



# “消博快车”直通国际品牌

## 跟着买手逛消博

■ 本报记者 李梦瑶

对于海南本地采购商而言,消博会就像一辆难得的“直通车”。

李海馨是海口远大购物中心好百客超市食品馆的采购部经理,7月28日,他起了个大早,进入第二届中国国际消费品博览会场馆后,直奔进口食品、保健品与酒水云集的3号馆。

“机会难得!”李海馨所说的机会,是指可以

与品牌方直接建立联系。

来之前,他已经提前做了“功课”,保乐利加、酷悦轩尼诗、日本麒麟啤酒等几家知名的酒水品牌,是他的首要目标,“我们超市的目标客户是中高端消费群体,对于进口酒水的需求量很大。”

事实上,上述酒水品牌在好百客的货架上均能找到。“但我们的拿货渠道多为品牌代理方。”李海馨说,过去由于接触不到品牌方,话语权全在区域代理商,这导致他们在价格方面很被动。

“咱们加个微信吧。”“这是我们出的春日限定款,您拿回去试试。”

日本麒麟啤酒展位前,该展位负责人面对

李海馨的攀谈,态度很是热情。一番短暂沟通、互留联系方式后,李海馨的第一个目标就算达成了。

将整个酒水区域逛完,李海馨大概花了一个小时,这比他的预期要长很多。

“今年参展品牌多,每个品牌的展区面积也更大。”在他看来,这个“大”不仅意味着地方更宽敞了,也让品牌方有了更大的展示空间,能够摆出更齐全的产品线,“顾客总是愿意拥有更丰富的选择,不是吗?”

常年与消费者直接打交道的李海馨,十分清楚顾客想要什么。

“现在年轻人都开始养生了,健康消费需求增长迅速。”在一家名为“家得路”的品牌展区前,李海馨停留了相当长的时间,这里的密集的人流与丰富的展品吸引了他的注意力,“第一次听说这个品牌。”

李海馨拿了一份品牌资料和品牌方名片,决定“先回去研究研究”,再看看后续是否要采购。离开前,他顺手拍了一张展位照片,“他们的展品摆放也很有创意,我们可以借鉴。”

果然,外行看热闹,在内行人眼里,逛展的收获可以来自任何一处小细节。

(本报海口7月28日讯)



## 无界Pro首发亮相

京东汽车联合奇瑞打造的首款车型

本报海口7月28日讯(记者计思佳 邓钰)7月28日,京东汽车与奇瑞iCar生态深度合作的首款新能源汽车——无界Pro在第二届中国国际消费品博览会正式发布,并宣布将于8月上市发售。

据介绍,无界Pro是一款双门微型车,整车造型采用了机甲风格,两侧的大灯造型独特,增强了前脸的辨识度。

当天,京东汽车与奇瑞iCar生态再度签署战略合作协议,将在今年5月达成的首次战略合作基础上,持续建设更完善的新能源汽车消费链路闭环,围绕渠道能力共建、汽车生态布局、数字化营销等内容进一步深化战略合作,给消费者带来省心省时的汽车消费体验。

相,并将于八月上市发售。

新能源汽车「无界Pro」在第二届中国国际消费品博览会上首发亮相

本报记者 封烁 摄

# 国货之光闪亮登场



金伯利钻石展出的“自然艺境”主题系列珠宝之浮生若梦胸针。

(图片由受访者提供)

## 人与自然和谐共生

金伯利钻石首次展出「自然艺境」主题系列珠宝

本报海口7月28日讯(记者王培琳)7月28日下午,金伯利钻石在第二届中国国际消费品博览会上首次展出“自然艺境”主题系列珠宝。

系列珠宝中,鲸落星海项链,便是灵感源自鲸落的奇幻瞬间,将黑色冷琅琅和钻石巧妙融入鲸鱼设计,结合多种精湛的镶嵌工艺,呈现“一鲸落,万物生”的奇幻景象,尽显华丽的艺术美感。

据介绍,金伯利钻石全新主题高级珠宝“自然艺境”系列作品包括鲸落星海项链、浮生若梦项链、蝶之曼舞项链、守护天使项链和耳饰等。

该系列珠宝,尽情探索大自然的奇幻和神秘,每件作品均采用世间最瑰丽的钻石,将非凡设计美学、锐意创新理念以及复杂耗时的高级珠宝工艺集于一身,追求技术和艺术的完美结合。

7月28日,第二届中国国际消费品博览会国内品牌 Bronze Lucia 时装秀上,模特现场走秀。 本报记者 封烁 摄

## 时装品牌KINGWEN·中式刺绣 化虚为实

本报海口7月28日讯(记者邱江华)7月28日,中式艺术时装品牌 KINGWEN 2022 成衣及灵感系列通过第二届中国国际消费品博览会时装周正式发布,新系列主题为“红楼蝴蝶梦”,以化身蝴蝶穿越红楼为主线,构建浪漫主义情境下的中西美学。

作为备受瞩目的新锐中国设计师品牌,KINGWEN 始终在探索带有东方诗意的艺术古典美,诠释另类浪漫主义。设计师清文毕业于伦敦中央圣马丁学院服装设计系,擅长从神话故事和古典艺术作品中汲取创作灵感,曾就职于卡地亚等多家奢侈品牌设计部及运营管理部门。

据介绍,立体蝴蝶刺绣是本系列服饰标志性元素之一。蝴蝶元素与梦境息息相关,映射着独特而浪漫的中式思绪,本季运用中式刺绣技法将蝴蝶元素化虚为实,传达轻盈自由的中式写意感。

本报海口7月28日讯(记者李天平)7月28日,第二届中国国际消费品博览会国内品牌 Bronze Lucia 时装秀上,模特现场走秀。 本报记者 李天平 摄

展出的瓷器做工精美。

屈消博会上,深圳国瓷永丰源

↓七月二十八日,在第二

## 人工智能再添「新」声

科大讯飞展出多个新品

本报海口7月28日讯(记者孙慧)7月25日至7月30日,我国人工智能领域的“国家队”企业科大讯飞携旗下 AI 全系产品应邀亮相第二届中国国际消费品博览会,向全球消费者展示由人工智能技术带来的高效生活方式。

在 AI 办公领域,科大讯飞至今已推出满足翻译、记录、转写等多个办公需求的产品。在本届消博会现场,科大讯飞展出了讯飞双屏翻译机和即将发布的讯飞翻译机 4.0 新品。

此外,科大讯飞在消博会上还发布了全新的讯飞智能无线麦克风 C1,兼具专业性和 AI 能力,基于科大讯飞 23 年智能语音领域的研究,发挥声学前端优势,以智能降噪、一站式后期字幕制作、低延迟长续航等功能作为产品核心卖点,致力于提升视频拍摄的收音质量,提高后期字幕制作效率。

展示讯飞智能无线麦克风 C1。

↓七月二十八日,第二届中国国际消费品博览会上,科大讯飞工作人员

本报记者 李天平 摄

A05

海南日报

2022年7月29日 星期五  
值班主任:董纯进  
主编:陈卓斌  
美编:杨千懿  
检校:招志云 陈旭辉

第二届中国国际消费品博览会 · 新品

