

机器人陪聊、扫码“打飞的”的日常，说来就来！

家庭陪伴机器人“主动”发起交流，扫码沉浸式体验“打飞的”，无方向盘和踏板的汽车自己“开”……第八届进博会上，461项新产品、新技术、新服务集中展示，人形机器人等未来产业最新成果集中呈现。一个个爆款展品、热门展区，勾勒出来生活新图景。

首发首秀引领消费新风尚

本届进博会上，首发首展首秀“大军”持续壮大，涵盖消费、装备、食品等多个领域。“全勤生”欧莱雅首发阵容多达26项，为历届最强；瑞士空气净化品牌艾可爱尔 Atem X 珐琅臻彩系列全球首发；美敦力闭环可充电脊髓神经刺激系统 Inceptiv 亚太首展……

汇聚“高精尖”，进博会200余项新品近半数为全球首发，清晰显示未来产业趋势。天翎科推出全球首款全尺寸倾转涵道翼“空中专车”INFLYNC L600，最大航程600公里，可搭载1名驾驶员与5名乘客；照明科技企业昕诺飞全球首发飞利浦AI悦光伴系列解决方案，提供个性化的家居智能照明体验；碧迪医疗发布福玛密闭式防针刺伤型静脉留置针，一次穿刺实现采血输液两项功能，有效降低就医穿刺频率。

“回头客”立邦围绕好房子等主题，在中国首展主打绿色节能降耗的辐射致冷涂料。“以上海今年夏天的气温为例，使用辐射致冷涂料后，一个1万平方米的工厂屋顶单月可以节省72000千瓦时电，减少约40吨碳排放。”立邦相关负责人说。

众多参展商选择在进博会发布新产品新技术，背后是进博会的强大溢出效应，助力企业在中国市场跑出“加速度”。“初入进博会时，汉斯希尔还只

是一个家用净水品牌，如今已成为跨楼宇、工业等多领域的水处理解决方案提供商，从参展商变为投资商。”汉斯希尔中国公司副总经理兼首席质量官唐鹏说。

“人工智能+”打造消费新场景

跳舞、格斗、打拳，语音交互迎宾，跟随人的动作抓取物品、叠衣服……本届进博会上，人形机器人参与工作、生活的各种新奇场景，吸引大批观众围观。

在多个展台，“人工智能+”产品都占据“C位”。汉斯希尔展台内，一款家用双罐中央软水机在最显眼位置展示。据介绍，这款新品软水机创新使用AI技术，可自主学习用户的用水习惯，预判用户用水趋势，精准设置出水硬度。

记者注意到，多家医疗企业在展台设立AI专区，推出从诊断到治疗、从慢病管理到健康筛查的全链条解决方案。盈康一生以“AI in Care”为主题，展示“AI+智慧科研”“AI+医疗服务”等场景，推出数字乳腺腺机等创新产品。

GE医疗展台上，充满科技感的ORIDEX Spine脊柱手术机器人吸引了许多目光。这台设备可通过多模态影像提前规划手术路径，在七轴灵敏机械臂术中实时导航，达到亚毫米



▲工作人员在技术装备展区展示一款工业场景人形机器人。

级定位精度，让手术更精准、安全、微创。

宇树科技携多款机器人、机器狗参展。公司创始人兼首席执行官王兴兴在虹桥国际经济论坛上表示，希望未来一两年，处于完全陌生的场景时，机器人能够通过语音或文字指令完成约80%的任务，“那将是极具突破性的时刻”。

健康产品呼应消费新理念

今年，国家卫生健康委等部门持续推进“体重管理年”行动。本届进博会上，健康管理成为高频词，多家知名企业通过新品首发、技术演示等形式，将全球领先的健康管理成果引入中国市场。

本届进博会健康营养专区首次推出“主动健康”理念，助推大众健康从“被动应对”向“主动管理”转变。在农食

产品展区，记者发现，低脂、低GI、高蛋白、无添加等成为热销标签。

嘉吉首发的新一代液态煎炸油融佳清炸油和清荟低饱和乳基底专用油，实现零反式脂肪酸。在益海嘉里金龙鱼展台，工作人员一边引导观众试饮植物甾醇蛋白乳，一边解释：“这不是普通饮品，而是专为需要控制胆固醇的人群设计的功能性食品。”

呼应体育消费新热点，今年消费品展区内创新打造“进博体育公园”，将乒乓球、篮球等运动融入观展体验。

跳绳、转呼啦圈、深蹲、仰卧起坐……乔山健康科技的展台前，不少参与体能挑战的观众挥汗如雨。“我们不只卖健身器材，而是提供一套‘AI+物联网家庭健身生态’。”展台工作人员说，用户可以通过体测

设备获取身体数据，生成个性化训练计划和时间表，并在运动后推荐恢复方案与健康餐食。

情绪价值满足消费新需求

当下，以情感需求为主导的消费趋势日渐凸显。本届进博会上，一系列承载自我表达、传递内心情绪的商品备受追捧。

越来越多“Z世代”消费者选择“为情绪买单”。无新品发布、无现场售卖，纯展示的泡泡玛特展台依然人流涌动；国际潮流生活方式品牌壳子特玩首次参加进博会，通过科技创新、联名设计、创意表达等，吸引众多年轻消费者。

奥地利糖果品牌皮礼士展台前围满了人。被称为海外版“大白兔”，其与米老鼠等众多知名IP有过合作。“IP形象与消费者的情感连接，让大家更愿意买单，今年人气更旺了。”皮礼士中国区总代理销售总监余小平说。

不单年轻人热衷情绪消费，为满足老年人情感陪护、安全监护等需求，可立克魔科技带来专为老年人开发的一款家庭陪伴机器人。“相较于传统的由用户唤醒的AI模型，这款机器人会观察环境空间和人物信息，主动寻找用户并发起会话。”公司首席执行官何来晨说，观察到老人久坐，它会进行提示，老人若有跌倒等意外情况，还能远程联系子女。（据新华社）

吃出健康来

主食吃点贝贝南瓜！好处不止一个！



▲资料图片

近年来，小巧玲珑、一个正好够吃一顿的“贝贝南瓜”成为了许多人的心头好，它的质地像栗子一样粉糯，常常在健身爱好者吃的轻食里占据一席之地。

好吃只是贝贝南瓜的优点之一，它热量低、膳食纤维含量高，非常适合替代一部分主食或甜食。

名叫贝贝南瓜却不是真的“南瓜”

市面上常见的南瓜，往往大小相差悬殊，形状有长有圆，颜色也是红绿黄白皆有。为什么同样叫南瓜，差别还挺大？

原来，广义的“南瓜”，是南瓜属植物的统称，这个家族的成员约有20多种，其中被人类驯化的栽培种主要有5种，包括狭义上的南瓜（又名中国南瓜）、笋瓜（又名印度南瓜）、西葫芦（又名美洲南瓜）、黑籽南瓜和墨西哥南瓜。在我国主要栽培的是前3种，

它们之间互相杂交，衍生出了各种不同的家族成员。

贝贝南瓜在植物分类上属于笋瓜。它的耐寒性更好，果实含糖量更高。别看贝贝南瓜个头小，但它所属的笋瓜家族却能结出硕大无朋的果实，单个笋瓜最大可达1200多千克。

由于中国南瓜和笋瓜在外形和口味上非常接近，通常依靠果柄和花脱落后形成的“肚脐”进行区分：南瓜的果柄有五棱，上细下粗，笋瓜的柄是圆柱形，粗细基本均匀。南瓜的果脐是比较明显的一块不规则凹陷，笋瓜的果脐是一个小圆点或是小圆环。不过，随着它俩的杂交品种越来越多，这些特征也就不太明显了。

贝贝南瓜卖得贵所以营养比大南瓜更高？

尽管许多商家都标榜自己出售的是最正宗的“贝贝南瓜”，消

费者也把小南瓜一律称为“贝贝南瓜”，但实际上，市面上的“贝贝南瓜”并没有经过商标注册，因此凡是外形、口感相近的，都被纳入“贝贝南瓜”的范畴。

贝贝南瓜的售价高，主要因为它的种植和管理成本高。相比普通的大南瓜，贝贝南瓜种子的价格更贵，从下种就赢在了起跑线上。为了保证瓜的外形美观，避免长成“歪瓜裂枣”，育苗、移栽和管理花费的人力物力也更多。

贝贝南瓜比较贵，那它的营养会更好吗？实验表明，贝贝南瓜的蛋白质含量达25.030毫克/克、多糖含量为3.106毫克/克，在各类南瓜中位居前列。贝贝南瓜的维生素含量也很优秀，维生素A含量约为1.7微克/克。贝贝南瓜的含水量较低，接近薯类，约占80.95%；膳食纤维含量较高，果肉硬度较大，这成为它口感粉糯的重要原因。

贝贝南瓜的热量约为同等重量米饭的30%、馒头的15%左右，虽然热量比较低，但不代表它没有热量。至于能否吃贝贝南瓜减重，摄入的量才是关键。如果用贝贝南瓜替代一部分主食或是甜食，并合理搭配饮食营养结构，确实有助于减重。

贝贝南瓜怎么吃？

小巧的贝贝南瓜，最适合原汁原味的烹饪方式。整个儿洗净蒸熟，或是直接放在微波炉里“转”熟，绵密香甜；切块和米饭一起焖，代替一部分主食，香气扑鼻；连皮切成月牙形，加入少量淀粉、盐和黑胡椒粉拌匀，放进空气炸锅烤熟，不逊色高糖高油的甜点；挖去里面的籽儿，将它当成容器，放入鸡蛋牛奶蒸成连“盅”一起吃的美味甜品，或是填入用调料腌好的排骨一起蒸，都格外美味。（据科普中国）