

海军“首秀”第十五届中国航展



海军歼-15系列舰载机在广东珠海进行适应性飞行训练

第十五届中国国际航空航天博览会开幕在即,携多型装备“首秀”航展的中国海军引起社会广泛关注。中国海军在本届航展上有四大看点值得期待。



海军直-8C运输直升机在广东珠海进行适应性飞行训练

看点一:舰基主战装备首秀

海军展出的主战装备涵盖舰载战斗机、舰载直升机、反潜巡逻机等海军航空兵主战机型,舰载机型号超过岸基战机,充分体现了近年来海军航空兵从岸基向舰基的跨越式发展。

其中,歼-15T、歼-15D、直-

20J等战机都是首次公开亮相,均属航母、两栖编队的核心武器装备,也是中国海军航空兵的重要力量。歼-15T作战半径大,具备更强的制空作战能力和对海突击作战能力。歼-15D是专用电子战飞机,是航母舰载机编队的重要组成部分。

看点二:海空特色飞行表演

飞行表演是历届航展备受关注的环节。本届航展海军将派出歼-15D、歼-15T等战机进行飞行表演,展示反区着舰、伙伴加油等课目。

与空军航空兵不同,海军航空兵是在远离国土的远海大洋遂行海上攻防作战,执行制空、制海和对陆

打击任务。海军航空兵有独具特色的飞行课目,尤其体现在起飞和降落环节。反区着舰、伙伴加油等具有海军特色的飞行课目表演,既是对海军各型装备性能的集中展示,也是对海军航空兵飞行员高超技战术水平的集中展示。

看点三:陆战分队作战演示

除舰载战斗机飞行表演外,海军还将安排直-20J舰载直升机和直-8C运输直升机搭载海军陆战分队及相关装备,进行空中突击作战演示。这也是海军陆战队在航

展上首次亮相。海军陆战队是海军中担负渡海登陆作战任务的兵种。近年来随着海军大型两栖舰艇和直-20J等多型舰载直升机陆续入列服役,海军陆战队实现大发

展、大跨越,插上了“飞行的翅膀”,在传统平面登陆作战能力基础上,具备了实施立体登陆作战的强大能力。此次演示旨在向公众展示海军陆战队近年来装备建设以及训练成果。

看点四:海军特色文化体验

海军是一个国际化军种,军种文化特色显著。海军室内展厅以“执剑海天,逐梦深蓝”为主题,将通过展板、视频方式展示海军发展历程和英雄人物事迹。通过设置航母、两栖编队沙盘模型,呈现舰载航空兵、水面舰

艇部队和海军陆战队等兵种的发展成就,将会带给观众沉浸式的海军文化体验。展厅内还开设了海军招飞主题展区和互动体验区,独具海军特色。观众可以参与航母舰载机起降指挥模拟、单30毫

米舰炮操作等体验项目,还将有机会获得具有海军特色的书签、冰箱贴等文创纪念品。观众还能与海军航空大学飞行学员现场互动,在飞行学员的辅助下在模拟器上进行飞行体验。

据新华社

从进博会四个“新”看未来生活新趋势

智能动力鞋助人“健步如飞”,“空中的士”走进现实……第七届进博会上,从“小而美”到“高精尖”,衣食住行各类好物集中亮相。透过这些新产品、新技术、新场景、新风尚,未来生活新趋势清晰可见。

新产品:首发首展秀出生活新选择

全球首发、亚洲首秀、中国首展,本届进博会上,众多炫酷新品让人目不暇接。

在创新孵化专区,众多观众排队试穿一双鞋。这款瞬动科技亚洲首展的智能动力鞋“踏月者”,看上去像凉拖一样,能助人走出2.5倍于成年人的步速。“走路很轻松,体验了一把‘健步如飞’。”一位观众试穿后说。

GE医疗共有7款全球首秀和10款中国首展,数量为历届最多。其中,“微脑成像”磁共振SIGNA MAGNUS,让脑部磁共振成像从“用放大镜看”快进到“用显微镜看”。

家居生活类展品也持续上新。资生堂带来旗下12个品牌的超30款首秀新品;艾可尔全球首发GCX XE空气净化

器,专为重度装修污染空间设计,除醛速度快、更长效。

国务院发展研究中心市场经济研究所原所长、二级研究员王微认为,进博会首发首展各类新产品,有助于激发消费新活力,满足人们对美好生活的追求。

新技术:前沿展品向“新”求质

作为加速创新落地的引力场,本届进博会的“新”元素在各类前沿展品中高频出现。

可穿戴外骨骼机器人让你秒变“大力士”,轻松拎起25公斤重物;智能眼镜让你在骑行时实时“看见”数据信息,还能语音拍照、对话、翻译……走进升级为3.0版本的人工智能体验区,未来感和科技感扑面而来。

在首次设立的新材料专区,特种玻璃领域龙头企业德国肖特带来玻璃微阵列,指甲盖大小、头发丝直径厚度,却可以容纳132个生物样品。据介绍,搭载肖特玻璃的即用型生物芯片未来可以无延时识别艾滋病毒、乙型肝炎病毒等。

新技术不仅助力高精尖产

业发展,也让各类产品更具生活温度。

全球知名综合性化工制造商旭化成的展位上,一款改装后的汽车格外打眼。司机和乘客座位上方放置了毫米波雷达收发器,用于高精度车内监测。旭化成株式会社执行官、中国总代表近藤修司说,这一技术能监测到呼吸和心跳异常,在驾驶员出现身体不适等突发状况时及时预警。

绿色是进博会的底色和亮色。立邦带来的光催化涂料可在光照作用下加速净化空气,应用于外墙时,二氧化氮净化效率和PM2.5等颗粒物去除率均超过80%。

新场景:美好体验拓展消费新空间

边喝咖啡边听来自咖啡豆原产地的乐团演奏,更加便捷舒适的适老化空间……本届进博会上,各种沉浸式体验、场景化消费竞相推出。

在汽车展区的“未来低空出行”专区,“空中的士”“飞行汽车”走进现实,带来未来出行新选择。

御风未来展出的大型电动

飞行器M1真机,机舱空间可容纳5人乘坐。御风未来创始人谢陵介绍,M1电动飞行器使用纯电能源,起降无需跑道。从进博会所在的上海国家会展中心飞行到上海临港,只需约15分钟,而开车至少1小时。

本届进博会上,更多目光聚焦“银发经济”。

松下展台上,一个适老化空间吸引了很多观众驻足。卫生间内,镜子带角度倾斜安装,洗漱台高度比普通台面低10厘米,对坐在轮椅上的老人更友好;马桶前配备可移动扶手,让老人如厕更轻松;坐浴椅可调节高度,内嵌式螺丝设计不会刮伤老人皮肤。

新风尚:“爆款”展品促文化交流

本届进博会人文交流活动展示面积超3.2万平方米,为历届之最。连日来,各个展馆内,中外文化交流热络。

特别设置的虹桥国际城市会客厅展示区,连同中华老字号、非物质文化遗产等展示专区一起,全面展现中国各地人文经贸特色、城市特色和风土人情。法国馆复刻了埃菲尔

铁塔、红磨坊风车等法国经典地标性建筑,行走于馆内,仿佛置身于巴黎。巴林馆不仅着重展示巴林传统服饰和手工文化,还通过VR设备展示巴林旅游场景。

本届进博会上,融合多种文化元素的展品比比皆是。

乐高集团发布了全新产品福来运转灯——以中式福气花灯造型为灵感,装置发光积木颗粒,用灯笼打造一场福鹿财神光影。

“我们已在进博会全球首发了29款新品,其中有19款产品灵感源于中国传统文化。”乐高集团高级副总裁、中国区总经理黄国强说,这些充满着中国元素的产品不仅在中国市场备受欢迎,在全球市场同样热卖。

第四届进博会上,巴基斯坦客商哈比带来的巴基斯坦盐灯成了“爆款”。今年,他带来有着数百年历史的“非遗”骆驼皮灯,皮灯上的画是为中国市场专门定制。

多位参展商表示,市场反馈给了我们启示,要用融合多彩文化的产品抓住市场机遇,促进文化交流。

据新华社