

从 / 伦 / 敦 / 到 / 大 / 阪
世博故事会

动物也来世博会上看世界！

■ 本报记者 谢雷鸣

日本世博协会近日组织召开2025年日本大阪世博会2024年第二次线上工作会议。日方表示,经动物医学、国际旅游等相关领域专家组成的审查委员会研究讨论,世博园区允许宠物进入且无需额外费用。

这是世博会历史上首次允许携宠物入园。日方称,携带宠物需要遵守以下要求:饲主须年满18岁,人均携带一只宠物;只允许满足特定大小的宠物狗进入园区,特定情况下宠物猫可允许进入,宠物入园必须穿戴纸尿裤;按要求提前提交携带宠物相关书面协议并严格遵守主办方所列其他要求。

此外,考虑到人流量、对动物毛发过敏人群等因素,宠物仅可在2025年5月12日(周一)至16日(周五)、5月26日(周一)至30日(周

五)两个时间段入园,共计10天,日入园数为100只。

其实,世博会与动物颇有渊源。在2010年中国上海世博会上,游客就感知到人与动物和谐共处的理念。

以“城市,让生活更美好”为主题的上海世博会,不仅是人与城市、人与自然和谐共处的盛会,也是人与动物和谐相处的盛会。

大熊猫是中国的“国宝”。2010年1月5日,四川卧龙中国保护大熊猫研究中心的10只熊猫宝宝作为“世博大熊猫”来沪生活,成为上海世博会上一道亮丽的风景线。当时,许多游客争相与“世博大熊猫”亲近。大熊猫认养人和爱心人士还为“世博大熊猫”献上了生日礼物和美好祝福。

在世博园成都案例馆——成都活水公园,成都方面启动了“成都全球招募熊猫守护使”活动,口号是“绝无仅有的体验,与成都熊猫零距离”。活动吸引了一大批参与者,6名“成都熊猫守护使”体验熊猫养护员、熊猫科学家、熊猫医生和保护教育宣传员等角色。

当时,上海还举办了“世博大熊猫集体生日庆典”。活动期间,一部以“世博大熊猫”为主角的纪录片《熊猫宝宝成长日记》与公众见面。该片生动再现了一对熊猫双胞胎宝宝“平平”“安安”艰难的出生历程和精彩的成长经历。中国保护大熊猫研究中心爱心大使、上海世博会志愿者宣传大使黄晓明为熊猫宝宝定制了一对特殊的玩具——食物筒,以帮助大熊猫增加活动量和新鲜

感。来自四川的一位小朋友用自己创作的绘画作品表达了对大熊猫和上海世博会的祝福。

像人与熊猫和谐相处的类似场景还有许多,上海世博园处处呈现人与动物和谐相处的景象:

长江30多种珍稀、名贵鱼类游进世博园,参加“世博会长江水生生物养护宣传周”。游客鱼贯而入,通过仔细观赏体会“鱼之乐”。

中国大鲵亮相世博陕西馆。游客与如此珍贵的动物零距离接触,仿佛听到亿年前地球生物的声音。

在上海世博园区的后滩公园和白莲泾公园,16种140只野生鸟类在此逗留。游客在公园休憩时,可爱的野生鸟类就在身旁栖息。

外国和国际组织的场馆也为观众展示了一幅幅人与动物开心相伴

的图景:

国际组织联合馆世界自然基金会展区,大丰麋鹿的卡通形象赫然在目;

南非馆展示其丰富的野生动植物和美丽的自然风光,令人心动;

在非洲联合馆,树木、沙漠、动物勾勒出非洲大陆生物多样性的风貌;

纳米比亚馆展示了自然和野生动物保护方面的成就,突出“体验生物多样性”主题。

意大利馆展示粉红火烈鸟、地中海僧海豹、海龟等庞大的动物群如何与美丽岛屿的居民“交朋友”。

有的展馆演绎人与动物和谐相处的幽默一幕:孟加拉国以动物物种多样性闻名于世,生活着鳄鱼、孟加拉虎等多种珍稀濒危物种。孟加拉馆为与游客充分互动,特设了一个迷你孙德尔本斯红树林。游客

穿上木屐踩上一脚,泥滩上就会留下一个孟加拉虎爪印。

一些展馆还营造了人与动物亲密无间的环境:

厄瓜多尔馆用造景及多媒体技术打造了“群岛区”,游客可通过特殊的望远镜观看巨龟、火烈鸟、蜥蜴等稀有动物,体验人与动物共享自然的乐趣。

凭借短片中展示的袋鼠、袋熊、袋獾、鸭嘴兽、鸸鹋、笑翠鸟、鸟翼蝶等动物,“奇异物种”成为澳大利亚馆的一项主题。这里向游客展示城市动物保护区和野生动物园如何缩短人与动物的空间距离和心理距离。

善待动物,对于构建人与自然生命共同体具有重要意义。人类正行走在与动物和谐相处的道路上。

中国与日韩借助展会加强合作

■ 本报记者 宗赫

中国企业积极赴日韩参加重点展会,日韩企业来华参展参会同样十分踊跃。借助会展平台,中国与日韩加强经贸交流,谱写合作新篇章。

中企奔赴日韩找商机

日韩是中国企业海外寻商机的重要市场。参加在日韩举办的展会,成为越来越多中国企业了解日韩市场新动向的重要途径。

南通新彤进出口有限公司经理吴增云今年年初就赴日参加展会。谈起2月的日本之行,吴增云颇为激动。“在日本成衣智造沙龙展上,我们带去了正装、休闲装等产品,客商看后很有兴趣。”吴增云说,公司还会继续参加日本的展会,加大海外市场开拓力度。

像吴增云这样瞄准日本商机的企业人士还有许多。一趟趟参展,一次次拜访,一场场洽谈,访旧友、签订单、引项目,老客户稳住了,新

市场打开了,商机越来越多。近日在日本大阪举办的第二十五届江苏省出口商品展览会(日本·大阪)上,来自扬州的企业人士就收获满满。

“这是我们第一次带着产品走出国门,探索海外市场。我们带去了乱针绣壁画、台屏、团扇、缙丝和服腰带以及缙丝类工艺品。”江苏绣达人工艺品有限公司相关负责人汤祝萍说,客商看到这些产品后表示“很惊艳”,不少客商希望进一步合作。

“这次参展是希望寻求与客户更加深入的合作。”江苏金世缘乳胶制品股份有限公司相关负责人何翔说,“我这次参展感觉到,日本市场对中国产品有很高要求。我们愿意接触这样的市场,促进产品品质的提高。”

为满足外贸企业需求,越来越多的地方将组织企业赴日韩参展提上工作日程。比如,南通市商务局副局长、市贸促会会长左晓明透露,

根据计划,南通今年以“南通名品海外行”为抓手,将组织外贸企业赴日本等国家参加国际知名展会。再如,江西今年支持企业参加欧美日韩以及共建“一带一路”国家等重点展会,当前正在组织企业参加国际医药原料韩国展览会、日本东京秋季国际礼品及消费品展。

日韩企业来华拓市场

日韩企业普遍希望借助会展活动平台开拓中国市场。为此,他们积极参展参会,尽可能多地掌握情况,为今后在华发展打下良好基础。

不久前,中国广西商品博览会与广西加工贸易产业经贸合作推介会在日本大阪举行。日本机构和企业代表高度关注广西的投资机遇,积极拓展与广西企业的合作空间。鸿泰国际物流有限公司日本分公司销售经理相生宣昭说,他来参会是为了寻找合作商机。

今年3月,在2024东京动漫展

览会举办期间,20余家日本机构和知名游戏厂商的代表与深圳国际电玩节组委会进行了深入洽谈,均表达了对第十一届深圳国际电玩节的期待和参展意向。

去年10月,在山东潍坊举办的第九届中日韩产业博览会上,近600家中日韩装备制造上下游企业参会。中日韩合作秘书处秘书长李熙燮对中日韩产业博览会在推动三国经济交流、合作发展方面取得的成效给予高度评价。

在第六届进博会期间,中国日本商会会长、松下控股全球副总裁本间哲朗说:“延续数千年的日中关系是人的交流、物的交流、文化的交流。对日企来说,进博会已成为宣传新产品、新技术的大舞台和商务洽谈的绝佳机会。”

东芝(中国)有限公司董事长兼总裁八木隆雄表示,东芝深刻感受到进博会越来越大的影响力,对中国市场的活力和韧性越来越有信



首届链博会上的日本展商 中新社发 杜建坡 摄

心。东芝将继续深耕中国市场,与更多日本企业共享中国发展机遇。

“消博会是日本企业进入中国市场的重要平台,是提升企业品牌知名度、美誉度并在中国市场获得更大发展的重要载体。”三菱商事中国总代表西野裕史盛赞第四届消博会。他说,三菱商事希望借助消博会平台,推动日本企业与海南在冷链物流、新能源等领域开展务实合作。

值得一提的是,面对蕴含巨大发展空间的中国市场,日韩中小企业跃跃欲试。会展活动正好弥补了他们缺少洽谈渠道这一短板。全钟昊是韩国贸易商,参加过消博会。消博会的规模之大、参展人数之多,出乎他的意料。“我们从韩国带来的海苔第二天就卖光了。”全钟昊说,展会上有各国企业,他常常去参观其他展区,与其他企业互相交流,寻求合作机会。



中国贸促会专利商标事务所
CCPIT PATENT & TRADEMARK LAW OFFICE

知识产权全链条服务专家

守护智慧 创造价值

始于1957年 / 620总人数 / 320代理人

100人获得国家法律职业资格

www.ccpit-patent.com.cn

Email:mail@ccpit-patent.com.cn

广告

Beijing
北京

Shanghai
上海

Shenzhen
深圳

Guangzhou
广州

Wu Han
武汉

Hong Kong
香港

New York
纽约

Tokyo
东京

Madrid
马德里



官方微信公众号

数据来源：中国贸促会专利商标事务所