



大阪世博会中国馆精彩不断上演

■ 本报记者 万泽玮

大阪世博会中国国家馆日活动的鼓乐声余音绕梁之时，更多精彩在“中华书简”中继续上演。7月12日至17日，中国馆“无缝衔接”，迎来两场省区市活动周——7月12日至14日的浙江活动周、7月15日至17日的新疆活动周。杭州宇树科技的机器人、机器狗，新疆的塔吉克族刺绣、维吾尔族地毯……中国省区市丰富多彩的文化，深深吸引着来自日本和全球各地的游客。6天内，中国馆接待观众超8万人。

浙江活动周期间，浙江省文旅厅以“东方的升维”为主题，采用“视频+表演”的沉浸式展演，通过“风华”“澎湃”“谐鸣”等三个篇章的展演，从山水之美到人文之美、从现代发展到国际视野、从古老文明到共同未来，全面展示了诗画浙江的文旅魅力。浙江省科技厅进行“绿动未来智领发展——科技创新引领浙江可持续发展实践介绍”主题演讲，并举办中国(浙江)绿色技术与可持续发展宣介会。

中国馆南广场，由中国美术学院设计制作的“竹韵”艺术装置吸引无数目光。以当代艺术手法构建的青筒竹阵，在主题上与本届世博会及中国馆所倡导的人与自然和谐共生宏观主题相契合，在造型上呼应中国馆“中华书简”的建筑外观，在内核上彰显了“绿水青山就是金山银山”的浙江实践。书法家和智能仿生手、机器人共同在竹阵上进行书法创作，书法哲思与机械美学的相遇，构建了文化与科技的对话，既展现了浙江笔墨文脉，又凸显了“数字经济第一省”的科技硬实力。守文化基因之正，创数智时代之新，通过这一艺术装置淋漓尽致地展现了浙江“诗画江南、活力浙江”的双重特质。

非遗展区，多位浙江国家级、省级手工艺大师现场献艺，龙井茶香道、冷萃咖啡等历史经典产业知名品牌的创新产品，径山的宋代点茶古法体验、杭绣非遗技艺展示、方回春堂中药香囊DIY体验等活动，让观众亲身参与，沉浸式体验江南水乡的生活方式和韵味。

浙江活动周第二天、第三天，专门设置杭州活动日、宁波活动日专场。杭州活动日以“杭州AI，让世界更精彩”为主题，宇树科技带来Unitree H1人形机器人和机器狗，阿里达摩院、白马湖实验室、灵伴科技等企业和组织也都各显神通，共同向世界展示杭州AI产业的无限美好。宁波活动日则将宁波大

船、万工轿、长达14米的数字长卷《唐山胜景画稿》搬到中国馆现场，屋顶光伏、海洋污染治理，宁波在文化遗产继承与科技创新领域的成果得到各国观众赞扬。

浙江活动周刚刚结束，来自中国西北的新疆又带着多彩的民族文化登上中国馆舞台。在“开放新疆·美丽新疆·未来新疆”的主题下，新疆活动周举办了文艺演出、经贸、文旅、农牧产品和地州市专场推介会等系列活动，全方位展示新疆在生态环境保护、特色农牧产品推介、文化等多个领域的成就。

新疆主题展示区内，阿尔金山生态监测影像、光伏治沙立体模型生动诠释了新疆生态保护和绿色发展的成果，展示了新时代新疆生态环境保护成效。中国馆南广场，维吾尔族顶碗舞、库车民歌等歌舞表演轮番上演，引得观众流连忘返。新疆还带来“龟兹娃娃”IP，可爱精巧的设计令观众赞叹。

非遗展区的新疆面塑展区前，非遗传承人现场制作新疆特色的“巴依老爷”冰箱贴，在饕餮形状的面饼上镶嵌各式小图案，“巴依老爷”便栩栩如生。日本游客上田先生在观看面塑技艺现场展示

后赞叹，“没想到能看到如此精彩的非遗技艺，这让我对新疆有了更多了解，非常棒！”与面塑同步亮相的还有维吾尔族木雕、哈萨克族毡绣等十余项新疆非遗产品。

新疆活动周期间，一系列经贸推介交流活动在中国馆上演：中国(新疆)—日本经贸合作促进暨企业对接会、“新疆是个好地方”文旅推介会、新疆特色农牧产品专场推介会、“多元新疆·协同发展·共享机遇”中国新疆地州市专场推介会等活动，形成系列合作成果。其中，新疆丝路酒庄有限公司与日本一家企业签订18吨葡萄酒订单协议，涉及金额200多万元；新疆戈恩斯硅业科技有限公司与东京阪和兴业株式会社达成合作意向；新疆生产建设兵团中国青年旅行社有限公司与JTM株式会社签订合作协议；新疆天山冰湖葡萄酒业有限公司等4家企业与M&N商事株式会社达成进出口合作意向，签订进出口意向订单1100万元，涵盖农产品、特色食品、活性炭等多个品类。

来访中国馆的国际嘉宾高度称赞中国馆展览展示之精彩。

“中国馆富有创意的设计与对中国历史、文化及

科技成就的精彩呈现，给我留下了深刻印象。中国源远流长的文明至今仍为世界各国带来启发，也彰显了持续不断的影响力。”克罗地亚亚外长拉德曼说。

“中国馆宛如一座底蕴深厚、内涵丰富的博物馆，其展品琳琅满目，令人目不暇接。我们高度赞赏中国在能源、航天和深海探索领域所取得的成就，这是在科学研究与探索方面的重要突破，彰显了中国在科技创新领域的巨大潜力与实力。”卢森堡商会代表团来宾表示。

“中国馆的设计构思极为独到，其建筑风格与展示内容巧妙融合，充分展现了深厚的历史底蕴与文化底蕴。馆内交互式体验的设计也堪称精妙，为参观者提供了沉浸式的观展感受，极大增强了参观的趣味性和教育意义。”中国国际核聚变能源计划执行中心主任王艳说。

接下来，重庆的山城灯火、山东的齐鲁风韵、湖南的潇湘诗意将依次点亮“中华书简”；例外服饰的可持续时尚秀、亚振家居的海派生活美学亦将轮番登场。故事未完，精彩待续——大阪的盛夏，将继续书写属于中国的世博华章。



开放与商业：大阪城市文化中的世博密码

■ 本报记者 万泽玮

从1851年的伦敦到2025年的大阪，世博会已经举办了46届之多，但多次举办世博会的城市，迄今为止只有7座：巴黎7次，伦敦3次，纽约、芝加哥、布鲁塞尔、巴塞罗那、大阪各2次。为何在1970年举办世博会之后，日本政府再次选择大阪作为2025年世博会的举办之地？或许通过回顾大阪这座城市的历史和文化，可以找到这个“世博密码”。它包含两个要素：开放的城市文化、发达的商业经济。

纵观举办过多次世博会的城市，开放的城市文化是必不可少的因素之一。不管是巴黎、纽约、伦敦或是巴塞罗那，都是开放的国际性都市，不同种类、不同民族的文化在城市中共存。世博会本身就是各国文化交汇、争艳的盛会，开放包容的城市文化与世博会的主题不谋而合。

大阪也是如此，自古以来的大阪就是一座相对开放包容的城市。公元6世纪的飞鸟时代、奈良时代，如今大阪市中心的难波，就已经是重要的港口。遣唐使船从这里出发，跨过濠户内海驶往中国。阿倍仲麻吕、藤原清河、吉备真备……一个个在历史上闪亮的名字，都曾是遣唐使团的一分子。

遣唐使来到唐朝，广泛开展文化、经贸交流，日本开始融入东亚——印度洋贸易圈的节点中，与世界初步建立联系，在难波古迹考古发现的文物中，不仅有唐朝的开元通宝，更有原产于对古日本来说非常遥远的波斯的玻璃器皿，当时难波在东亚地区的贸易枢纽地位可见一斑。

1585年，刚刚取代主公织田信长的丰臣秀吉被天皇任命为关白，成为日本战国时代第二位“天下人”。侍奉一代枭雄织田信长多年，丰臣秀吉也从主公织田信长之处学到了不少有关世界的知识，培养了开眼看世界的心态。秀吉时代，大阪附近的堺市依旧是繁忙的国际贸易港口，只不过如今前来的商人中除了明朝、朝鲜商人，也有东南亚的商人甚至来自欧洲的商人。西班牙、葡萄牙、意大利等国的传教士也和商人们一起到来，把东西方交流进一步扩展到文化领域。大阪城北门金碧辉煌的极乐桥，有观点认为正是丰田秀吉为了向外国来客展现自己的富有而建。

多次举办世博会的城市，其另一特质是发达的商业文化。世博会在创办之初，其主要展示内容是企业和商品，即使从20世纪40年代开始，世博会转型为国家经济和文化的综合展示，各国企业依然会在展馆展示的背后以赞助、参展等形式参与。商业发达、企业众多的城市，举办世博会将得到经济界更多的支持。

而大阪正是日本的“商都”。从平安时代到秀吉时代，大阪附近发达的国际贸易也助长了国内商业的发展。丰田秀吉选择把大阪作为自己的统治中心，更明显的原因就是希望利用大阪附近发达的商业资源作为自己统治的助力。不少大阪商人成为丰田秀吉的左膀右臂：冈本三郎右卫门的淀屋家族帮助丰田秀吉建设了多座城堡，后来成为大阪堂岛米市、中之岛米市的控制者；住友家族则帮助丰田秀吉

垄断经营京都、大阪间的铜贸易与货币兑换，为丰田秀吉政权提供铸炮、铸钱原料。没错，此住友也就是今天的住友，500多年来，住友财团一直在关西不间断地经营。

18世纪的大阪，可谓是“天下厨房”，40多万人居住在淀川各条支流之畔，形成了堂岛、中之岛等多个发达的水上市场，这些市场中，堂岛米市尤其重要，这里不仅交易现货大米，还交易期货。1730年成立的堂岛米会所是全球第一家期货交易所，大阪的米超出了一般商品的概念，米价高低影响着全日本的经济。鸿池、住友、三井等豪商在大阪设立总号，对全国各大名人、官员开展金融服务，大阪也成为当时日本的资金调度中心。江户中期大阪的资本、信息与文化的辐射力，已超越“城下町”范畴，为19世纪日本近代经济的启动奠定了坚实基础。

1890年以来的大阪进入了“大大阪”的时代，市区人口从30万扩张到210万，本地工业、企业也如雨后春笋般发展，松下电器、夏普电器、三洋电机、日清食品、江崎格力高食品、三得利饮料、朝日啤酒、乐敦制药、伊藤忠商事、野村证券、日本生命等一系列知名企业都诞生在大阪，形成“东方的曼彻斯特”。

二战后，大阪的经济飞快地重建起来。1950年至1953年，美军通过大阪港装卸4.7亿美元的军需物资，1500余家中小厂商一夜之间拿到订单，成为其战后原始积累的“第一桶金”。到20世纪60年代中期，大阪的纺织、钢铁、机械、家电产值已恢复并超越战前水

平，这为大阪筹备1970年世博会奠定了坚实基础。

为了筹备那次世博会，日本官方拿出1兆日元，基建、产业、品牌联动振兴。世博基建下，大阪沿岸石化、钢铁、造船形成世界级规模，奠定了“阪神工业带”在全球供应链中的地位，也让大阪成为国际知名的城市圈核心。

如今的大阪依旧是日本国内的经济第二核心：从经济规模上看，作为单体城市的大阪仅次于东京，从产业特征上看，大阪的产业既靠高端制造，又靠商贸与金融。在这里，机械、电子、化工、金属加工、生物医药集聚，松下、住友电工、夏普、武田药品等425家上市公司的总部都设在大阪，“商都”依然名副其实。

而作为东道主，大阪企业同样积极参与这次世博会。松下、住友均单独设立了展馆，展示其对未来的设想；大阪商工会议所组织300余家中小制造、IT与文创企业，在“关西馆”轮流亮相，展示各自的活力。小松制作所、三得利、关西电力等企业则作为展馆合作伙伴亮相，保障世博会顺利开展。据统计，大阪府企业(含总部与工厂)直接出资或技术支持的展馆达18座之多。

沿着大阪地铁御堂筋线，梅田、淀屋桥、本町、心斋桥、难波，一线都是繁华的商业区。行走其间，招牌鳞次栉比，间或能听到商店里传来日语、英文、中文、法语、韩语、西班牙语，白色皮肤、黑色皮肤、黄色皮肤的顾客人来人往。开放的文化、繁华的商业，这正是深植于大阪的过去和现在的“世博密码”。