



关注首届中国国际消费品博览会



主宾国瑞士馆。

海南日报

美编：张昕 检校：招志云
值班主任：罗清锐 主编：刘乐蒙
2021年5月6日 星期四

摄影：邱肖帅 摄影：王凯 摄影：袁琛



摄影
邱肖帅
扫码看视频

消博会召开在即，海南日报记者提前探馆—— 五大专业展区“海逛”指南

■ 本报记者 傅人意

首届中国国际消费品博览会(以下简称消博会)开幕在即，展馆筹备工作基本结束。消博会展览总面积8万平方米，其中，国际展区6万平方米，占比75%，分为时尚生活、珠宝钻石、高端食品保健品、旅居生活和综合服务五大专业展区。消博会国际展区“朋友圈”实力强大，阵容豪华，参展企业650余家，参展品牌超1300个，来自69个国家和地区。五大专业展区，分别有哪些“逛”点？近日，海南日报记者提前探营，挖掘各个展区的“高、新、特、优”精品。



5号馆时尚生活展区内的美妆产品。

1号馆：最有劲 腾云入海 “智”在消费：科技感满满，邂逅激情与速度

1号馆定位为服务消费展区和旅居消费展区，海南日报记者提前探馆时感受到，一种“上天入海”无拘无束，激情与速度并存的时尚迎面而来。

展馆里一艘白色的欧尼尔游艇占据“C位”。“这艘游艇是从波兰进口的，长达12米，共三层，最底层有三个卧室，空间灵活多变，十分宽敞舒适。”欧尼尔游艇公司市场部工作人员许璐介绍。

除了欧尼尔游艇，此次消博会还将展示美国FOUR WINNS(弗温斯)游艇、德国汉斯游艇等全球著名游艇制造商的游艇。同时，自贸港首架“零关税”直升机——阿古斯塔109型直升机也在此展馆亮相，该机是同级别直升机中唯一

安装轮式起落架的直升机。座舱放置6个乘客座椅，飞行员2人。适用于商务运输、医疗急救、警务巡逻，可满足海南自贸港多重需求。

在1号馆，不容错过的还有这些科技感满满的展位，让你体验“智”在消费——

戴尔科技将携带戴尔全线消费产品亮相消博会，包括顶级游戏品牌ALIENWARE外星人，致力于开发高性能的游戏装备，为玩家带来突破虚拟和现实的沉浸式游戏体验；

预测式测温最短仅需15秒，欧姆龙将携新品电子体温计亮相；

海外医疗领导品牌盛诺一家将在消博会上推出“国际方案，国内治疗”模式，依托国务院对海南的新药特批政策，通过在海南本地落地盛诺

一家诊所，开展国外专家来华坐诊、远程会诊等服务……

此外，毕马威将在消博会上重磅推出国际旅游零售相关报告以及《毕马威中国新国货50榜单》项目，深入探索国际旅游零售市场以及新国货领域的最新发展趋势，积极发掘致力于创新的高成长品牌，探寻消费品未来持续增长的新路径。在京东集团展区，好吃好玩的也都“安排”：爱普生、博世、华硕、玛氏、佳能、费列罗、Swisse、旭福、童年时光等数十家国内外知名品牌均参展。

汽车发烧友们也能在这里过足瘾，凯沃国际将展出全球限量宽体兰博基尼、劳斯莱斯、乔治巴顿、奔驰G、奔驰七座商务等品牌车型。

2号馆：最耀眼 顶级珠宝 星光璀璨：体验珠宝与艺术的视觉盛宴

“星空”不仅在梵高的画作里熠熠生辉，“胡桃夹子”也并不止步于神奇的童话故事里，在2号馆，这些符号都有新的艺术诠释，让你邂逅一场珠宝与艺术的视觉盛宴。

5月5日，记者探馆发现，2号馆珠宝钻石展区内，展位全部搭建完毕，部分参展商正在仔细陈列新款首饰。

戴比尔斯永恒印记钻石珠宝品牌此次将携“红毯”系列、“昂”系列和“星空”系列美钻作品亮相消博会。金伯利钻石集团有

限公司重磅打造的“守护”系列和“时节之美”系列高级珠宝也将参展。专注宝石、钻石的跨国企业印度KGK集团携高端珠宝珍品参展。

观众还能看到全球首个有透明、标准价格行情的极品裸钻产品品牌LOVEONLY甄选GIA认证的极品天然钻石。全球宝石供应商GEMFIELDS集团成员费伯奇将携高级珠宝参展，邀请大家一起品味全球顶级珠宝的精致、非凡和璀璨。

除了大牌钻石珠宝商云集，一些具有童话色彩的钻石展也让人期待。英国凡赛高级珠宝携“胡桃夹子系列”将闪耀消博会。香港新锐珠宝品牌爱丽丝(ALICE)以各个国家的“国花”为题材，邀请全球知名设计师创作出瑰丽多姿的“全球国花艺术珠宝”参展。周大福将展出“守护一生”“春雪”等公司重磅系列产品。意大利那不勒斯的著名贝雕品牌Cameo Italiano将携贝雕珠宝艺术作品亮相等。

3号馆：最有味 时尚生活 首发首秀：抢“鲜”一步感受美好生活

在3号馆时尚生活展区，多场首发首秀将在这里举行。记者探馆发现，无论是轩尼诗夏桐品牌、Aoyun年份新品，还是有着78年历史的威士忌系列——麦卡伦耀红系列(Red Collection)；无论是敖司堡集团西班牙国宝级火腿5J火腿，还是泰国天丝集团红牛饮料新品，在这里，你都能抢“鲜”一步。

本届消博会，轩尼诗将举行夏桐品牌、Aoyun年份新品发布会，并特别展出与土耳其艺术家Refik Anadol合作的轩尼诗V.S.O.P2021年特别版礼盒。爱丁顿集团旗下迄今为止麦卡伦年份最高(高达78年)的威士忌系列——麦卡伦耀红系列(Red Collection)将在消博会展示，这是该系列首次在中国大陆地

区实物亮相。同系列(不同酒标)于2020年11月在伦敦苏富比以76万英镑拍卖成交。

建发商事携日本三大世界500强综合商社丸红株式会社、住友商事株式会社、三井物产株式会社各类品牌精品参加首届消博会，为中国消费者带来多款“中国首发”商品，包含日本知名化妆品品牌植村(HAKUZA)、日本牡蛎最大生产商Japan Clinic旗下系列保健品等。同时，建发商事将联手三大综合商社现场举办多场试吃、试饮、试销、试用及样品派发活动。

在3号馆，本届消博会最大参展商大商集团展区布置得井井有条，品种齐全，宛如一个超大型“生活超市”，汇集多种全球稀缺商品和

顶级美食参展：有来自巴拿马卡门庄园的全球顶级瑰夏咖啡；西班牙格拉玛诺萨庄园的特级初榨橄榄油；天然、健康、原生态的澳洲和牛、新西兰蓝皇羊；纯正鲜活的南太平洋海鲜；塔斯马尼亚岛应季鲜果；德国400年历史哈勒道城堡的顶级啤酒；屡获国际大赛金奖的法国拉形、拉戈、拉歌斯城堡酒庄红酒；大商茶园原产地好茶……

此外，成立于1772年的西班牙敖司堡集团将发布凯罗斯一世(Carlos I)雪利白兰地130周年纪念款、梦特斯洛(Montecillo)葡萄酒150周年、诺迪思(Nordes)金酒1升装等产品，并首次展示西班牙国宝级火腿5J火腿(Cinco Jotas)高端精品店形象。

4号馆：最清新 养生保健 有型有颜：刮起阵阵“健康风”“绿色风”

后疫情时代，养生保健引起越来越多人重视和关注。在4号高端食品保健品展区，记者发现，“无添加”“天然”“抗衰老”成为该馆的重要标签，既要有颜又要型，展区内刮起阵阵

“健康风”“绿色风”。如何有颜？韩国新华峰汇集团将携韩国Ultra V高机能抗老美妆品牌、拥有150年悠久历史的Harper's BAZAAR携新科技美颜产品参展；创立于美国犹他州普罗沃市的如新集团依托公司先进的ageLOC科技平台研发的“黄金生态圈”系列护肤产品亮相消博会；泰国国民美妆品牌蜜丝婷(Mistine)也将推出2021年“热带专研防晒家族”泰国黑科技独家配方新品……

如何有型？记者留意到，中国检验检疫科学研究院组织10余个来自马来西亚、印尼等国家和地区的燕窝品牌参展，韩国高丽参人参

等均将亮相消博会。在澳大利亚展区，澳大利亚12家企业和州政府机构联手打造展台，带来澳佳宝保健品、CW澳洲大药房、依范儿澳洲护肤品等品牌及产品。

此外，日本贸易振兴机构携手罗森便利店、和匠优品等优质日本企业亮相。日本“无添加”护肤品牌芳珂(FANCL)将携明星保健品亮相。

大韩贸易投资振兴公社将组织29家韩国中小企业参展，展品涉及化妆品、食品、小型家电等韩国人气商品。韩国中小企业振兴公团甄选“Brand-K”品牌，携化妆品、保健品等50个品种参加消博会。

5号馆：最时尚

名牌荟萃 大牌云集：
网罗全球好货引领消费趋势

逛5号馆的每一个展位，都像是一场令人惊喜的短途旅行。

当看到一只瑞士“奶牛”在风景秀丽的瑞士“阿尔卑斯山”前休憩时，映入眼帘的就是瑞士国家馆。作为首届消博会唯一主宾国，瑞士国家馆展台将展示瑞士创新和生活方式领域最具代表性的元素。作为瑞士国家馆两大合作伙伴之一，瑞士钟表集团斯沃琪将在瑞士馆内呈现一个别致的互动空间，观众可以通过其线上平台的创意空间打造个性腕表。

在现场，斯沃琪特邀瑞士和中国艺术家进行创作，在体验艺术家创作的不同主题画布后，观众可任意选择自己喜欢的图案，将独特的斯沃琪设计变为现实，最终在瑞士国家馆领取一款专属自己的个性腕表。

瑞士驻华大使馆商务参赞、瑞士投资与贸易处主任莫海岩在接受海南日报记者采访时为瑞士馆“打call”，“要想了解瑞士质量的奥秘，最好的办法是在瑞士国家馆亲身体验——在瑞士酒吧享受瑞士独特的美食；尝试做一名钟表匠，设计自己的个性创意腕表，触摸最先进的瑞士优质产品。”

记者在探馆中发现，在法国馆，阵阵清新花香扑鼻而来，以法国标志性风情建筑为设计元素，让观众仿佛漫步于巴黎繁华的香榭丽舍大街，传递着中法两国对“生活的艺术”的独到见解。

值得注意的是，5号馆聚集众多全球头部品牌，汇聚全球好货，可谓最强品牌天团。其中，法国奢侈品头部企业开云集团旗下珠宝品牌宝诗龙(Boucheron)、宝曼兰朵(Pomellato)、Qeelin将参展；全球美妆行业领导者欧莱雅、瑞士历峰集团旗下名士、江诗丹顿、罗杰杜彼等高端腕表品牌，Tapestry集团携旗下品牌凯特丝蓓及思韦曼等亮相。

在欧莱雅集团展台，展台外部采用更多经由环保生产和认证的材料，以线状的蓝色LED灯阵，再现海南特有的碧海蓝天。“消费已经成为中国经济发展的核心驱动力，进一步开放海南是刺激消费的创新方式。”诚如欧莱雅北亚地区总裁兼中国首席执行官费博瑞所说：“我们衷心希望借消博会，进一步把‘美好消费’提升为全球消费增长新引擎。”



3号馆内参展商陈列的进口红酒和食品。

本报记者 王凯 摄



4号馆内的中东欧之家展区。

本报记者 袁琛 摄