

黑科技鸣枪 新消费主张起跑

中青报 中青网记者 许亚杰
见习记者 李若一 王志远

庞大的消费市场，各异的需求，刺激着跨国公司把更多的新产品、新技术、新设备带到中国。尤其是通过中国国际进口博览会这扇高水平对外开放的大门，许多世界好物和黑科技已融入我们的生活。

第五届进博会上，在被形容为“四叶草”的展馆内，来自时尚、美妆、医疗保健等行业的参展商各显神通，带来的展品早就不限于一瓶精华液、一盒面霜这么简单，而是拿出了自己科技感十足的产品。

小创意解决大问题

作为进博会的常驻客，欧莱雅每年都会为中国消费者带来令人耳目一新的黑科技。继去年首展首发可以打印超过1000种色号的口红打印机之后，欧莱雅今年又带来了YSL电波穿香室的北亚首秀。

据介绍，这款与神经科学公司EMO-TIV共同打造的产品，是欧莱雅第一款基于神经科学研究、革新性的店内个性化香氛体验服务。通过消费者佩戴的多传感器头戴式装置，可以实现跟踪、分析消费者闻到不同香味系列时的情绪反应，并根据认知研究和人工智能算法，向消费者推荐合适的香水产品。

工作人员告诉记者，96%的消费者可以在沉浸式体验后，找到适合自己并能产生情感共鸣的香味，该服务首次真正实现了通过神经科学的方式进行个性化香水推荐，给中国消费者带来更加独特的个性化香水购买体验。

针对消费者在家中独自染发操作不便、染色不均匀等痛点，欧莱雅还带来了首次亮相亚洲市场的Colorsonic手持家用染发设备。该设备目前可提供40种色号，能在将管芯装入设备后，将双氧乳和染料以精确的比例混合，并在20分钟内打造出理想发色。消费者像用梳子一样，以“之”字形路径移动设备，适量的染发剂就能通过每分钟振荡300次的喷嘴，被高效均匀地分配在头发上。

随着现代电子产品使用频次的增多、低龄儿童的普及、短视频软件导致的用眼时长增加，我国青少年近视率逐年上升。



左图 第五届进博会上，参观者正在体验高通公司与银河威视(GVR)联合打造的XR奇幻之旅，身处舱中的观众宛如置身滑翔、冲浪、射击等场景。
右图 随着中国消费者对健康的重视程度日益增长，体育、健身器材市场进一步拓展。在第五届进博会的体育用品零售展区，参观者在试用划船机。



中青报 中青网记者 许亚杰/摄
中青报 中青网记者 李集辉/摄

北京大学中国健康发展研究中心发布的《信息化时代儿童青少年近视防控报告》显示，2021年，我国儿童青少年近视的患病率已超过60%，未来在全人口中至少有9.6亿近视人口，提升青少年儿童眼健康整体水平迫在眉睫。

强生视力健中国区总经理陈健君表示，近视已成为青少年、家庭、学校乃至整个社会所共同关注的重大公共卫生问题，青少年近视低龄化现象也引起了高度重视。

在本届进博会上，近视防控产品成了备受年轻父母关注的热门产品。今年，强生带来了全球首款硅水凝胶日抛近视防控软镜ACUVUE Abiliti™ 1-Day。该产品于2019年6月获得美国FDA创新产品认证，目前已在加拿大、新加坡和中国香港陆续上市。

记者了解到，目前，角膜塑形镜(OK镜)是国际上认可的防控近视的有效手段之一，同时市场上也涌现了离焦镜以及离焦软镜等竞品。

陈健君介绍称，此次强生视力健在进博会上展出的这款近视防控软镜，相较于现有近视防控产品适用范围更广，适用于7岁以上的儿童，可为更低龄、更高危的近视儿童提供近视防控的保障。

据陈健君透露，ACUVUE Abi-

iti™ 1-Day近日将在海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区开展临床试验，相关审批注册工作也在积极推进中。我们期待尽快将这款产品带入中国市场，为未来中国的儿童与青少年擘画一个清晰健康的视界。

悦己or悦人?年轻人全都要

有统计数据显示，21-30岁年龄段的消费者已占据高档消费市场客群的半壁江山。未来，陆续进入而立之年的90后将成为市场消费的中坚力量。中国新一代消费生力军的崛起，使外资企业更加重视中国市场，拿出了更具竞争力与多元化的服务与产品。

在本届进博会上借助VR眼镜等科技设备打造沉浸式体验的迪奥，显然发现了这一趋势，通过各种高科技手段，为年轻人打造创新的消费体验。此前，迪奥还通过元宇宙直播的方式，在虚拟世界里展示了其新一季女装系列。

元宇宙、虚拟世界变得非常重要，特别是对于中国年轻消费者来说。正如Gusto Luxe产品创新部门总监Aslinda Gu所说，中国拥有世界上最大的精通数字技术的消费者人群，对于外国品牌来说，这里似乎是探索新领域的完美试验田。

在95后消费者于爽看来，购买高档精品的本质是悦己消费。大家总在网上开玩笑说，包治百病，其实是通过消费来实现自我奖赏。

于爽认为，虽然年轻人愿意为了自己的好心情，为了获得即时享受而进行高档消费，甚至实现了一些圈层文化认同，但绝不是只懂悦己不会悦人。

她回忆说，毕业参加工作后，自己第一次收到工资那天，立马为妈妈网购了一支高档口红。虽然当时妈妈嘴上说着别乱花钱，但其实她喜欢得不得了，每到过年、出游的日子都会用上。

有分析人士表示，得益于中国经济稳步发展，居民可支配收入逐步提高，不少高档商品在中国市场的大门被进一步拓宽，初步实现了旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家的转变。

尤其是中国市场的崛起和社交媒体的兴起。过去在一些市场规模较小的城市，豪华汽车、高档品牌甚至都没有门店，人们难以买到它们的产品。如今情形大为不同。该人士提醒说，元宇宙等新技术、新概念仍在快速发展中，各品牌应当密切关注元宇宙的最新趋势。我们也许很难预测接下来新技术如何影响消费风向，但有一点可以确认，那就是对年轻消费者来说，悦己与悦人同样重要。

瞄准银发经济，掘金健康大产业

随着老龄消费市场的蓬勃发展中，银发产业也引发公众关注。其中，健康依旧是银发产业供给端中最令人关注的一环。

从首届进博会的一个馆扩展到本届的3个馆，医疗器械及医药保健展区吸引了超过33个国家和地区的350多家企业。除了首次集齐全球排名前15位的大型药企参展，本届进博会的另一大亮点是，国际医疗器械行业的龙头企业美敦力、强生、西门子医疗等十家企业悉数亮相。

本届进博会上，美敦力首次同时展出针对不同手术场景推出的手术辅助机器人解决方案。包括首次在中国展出的Hugo RAS system机器人辅助手术系统、Mazor X脊柱外科手术导航定位系统以及Stealth Autoguide神经外科手术定位系统。

据透露，过去3年，Mazor X完成了超过100台手术。经过临床数据的验证证明，该机器人的精准性达到了99.5%。同时，经过可视化的引导，术中的辐射剂量降低了78%，手术时间也减少了45%。

事实上，经过20多年的发展，手术机器人在许多技术领域取得了新突破，被视为医疗人工智能应用的重要平台。得益

于操作精确性，手术机器人不仅能有效降低术后并发症，缩短患者住院时间和减少疤痕，也能帮助医生缓解压力，延长职业寿命。

记者了解到，由于手术机器人价格昂贵，且操作学习成本较高，目前手术机器人普及率并不高。不过，对手术机器人产业的政策支持力度正在逐渐加大。《医疗装备产业发展规划》提出要攻关智能手术机器人，推进手术机器人在重大疾病治疗中的规范应用。

美敦力智能设备与神经外科事业部产品经理李为表示，借助进博会的溢出效应，手术机器人的创新技术也得到了更加广泛的关注，希望技术创新能够更快地落地中国，服务更多医生与患者。

有统计数据显示，近年来，主流电子商务平台上老年用品数量快速增长，围绕关爱健康而兴起的市场需求逐渐旺盛。

例如，对于口味重爱吃咸又担心对健康不利的人，进博会上展出的电子减盐餐具也许是一种解决方案。这款由麒麟集团带来的电味觉技术，可以通过向舌头发送电信号来改变其对食物的味觉，提升1.5倍对咸味的感知效果。使用时，消费者只需打开勺子手柄或碗侧面的开关，然后正常进食，餐具即可通过与特定部位和嘴的接触来增加味觉。

据展台工作人员介绍，该款电子减盐餐具通过提升咸味感知效果，可以减少约30%的盐分摄入，消费者长期使用后，身体会逐渐适应低盐食物，减少高血压等发病风险。该产品于今年8月到11月进入试验测试阶段，预计2023年年初将在日本实现量产，国内消费者不久后也可体验到该产品。

令人欣慰的是，当人们享受着互联网、大数据、云计算、人工智能带来的便利生活时，各种黑科技也让曾经寸步难行的残疾人迎来了更友好的无障碍生活。

在冰岛企业奥索的展台上，一只仿生手备受关注。

据奥索公司介绍，这款仿生手专为前臂截肢者设计，是一款采用全新标准的肌电假手。它的每根手指均有独立电机，可以独立运动，有助于用户在抓取物体时紧密贴在物体表面，从而避免因物体表面光滑或形状不规则而掉落。

该产品拥有4种控制方法及36种抓握模式可供选择，握力大小可切换。在生活中，它既能搬起大箱子，也可以灵巧地捏住乒乓球，完成敲鸡蛋、剥粽子、拿月饼、摘草莓、切菜烧饭、写毛笔字等高难度动作。

在每年进博会带来的黑科技接力中，大国重器固然不可或缺，这些看似小众人群讨论的技术创新成果，同样不容忽视。无论是年轻人、儿童，还是老年人，人们无不渴望着更多新技术、新产品从展品变成商品，从概念变成现实。

聚焦三大课题 丰田交出进博答卷

11月5日至10日，第五届中国国际进口博览会在上海举办。本届进博会共有145个国家、地区和国际组织参展，284家世界500强和行业龙头企业参展。数百项新产品、新技术、新服务在本届进博会首发首秀。

作为最具国际化特征的商品之一，汽车一直是国际贸易与国际经济合作的重要载体。本届进博会上，丰田汽车公司(以下简称“丰田”)以“开放创新 共赢未来”为主题，立足于建设美好的未来社会，聚焦当下“环境、交通、老龄化”三大课题，设立“环境、智能交通、Mobility for All”三个展区，展示与中国产、学、研等各界企业和机构深度、持续合作的阶段性成果，以及对于未来的全新提案。

一直以来，丰田以“量产幸福”为己任，扎根中国社会，持续为中国社会做出贡献。从第一届进博会开始，就以超越汽车行业的视野，通过贯穿整个汽车产业链和社会广泛应用场景的技术、产品、服务等展示中国美好未来社会建设的新提案和新举措。

让低碳出行触手可及

2020年9月，中国首次对外提出了二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值，努力争取2060年前实现碳中和的承诺，这一承诺不仅引发了国际社会的高度关注，也在国内掀起了新一轮绿色发展的潮流。

丰田秉承“环保车只有实现普及才能真正为环境做贡献”的理念，丰富能够为消费者的低碳出行提供更多丰富的选择，能够根据不同地区、不同目的、不同使用场景，自由选择兼顾“可持续发展与实用性”的出行服务与产品。

自1997年发售了世界首款量产油电混合动力车(HEV)普锐斯之后，丰田持续推进插电式混合动力车(PHEV)、氢燃料电池车(FCEV)、纯电动车(BEV)的研发与普及。为了实现碳中和的目标，丰田希望通过全方位电动化产品布局，在为顾客提供多样化选择的同时，构筑能源多样化的移动出行社会。

其中，bZ3是由丰田、比亚迪和一汽丰田三方联合研发的车型。为了更好地匹配中国消费者的用车习惯，丰田派



TOYOTA bZ纯电动专属系列bZ3、bZ4X

北京2022年冬奥会和冬残奥会服务工作之后，携最新技术和产品亮相进博会，展示丰田为保护碧水蓝天、为碳中和和贡献力量的决心和全方位举措。

同时，在中国市场，丰田正以更开放的态度与产学界的合作伙伴一起合作，共同勾勒未来低碳出行的新蓝图，推进全方位电动化战略，助力实现碳中和，构筑能源多样化的移动出行社会。

此次，丰田基于e-TNGA架构打造的首款SUV bZ4X与首款轿车bZ3首次同框亮相。丰田在中国这个全球发展最快、最先进的电动车市场，与中国合作伙伴一起，不断提供满足消费者需求的产品和服务。

双擎混合动力技术的最新成果，新一代(第五代)THS混合动力系统也首次展示。这是丰田拥有20余年技术积累的双擎技术的再一次升级，为中国消费者提供更好的驾乘体验。

其中，bZ3是由丰田、比亚迪和一汽丰田三方联合研发的车型。为了更好地匹配中国消费者的用车习惯，丰田派

出100多位设计、生产、技术、品质控制等领域的工程师，与比亚迪及一汽丰田的工程师们高效协作、优势互补，实现了全新的融合与升级。

在HEV及PHEV领域，电池方面丰田一直在与中国企业合作、混动系统也被广泛搭载在许多中国企业的产品上；BEV领域，电池方面丰田与CATL和BYD开展积极合作，和BYD的合作还包括BEV整车的共同研发等。

通过深度绑定中国本土研发和供应链，并不断在研发、制造等领域进行新的创新和尝试，人们看到了丰田在电动车时代实现了历史性突破，感受到了传统汽车制造商在新能源汽车时代转型的决心和底气。

国际氢能委员会发布的《氢能未来发展趋势调研报告》显示，到2050年，氢能需求将是目前的10倍。预计到2030年，全球燃料电池乘用车将达到1000万辆至1500万辆。

在推进全方位电动化战略的同时，丰田也积极推进氢能的普及，为中国实现碳中和目标贡献自己的力量。

本届进博会上，燃料电池车MIRAI

在北京2022冬奥会之后再次亮相。其中，今年年末首批限量进口的50辆MIRAI也将通过广汽丰田在中国销售。这是在乘用车领域，氢燃料电池车深入走向中国消费者日常使用场景的重要标志。

载货量大、行驶距离远且使用频率高、二氧化碳排放量大的商用车被认为是氢能的最佳使用场景。在商用车领域，自2019年起，丰田就在中国全面开启了氢燃料电池技术和产品的推广和普及，从产、学、研各个领域持续扩大、共同推进氢能产业发展的朋友圈，共同努力实现氢燃料电池技术的本土化研发，生产符合中国客户所需要的产品。丰田联合中国合作伙伴加快氢燃料电池技术在中国的商业化普及和发展，完善了中国专用氢燃料电池(FC)系统从开发到市场投入以及服务的全流程体系建设。

本届进博会上，丰田展示了最新的商用氢燃料电池系统产品TL Power80。此次展出的TL Power80是继TL Power100后最新的商用氢燃料电池系统产品，具备高性能的同时，兼具可靠性和稳定性，系统寿命长达30000小时。搭载了

该系统的轻型卡车也同台亮相，作为与中国商用车厂商合作的成果，不久将会活跃在物流领域。

燃料电池技术是目前国内外政策风向所指，随着促进氢能产业发展的政策不断推出，已经在该领域深耕和积累多年的丰田，正处于兵强马壮的强盛阶段。在氢能领域大力投入的丰田，希望携手相关机构，听取用户声音，改善产品和服务，力争未来提供更多、更贴合用户需求的移动出行服务。

为智能出行 添砖加瓦

为了实现“交通事故零伤亡”这一终极目标，丰田通过不断研发自动驾驶技术，希望构建一个让所有人都能安全移动出行的社会。

本次展会中，旨在解决最后一公里交通问题的纯电动个人移动工具COMS也是第一次在日本本土以外的地区亮相，目前正在联合清华大学面向L4级别自动驾驶进行研发和区域实证实验。此外，丰田与小马智行的最新合作成果“赛那Autonoma-MaaS”也首次在中国亮相。这是双方将高级别自动驾驶应用于移动出行服务领域的重要战略合作成果。

在日新月异的国内汽车市场，自动驾驶新技术落地的速度远超想象，为不少消费者带来全新的出行体验。丰田在自动驾驶领域的投入，会为未来安全绿色出行提供更多可能性。更重要的是，丰田快速迭代下的自动驾驶技术，也将为中国的智慧城市建设搭建添砖加瓦。

助力出行 无障碍

近些年，随着中国汽车市场的快速发展和消费水平的成熟与升级，汽车已经不是一个简单的代步工具、一台冰冷的铁皮机器，而成为消费者彰显个性、表达情感、实现自由追求的一个伙伴。

丰田一直秉承“START YOUR IMPOSSIBLE(向不可能说不)”的精神和“Mobility for All”的企业愿景，为全社会提供自由移动，实现可持续共存。在残疾人、老年人在人口老龄化急速发展的当下，丰田一直积极思考有效应对老龄化引起的各种课题，并积极推进无障碍出行领域的事业。

日前，丰田向中国残疾人联合会捐赠

北京2022年冬残奥会使用的238辆无障碍车，助力残疾人无障碍出行。同时，丰田积极推进福祉产品研发，此次带来了帮助行动不便人士自由出行的赛那豪华福祉版、无障碍露营车以及多款福祉用品。此外，还有帮助行动不便人士感受驾驶乐趣，搭载了手动驾驶辅助装置的GR Supra。丰田希望携手相关机构，听取用户声音，改善产品和服务，力争未来提供更多、更贴合用户需求的移动出行服务。

2019年，丰田和清华大学成立联合研究院，共同致力于包括老龄化领域在内的研究。此次最新研究成果“移动医院”首次亮相，无处不在的医疗服务得以实现，为解决老龄化带来的医疗问题给出了新的方案。

在丰田看来，未来汽车企业的任务将不仅仅停留在“造车”卖车的初级层面，丰田希望通过自身的技术发展，为未来汽车安全出行问题，贡献自己的力量。丰田对于养老问题的深耕，能够唤醒更多人对于老年人出行的关注，而这领域未来也将由丰田的引领下，成为潜力巨大的发展蓝海。

未来，希望丰田能够继续秉持开放的姿态，携手中国志同道合的合作伙伴，为实现“所有人都能自由移动出行的社会”而努力，为保护中国的蓝天贡献力量。



商用氢燃料电池系统TL Power80及搭载该系统的氢燃料电池轻卡



赛那豪华福祉版