

進博會吹起冬奧風

冰雪場景裝點展館 展商掘金滑雪裝備

聚焦進博會

香港文匯報訊(記者 夏微 上海報道)隨着2022年北京冬奧會的臨近,國內掀起了不小的冰雪運動熱潮。適逢第四屆中國國際進口博覽會在滬舉辦,不少國內外展商開啟夢幻聯動,冰雪天地布景、冬奧運動推廣、冬季運動裝備紛紛亮相。



●2022年北京冬奧會讓「冰雪元素」成為此屆進博會的一大亮點。冬奧會吉祥物「冰墩墩」(右)和冬殘奧會吉祥物「雪容融」亮相多處展台,吸引人們的目光。 新華社

走進「四葉草」的北大廳,「燃情冬奧·中銀冰雪嘉年華」體驗互動區就赫然映入眼簾。冬奧會和冬殘奧會吉祥物「冰墩墩」和「雪容融」向着觀眾招手,熱情迎接四方賓客。穿過以奧運五環為設計原型的隧道,1,200平方米的超大冬奧推廣專區內,冰壺、桌上冰球、冰球射門、VR滑雪機等18個項目吸引了不少參展商和觀眾忙裏偷閒前來體驗。



●好友相約來上一場冰壺對決。 香港文匯報記者夏微 攝

「炫彩冰場」遊客滑滑滑

「早上來的時候,這個冰場裏好多人,人們都在冰場上試探着邁開步子,滑滑滑。」200平方米的「炫彩冰場」前,一位趕早體驗過項目,又忙不迭拉着同事在午休時段前來體驗的觀眾直言,「展館內好熱,這裏比較空曠,涼意十足,又都是冰雪項目嘛,就很有代入感。」另一邊,VR滑雪機前大排長龍?那不妨先在冰壺項目體驗區和同事來一場比拚,「這麼好玩,我感覺可以在這裏呆上一整天。」除了冰雪項目的體驗,中銀方面還在展區內搭建了一個「愛斯基摩的小屋」——360度球幕影院,共安排了涵蓋冰雪、科幻、太空等7部主題電影供觀賞。

展商做足冰雪運動產品推廣

在體育用品及賽事專區,不少展商都帶了自家的冰雪運動產品。比如首次參展進博會的FILA,不僅直接把兩台和snow51合作的滑雪模擬器放在了展區裏,更是提供了其全新高科技冬季滑雪服供觀眾穿戴齊全,上機開滑。作為國家隊運動服裝贊助商,FILA的工作人員自豪地表示,在此屆進博會全球首發的和VIST聯名系列新款滑雪服在防水性方面提高了66%,抗結露性也至少提升了40%。另一邊,一向以羽毛球裝備稱霸業界的YONEX,則帶來了將在冬奧會被日本國家隊使用及國內首發的2022新雪季、新工藝的單板滑雪板及裝備。「我們滑雪運動裝備進入中國市場只有短短兩年時間,進博會和冬奧會是一個很好的推廣我們相關業務的機會。」此

雪地體驗自由式滑雪感覺

不過,最為吸睛的還是迪卡儂集團,直接把展台融進了勃朗峰當中——大型雪場、自駕露營、運動訓練室、雪山纜車等主題空間。進博會期間,不僅每天都有精彩的單板雙板滑雪表演,觀眾還可以現場體驗滑雪樂趣,並接受專業教練一對一指導教學。值得一提的是,要實現「三億人上冰」,青少年的冰雪運動啟蒙就額外重要。而為解決標準兒童雪鞋厚重的痛點,迪卡儂就在這屆進博會上全球首發了適合嬰幼兒上雪道的創新滑雪板SKI FIRST TURN KID,幫助1歲到4歲小朋友輕鬆體驗真實冰雪樂趣。這也是目前第一款使用真實冰刃的嬰幼兒雪板,小朋友穿自己的雪地靴就可以踩上雪板,在雪地上體驗自由式滑雪的真實感覺。



●第四屆中國國際進口博覽會上,不少國內外展商開啟夢幻聯動,冰雪天地布景、冬奧運動推廣、冬季運動裝備紛紛亮相。圖為觀眾身穿FILA全新滑雪服在滑雪機上體驗。 香港文匯報記者夏微 攝

展商注重中國消費者需求

香港文匯報訊(記者 夏微 上海報道)連續四屆進博會,來的外商越來越多,帶來的展品也愈「中國化」,「在中國、為中國」已經成了眾多外商打開中國市場大門後的首要工作。

首次亮相進博會的PUMA彪馬十分看重進博會這個難得的舞台,希望通過參展,展示對中國消費者的重視,傳遞對持續投資中國市場的信心與決心。此屆進博會上,PUMA超過250平方米的展台設有包括品牌歷史回顧、足球戰戰陳列、跑步革新科技在內的三大展區內容。PUMA足球珍貴展品陳列區內聚集了歷代球王戰靴,包括貝利1970年墨西哥世界盃版Pelé KING、約翰·克魯伊夫在1974年德國世界盃上穿著的CRUIJFF SUPERSTAR、紀念迭戈·馬拉多納奪得1986年世界盃的King Diego Finale i,還有內馬爾在2020年加入PUMA大家庭後穿著的King Platinum NJR。難得一見的珍品,讓不少足球愛好者慕名前來拍照合影。

坐在球員「更衣室」體驗NBA

而更值得一提的是,PUMA還特意在展台上展示了搭載MG鞋釘的Ultra 1.3和Future Z 1.2兩款球鞋。「考慮到中國草場的不同情況和中國消費者踢球習慣,PUMA設計了專屬中國消費者的MG多用鞋釘,只為給中國消費者帶來最舒適且極致的競技體驗。通過傾聽市場和消費者的期望、理解中國市場的

需求。」一旁的櫥窗內,搭載全新科技的PUMA碳板競速跑鞋FAST-R NITRO ELITE也迎來了它的全球首次亮相。有趣的是,如果觀眾仔細觀察PUMA的展台設計會發現,360度展示的一隻巨型FAST-R球鞋,實際上運用了中國古代禮樂器——石編磬為設計靈感。

另一邊,第二次來到進博會的NBA打出情懷牌。位於NBA展台中心位置的榮譽殿堂展出了NBA為此次進博會帶來的多件展品,其中就包括四件珍貴的球星親筆簽名球衣——科比·布萊恩特在海口參加NBA籃球訓練中心奠基儀式的

簽名球衣、斯蒂芬·庫里·德克·諾維茨基參加NBA中國賽時為球迷簽名的球衣、揚尼斯·安特托昆博參與拍攝NBA新春賀歲廣告時的簽名球衣。這些珍貴的球衣也是NBA在中國超過40年歷史的見證。同時,該區域裏也佈滿了照片和視頻資料,除了為觀眾提供更豐富的展品背景故事介紹,也會向大家展示NBA在中國的點點滴滴。不僅如此,NBA還滿足不少球迷的心願,將NBA球場中更衣室復刻到了進博會現場,讓觀眾可以在這個區域感受到原汁原味的NBA體驗,坐在球員的「更衣室」,了解他們在比賽之外的樣子。



●迪卡儂將勃朗峰「搬」到進博會。 香港文匯報記者夏微 攝

「中繼終端」太空傳「音畫」 航天員出艙「不掉線」

香港文匯報訊 據中新社報道,「出艙後,航天員將面臨太空空間環境的嚴峻考驗,容不得半點差錯。因此,進行出艙活動時與地面建立高速及時的測控通信尤為重要。」航天科技集團五院西安分院(以下簡稱:西安分院)8日向記者介紹。11月8日1時16分,經過約6.5個小時的出艙活動,神舟十三號航天員乘組順利完成首次出艙任務。出艙期間,航天員翟志剛、王亞平著艙外服進行艙外作業,航天員葉光富在艙內配合支持。三位航天員依次表示:「感覺良好」。

面。浩瀚太空,地面測控通信如何全程支持出艙活動、保障航天員出艙「不掉線」?

太空中搭建了「天路」

西安分院表示,第三代中繼終端產品通過與中繼衛星天鏈一號和天鏈二號建立中繼鏈路,實現中繼通信。就好比在太空中搭建了地面與中繼衛星、中繼衛星與航天員之間的「天路」。在此次任務中,航天員要實現在太空六個月的長時間駐留,這是對中繼終端通信測控能力的一大考驗。當航天員出艙成為常態,出艙活動的時間便會大幅增加。空間站天和核心艙的中繼終端,在保證傳輸信號質量的同時,還方便航天員維修更換。此舉在設計上可謂一大突破。



●航天員翟志剛、王亞平穿艙外服進行艙外作業,航天員葉光富在艙內配合支持。三位航天員依次表示:「感覺良好」。 網上圖片

西安分院表示,為了保障中繼終端的高可靠性,在空間站天和核心艙發射前,研製團隊已經在地面的真空試

驗環境對中繼終端關鍵部件做了充分試驗,模擬在軌長期運行狀態,充分保證中繼終端在軌使用萬無一失。

外交部:「台」金元外交「沒出路」

香港文匯報訊 據中新社報道,針對台灣地區外事部門官員近日稱將強化與洪都拉斯朝野各界溝通,中國外交部發言人汪文斌8日在例行記者會上表示,「台獨」是死路絕路,「金元外交」沒有出路,任何逆歷史潮流、挾洋自重的圖謀註定將以失敗告終。有記者提問,據報道,台灣地區外事部門官員近日稱,台密切關注洪都拉斯總統大選,並強化與洪方朝野各界溝通,防範中國大陸借機利用各種手段破壞「台洪關係」。發言人對此有何評論?汪文斌表示,世界上只有一個中國,台灣是中國領土不可分割的一部分。一個中國原則是公認的國際關係準則和國際社會普遍共識,堅持一個中國原則是人心所向、大勢所趨。汪文斌說,我們正告台灣當局,「台獨」是死路絕路,「金元外交」沒有出路,任何逆歷史潮流、挾洋自重的圖謀註定將以失敗告終。