



第二届消博会海南省发展控股有限公司展台“元宇宙体验馆”。(参展商供图)

## 更数字

### “元宇宙”新场景

■ 本报记者 邱江华

你知道什么是“元宇宙”吗？在第二届中国国际消费品博览会上，不少品牌企业精心搭建了沉浸式“元宇宙”消费场景，可以让你一探究竟。

7月28日，位于消博会双循环买全球展区的海南省发展控股有限公司展台，人气爆棚。不少观众奔着“元宇宙体验馆”而来，在工作人员的演示下，开启了一个特别的“逛街模式”——

通过270°立体环绕的3D裸眼屏幕，观众似乎实现了空间穿梭，来到了海控全球精品免税城。不断前进的画面指引着大家上楼梯、转弯、进店、选购，从一楼到三楼，全景还原了位于海口市中心的线下免税购物城场景。

“在这里，观众不仅可通过虚拟技术逛展，还可以通过智慧零售端直接购买看好的产品，随后在机场提货或者选择邮寄到家，实

现‘GO全球、买全球、智慧零售’的‘元宇宙’云购物模式。”该展区工作人员介绍。

如果你还没“玩”过瘾，可以到上海展区再看看。本届消博会上，上海展区特别设立“元宇宙消费体验站点”，带领观众体验新零售模式下虚拟与现实的交互和碰撞。

进入上海展区，映入眼帘的是一辆赛车模拟器。“这是由上海久事智慧体育带来的F1赛车模拟器，您可以坐上去体验F1的速度与激情。”上海展区工作人员夏赵越热情地向观众发出邀请。

再往里走，来到了得物APP展台，不少观众正在通过AR试穿等高科技，感受数字化创新带来的网购新体验。一位观众现场体验得物APP的AR试穿功能。只见他用手机打开得物APP后，再把手机摄像头对准自己的双脚，手机屏幕里实现了“云试穿”。“如果感觉满意，可以当场线上下单！”夏赵越说。  
(本报海口7月28日讯)

## 更沉浸

### 消费热点 引领新潮

■ 本报记者 尤梦瑜

满怀期待地撕开包装袋，从塑料盒里拿出雪糕，毫不犹豫地一口咬下去……

“我觉得这个口味稍微有点苦。”雪糕咽下肚，参观者王女士站在第二届消博会一个雪糕展位附近又说了一句，“不过，又尝试到一个新口味。”

从何时开始，你“随手买一个”的日常消费变成了有计划购买或是像开“盲盒”一样，抱着猎奇心态去尝鲜打卡？何时开始，当你在买酒水等再传统不过的商品时，你也变得更关注口感和味道以外的体验？

第二届消博会上，“更沉浸”的消费新趋向在不断显现。

以“Z世代”为代表的新生代消费人群的崛起，让“值不值”进一步演化成了一个科学问题。面对新一代的以科学为旨归的消费者，值得买科技不仅将通过提供专业、优

质的消费内容，为各垂直细分行业的消费者打造科学消费的一站式入口，还将布局全流量场域入口，让优质内容可以搭载丰富且优质的载体，在全域范围内被更多人看到，帮助更多人提升消费决策的质量与效率。

买酒也是在“买”一种文化、体验和氛围。走进消博会3号馆酒类品牌集中展示区，展区中有“夜晚酒吧”“畅聊酒馆”等各种风格场景。正如百加得(Bacardi)旅游零售渠道北亚区负责人林宏松所说，企业愈加重视消费者的购物体验，因此他们在海南市场帮助零售建设品牌专卖店，并通过打造旗舰店等增强体验感，让消费者充分沉浸其中，感受酒文化。

不难发现，沉浸式消费趋向正在让买东西也成为一门深邃学问，这也在催促着品牌商家在市场营销推广上要再前一步，再深一度。  
(本报海口7月28日讯)

# 消费新趋向

## 更智能

### 黑科技 智生活

■ 本报记者 李梦瑶

“1秒烧开，2秒冷却，3秒喝上凉白开。”第二届消博会上，首次亮相海南的英国家电品牌艾恩姆旗下两款热水机新品刚一发布，便吸引不少观众目光；

几米之外的戴尔展区，不少人排起长队，只为在由ALIENWARE外星人家族成员打造的电竞体验太空舱中，感受一次“零重力”太空行；

“终于可以不怕紫外线了？”资生堂展台前，爱美的女孩们正在为一项防晒“黑科技”而惊呼：以植物光合作用于为灵感的“紫外线转化技术”，可将有害紫外线辐射转化为对皮肤有益的“美肤光”……

如果要以“黑科技”为关键词搜寻本届消博会上的展品，恐怕光列清单也要费半天劲。

只有想不到，没有做不到。置身新技术、新展品扎堆亮相的消博会现场，无时无刻不在感叹“科技改变生活”。令人欣喜的是，其中不少惊艳炫酷的“黑科技”来自“中国智造”。

来自山东的泰山体育公司，带来一块“会呼吸的人造草坪”，经运动摩擦后将释放负离子；由小鹏汇天自主研发制造的“会飞的汽车”，拥有科幻外观之余，兼顾高效率空气动力学；科大讯飞智能无线麦克风C1深度融合讯飞智能AI降噪算法，可有效识别并过滤环境噪声，还可实现音频一键转成字幕……

从家居产品到数码产品，从体育健身产品到新型汽车，透过消博会这扇窗，可以发现科技创新已渗透到生产、生活的方方面面，也让我们看到：通过科技创新提升产品竞争力，已成为众多参展品牌的共同选择。  
(本报海口7月28日讯)

## 更健康

### 健康理念 无处不在



消博会德国大药房主题展馆吸引了众多观众。本报记者 封烁摄

■ 本报记者 邵长春

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，除了琳琅满目的美酒和美食外，各种健康元素也是无处不在。

德国海德大药房致力于传播预防精准营养的德式健康理念。本届消博会上，海德大药房发挥其与众多欧洲知名医药品牌方联动的业务基础优势，展品总种类高达200余个，为参展者带来了空前的海外健康盛宴。

芳珂FANCL作为日本首个“无添加”国民健康品牌，将“让世界更美好，更健康”的愿景带到了本届消博会上，全面展示其在均衡营养、体重管理、口服美容、睡眠呵护等领域的创新及成果。

本届消博会的很多美食也被打上“更健康”的烙印。为了减少女性消费者对于卤味产品太过油腻的顾虑，泰森食品特别研发了具有蔓越莓和香橙口味的胶原蛋白白卤味系列食品，还添加了胶原蛋白肽和维生素C，并把这些新品带到了本届消博会上。

伴随中老年人保健意识的增强，中老年奶粉的配方与品质愈发受到消费者关注。消博会上荷兰推出的新品暖阳系列高钙高铁高硒中老年配方奶粉，在营养上全面升级，力求让老年人喝得更健康。

澳佳宝是澳大利亚领先的天然膳食营养补充剂公司，今年再次参加消博会，该公司携旗下宠物营养健康品牌“澳乐宠(PAW)”在中国首发，肠胃护理、关节呵护、皮肤、毛发养护及专业洗护等多款宠物营养护理产品助力中国宠物活得更健康。  
(本报海口7月28日讯)

## 更绿色

### 绿色生活 美丽风尚



在消博会二号馆展出的高纳仕设计作品“矿工的眼泪”。何昌摄

■ 本报记者 傅人意

护肤品使用可替换装、文具使用生物基可降解材料、耀眼的珠宝以多种合成环保材料为基础，展台材料采用环保材料搭建……在第二届消博会上，绿色生活，成为一抹美丽新风尚。

在4号馆的可持续消费体验空间，晨光文具、戴尔科技、华润雪花、李锦记等多家企业在此展示。晨光文具在使用生物基可降解材料、环保塑料等方面已取得多项突破；“雪花勇闯天涯”啤酒新包装采用的湿强纸，可以直接用水洗掉，不会对环境造成污染。

在2号馆，中国环保艺术珠宝品牌高纳仕(GAO-NAS)以“环保，绿色，可持续化发展”为主题，携设计作品“矿工的眼泪”进行全球首发展出。作品以多种合成环保材料为基础，制作成一条精美的项链。

众多护肤品牌还展示了可替换包装，希望把购买替换装的消费习惯带到消博会，推动建立绿色消费观。Qeelin珠宝专为消博会设计了全球唯一的慈善拍卖品——海南长臂猿Bo Bo(Hainan Gibbon Bo Bo)。拍卖所得款项将用以支持海南热带雨林保护和海南长臂猿保育工作。

践行“绿色办展、低碳办会”理念，第二届消博会从参展、搭建、出行、餐饮、数字化管理等方面采取相应举措，充分营造绿色低碳会展氛围，打造一场无污染、低耗能的环保节能型展会。在交通出行方面，消博会组委会为入住酒店的嘉宾提供酒店至展馆的大巴摆渡车，将绿色出行落到实处。

消博会引领的绿色生活理念，正在逐渐渗入人们衣食住行的每一个细节里。  
(本报海口7月28日讯)

科技饮水机。麻楠然摄

