

第四届中国国际进口博览会 特别报道



责任编辑 陆加燕 E-mail:fzbfzsy@126.com

www.shfzb.com.cn

11月9日

上海城市形象资源共享平台上线

"IP SHANGHAI"打造具全球影响力、凸显中国和上海特点的城市形象资源全库

□记者 陈颖婷 夏天 翟梦丽

本报讯 昨天,上海城市形象资源共享 平台 IP SHANGHAI (www.ipshanghai.cn) 正式上线,同步启动面向全球的上海城市形 象资源征集

上海城市形象资源共享平台IP SHANGHAI 由中共上海市委宣传部、市委 外宣办公室举办,已列为提升上海城市软实 力重要工作项目之一。平台将打造一个具有

全球影响力、凸显中国和上海特点的城市形 象资源全库,并逐步建成聚合征集、共享传 播、孵化创新的城市形象内容生态系统,探 索人人创作、人人展示、人人分享的国际传

平台通过中英文版 WEB 网站及社交账 号向本地和全球用户(含个人)同步开放。 汇聚海量的图片、视频、声音、文字、出版 物、设计素材以及对外传播项目、活动、案 例等资源,以互动、互助、互联方式,共同

打造上海形象的聚合资源库、上海故事的传播 新平台、上海精神的实践创新地。

平台授权"澎湃新闻"全面承建和运营, 并获"视觉中国"团队技术系统、版权素材、 IP 数字藏品等资源支持。目前已完成的一期 建设, 共集纳近30万张图片、近3万条视频、 百余个 H5 等内容资源,约 6000 名摄影师、 700 余名设计师签约入驻。目前适配 PC 端, 手机端访问建议横屏浏览。

上海报业集团、上海广播电视台、上海世

纪出版集团、上海联通、哔哩哔哩、得物等单 位代表与中外记者共同见证上海城市形象资源 共享平台上线。上线仪式上, 主办单位发布 《上海城市形象资源共享平台 IP SHANGHAI 入库指南》。

饼博时刻

"冬奥风"吹进四叶草

进博里有个"冬奥"赛场

□记者 翟梦丽 陈颖婷 夏天

本报讯 距离 2022 年北京冬奥会开幕还 有88天,虽然不如身在北方能体会到冰雪天 地下运动的美妙,但在"四叶草"里,也有了 个"冬奥"赛场。

走进国家会展中心的北登陆厅南部, 仿佛 一片冰雪天地。这里是一个以冬奥会为 主题的体验展厅,展商、观众可以通过参与游 戏体验冬奥会的运动项目。场地上,冰壶、 VR 滑雪机、滑冰场、冰球射门等体验场地依

在 1200 平米的场地上, 众多观众来回穿 梭,寻找"燃情冬奥·中银冰雪嘉年华"活动 特设的护照地图打卡,体验冬奥运动的乐趣。

戴上 VR 眼镜,站上模拟滑雪板,观众就 仿佛来到高山滑雪场,身体不时随着场地情况 而左右摆动。来上几分钟的模拟滑雪,不少观 众头上都冒出了汗,直呼刺激好玩,还想再体

在场地中央,还有一个小型滑冰场,观众 可以穿上冰鞋体验一场速度滑冰。在奥运赛 场,运动员穿戴冰刀,在冰道上滑行帅气又优 雅。在体验区内,即便你是初次体验不会滑,

也有工作人员在一边指导保护。 "一片冰心在玉壶。"冰壶是一项集技巧 和智慧于一体的冰上运动,以队为单位在冰上 进行投掷型竞赛,体能脑力缺一不可。在冰壶 体验区内, 有观众正蹲着尝试投掷, 但这显然

不好上手,不少人直呼太难了。

冰球是一项对抗性很强的集体竞技运动, 在实际冰球项目中,球门宽度达 1.8 米宽。在 体验区内则设置了一个迷你球门,只有0.6米 左右,拿起冰球杆,站在球门前,观众也能体 一把进球的刺激。

在体验区内,还有一间穹幕影院。排队人 场,观众一睹北国风光,被皑皑白雪覆盖的森 林里,可爱的雪中木屋,穿梭的小鹿,惊艳的 极光让观众一饱眼福。

刚体验完 VR 滑雪的小邱兴奋地和记者 "以前没有机会滑雪,这次在进博会里体 验了一次滑雪的乐趣,太棒了!"在谈到即将 到来的冬奥会时,她也说亲身体验这些运动让 自己更增添了一份对冬奥的期待。

观展者不仅能亲身体验冬奥运动, 在展馆 也吹起一阵"冬奥风"。在5.2馆,消费 品展区的体育用品及赛事专区,不少企业首次 带着自家的冰雪运动产品亮相。运动品牌 FI-LA 把两台和 snow51 合作的滑雪模拟器放到了 展区里,穿上 FILA 的高科技冬季滑雪装备与 滑雪教练现场开滑。迪卡侬集团直接把展台主 题设置成冰雪运动主题,全球首发了专为婴幼 儿设计的创新滑雪板,帮助1-4岁儿童得到冰雪启蒙,"冰雪奇缘"的展台聚焦冰雪运动 冰雪启蒙, 大众化, 雪衣、雪裤、雪镜等产品一应俱全。 尤尼克斯则带来了将在冬奥会被运动员使用及 国内首发的 2022 新雪季、新工艺的单板滑雪

地产业助推"双碳"目标实现

□记者 夏天 陈颖婷 翟梦丽

本报讯 用交互式 3D 模型替代楼宇照 、图纸等传统设计方案,推动绿色科技和智 慧城市相结合;以创新的综合能源管理软件平 台,推动楼宇运营管理节能和技术节能的双管 齐下。在第四届进博会上,一些海外知名地 产、物业供应商纷纷推出新品,契合"双碳

本届进博会期间, CBRE 世邦魏理仕亚洲 首发了虚拟楼宇探索平台 CBRE Build。该 公司中国区数字与技术部负责人卫辰敏表示, CBRE Build 基于 VR、大数据、人工智能等 前端科技,将尚未存在的、正在重新定位的、 翻新的内部空间结合外部空间进行 3D 可视化 呈现,作为一款低成本的高效空间规划设计工 具,可以帮助用户构思、将想法变为现实、并 体验身临其境的虚拟空间。在环保、可持续发 展的大趋势下,该平台或将替代平面、纸质等 形式设计方案,进一步推动绿色科技和智慧城

CBRE 表示,将紧密跟随国家"十四五 创新驱动发展的战略,始终致力于通过科技创 新驱动商业地产的数字化转型,从而带动整个 "CBRE 于近日宣布将致力于在 行业的变革。 2040年前实现净零碳排放目标。"该公司全球 总裁兼首席执行官 Bob Sulentic 于日前寄语 第四届进博会时明确, CBRE 自 2017 年以来 协助降低碳排放约 68 万吨。中国已进入碳约

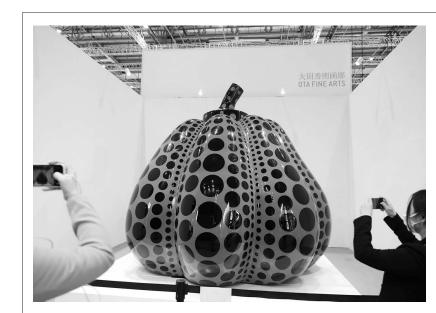
束时代, 而房地产行业在实现减排目标的过程 中发挥着不可或缺的作用。从城市规划到物业 管理、从写字楼到工业设施, CBRE 致力以全 局性视角帮助客户降低运营风险和整体成本, 并同时减少碳排放。

无独有偶,本届进博会期间,霍尼韦尔公 司与瑞安新天地 (上海) 商业管理有限公司 (以下简称瑞安新天地) 达成战略合作协议,

由霍尼韦尔在未来5年内,为瑞安新天地 在中国国内发展项目提供综合能源管理软件平 台。在一期项目中, 霍尼韦尔将为瑞安新天地 多达 22 个发展项目的公共区域实施节能升级, 并在未来持续拓展更多站点和区域的能源改造

此次霍尼韦尔为瑞安新天地提供的综合能 源管理软件平台能够通过数据计量和洞察, 梳 理能源管理漏洞,继而结合负荷控制功能模 块,实现楼宇运营管理节能和技术节能的"双 管齐下",预计建筑整体将达到约20%以上的 能耗节约效果。

"当前,建筑楼宇面临能耗增长和环境容 量缩小的双重制约,建筑行业也是国家'双 碳'目标推进的重要领域,企业正是这一目标 实现的关键主体。"霍尼韦尔智能建筑科技集 团副总裁兼中国总经理李烨表示: "我们很高 兴能和瑞安新天地在实现建筑楼宇碳减排的道 路上并肩同行,共同开拓智慧建筑可持续发展 的更多可能性,助力我国'双碳'目标的早日



一场视觉盛宴

□记者 王盠 摄影报道

本报讯 进博会首次在服务贸易展 区设立文物艺术品专区, 既为观众带来

-场视觉盛宴, 也将促进全球文化交流 互动,推动中国文化艺术品产业发展。

图为草间弥生的大型雕塑作品《南 瓜》吸引了许多观众

全球采购近两亿订单

来伊份的进博会购物车收获满满

□记者 陈颖婷 夏天 翟梦丽

本报讯 昨天,中国上海第四届中国 国际进口博览会进入第四天, 第四次参与 进博会的新鲜零食领跑企业上海来伊份股 份有限公司,分别与韩国易买得、新加坡 全新国际私人有限公司等5家企业签订近 两亿元人民币采购订单,购买品类覆盖进 口巧克力、水果条、饮品等优质进口零食

新冠疫情起伏延宕,世界经济艰难复 苏, 进博会又一次如约而至。从上海起步、 不断壮大的新鲜零食领军企业来伊份持续 加深全球供应链合作,借助天时地利人和, 与多家海外食品龙头, 于此次进博会期间 签订战略合作协议。

此次与来伊份签约的企业除原有合作 伙伴澳大利亚自由食品、韩国大象等企业 外,根据业务发展和战略部署需要,有针 对性地对鱼肉、巧克力、果干、饮品以及

其他国外优质食品进行了定向采购,场内 外意向采购总额两亿元人民币,进一步丰 富了来伊份健康线产品,加速全球化平台 签约仪式上,来伊份供应链总裁张丽 华与韩国新世界集团旗下超市品牌易买得 (E-MART) 签订了 3000 万元订单采购协

议。对于深化供应链全球化的思考, 张丽

路'沿线国家的合作与企业战略布局,开

"来伊份将继续加强与'一带一

发更多更优质的产品;并逐渐向特色的大 单品策略聚焦,加快深海产品和健康线系 列的开发。作为进博会采购商及零售商联 盟的一员,来伊份同交易团众多优秀的企 业一起参与到进博会的采购环节,寻找新

的资源,新的产品和合作伙伴。" 来伊份积极发展零食主赛道,场外还 与全球四大巧克力制造商之一的意大利费 列罗集团签订了采购战略合作协议,双方 围绕原辅料采购、创新技术研究和创新产 品应用开发等深入合作,实现"国内国际 双循环"。新冠疫情的全球蔓延催生的"大 健康经济"机遇与消费升级的趋势下,加 大产品研发力度, 尤其是健康线、儿童线 产品的研发与引入,显得尤其重要。来伊 份持续加强米面油及肉类等进口刚需产品 和核心供应商资源的战略储备,同时加大 在大宗原料及消费食品方面的规划和布局。 在深度融入世界的同时, 也通过全球的供 应链协作形成转型发展、消费升级的重要

来伊份联合创始人、董事长施永雷表 "我们要紧紧抓住和依托进博会的平 台,进一步引进扩充进口品类,尤其要把 健康线产品做大做强,把更多高品质的进 口美食带给国内消费者。同时也要注重出 口,把来伊份的优质产品销往海外,向全 球输出中国的美食和文化, 布局全球, 真 正意义上实现'中国品牌,全球制造,世