

2022年7月28日 星期四

值班主任：张苏民
主编：蔡佳倩
美编：孙发强
校对：王振文 蔡法

这些单品受潮青睐

跨越半世纪时光的醇香

本报海口7月27日讯（记者周晓梦）古董金酒液，盛装在经典三角瓶中，诉说着半世纪的悠长时光。品鉴格兰菲迪50年，克莱门氏小柑橘、马德拉蛋糕与黑糖的香气曼妙交织，持续的甜美由浅入深，随之涌现阵阵绵长余韵。

今年，首次参会的苏格兰家族烈酒酿造商格兰父子洋酒公司，将一款高年份重磅产品威士忌——格兰菲迪时光臻藏系列50年的全球首发，交给了消博会的新品发布会舞台。

在发布会现场，格兰菲迪50年的外形同样令人眼前一亮。由著名数字艺术家曼纽尔·希梅内斯·加西亚（Manuel Jiménez García）撷取苏格兰达夫镇格兰菲迪酒厂过去50年的气压、温度、湿度三大影响威士忌的关键因素为灵感，为这款威士忌打造出3D结构包装容器，以几何棱面折射独特气质。

威士忌醇香，跨越50年时光。格兰父子大中华区董事总经理周学文介绍，格兰菲迪50年是格兰父子洋酒公司旗下品牌格兰菲迪目前在售年份最高的一款威士忌。为表示对消博会和中国市场的重视，以及持续深耕中国高端烈酒市场的信心，格兰父子将它作为突破性代表之作在消博会上全球首发。

洋酒新装讲述佳酿传奇

本报海口7月27日讯（记者尤梦瑜）7月27日，帝亚吉欧首次亮相消博会新品发布专区，为现场观众讲述臻品故事。帝亚吉欧旗下洋酒品牌尊尼获加蓝牌为中国市场打造专属礼盒——寰宇远行中秋特别版，致敬中国航天精神。苏格登也特别推出《苏格登15年》单一麦芽威士忌中秋限定礼盒，献礼欢聚时刻。现场还介绍了尊尼获加30年紫金臻选、《苏格登30年》单一麦芽威士忌、Prima & Ultima传世臻品单一麦芽威士忌珍藏系列第三版等高品质佳酿的传奇故事。

当下，帝亚吉欧正不断加码海南市场布局，为消费者提供丰富高端的产品选择。目前，帝亚吉欧在海南免税渠道拥有5家尊尼获加店中店和2家苏格登店中店。并将在2022年内，于3家免税店内开设店中店，增进消费者对国际酒水品类的了解。

帝亚吉欧是全球知名的跨国酒业集团，汇聚超过200个优质酒水品牌，销售网络遍布180多个国家及地区。

→ 卡拉拉格斐发布2022早秋系列男装。 品牌方供图

↓ 7月27日，消博会上展出的跑车。 本报记者 陈元才 摄

亮相。

“9:00至9:30欧莱雅，9:30至10:00戴尔科技集团，10:00至10:30格兰父子洋酒……”27日当天，第二届消博会新品发布会时间表上每场活动“无缝衔接”，新产品让人目不暇接。法国欧莱雅、戴尔科技集团、格兰父子洋酒、深圳免税集团、资生堂集团、西班牙敖斯堡集团、复星集团、皮尔法伯集团、卡拉拉格斐、傲胜、帝亚吉欧、天猫国际、国药大健康等企业相关负责人一一登台。

抓住新品发布区亮相机遇的企业“争奇斗艳”。科技，是27日发布的不少新产品的共同关键词。资生堂中国

研发中心负责人发布了行业首创革命性防晒黑科技——“紫外线转化技术”；外星人m17 R5笔记本电脑拥有强劲双芯性能，提供稳定流畅的沉浸式游戏体验；傲胜减压养身椅采用创新的“AI压力监测”核心技术，为每位用户单独定制个性化减压方案；国药大健康带来专为控糖人群及肥胖人群打造的低GI饼干。

不仅如此，发布会上，来自不同领域的企业紧跟消费新需求新趋势，更加关注生活方式与体验优化，关注可持续发展议题。欧莱雅中国携手商务部《可持续发展经济导刊》与中华环保基金会正式联合发布国内首个《日化行业推动可

持续消费行动指南》，从而带动整个行业拥抱可持续消费、共同进化，助力经济社会的可持续消费进程。

首日入场人数超4.8万人次，127家境内外媒体，第二届消博会带来的人气与关注度让新产品得以“C位”出道，如此“给力”受到国内外品牌认可，也迎来了企业的踊跃参与。

法国欧莱雅相关负责人说：“作为国内首个以消费精品为主题的国家级展会和亚太地区规模最大的消费精品展，消博会无疑是一个引领国内乃至国际市场消费升级的重要平台，这一升级不仅体现在聚焦全球消费精品和首发首秀新品上，更在于进一步提倡美好消费、可持

续消费等新理念。”

“虽然才到第二届，却能明显感受到越来越好。消博会，是品牌、企业很难得的宣传平台。在这样备受瞩目的平台上首发可以说是‘一出生’就自带流量。”在台下观看新品发布会的张琳说，她所在的海南申兴贸易有限公司专做国外新兴的水上项目装备。她告诉海南日报记者，自己既是参展商，同时也是抱着交流的心态来当观众。“特别是受到疫情影响，很多国外考察取消，消博会就扮演了更加重要的角色，可以让企业多与同行学习交流，通过首发首秀首展了解前沿信息。”张琳说。

潮流单品



格兰菲迪时光臻藏系列50年。 品牌方供图



帝亚吉欧展馆展品。 本报记者 封烁 摄



戴尔及ALIENWARE携旗下众多新品亮相

本报海口7月27日讯（记者李梦瑜）ALIENWARE m17 R5、戴尔游匣G16、XPS 13二合一、灵越16 Plus……7月26日，戴尔科技集团携旗下多款全新产品亮相第二届中国国际消费品博览会，为这一以消费精品为主题的国家级展会注入前沿的科技活力。

作为顶级游戏品牌，ALIENWARE外星人一直致力于开发高性能的游戏装备。此次推出的新

品——ALIENWARE m17 R5，搭载全新m17 R5 AMD Ryzen™ 6000系列处理器、AMD Radeon™ RX 6000系列显卡和新的AMD智能技术。无论是玩独立游戏还是最新的3A大作，ALIENWARE m17 R5都能在超长游戏待机中保持出色的性能。

作为戴尔游匣G系列首款16英寸游戏笔记本，戴尔游匣G16专为需要基本游戏功能、不牺牲屏

幕尺寸的情况下获得移动性和性能的PC游戏玩家设计；全新XPS 13二合一搭配蓝牙磁吸Folio键盘，可轻松秒变笔记本电脑模式；全新灵越16 Plus配备了最新的第12代英特尔®酷睿™H系列处理器和可选的NVIDIA GeForce RTX 3060图形处理器，并配备ComfortView Plus硬件级防蓝光解决方案，可在保持色彩准确性的情况下减少屏幕的有害蓝光。

异域美食

那些来自欧盟，有故事的奶酪和火腿

本报海口7月27日讯（记者邵长春）为庆祝《中欧地理标志协定》的实施，欧盟在本届消博会3号馆专设欧盟地理标志展馆，向参展来宾介绍来自欧盟的具有丰富饮食文化的地理标志产品，并于26日起每天在展台举办地理标志产品的品尝活动，数十种带有欧盟地理标志的产品将满足参展嘉宾和观众的味蕾。

7月27日，海南日报记者在现场看到，欧盟地理标志产品包括火腿、各式奶酪、葡萄酒、烈酒、橄榄油、香醋等，每一种食物背后都有一个

传奇的地名和一个精彩的故事。

当天该展馆最受欢迎的莫过于帕尔马火腿，这款世界闻名的火腿产自意大利帕尔马地区，起源可以追溯到公元前2世纪，现场厨师切割火腿时，可看到切片的瘦长部分为粉红色，而脂肪为白色。品尝之下，口感甘甜细腻，香气浓郁。据悉，只有某些品种的猪可以用来制作意大利熏火腿。选定的猪至少9个月大，重约160公斤并按照特定的方案喂养；屠宰后，将火腿腌制80天，然后风干至少12个月；一旦通过质量测试，就可以进行包

装，整个切割或切片。

当天还展示了产自欧洲各地的著名奶酪，现场厨师将奶酪搭配面包，有的则配以水果和香料，做成各式小点心邀请参展嘉宾品尝。记者注意到，《中欧地理标志协定》认定的约200项欧洲和中国农产品标志名称中，欧洲地理标志产品除了酒类，就属奶酪和奶制品的品种最多，现场就有来自希腊的菲达奶酪、法国的洛克福奶酪、西班牙的蒙切哥乳酪、意大利的戈佐拉奶酪和丹麦蓝牛乳酪等，可谓是妥妥的奶酪盛宴。

时尚男装

“Future Optimism 霓虹未来”传达积极乐观主义

本报海口7月27日讯（记者尤梦瑜）7月27日下午，卡拉拉格斐Karl Lagerfeld新品发布会将在消博会迎宾大厅举行，卡拉拉格斐大中华区副总经理周力源在现场发

布品牌2022早秋系列。该季度以“Future Optimism 霓虹未来”为主题，用明亮的色彩点缀，带来视觉和精神的愉悦共鸣，传达积极的乐观主义，并进霓虹色彩的未来。服装线条

上也糅合了更多无性别的廓形感，充分体现了品牌的包容性理念。男装系列在保有摩登、率性的风格之上，在面料和工艺上进行了全新升级，并融入了明媚亮色唤醒早秋风尚。

国货之光

冬奥会中国队专用雪蜡车开到消博会

■ 本报记者 李梦瑶

7月27日，第二届消博会室外展位，一辆通体炫彩、散发着工业气息的超长车辆吸引了众人目光。

它的来头可不小——这是“国内首创、世界领先、完全国产”的中国首辆雪蜡车，拥有包括21项发明专利在内的81项专利、24项技术突破。

“雪蜡车是为运动员滑雪板打蜡的专用车辆，对滑雪板的维护，特别是加快滑雪板在雪上滑行速度、提升运动员成绩有着十分重要的作用。”据现场负责人安泽涛介绍，在北京冬奥会之前，雪蜡车通常只为挪威、俄罗斯等越野滑雪强国所拥

有，中国队在外比赛时，需要租用主办方提供的打蜡服务。

安泽涛所在的山东省体育产业集团，于2020年11月接到打造国产雪蜡车的任务时，没有任何案例可借鉴，甚至直到研发成功，他们也从未见过其他实体的雪蜡车。

“没有参照，也不能出国学习，时间紧、任务重，大家只能硬着头皮上。”安泽涛说，正是在零经验的背景下，研发团队摸着石头过河，从接到任务到整车交付，最终仅用了11个月。

如此短时间打造出的雪蜡车效果如何？能服务保障北京冬奥会，便说明了问题。

“在北京冬奥会期间，我们的雪

蜡车全面保障了中国国家越野滑雪队需求，助力国家越野滑雪队取得了冬奥历史上最好成绩！”说到这里，安泽涛眉宇间尽显自豪。

为了让更多人看到“中国智造”的力量，这一次，雪蜡车专程从“老家”山东济南开到了海南。

“我们希望通过模块化设备更换，商用化个性定制，在雪蜡车的基础上打造其他类型的运动功能保障车，服务于其他国际国内重大赛事。”安泽涛说，依托消博会这一平台的曝光率，目前已有企业和滑雪场表达了初步合作意向，“我们期待，国产雪蜡车今后能突破更多商业应用场景。”

（本报海口7月27日讯）