

科技 消博会

Hainan Expo

为“变”提供一个展示平台

■ 本报记者 邱江华

当人工智能、大数据、虚拟现实等新科技与消费品结合,会擦出什么样的火花?科技的迭代,是如何改变和优化消费方式的?从历届中国国际消费品博览会中,我们或许可以找到答案——

首届消博会陕西馆里,主打“宝宝面皮”产品的陕西宝鸡香味氏族餐饮文化管理股份有限公司现场备货不多,但消费者可以通过扫描二维码到其官网下单;

第二届消博会中,海南省发展控股有限公司展台里设置了“元宇宙体验区”,在这里,观众不仅可通过虚拟技术逛展,还可以从智慧零售端直接选购产品,随后在机场提货或者选择邮寄到家。

从线上销售面皮这样的互联网科技应用“基础款”,到利用互联网实现“元宇宙”云购物体验的“进阶款”,当“打通线上线下渠道”已成为几乎所有零售业企业的共识时,科技赋能消费,二者早已紧密融合。

置身消博会现场,我们可以明显感受到,这里不仅仅是亚太地区规模最大的精品展,更是感知未来消费形式与趋势的最前沿。我们在这里展望科技流变、市场趋势,从而对未来生活更加充满想象、充满信心。

消博会本身就是一场创新的大会。与广交会、服贸会和进博会不同,消博会是中国首个以消费精品为主题的国家级展会。这样的定位,让消博会有着自己的独特使命,即聚焦“高、新、优、特”消费精品,引入更多满足人民美好生活需要、引领消费升级潮流的国内外优质商品和服务。

在这里,创新产品的集中展示,为消博会增光添彩——

一款斩获德国红点等多项国际设计大奖的智能垃圾桶能“一键换袋,智能打包”;比普通手机还小的科大讯飞新款翻译器,其语种覆盖了近200个国家和地区,在嘈杂环境中使用准确率高达98%;压力大不大,在“魔镜”欧姆龙智能屏前一站便知……

“科技+零售”,“科技+制造”,穿行在消博会各个场馆,新科技、新产品琳琅满目。

在这里,创新理念的充分应用,为消博会提质升级——

2021年,首届消博会秉承“绿色办展”理念,为国内外绿色消费理念的传导、绿色产品的展示提供了窗口和舞台。2022年,第二届消博会将“可持续消费高峰论坛”升格为消博会官方论坛,上演了一场关于“可持续消费驱动低碳未来”的分享盛宴。

第三届消博会的“可持续消费高峰论坛”更为可期。本次“可持续消费高峰论坛”将主题设定为“创新消费场景 释放消费潜力”,与会嘉宾将围绕可持续发展助推新消费、可持续品牌与ESG价值等话题,

深入探讨绿色消费、可持续消费在中国的发展

新趋势、政策新动向、前沿新实践。

从“诞生”之时,消博会就展现出强大的号召力、吸引力,让中国的开放、市场、气度等全面彰显,让海南的优势、机遇、魅力等全面提升。消博会能取得如此效果,背后折射出的是中国社会日益增强的创新活力。

创新,是零售业保持源源不断活力的核心要素。当95后、00后这些“Z世代”成为消费市场的主力军,直接催促着消费品、零售业加速拥抱科技,进而带动行业的深刻变革。

许多前来参展或观展的业界人士形成了共识——伴随着科技进一步发展,中

国消费已经形成了鲜明特色,消费者认知、需求和决策链路也发生了深刻的变化。企业需要补齐自身运营层面的短板,生产企业、销售平台乃至消费者,产业链上的各环节、各要素都在准确识变、主动求变。而消博会正是为这些“变”提供了一个充分的展示平台。

当下,中国正在加快消费升级,未来信息消费、数字消费潜力不断释放。我们期待,通过消博会平台,可以将科技元素和社会生活消费品更好结合起来,展现未来高品质生活消费品的发展趋势,以新需求带动提升中国制造业高质量发展。

(本报海口4月9日讯)



●第一届消博会

秉承“绿色办展”理念
传导国内外绿色消费理念
展示国内外绿色产品

设立精品直播间

观看人数
达**1600多**万人次

总引导成交金额
6800万元

总引导成交件数
超过**96**万件

●第二届消博会

第二届可持续消费高峰论坛上
6家企业代表宣读承诺
并加入“全球可持续消费倡议”

联合相关国际机构与品牌
围绕保护**热带雨林、红树林、海南长臂猿**等方面
举办一系列公益活动

●本届消博会

吉祥物IP新形象
“机械猿”发布

理念:
高
新
科
技
先
进
制
造
本
土
文
化

寓意:
科
技
驱
动
工
业
发
展
激
发
消
费
新
场
景
促
进
旅
游
新
体
验

本次“可持续消费高峰论坛”
主题为“创新消费场景 释放消费潜力”
与会嘉宾将深入探讨
绿色消费、可持续消费在中国的
发展新趋势、政策新动向、前沿新实践

(整理/本报记者 邱江华)