

关注第二届中国国际消费品博览会·好物

expo
HAINAN

关注第二届中国国际消费品博览会·好物

关注第二届中国国际消费品博览会·好物

最潮流 炫科技 新生活

消博会
上各大参展商频频亮出新品尖货



科大讯飞机器狗。
新华社记者 张丽芸 摄



→AI书法机器人。
本报记者 计思佳 摄



可折叠的沙发床。主办方供图



观众戴上VR眼镜，手持手柄，体验元宇宙的魔幻。本报记者 王程龙 摄



在美团展台展示的自动配送车。
本报记者 封烁 摄

本报海口4月13日讯（记者计思佳）新科技、新产品，一直是消博会的主角。4月13日，2023消博会“消博风尚 首发首秀”新品发布会在海南国际会展中心迎宾大厅继续举行。各大参展商频频亮出消费新品，力争为消费者带来全新的生活方式与体验。

健康睡眠是现代人珍贵的“奢侈品”。在当天发布会上，加拿大艾纳诗集团参展品牌“深睡小屋”发布了辅助深度睡眠的解决方案——深睡小屋数字健康睡眠系统，该系统由睡眠教育模块等五大模块构建。在睡眠环境中，以非接触的载能荷电粒子波的物理形式，营造有利于睡眠的微环境；同时，以舒曼波形式的载能荷电粒子，能够缓解焦虑和紧张，有益于使用者的身心健康。

“未来，深睡小屋系统将从更全面的睡眠场景着手，整合融入智能AI等多项高精尖技术，以及更丰富的辅助睡眠产品，实现智能化控制、精准化感应、专家级研判等，为体验者提供更个性化的健康睡眠解决方案。”该集团总经理滕树杰介绍。

作为亚洲最具规模的珠宝商之一，谢瑞麟今年携全新品牌DUO by TSL及TSL TOSI亮相新品发布会。其中，ORIGO国潮系列是TSL TOSI围绕深受年轻人群喜爱的国风设计匠心打造的创新黄金饰品，本次展示的“侗锦添花”是该企业与侗族非遗匠人联手推出跨界合作项目，通过手艺人对传统图案进行优化编排，为黄金珠宝注入了新的文化生命。

欧莱雅旗下碧欧泉发布“产品环境和社会影响信息及等级标注系统”的中国首秀。该系统从温室气体排放等14个方面来衡量欧莱雅产品在其生命周期的每个阶段对地球的影响，消费者可通过扫描二维码了解产品环保指数。

“欧莱雅希望借助消博会这一平台，与中国消费者携手共创可持续消费生态，赋能美好消费，为建设人与自然和谐共生的中国式现代化贡献力量。”欧莱雅北亚及中国首席企业事务与公众联动官兰珍珍表示。

在各个展馆内，企业们纷纷围绕“高、新、特、优”消费精品主题，齐上尖货。

在8号馆国货精品展区，不少家长带着孩子在科大讯飞展位有序排队，“能不能让机器人给我写金榜题名四个字”。只见AI书法机器人“手执”毛笔，在纸上勾画、停顿、转折，很快便写好一幅字。

这款AI书法机器人外形如一只机械手臂，握着一支毛笔。市民选好想要定制的内容后，机器人便开始工作——抬笔、蘸墨，在纸上挥毫成字。“AI书法机器人由科大讯飞AI学习机团队打造，机械臂在复现毛笔字书法的过程中，融合了力控制、多传带跟踪与联动规划、多通道机器控制等多项技术，可以做较多精细化的动作。”该公司工作人员介绍。

居家生活的幸福感，离不开一个个小细节。在消博会6号馆湖北省展区内，乔木森（中国）家具公司分别展示了一款可折叠的沙发床和床垫，沙发床可从180度折叠到近60度，床垫也可实现床头床尾的自动折叠，并提供睡眠时的呼吸与心率监测，可以极大缓解使用者腰部与腿部的压力。

“智能家居个性化需求越来越精细，这张床垫不只会动，通过系统软件还能轻松掌握个人各项睡眠指标。”该公司总经理乔志国介绍，企业正在开发智能床垫更多功能。例如床垫可监测就寝人打鼾、健康状况异常等情况，进行自动共振干预或预警。

H跟着买手逛消博

借助消博会平台，本土采购商拓展市场收获颇丰 一站式搜罗全球好物

■ 本报记者 刘梦晓

专业买手的品牌清单里都有什么？4月13日，在第三届中国国际消费品博览会现场，海南日报记者跟着海南望海国际商业广场有限公司（以下简称望海国际）总经理高志萍，体验“一站式”购物。

高志萍的第一站，来到了欧洲最大的厨具制造商之一Alluflon集团展台前。在家中，高志萍经常下厨，什么样的厨具能让食物更健康，是她选择厨具的重要标准。参加过三届消博会的她，早在消博会开幕前就做好了功课。

“这是Alluflon集团第三次在消博会上亮相，它旗下的品牌厨具能为消费者提供更高品质的产品、更贴心的服务。”高志萍随手拿起一个不粘锅介绍，其通过不粘技术的创新运用，能让烹饪的过程更健康，目前已在全球60多个国家和地区销售。

“我们也了解到，中国消费者对这些品牌产品的需求度越来越高，所以带着招商采购团队，和他们进行了洽谈。目前已经落户商场，让更多消费者能够在线下更真实地了解产品。”高志萍说。

和很多爱美的女性一样，高志萍的清单里也有珠宝饰品的一席之地——走出厨具的世界，高志萍又来到精致饰品EMPHASIS（艾斐诗）展台前。EMPHASIS是周生生旗下原创精品珠宝品牌，目前仅在一一线城市设立展柜，此次在消博会上展出，是在海南的首次亮相。在和品牌现场相关负责人了解后，高志萍告诉记者：“他们很看好海南市场，希望能和本地商场合作。”

了解新品、介绍项目、沟通意向……一个上午，高志萍不停地带着招商采购团队，穿梭于各个场馆之间，按照清单联络拜访了10多个品牌。

经过一轮走访后，高志萍的品牌清单逐渐清晰：周生生、周大福、派克、中国黄金、六福珠宝、阿路弗伦、樱花国际精品等品牌一一在列。

这些商品涵盖了服装包具、黄金饰品、家居用品等多个品类。为什么会选择这些品牌？高志萍解释，这些品牌和商场定位有着极高的契合度，其中不乏已落户在商场里的“老朋友”。

“比如和我们合作了十多年的派克，这次参会带来了世纪、卓尔、精英等5个系列的笔，展现了品牌的至高水准。”高志萍说，品牌方一直很重视海南市场，在本地培养了一批消费群体，近两年销售业绩也在不断上涨。

而在高志萍看来，各个品牌在消博会上推出的新品颇多，是了解前端市场的最佳时机，“过去想进一步了解品牌需要去外地，如今在消博会上就能‘一站式’完成。”

（本报海口4月13日讯）