

时尚海南范

蔻驰“沁蓝之夏”系列： 蓝与白的海南浪漫

■本报记者 罗霞

当海南元素与时尚单品融合，会产生怎样的化学反应？

用泰佩思琦亚太区总裁、蔻驰(COACH)中国区总裁兼首席执行官杨葆焱的话说，这是大自然的气息，是海岛的专属浪漫。

第二届消博会上，于近日新上市的以海南为灵感的独家限定系列——“沁蓝之夏”，出现在泰佩思琦展馆。一组7件单品，既有腋下包、编织纹手袋，也有T恤等产品，以“蓝”和“白”为主色调。融入海南元素一次开发这么多的品种，这在泰佩思琦属首次。

“大家对海南的第一反应里，有大海、沙

滩、白云。所以我们此次开发的这个系列，便融入了这些元素，以后还会以海南为设计灵感开发更多的产品。”杨葆焱说。

为什么要开发“沁蓝之夏”？“这是我们看好海南市场、深耕海南自贸港的见证。”杨葆焱说。

今年4月，泰佩思琦与海南国际经济发展局、海口综合保税区管委会签署战略合作协议，宣布在海南正式设立泰佩思琦中国旅游零售总部。一个月后，泰佩思琦(海南)集团有限公司注册成立。

“随着海南自贸港建设的推进，蓬勃向上的发展势头和不断优化的营商环境吸引、鼓舞着我们大步前行。”杨葆焱说，“泰佩思琦中国旅游零售总部正式落地海南，对我们

而言是一个重要的里程碑，标志着我们在中国的旅游零售业务将迈入高速发展阶段。”

除开发“沁蓝之夏”系列产品外，这个夏天，蔻驰还在深耕年轻群体喜爱的三亚后海打造限定海滩快闪空间，在这片充满热情的海湾打造时尚新地标。

时尚是什么？“海南版”的时尚又是什么？“海南有自己的时尚特质。”杨葆焱谈及“沁蓝之夏”系列开发过程时感慨道，这源于自然，也源于生活，是海南独有的浪漫。

(本报海口7月26日讯)



→ 7月26日，观展者在消博会泰佩思琦馆体验COACH(蔻驰)“沁蓝之夏”系列产品。
本报记者 袁琛 摄

三亚Hello Kitty度假区： 融入海南元素打造主题乐园度假区

■本报记者 李梦瑶

Hello Kitty来了！大耳狗、酷企鹅、美乐蒂、酷洛米等其他三丽鸥明星IP也都来了！

7月26日，第二届中国国际消费品博览会进入第二天，位于1号馆的三亚Hello Kitty度假区展区依旧是人气最旺的必逛打卡点之一。

“没有人能拒绝粉嘟嘟的Hello Kitty。”当天，入馆时间刚到，前来观展的“90后”女生周琦和朋友们便已在该展区前排起长队，只为能和“明星”阵容来一张合影。

尽管整个展区只有400平方米，却丝毫

不妨碍观展者们来一场沉浸式的梦幻乐园之旅——

高达6米的室内过山车、5.6米高的摩天轮，搭载着三丽鸥的“明星”们在头顶不停转动。粉红色的小房子内，家居生活周边、宠物周边、闺房周边等三丽鸥明星IP商品琳琅满目。

此次空降消博会，只是Hello Kitty和它的朋友们在海南的一次预热亮相。

“未来，大家将在三亚见到更多的三丽鸥‘明星’。”富德集团行政总裁潘家德介绍，三亚Hello Kitty度假区是由富德集团与三丽鸥联手打造的海南首个国际IP主题

乐园度假区，也是Hello Kitty全球少有的集主题乐园、主题酒店、主题商业等配套于一体的度假区项目。

从项目设计、施工到运营，三亚Hello Kitty度假区都将按照国际标准来执行。值得一提的是，三亚Hello Kitty度假区还将融入国际尖端理念及海南本土文化元素，同时在景点创意、服务设施、运营管理等多方面进行创新。

“我们希望为游客打造独特体验，让他们能够在喜爱的三丽鸥角色的陪伴下纾压放松。”潘家德期待着，未来三亚Hello Kitty度假区能成为海南旅游新地标，填补海南国际

IP主题乐园度假区的市场空白。

融入了海南元素的Hello Kitty，会是什么模样？相信对于三丽鸥的“粉丝”们而言，同样十分期待。

(本报海口7月26日讯)

→ 7月26日，三亚Hello Kitty度假区展区吸引众多观众打卡。
本报记者 王凯 摄



Qeelin珠宝： 海南长臂猿Bo Bo珠宝闪光消博会

本报海口7月26日讯（记者傅人意）在第二届消博会5号馆开云集团展区，有一个“小可爱”吸引了观众的眼球：它是Qeelin珠宝Bo Bo系列的特殊成员，全球只有一个。它形如海南长臂猿，头顶黑色的“头发”用黑钻镶嵌，黄色的“皮毛”则用一种珍稀的黄色蓝宝石雕刻，在柜台的聚光灯下，闪闪发光。

“因为Bo Bo系列的原型是熊猫，所以海南长臂猿Bo Bo的形状细看还有一点点像可爱的小熊猫。”开云集团展区工作人员介绍，海南长臂猿Bo Bo还佩戴着消博会的吉祥物饰品，可谓海南元素满满。

海南长臂猿Bo Bo将于7月27日依托国际著名拍卖行佳士得线上进行拍卖，最终所得款项将携手海南改革发展研究

基金会悉数捐献给海南省林业局，用以支持推进海南热带雨林和海南长臂猿的保护工作。

海南长臂猿是濒危灵长类物种之一，目前仅分布在海南热带雨林国家公园范围内。在多方的长期努力下，海南长臂猿种群数量已增加至5群36只。

Qeelin品牌创始人和艺术总监Den-

nis Chan表示：“今年Qeelin第二次参展，希望能将全世界看到中国的崛起和变化，也将中国现代设计的臻品带给全世界。”

→ Qeelin珠宝Bo Bo系列的海南长臂猿Bo Bo形象宣传图片。
(参展商供图)



海南设计师杨智凯品牌INSULAIRe： 在消博会时装周秀出“海南风”

本报海口7月26日讯（记者邱江华）“我的品牌‘INSULAIRe’，在法语里是岛屿、岛民的意思。”7月26日，在接受海南日报记者采访时，海南设计师杨智凯介绍，INSULAIRe系列作品即将亮相本次消博会时装周，走秀主题为“official island tour with INSULAIRe”，他希望能借此带领观众从品牌的角度进行一次有趣的海岛之旅。

“品牌的灵感来源于与海洋、山水、风土、草木等紧密相连的岛屿元素。”作为土生土长的海南人，杨智凯曾求学于巴黎ESMOD服装设计学校。他说，在外

求学时，十分怀念带有海南味道的风物，由此，他将服装设计作为一种表达自我的语言。

在本次消博会时装周里，INSULAIRe将携带以“南海更路”和“岛夷卉服”为主的系列服饰进行走秀。其中“南海更路”系列服饰设计围绕着海南岛疍家人的生活环境及人文而展开。“系列服饰结合了疍家人的传统服饰廓形及穿着习惯进行再设计，表现了更路簿上对岛礁景象的描述。”杨智凯介绍。

此外，黎锦也是常出现在INSULAIRe单品上的工艺元素。杨智凯认为，黎锦最大的优点在于工艺价值和人文价值。

“当前，INSULAIRe在北京、上海等地均设有工作室，但我们团队会经常回到海南，大量查阅和学习海南传统服饰文献资

料，深入乡野和民族村落对失散于民间的文化、面料、织染工艺进行田野调查。”杨智凯坦言，或许也是因为很热爱海南，所以无论去到哪里，不管做什么样的系列服饰，都会告诉别人“我是来自中国南边海南岛的INSULAIRe”。

在杨智凯看来，消博会时装周无疑为设计师及他们的作品提供了一个连通世界的窗口。“国内外时尚资源将聚集于此，我们希望能借此平台向世界展示独特的海南文化。”

→ INSULAIRe品牌“南海更路”系列服饰。
(受访者供图)



金伯利钻石： “海韵椰风”专为消博会设计

本报海口7月26日讯（记者王培琳）7月26日，走进第二届中国国际消费品博览会2号展馆，珠宝璀璨、时尚云集，细细品逛，不时跃入眼帘的海南元素更是让人耳目一新。泰佩思琦旗下凯特·丝蓓品牌在布展中体现了椰树、沙滩、凉亭元素，而金伯利钻石则专门为消博会设计推出海韵椰风系列作品。

在金伯利钻石展位，海韵椰风系列作品不时吸引参展观众驻

足拍照。据了解，海韵椰风系列作品有项链、耳饰、手链、戒指，无论是哪种首饰，表面均有摇曳的椰子树叶，尽显海南风情。

事实上，海韵椰风系列作品是金伯利钻石耗时半年、专门为消博会量身设计打造的产品。

金伯利钻石研发总监黄伟介绍，该作品以椰树为设计理念，作品用写实的手法，将夏夜海岸挺拔坚韧的椰树鲜活呈现，描绘大暑时分椰树出尘的风姿，散发出仲夏海岸中的别样风情。

“这一系列产品吸引了众多观众，很多观展者都是为了看这一系列作品而来。”黄伟介绍，海韵椰风系列还会在商业拓展产品

推出。

金伯利钻石品牌总监黄惺惺称，金伯利钻石对海南建设自贸港和打造国际旅游消费中心充满期待。一方面金伯利钻石期待更多世界各地的消费者聚集海南，让消费市场更强劲更有活力。另一方面，金伯利钻石也想借消博会这个大平台，拉近与消费者的距离，打造更多兼具美感和性价比的产品，满足更多元的市场需求。

据了解，今年，中国钻石品牌金伯利钻石再度亮相消博会，将推出“自然艺境”新品首秀，为美丽海岛和广大消费者呈现一场璀璨钻石饕餮盛宴。



椰风系列
本报记者 王凯 摄

金伯利钻石海韵