

时
尚
消
博会

Hainan EXPO



●第一届消博会

顺应多元化、个性化消费需求
老字号频频上新
产品矩阵扩容升级

●本届消博会

时装周将举办
共计 13 场时装秀
其中
主秀场 6 场
海边秀场 4 场
中免秀场 3 场

●第二届消博会

时装周首次举办
成功在时尚行业打开知名度
成为备受业内关注的时尚活动

联动 1500 余家
高端消费场景与热门旅游景点
开启“热岛计划”
打造全岛消费娱乐购物节

联合泡泡玛特等国际国内品牌方
开发吉祥物 IP 产品
形成一系列 IP 集群

(整理/本报记者 陈蔚林)

消费与时尚的“硬核”碰撞

■ 本报记者 陈蔚林

“海边落日”“天际密林”“世纪海角”……日前举办的一场新闻发布会，揭开了第三届中国国际消费品博览会时装周的“神秘面纱”——消博会主秀场外，主办方还将设置3个差异化秀场，以海洋、雨林等自然风光丰富观众的看秀体验。

“走！到消博会看展、看秀去！”抢票通道刚一开启，来自全球各地的时尚达人就携手相邀。越来越醒目的“时尚”标签，推动消博会在作为全球消费精品展示交易重要平台的同时，也逐渐成为海南探索打造全球消费时尚引领地的一次有益尝试。

斜阳余晖把海滩染成温暖色调，模特身着时装鱼贯走过海边秀场，在前排看秀的“时装精”们纷纷在社交媒体发布来自消博会时装周的美图靓照……依托国家级展会平台的影响力，2022年消博会时装周首次举办时便已成功在时尚行业打开知名度，成为备受业内关注的重要时尚活动。秀场上，落日与海滩、自然与时尚相得益彰，美好的画面至今令人们难以忘怀。

“氛围感”固然重要，但对于时尚行业而言，消博会最“硬核”的竞争力，还是其特有的平台属性。借助这一平台，国内

外知名品牌纷纷发布和展示了大量新品、臻品。

第一届消博会上，费伯奇“盛世百年”彩蛋展露真颜；美国弗温斯游艇等著名游艇制造商的游艇“驶”入展馆后，海南自贸港首架“零关税”直升机——阿古斯塔109型直升机也“飞”了进来。

第二届消博会上，欧莱雅集团、资生堂集团、皮尔法伯集团发布了最新香化类产品和全新黑科技；铂恒美、金伯利钻石、拉威儿艺术珠宝以现场走秀的形式展示了典藏级珠宝……

流光溢彩，满目琳琅，每一个展馆都令人目不暇接。

“第三届消博会将继续设立新品集中发布专区，着力打造全球消费潮流风向标。”在国新办举行的新闻发布会上，商务部副部长盛秋平介绍。

消博会时装周也将致力于建立设计师品牌集中展示与合作对接、消费者鉴赏时尚与采购交流的平台。我们不仅可以看到时尚定制品牌新品的争奇斗艳，感受众多新锐设计师作品的灵动创意，还可以在系列论坛活动中聆听品牌主理人、国际品牌代表、采购商及时尚买手的思想碰撞，洞悉时尚行业新趋势，发现时尚行业价值。

从欣赏到购买，再到成为推动时尚潮流的一股力量。

正如泰佩思琦(海南)集团有限公司

中国旅游零售高级总监侯晓峰所言，需求不断焕新升级的中国消费者，正在推动着全球时尚行业的变革与发展。消博会时装周的举办将加快中国时尚化的速度，不断引入新的时尚元素、拓展新的时尚潮流、打造新的时尚文化。

消博会时装周闭幕式将于4月15日举行，届时，消博会时装周组委会、昌江黎族自治县人民政府将携手中国珍珠设计品牌PEARLSTIGE，发布跨界作品——“蝴蝶黎锦系列”作品。

“‘蝴蝶黎锦系列’作品以海南黎锦为设计元素，展示中国非遗手工技艺与现代审美设计的融合之美，在致敬黎族文化的同时将中国品牌的精神和文化传递给全世界。”PEARLSTIGE设计师沈君瑶说。

这并不是海南元素第一次为消博会添彩。在第二届消博会上，泰佩思琦集团展出了以海南为灵感的独家限定系列——“沁蓝之夏”，一组7件单品包括T恤、腋下包、编织纹手袋等产品；凯特·丝蓓品牌在布展中体现了椰树、沙滩等元素，而金伯利钻石则专门为消博会设计推出了海韵椰风系列作品。

海南国际经济发展局副局长杨善华介绍：“今年，我们更加注重突出海南元

素，比如打造‘海边落日’‘天际密林’等秀场，充分展现海南独特的海洋和雨林文化。希望利用这个平台向世界展示海南文化的魅力，推动海南文化与时尚产业融合与发展。”(本报海口4月9日讯)

