



中国国际进口博览会  
CHINA INTERNATIONAL  
IMPORT EXPO



# 新时代 共享未来

## “四叶草”焕然一新静待八方来客

青年报记者 刘晶晶

本报讯 在第七届中国国际进口博览会即将开幕之际，记者昨天提前探营国家会展中心。放眼望去，不少展台均已搭建完毕，“四叶草”外的景观装饰也已焕然一新，宛若披上节日的盛装，翘首以待来自五湖四海的朋友。

在现场，各个展馆都是正在忙忙碌碌搭建、布置展台的展商、工作人员，进博会开幕日益临近，记者发现，不少展台已经布置完毕。

5.1馆中，最显眼的就是颜色鲜艳的乐高展台——必须抬头才能看到的巨大乐高装置已经露出庐山真面目，顶部是一个乐高小人仔，手捧着一个大大的黄色礼物盒，里边五颜六色的乐高积木颗粒倾泻而下，就如同一条彩色的瀑布，瀑布又汇聚成了几片不同的乐高天地。

而在“四叶草”外，景观装饰工作也已完成。在每年进博会的最受欢迎打卡点，展馆南广场上，记者看到，焕然一新的“进



第七届中国国际进口博览会的举办地——国家会展中心(上海)已完成外部装饰及绿化。

新华社图

宝”也已经在繁华丛中粲然微笑。

现场，相关工作人员告诉记者，今年展馆景观延续前几届风格，以“海纳百川、共享未来”为主

题。“南广场的景观设计围绕四个空间脉络，分别是云山、梯田花海、河流和现代城市花园。”工作人员介绍说，这里呈现了角堇、百日草、孔雀草、一串红、向日葵以

及水生植物共约68万盆的摆花，由南向北覆盖1万多平方米的南广场区域，360度全景展示中华大地锦绣缤纷的自然之美。“今年我们还对南广场入口处进行了优

化，取消了8根景观柱，开阔了南广场区域视线空间，使整体景观效果更显简洁大气。”

而今年最大的变化是增加了红色花卉的用量，对观众们最喜欢打卡的梯田花海区域花卉色彩进行了优化。在整个广场空间中，“CIIE”和“2024”字样、四层梯田花海、迷宫花园等多个主题花园则采用橙色孔雀草、黄色孔雀草、红色百日草、角堇等各色花卉植物来演绎祥云、渐变云山的纹样效果，让广场氛围更是喜庆热烈。而在大草坪上，则新设了数字“7”LOGO，由彩叶草打造而成。

会议中心(西厅)是进博会景观的重要组成部分，则沿用了“日出东方”主题，门前采用斜坡式平台，1000余平方米的红色百日草更好地营造庄重、热烈的迎宾气氛。花坛中用三角梅进行连接，绽放的三角梅花柱，层次感十足，热烈又大气。据介绍，整个进博景观打造中，项目团队通过精心实施的温室控花技术现场，现场约种植了80万株开花植物，即将在进博期间绚烂绽放。

### 探营进博上海馆

## “石库门”从天而降，“新样本”奔赴未来

第七届进博会主场馆中央广场西北侧，“空降”了一座石库门建筑，古朴的红墙背后是时尚的老字号、新科技，这里便是第七届进博会上海馆。记者昨日探营上海馆，感受参展“上海样本”浓浓的年轻态。在这片300平方米的展区，设置了“时代匠艺”“丝路精品”“未来空间”三大主题板块，通过上海老字号、新势力品牌、主理人品牌、进博好物、五大未来产业等展项，演绎了上海的传承与发展，融汇了上海的匠心与潮流。

青年报记者 郭颖



进博上海馆里匠心与潮流兼具。

青年报记者 吴恺 摄

番带来了不少特色产品。其中就有刚刚获评上海伴手礼金榜礼品的“字烛·活字香薰蜡烛”。“我们今年推出的新品一出来就卖疯，活字香薰蜡烛目前已经断货，正在加急生产交付。”该品牌营销总监唐彬彬告诉记者。

百年品牌恒源祥，则基于非物质文化遗产——海派绒线编结技艺带来了多款文创产品。其中“小王子的玫瑰”是恒源祥青年设计师创意设计而成，创意编造法国著名童话《小王子》中的玫瑰花，让中式浪漫邂逅法国风情。

除此之外，这里还有龙凤旗袍采用盘扣技艺制作的十二花神系列盘扣扇、中华牌专为航天员打造的太空笔、回力的非遗系列

球鞋、白玉兰 Citywalk 丝巾等老字号的新产品。

记者发现，眼下上海各大老字号品牌正在积极探索品牌的年轻化，推动转型升级。展厅大屏上展示了上海数据交易所带来的数字资产，包含回力、光明、老凤祥、雷允上、华山263老字号品牌馆发行的丰富内容。

#### 集中展示新质生产力

“未来空间”围绕产业创新升级，展示上海率先布局五大未来产业，聚焦未来健康、未来智能、未来能源、未来空间和未来材料。

在未来智能板块，可以通过扫码体验AR豫园灯会场景，也可以体验商汤科技带来的Vimi可

控人物视频生成大模型——仅通过一张任意风格的照片就能生成和目标动作一致的人物类视频，甚至还可以与元萝卜AI下棋机器人对弈一局。

得物App带来的科技创新消费体验，无疑成为全场人气“打卡点”。记者戴上“眼镜”秒进一座虚拟“球鞋博物馆”，可以看到20000多双球鞋，用手指“隔空”抓取一双，它就会“弹出来”让观众细看球鞋的细节、材质和制作工艺。

这是得物App带来的国内首款3D创新应用，依托得物自主建造的全球最大球鞋模型库和Apple Vision Pro头显设备打造而成。

低空出行新势力御风未来这次非但在上海馆展出了电动垂直起降飞行器M1，这款2吨级电动垂直起降飞行器标志着中国企业在电动垂直起降飞行器赛道上实现了“全国产业化”的里程碑式突破。作为低空经济赛道的头部企业，本届进博会上，御风未来将“空中出租车”M1 eVTOL 载人真机“飞”入了进博会，成为本届进博会最大、最吸

睛的展品。这是M1载人真机在全球首次公开亮相，同时现场还开放了“首批飞行体验官”活动，吸引参观者前来零距离感受未来“打飞的”上下班的全新生活方式。

#### 新锐消费品牌百花争艳

在展厅的中央，还有上海游戏科技企业中近年来崛起的四家企业——米哈游、莉莉丝、叠纸游戏、鹰角网络。

上海游戏产业在整个中国游戏产业，乃至全球市场中都扮演着重要角色。2023年，上海网络游戏总销售收入超1400亿元，移动游戏市场占有率超77%。

叠纸的第一部作品《暖暖换装物语》开创了换装手游的先河，其续作《暖暖环游世界》是中国第一款进入主流视野的换装手游。叠纸游戏集团公关经理朱钰珺介绍说：“我们此次参加进博会带来的暖暖系周边是暖暖的经典形象和暖暖芭蕾舞裙造型，是深受我们玩家喜爱的样式，都是样品，目前尚未在售。”

此外，记者看到，上海本土的新锐消费品牌同样百花争艳：摩卡色的骨瓷杯碟和中华艺术宫四方杯；林清轩带来的山茶花精油及在本届进博会首发的山茶花多肽面霜与多肽精华；百雀羚打造的“中国礼”——“洞天世界”中法建交60周年纪念礼盒等。

#### 老字号焕发年轻活力

“时代匠艺”展区围绕技术创新突破，展示上海老字号、新消费品牌和主理人品牌，依托进博会开展国际合作，对标国际高水平，加强研发、创新设计、提升品质，推动“上海牌”在国际舞台大放异彩，成为新时代工匠精神的杰出代表。

展区中央，拥有176年历史的中国国民珠宝品牌老凤祥，在本届进博会带来了与万代南梦宫联名推出的国内首款《机动战士高达seed》纯黄金1公斤高达。老字号品牌正在与年轻消费者进行越来越多的联系与互动。

上海印刷集团旗下的百年中华老字号品牌“华丰铸字”，此