容紧扣“中国力量”“中国价值”“中国精神”。在馆内中心展台区域，“20时代”战机家族的杰出代表歼-20、运-20、直-20和攻击-11、鹘鹰五大明星机型，与展馆上方“飞翔之翼”主题造型相呼应。

“作为航展备受瞩目的飞行表演环节，航空工业自主研发的新状态全构型AG600M（灭火型）首次向公众进行12吨投水功能演示，并与运-20、C919苍穹聚首；直-20、直-10、直-8L等现役陆航装备首次登上中国航展的舞台；翼龙-1E无人机进行精彩的飞行展示。”李清堂说。

科技不仅能“顶天”，还能“立地”。在中国兵器工业集团有限公司的地面装备动态演示中，国产主战坦克、装甲车辆充分展示优异的机动性能。同时，兵器工业自主研发制造的无人装备首次在动态展示环节亮相。

一直以来，创新成果的转化受到各方关注。惊艳世界的北京冬奥会开闭幕式主舞台系统、飞驰冬奥赛场的国产雪车、拥有自主知识产权的氢能领域一系列核心装备与关键技术……航展上，航天科技集团集中展示了航天技术在护航北京冬奥会、服务“双碳”目标、乡村振兴、造福民生等方面的应用案例。

毫米波波束相控阵通信载荷、芯片原子弹、高稳晶振、空间飞轮……中国航天科工集团二院的多款商业航天产品首次亮相航展，向公众展示了探索发展商业航天的最新成果。

此外，“航天智造”也首度亮相航展。北京星航机电装备有限公司首次作为中国航天科工集团三院独立参展单位之一，携智能制造、增材制造成果亮相，展示专业技术能力、对外服务能力、航天装备智能制造水平，展示中国智造背后的航天力量。

作为世界五大航展之一，中国航展已成为集中展示中外航空航天先进技术与高端装备的重要窗口、促进航空航天技术与装备领域商贸合作的国际平台。

据航展主办方介绍，本届航展共有来自中国、美国、英国、德国、巴西、澳大利亚等线上线下43个国家和地区的740多家企业参展，室内展览面积约10万平方米，室外参展飞机超百架，波音、空客、巴航工业等航空航天国际知名企业和纷纷亮相。

新华社记者 胡喆 王浩明 田建川
(新华社广州11月8日电)



重庆市民参加超市“双11”购物活动。

图片来源：网络