

# 4号馆可 持续消费 体验空间吸睛

进一步  
深化落地『全球可  
持续消费倡议』

本报讯(记者陈雪怡)什么是可持续消费?你了解可持续消费吗?作为首届中国国际消费品博览会发起的“全球可持续消费倡议”这一重要成果的进一步深化和落地,在第二届消博会上,位于4号馆4C-07展台的可持续消费体验空间格外引人注目,该空间将通过展品体验、互动活动等形式,让可持续消费更好地被大众认识了解,并成为日常。

可持续消费体验空间以“卖得自豪,买得荣耀”为主题,以“广场式传播、沉浸式体验”为设计理念,将通过营造推动联合国可持续发展目标(SDG)实现的氛围,打造多屏联动直播区域,以可持续产品展示、可持续理念相关视频展播、与品牌代表开展可持续主题访谈对话等形式,立体呈现全球可持续消费倡议的理念、行动。

本届消博会上,可持续消费体验空间里有包括欧莱雅中国、戴尔科技、华润雪花、Visa、李锦记、晨光、南方电网等不同品牌的展台,观展来宾可以试用、感受来自欧莱雅旗下的多款护肤品,品尝雪花啤酒旗下多款新品,体验戴尔科技以循环原材料著称的笔记本电脑,参与晨光文具的绘涂濒危动物物色板表达对生态环境的关切,还能骑上发电自行车感受绿色出行点亮城市的场景。此外,来宾可以通过每一个品牌展台的ipad视窗,聆听产品和品牌背后的可持续故事;通过做可持续消费XR任务,打卡多个场馆,赢得福山咖啡馆的咖啡,抽取由《可持续发展经济导刊》、京东物流、澳佳宝、晨光文具等提供的奖品。

除展品体验与互动活动之外,可持续消费体验空间还特别打造“趋势发布”“品牌时刻”“时代对话”等3档直播活动。“趋势发布”将以专家学者为主体,就可持续消费的议题进行专业研究和洞察的分享;“品牌时刻”将围绕品牌的可持续实践分享报告,展示视频、交流对话;“时代对话”主要邀请企业高管、行业从业者、专家学者,以对话的方式,就可持续消费话题进行多元探讨。

同时,作为首届消博会的一项重要成果,由商务部《可持续发展经济导刊》携手多个品牌共同发起的“全球可持续消费倡议”,将在第二届消博会上继续号召更多国内外企业加入推动全球可持续消费的潮流中,不断提升企业的责任竞争力、ESG(环境、社会和治理)竞争力。

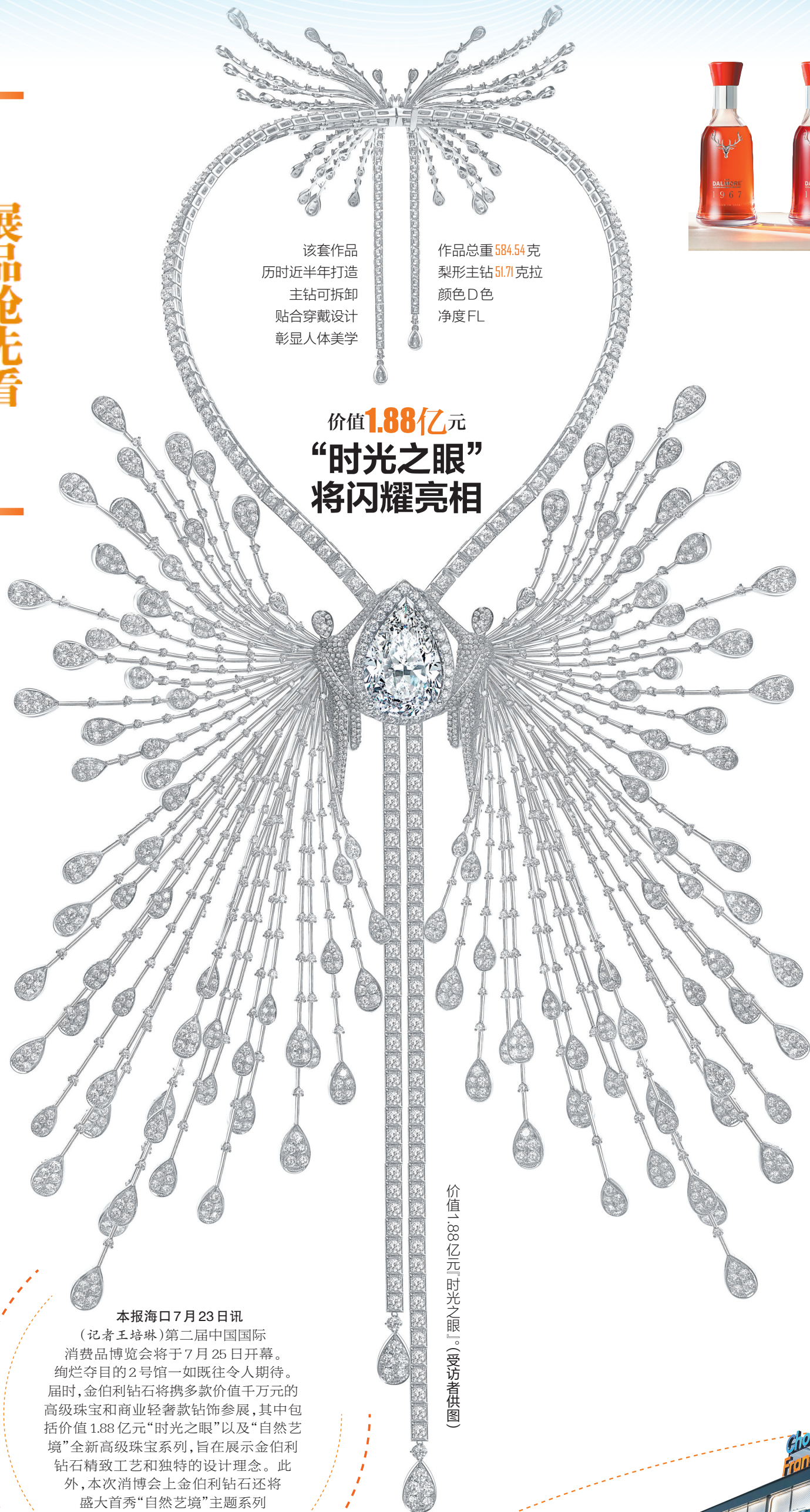
“全球可持续消费倡议”是本届消博会将于7月27日举行的第二届可持续消费高峰论坛的重要基石。该倡议采取“1+N”的倡议模式,由6条原则性倡议内容和由企业、机构基于行业或自身特点所发起的“N”项倡议内容共同构成,是具有开放性和发展性的倡议模式。

今年,将有欧莱雅、华润雪花、京东物流等企业在可持续消费高峰论坛上正式加入并发起倡议。

晨光文具推出的濒危动物海洋系列产品。本报记者 袁琛 摄



## 展品抢先看



本报海口7月23日讯

(记者王培琳)第二届中国国际消费品博览会将于7月25日开幕。绚烂夺目的2号馆一如既往地令人期待。届时,金伯利钻石将携多款价值千万元的高级珠宝和商业轻奢款钻饰参展,其中包括价值1.88亿元“时光之眼”以及“自然艺境”全新高级珠宝系列,旨在展示金伯利钻石精致工艺和独特的设计理念。此外,本次消博会上金伯利钻石还将盛大首秀“自然艺境”主题系列等新品珠宝。

腕表、珠宝、服饰、香化……

## 逛5号馆邂逅大牌尖货

本报海口7月23日讯(记者傅人意)红色的全新法拉利Roma全新展示;开云集团旗下高级珠宝品牌Ceelin匠心独造海南长臂猿Bo Bo(Hainan Gibbon Bo Bo)将举办捐赠慈善义拍;资生堂集团将携旗下19大人气品牌,重磅美妆“黑科技”以及多款首发首秀新品与消费者见面……7月25日第二届中国国际消费品博览会将启幕,在消博会5号展馆,包含腕表、珠宝、服饰、香化、家居等品类将在此展出,欢迎参展者前来“打卡”。

在5号馆,法国欧莱雅集团参展面积

较去年扩大了125平方米,达到625平方米。历峰集团和斯沃琪集团均由去年的300平方米扩大到了500平方米,新增雅诗兰黛集团、科蒂集团、海丝腾、法拉利、玛莎拉蒂等头部企业及品牌。

高丝集团最具有人气的明星品牌雪肌精将在此次会中全面亮相。全球领先的美妆企业以及全球香水行业的领导者科蒂公司将携旗下在华运营的八大标志性美妆品牌,首次亮相消博会,向消费者展示更具创新、可持续和洁净的最新产品成果。

瑞典皇室御用床具品牌海丝腾将携系列经典明星产品首次亮相消博会,

为消费者奉上一场沉浸式睡眠盛宴。欧莱雅将携旗下16个品牌再度参加消博会,并参与发布“日化行业消费新趋势与可持续消费行动纲要计划”,发布多款首发首秀产品。英国著名奢侈品品牌博柏利(Burberry),将呈现Lola萝纳包、TB夏季专属标识系列以及早秋系列成衣精品。

值得关注的是,作为第二届消博会主宾国,法国商务投资署再次参加并将法国国家馆面积扩大至300平方米,将携时装品牌Daniel Hechter、GENS&CO,知名美妆护肤品牌兰蔻、美帕、欧缇丽、悠香伊,知名制药和医学护

肤品集团皮尔法伯,食品品牌达能、法芙娜,知名烈酒和葡萄酒集团保乐力加集团,钟表品牌皮埃尔连尼亚,珠宝品牌加思珠宝,知名百货品牌老佛爷百货,知名保险公司安盛等14个品牌齐聚消博会。

其中,皮尔法伯集团将携旗下皮肤学护肤品品牌雅漾和专业头皮护理品牌馥绿德雅参展。馥绿德雅将在消博会上,首次线下展出品牌重磅核心产品:集“防脱发专研植物精粹成分”“粉油液分离安瓶设计”以及“人体工学定制按摩头”三大“黑科技”于一身的TRIPHASIC三相固发育精华液。



大摩鎏金时代五号典藏中国版。(受访者供图)

## 高端威士忌品牌大摩：268万元威士忌将亮相

本报海口7月23日讯(记者邵长春)高端威士忌品牌大摩The Dalmore将在本届消博会首次线下展出价值268万元的大摩鎏金时代五号典藏中国版,这也是本届消博会的重磅发布之一。

据悉,大摩是全球单一麦芽威士忌中的顶流品牌之一,其收藏级产品如大摩62年,是拍卖行和收藏圈的宠儿。今年1月10日0时,大摩五号典藏第八号在大摩天猫旗舰店正式开售,不到10分钟就以268万元人民币的价格售出。

大摩鎏金时代5号典藏,含五款不同年份的威士忌精品(1967年、1979年、1980年、1995年、2000年),全球限量发行15套。中国市场专属的鎏金时代五号典藏,为鲜红色瓶盖,编号第八号。

此外,全新大摩21年作为大摩核心系列的旗舰酒款也将在消博会迎来全球首展。

## 元气森林：携R1智能自贩柜参展

本报海口7月23日讯(记者计思佳)海南日报记者获悉,第二届中国国际消费品博览会期间,新锐国货品牌元气森林将在7号展馆(省自治区展馆)北京代表团展台亮相。该品牌将携新口味气泡水——可乐味气泡水、R1智能自贩柜参展,让中国消费者先睹为快。

元气森林R1智能柜是元气森林具有自主知识产权的新一代智能售货机,已申请21件专利,融合了AI算法、图像识别、大数据分析等新技术。从硬件模具开发,到软件SAAS构架设计、视觉算法调教等,均处于行业领先水平。

在支付方面,R1智能柜采用动态识别技术,仅需授权即可扫码开门,通过智能识别商品,关门后无须支付操作,可自动完成结算。

## 拉威兒艺术珠宝：年度新作“朱雀”迎首秀

本报海口7月23日讯(记者王培琳)第二届中国国际消费品博览会期间,代表中国高级珠宝工艺美学的拉威兒(LARWINER)艺术珠宝将携新作亮相,今年,拉威兒珠宝再度带着全球限量一件的年度主题艺术珠宝“朱雀”重磅首秀。

“朱雀”高级彩宝钻石项链采用上千颗优质红宝石与钻石,该作品将在消博会期间进行全球首次公开展出。

同时“拉威兒女士”虚拟人物也将首次亮相。



位于5号馆的法国国家馆。本报记者 张茂 摄