

# 最细注射针能帮患者“躲”痛点

## 进博会上多款产品首次亮相，服务美好生活

会变色的隐形眼镜、了解你健康状况的智能“魔镜”、造福糖尿病患者的最细注射针……11月6日，现代快报记者探访第二届进博会多个展区发现，许多展品不仅是首发，更是为美好生活服务。

现代快报+/ZAKER南京记者 鹿伟 徐岑 张瑜 蔡梦莹/文 蔡梦莹/摄



会变色的隐形眼镜(左)



世界上最细的胰岛素注射针(左)



网红酱油冰淇淋

### 真神奇

#### 会变色的隐形眼镜来了

正常室温下，是透明色；模拟眼球温度时，是浅色；当强光照射时，秒变深灰色……这种神奇的变色隐形眼镜，你想拥有吗？在医疗器械及医药保健展区，一款隐形眼镜可以随着太阳光强度的变化而变色。记者了解到，这款产品首次在中国亮相，但尚未注册上市。“这款隐形眼镜采用了智能感光技术，可以根据光亮自动调节镜片颜色，阻挡部分强光，帮助眼睛在变光时接受最舒适的进光量。”现场工作人员介绍，镜片能够防紫外线，有效阻隔100%的UVB及大于99%的UVA。

这个展区内，还有一款世界上最细的胰岛素注射针亮相，直径仅0.18毫米，长度3毫米。记者了解到，这种注射针将极大地降低糖尿病患者的注射痛苦。“人体每平方厘米的皮肤上有100到200个痛点，所以敏感的人很怕打针，觉得很痛。”现场工作人员介绍，如果针够细的话，就可以避开很多痛点，减轻患者疼痛。

### 很贴心

#### 健康状况“魔镜”告诉你

“魔镜魔镜，早上好！”当你站在洗漱台前向镜子问好时，镜子立马变身屏幕，显示“正在测量您的体重和身体成分”，然后给出数据。不仅

如此，吃什么、怎么健康吃，“魔镜”也能帮你轻松安排。

在科技生活展区，松下推出的“健康空间”，随时可以掌控你的健康数据，让你颠覆对卫浴、卧室的认知。松下日本总部的王哲介绍，AI会测定人们洗脸时的体重和体脂率，创造可以提供匹配的饮食和健身运动建议的“健康传感卫生间”。看起来很普通的智能马桶也能读懂你的健康数据。只要你坐在马桶上，眼前墙面上就会亮出一块“魔镜”，显示你的血压、心率等数据，并且根据心率的波动，检测你是否过于疲劳，并提供解压方案。“比如，我喜欢淋浴解压，点击后，当我打开浴室门，光线已经变柔和了，还配了轻柔的音

乐。”工作人员一边演示一边介绍。

### 好美味

#### 来自全球的美食任你打卡

不仅有炫酷新科技，还有全球美食供你打卡！网红冰淇淋升级版、西班牙伊比利亚火腿、白俄罗斯传统面包……在食品及农产品展区，一款“无添加小鱼拌饭香松”吸引吃货们大排长龙。日本贸易振兴机构上海代表处农林水产·食品部长内田刚表示，这次日本展团最大的吸睛之处，就是以日本大米为主打的米饭料理，原材料是选自北海道、富山、新潟等地的大米。他特别推荐本届进博会上展出的新潟大米，去

年11月才开始出口到中国，目前在国内市场比较少见，“在日本人的心中，来自新潟的大米是最好的。”

### 最特殊

#### 展示买买买背后的力量

在进博会最特殊的展区——服务贸易展区，这里没有炫酷的实物展品，却为“买全球，惠全球”提供支持。展区内，奥地利铁路货运集团中国区代表郑明文告诉记者，去年进博会期间，他们与多家企业达成合作，目前项目运营得很不错。今年，他们将与苏州市开展更深入的战略合作，通过无缝的网络连接各大洲，为更多的苏州企业提供全球货运服务。

# 江苏中行服务进博会再出发

## 第二届供需对接会首日成果满满

第二届中国国际进口博览会正在上海火热进行中，作为唯一战略合作伙伴，中国银行又一次把对接服务第二届进博会作为年度重大战略事项，在第一届的成功经验指导下，统筹全行资源，发挥全员智慧，提升服务品质、促进跨境撮合。

江苏中行积极响应总行号召，确保为江苏交易团提供会前-会中-会后的全方位金融服务。第二届供需对接会首日，中国银行江苏省分行就硕果累累，带领199家企业参会，洽谈304轮次，达成61个合作意向，签署合作协议34个，金额3000万人民币及11539万美元。

### 境外招展境内招商，江 苏中行准备充分

在2018年第一届进博会期间，中国银行承办了首届展商客商供需对接会，每日安排300家海外参展商与1800家境内采购商参加对接会，提出了“最长时间，最大规模，最强效果”的对接目标。其中，江苏中行邀约近700家客商参与跨境撮合，通过逾1200场跨境洽谈，客商达成合作意向近百项，意向合作金额折合人民币近20亿元，对接会成效显著。

2019年11月5日，第二届进博会正式拉开序幕。在本届进博会期间，从11月6日起，中国银行将承办为期3天的供需对接会。为充分准备此次供需对接会活动，中国银行江苏省分行副行长徐效强挂帅，要求各部门高效响应、积极落实总行的各项指标任务，并提出了“拓展客户、品牌宣传、锻炼队伍”三大目标。

为了做好第二届进博会供需对接会，2018年年底，中国银行就开启了境外招展工作，境内招商工作也随之迈入了全力开展的阶段。江苏中行也积极参与，一方面，在全辖范围内

梳理各类客户，精准定位目标企业，进行定制化宣传，力争提升客户参会意愿。另一方面，积极联动地方交易分团，支持了南京、徐州等地第二届进博会江苏交易团招商路演活动，向数百家交易团成员宣讲为进博会参会商量身定制的综合金融服务。

经过各分行的攻坚奋战，最终确定江苏分行辖内共有702户客户参会，为此，各分行特意成立工作小组，为客户参会保驾护航。以南京分行为例，组织了9家支行的15名工作人员组成现场工作小组，为85户客户提供服务。在会议开始前一晚，南京分行不仅再次摸排了客户到场情况，还对现场客户服务和宣传工作提出进一步要求，确保意向达成率和宣传的高效及时。

### 高质量选拔翻译，硬件 升级开设视频对接区

作为中外客户沟通的桥梁，翻译人员的服务是重中之重。本届进博会中，身穿黄色制服的翻译工作人员成了靓丽风景线。从选拔到培训，江苏中行对“小黄人”的要求格外严格。据悉，江苏中行迅速组织、统一安排、层层选拔，发掘了一批外

语人才储备力量，并通过在各地市开展面试、省行集中培训、赴沪现场演练等多种方式，最终确定了104名翻译志愿者队伍。选拔过后，全体翻译助理奔赴上海国际金融研修院参加培训，系统地学习本届进博会、对接会统筹安排、翻译助理工作职责以及助手APP、中银撮合APP的介绍和使用。

来自无锡分行的一位员工是进博会上的“老面孔”，这是她第二次作为翻译助理参加进博会。“我开始意识到，对接会不仅仅是给进出口企业提供合作洽谈、发展共赢的机会，也是树立中国银行全面服务品牌的窗口，拉近了中行人与客户间的距离，加深相互的了解。同时，让我们全球中行人感受到彼此是一家人。”

此外，第二届进博会对接会在去年的基础上进行了硬件升级，首次开设了视频对接区域。分散在全国各地的采购商们可以通过视频的方式发布诉求，诉求最终会显现在会场的大屏幕上，在现场的参展商企业一旦有对应需求，就可以进入视频对接区与采购商进行一对一的洽谈，大大地拓展了对接的地域边界。



进博会供需对接会现场气氛热烈

### 供需对接会首日，江苏 中行硕果满满

11月6日上午10点，第二届进博会首场展期供需对接会准时开场。来自无锡的采购商任燕在开场仅6分钟后就火速与来自塞尔维亚的第二大酒庄——托普利察酒庄签订下了一张100万美元的大订单。

任燕所在的无锡海森堂生态农业科技公司主要从事农产品，预售包装食品的销售，其产品主要直通全国各大农贸市场，订单稳定，近年来销售稳步增长。拓普利察酒庄位于塞尔维亚南部小镇，主要从事葡萄种植和葡萄酒的生产。无锡海森堂与拓普利察酒庄为前期意向配对客户，在预定好的洽谈桌落座后，相互了解企业生产情况及产品品质、

价格，双方一拍即合，当场签约。

当天上午，江苏斯得福纺织股份有限公司和南通罗乐教育咨询有限公司也与国外展商对接成功并完成签约。而这两家企业都是中行南通分行的对接客户。江苏斯得福纺织股份有限公司扎根酒店布草行业，此次进博会与泰国某企业达成签约，意向金额50万美元；南通罗乐教育咨询有限公司是南通大学艺术学院合作单位，服务高中、大学学生赴意大利留学及游学项目，本次与澳大利亚Earth Adventure签约成功，预计未来每年合作金额超60万元。

截至11月6日下午5点，中国银行江苏省分行带领199家企业参会，洽谈304轮次，达成61个合作意向，签署合作协议34个，金额3000万人民币及11539万美元。通讯员 王一