

## 秀出时尚潮流



7月27日下午,第二届消博会参展商卡尔拉格斐在展位举行新品预览会活动。  
本报记者 王凯 摄

■ 本报记者 王培琳

想要了解穿搭趋势?探寻时尚潮流?快来消博会2号馆找答案吧。

7月27日下午,在消博会2号馆卡尔拉格斐展位举行的新品预览会活动,吸引众多观众驻足围观。多个走秀模特的时装表演,也让2号馆的时尚度更上一个台阶。

今年,消博会引入多家服饰时尚品牌参展,并举行时装周活动。宝姿集团、泰佩思琦旗下蔻驰(COACH)、凯特·丝蓓(kate spade)及思缇韦曼(Stuart Weitzman),以及卡尔拉格斐等品牌纷纷亮相,展出新一季时尚潮流,给观众带来全新的消费体验。

在消博会现场不仅能欣赏视觉盛宴,还能探寻到穿着潮流。多位业内人士表示,追求个性化,以舒适、健康为主的生活理念如今也已延展到穿衣风格上。

海南日报记者走访中发现,时尚品牌都在向社会主流生活方式趋同,跟随年轻化、个性化的消费趋势来设计产品,同时越来越精准地为客户群体画像。正如卡尔拉格斐为海南消费者打造专门的清凉防晒风格服饰,凯特·丝蓓在海南打造阳光沙滩的度假风格穿搭。

“无论在商务、休闲或者运动场所,穿衣已经不再有严格的界限,消费者越来越喜欢易搭配、可以适应多种场景的服装,这是目前大趋势。”卡尔拉格斐大中华区品牌形象中心负责人程超介绍,卡尔拉格斐当天的新品预览会也在传递一种现代科技、年轻舒适的理念。

(本报海口7月27日讯)

## 美食不可辜负



7月27日,消博会3号馆帝亚吉欧展位现场举行美酒品鉴活动。  
本报记者 封烁 摄

■ 本报记者 邵长春

有人说,世间唯爱与美食不可辜负。但爱尔兰大文豪萧伯纳会告诉你,这世间任何一种爱,都不比对美食的热爱真切。走进第二届中国国际消费品博览会3号馆高端食品保健品展区,你会更强烈地感受到这份爱的浓烈。

美好的生活要有美酒相伴,酩悦·轩尼诗、帝亚吉欧、保乐力加、人头马君度、百加得等知名酒企都带来了旗下各类优质洋酒,奔富、大摩、格兰父子等头部洋酒企业更是携带新品华丽亮相。

如果你不喜欢喝酒,3号馆各展台的试吃活动也可以充分满足你挑剔的味蕾。

欧盟地理标志展馆每天都会举办地理标志产品的品尝活动,帕尔马火腿是主打菜,还会提供各种奶酪小点心;火腿和奶酪都是偏咸的食物,吃得口渴了可以品尝这个展台的酒水,均是拥有地理标志的产品。

若是欧盟地理标志展馆的火腿没吃过瘾,也可以转场西班牙放司堡集团展台,该展台的5J火腿去年消博会上就曾大受欢迎。

要是更喜欢人间烟火气的美食,可以去正大集团的展位逛逛,今年该集团展位特意增加了试吃品鉴,饺子、小酥肉、玉米香肠、炸猪排等各种小吃应有尽有。

如果还想吃点不一样的,不妨到首次参展的美国泰森食品展台,尝一尝橙子味的猪蹄、蔓越莓味的猪耳朵和鸡翅。

当然,展馆里还有牛排、巧克力等试吃活动,如果觉得太腻,可以去荷仕兰展台领一份免费的冰淇淋溜溜缝,也可以来一杯雀巢咖啡或者兴隆咖啡……

(本报海口7月27日讯)

## 智能家居 品质生活



7月27日,观众在消博会1号馆“深度睡眠小屋”中进行体验。(参展商供图)

■ 本报记者 计思佳 实习生 江天云

全屋智能化无线充电解决方案、通过干预脑波让人睡个好觉的慢波睡眠机……本届消博会上,各种“吸睛”的智能家居产品继续引领智慧低碳生活新风尚,体现了现代人对品质生活的追求。

“这位女士,要起来了,后面还有其他观众在排队。”7月27日下午,在工作人员柔声的提醒中,于消博会1号馆“深度睡眠小屋”中体验的专业观众孔健儿从睡梦中醒来,发现自己居然在声音嘈杂的展馆里熟睡了20分钟。

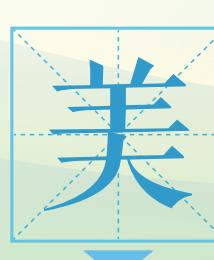
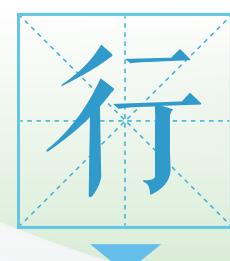
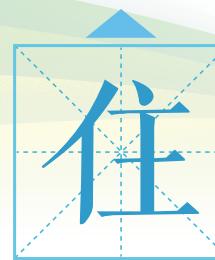
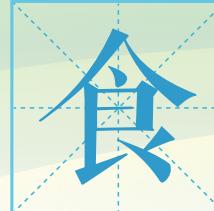
这间“深度睡眠小屋”由上海艾纳诗科技集团打造,屋子里有该集团的明星产品“慢波睡眠机”和“舒曼波康养机”。“我们的睡眠机可在人体内部营造睡眠微环境,触发人脑自发‘慢波’,能有效延长深度睡眠周期。康养机则是通过荷电粒子波调谐模块等关键核心技术,激活人体免疫系统。”该公司总经理滕树杰介绍,“深度睡眠小屋”为消费者提供的是一套系统性的睡眠生态。

对于每天早出晚归的都市人群,智能家电能帮大家解放双手,提升幸福感。在浙江馆,浙江绍兴苏泊尔家居用品有限公司带来了该公司自主研发的洗拖一体机、多功能料理机、远红外线电饭煲等产品。

“作为中国企业,我们公司的智能家电都非常契合国人的生活方式。”该工作人员郑耀丰举例说,“多功能料理机可满足中国人偏爱的蒸、煮、炒、煎、烤等多种烹饪要求。机器中内置200多道食谱,只要跟着提示操作即可,不用自己费心摸索,烹饪小白也能做出美味大餐。”

(本报海口7月27日讯)

# 会出多彩生活



## 汽车,不仅是载具



在消博会5号馆,观众参观玛莎拉蒂品牌跑车。  
本报记者 封烁 摄

■ 本报记者 李梦瑶

劳斯莱斯、特斯拉、兰博基尼、法拉利、玛莎拉蒂……第二届中国国际消费品博览会涵盖多个行业品类,其中汇聚众多世界知名品牌的多款车型,说是一个小型车展,也丝毫不为过。

在5号馆,一蓝一白两辆超级跑车稳稳占据“C位”,吸引大波人流。蓝色的是玛莎拉蒂超级跑车MC20,这款100%意大利制造的超级跑车,将行业顶尖科技与机械艺术凝练于一身。

“太炫酷了!”7月27日上午,不少参展者进入展馆后,便直奔玛莎拉蒂展区。也有一些参展者举着手机,在这辆玛莎拉蒂与旁边的一辆法拉利最新款硬顶跑车Roma之间,不停地“左右摇摆”。

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汇聚全球“尖货”,也在于进一步提倡美好消费、可持续消费等新理念。

譬如,特斯拉此次便带来了Model Y和Model 3两款纯电动车型。

“首次参加消博会时,公众对于特斯拉展现出的高度热情,印证了中国用户对电动车的观念和支持。”特斯拉中国华南大区总经理孔艳双说,正是来自公众的认可,促成了他们的第二次消博之旅。

这一次,特斯拉不再局限于展示汽车本身,而是将展台布置成智能娱乐、短途旅行和家庭生活等不同用车场景,邀请消费者以游戏的方式开启用车“新姿势”,希望借此向现场观众传递:汽车不仅仅是一个交通载具,更是美好生活场景的延伸。

(本报海口7月27日讯)

## 美妆之约



在消博会5号馆,雅诗兰黛展位工作人员向观众介绍雅诗兰黛的产品。  
本报记者 李天平 摄

■ 本报记者 傅人意

如果您是一名“护肤达人”,那么第二届消博会各大展馆里,必逛的肯定是5号馆。这里汇聚了资生堂、雅诗兰黛、欧莱雅等国际美妆巨头展出的许多美妆“黑科技”。

美好的一天,从清洁肌肤角质开始。在欧莱雅展区,该品牌旗下日本高端护肤品牌TAKAMA在消博会首秀,整洁的货架上一眼望去,一个个“小蓝瓶”十分抢眼。“‘小蓝瓶’是我们针对关注角质皮肤健康的女性推出的产品,可以在现场试用。”该产品人员介绍道。

做好肌肤保湿,让脸蛋“少女感”满满。雪肌精品牌旗下的系列产品您也可以去看看,旨在打造奢美肌肤的雪肌精雅诗兰黛凝华面霜、以提升肌肤“自御力”为核心的雪肌精逸透系列四款防晒品,均面向大众进行体验和试用。

做好脸部防晒,已经成为“护肤达人”的刚需。资生堂一系列新品在消博会首秀,素有“日本防晒界真祖”之称的专业防晒品牌安热沙推出的首款防晒精华在消博会亦有展出。

在悠香伊展区,该品牌发布新品悠香伊乳木果沐浴油,如果你已经忙碌了一天,那么试试这款沐浴油,看看肌肤是否也得到休息。“我们一直追求环保和可持续发展,产品沿用100%可降解,纯天然成分。”该品牌展区相关工作人员向海南日报记者介绍。

(本报海口7月27日讯)

## “艇”好玩



停泊在海口市国家帆船基地公共码头的消博会参展游艇。  
本报记者 陈元才 摄

■ 本报记者 李梦瑶

如何让更多国内消费者享受到游艇休闲的乐趣?在第二届中国国际消费品博览会游艇展上,来自9个国家或地区的60余个游艇品牌,无疑为游艇爱好者提供了更多新选择。

德国巴伐利亚、法国丹枫、芬兰FLIPPER、美国Mastercraft、英国威廉姆斯……海南日报记者注意到,亮相本届消博会游艇展的游艇比首届增长近90%,不仅世界知名品牌悉数亮相,也新增了不少境内参展品牌,如临高海莹、广东大飞洋、辽宁锦龙等。

“相较于境外品牌,境内游艇制造品牌有其独有的性价比优势。”第二届消博会游艇展组委会相关负责人表示,他们希望借此契机推广境内自主品牌,为自主游艇制造业走向世界、为国际游艇领域商贸合作搭建桥梁。

本次游艇展还倾力打造了“海口时尚生活节”,以“天为幕,海为台,船为景”,上演动感DJ秀、乐队演奏、电音模特秀,通过一场融合了海洋文化的别具风情的时尚秀,让市民与游客以另一种方式,近距离感受游艇的魅力与内涵。

(本报海口7月27日讯)