



在消博会环保艺术珠宝品牌高纳仕(GAONAS)展区, AI设计的珠宝摆件亮相。 本报记者 张茂 摄



本报海口4月13日讯(记者刁寒)春光依旧,好物“上新”。作为第四届中国国际消费品博览会“重头戏”,组委会向来不吝于把聚光灯投向新品发布会。4月13日下午,以“消博聚新,首发首秀”为主题的新品发布会拉开帷幕。来自茅台、保乐力加、格兰父子、中国金币、国药大健康、浙江“品字标”区域公共品牌字号、湖北展团等企业、展团纷纷抓住机会,轮番推介新品。

当天的发布会,中西碰撞,“酒香四溢”。打头阵的茅台集团发布旗下春系列文化产品。物萌苏、微雨纷、桃李开、鸟声喧、蝶自飞、行舟下……大屏亮起,“谜底”揭开,原本坐在座位上的观众们不自觉地站起,涌到舞台中央,拍摄更清晰的画面。

国际知名烈酒企业格兰父子洋酒公司,此次发布的是WILDMOOR远慕高年份调配麦芽苏格兰威士忌。“这是格兰父子洋酒公司进入中国市场以来,首次发布新品牌。此前我们已经参加过两届消博会,每一年的效果都不错。我们相信这个平台可以为公司新品提供足够的知名度。”格兰父子洋酒公司WILDMOOR远慕品牌经理汤颖告诉海南日报记者。

在新品发布会结束后,许多观众前往展台咨询品鉴。记者在格兰父子洋酒公司的展台看到,等待的观众已经排成了“L”形,队伍从展台内一直延伸到了展台外。

享受美酒,也要兼顾健康。国药集团是中国健康领域的“国家队”成员,其旗下的国药大健康已经是四届消博会。在13日的新品发布会中,国药大健康以“健康成就美好”为主题,带来多款新品。4thMeal、百穗、仙晏、FANCL、KAYAJ、禾宝蓝等近十个品牌齐齐亮相,新品覆盖专业专研抗衰产品、滋补营养品、饮品等。其中,4thMeal第四餐品牌是首次于消博会展现在大众面前。

国药集团大健康产业有限公司副总经理徐阳一走下发布会的舞台,就被各地记者团团围住。徐阳透露,国药大健康参与了三届消博会的新品发布会。“消博会是国家级的展会,观众多,很多国内外媒体都会来报道,所以推广效果非常好。搭上‘消博会’的东风进行新品发布,对于品牌宣传是一件事半功倍的事。”她笑道。

和“老朋友”国药大健康不同,中国金币集团有限公司是消博会的“新面孔”。虽然是首次参展,“动作”却不小。在当天的新品发布会上,该公司一口气举办了中国国际消费品博览会纪念章发布暨赠送仪式、中国金币和交通银行品牌联名产品发布暨合作签约仪式。

“消博会是有影响力的平台,要借此机会大力宣传我们的品牌。”该公司董事白丽冰说。

精彩还将继续。记者了解到,本届消博会的新品发布会共汇聚28个国际、国内知名发布主体,共有38个品牌携带115件不同款式、系列的新品惊艳亮相,涵盖时尚香化、珠宝首饰、世界名酒、高端食品、电子科技、生物科技、生活方式、潮流玩具、传统瓷器等领域。

值得一提的是,除了舞台发布活动外,本次全球新品还新增了线下陈列展,特别设计五个主题岛屿,将百余件新品装入岛屿,打造沉浸式发布体验。



保乐力加旗下露川纯麦芽威士忌。 本报记者 张茂 摄

海南巧克力品牌进军国际市场 普莱赞国际巧克力在消博会首发

本报海口4月13日讯(记者邱江华)一口咬下去,微酸感在口中顿时蔓延开来,伴随着热带水果的独特风味。4月13日,第四届中国国际消费品博览会海南馆,一款普莱赞国际巧克力首发亮相,吸引了众多采购商前来咨询了解。

“这款巧克力全部采用海南本土优质可可豆生产,风味独特。本次首发亮相,不仅是一次产品的市场推广,更是一次海南

巧克力品牌走向世界的重要契机。”海南兴科热带作物工程技术有限公司经理莫淑敏向海南日报记者介绍。

普莱赞国际巧克力的诞生,离不开科技加持。近年来,中国热带农业科学院香饮所科研团队选育出第一个具有知识产权的可可丰产抗寒品种“热引4号”,同时不断加大创新力度,用本地产出的优质可可豆,创新开发出多款巧克力“跨界”产品,让

每一颗巧克力都散发着浓郁的热带风情。

“普莱赞国际巧克力的成功研发和生产,不仅有助于推动海南热带特色高效农业的发展,也为当地农民带来了更多的增收机会。”莫淑敏说,未来,普莱赞国际巧克力将不断推出更多创新产品,满足消费者的多样化需求,推动国产巧克力品牌的持续发展,为国家热带农业和海南自由贸易港建设作出更大的贡献。



消博会参展商展示普莱赞国际巧克力。 本报记者 张茂 摄



在消博会1号馆数字和服务消费展区,中石化加油机器人吸引观众眼球。 本报记者 张茂 摄

贵州茅台酒春系列文化产品发布

本报海口4月13日讯(记者邵长春)4月13日,作为第四届消博会的全球战略合作伙伴,贵州茅台集团在消博会专设展馆,并于当天举办了“春生万物”贵州茅台酒·春系列文化产品发布会以及茅台馆开馆仪式等多项活动。

据悉,当天消博会上发布的贵州茅台酒·春系列文化产品是茅台深度践行数实融合理念的第三款产品,通过数字技术映射农耕文化、生态文化之美。

贵州茅台酒春系列文化产品规格分为53%vol 500ml、53%vol 100ml两种规格,以茅台酒核心产区优质糯高粱、小麦、水为原料,采用大曲酱香型白酒传统工艺酿制和勾兑,特别以春季生产的基酒勾调,五年酿成。

春系列文化产品包含物萌苏、微雨纷、桃李开、蝶自飞、鸟声喧、行舟下等6款不同风格产品,采用春季不同时节、不同场景、不同物候特征基酒进行勾调,呈现不同

个性、风格和口感。

据悉,巽风数字世界是春系列文化产品的唯一正规获取渠道。巽风用户可以在巽风数字世界“茅酒之源”的数字映射场景中,体验参与茅台酒酿造流程,学习了解酿酒知识,参与完成酿造任务,积攒相应的权益,达标特定条件后可获得对应的数字藏品,拥有购买对应产品的资格,再前往茅台线下经销商门店提货。

大众汽车集团(中国)13款车型吸睛

本报海口4月13日讯(记者曹马志)展馆里停着13款汽车,数量不算多,前来观展体验的人络绎不绝。4月13日,在第四届中国国际消费品博览会上,大众汽车集团(中国)携旗下多品牌的重磅车型一经亮相,迅速成为热门“打卡地”。

保时捷、奥迪……记者注意到,每一台车前都吸引了众多“粉丝”。“海南自贸港的发展为我们带来广阔机遇,我们也将致力于海南的电动出行和绿色发展作

出积极贡献。”大众汽车集团(中国)销售副总裁张岚表示,很荣幸携旗下品牌再度亮相消博会,为观众带来集团品牌的明星车型。

走进大众集团的展区,特色鲜明的车型是当之无愧的“主角”,牢牢占据很多参展嘉宾目光的“C位”——

大众进口汽车携德系中大型越野性能SUV 途锐瞩目亮相,途锐3.0 TSI 锐尊版以全方位高阶配置领衔坐镇,途锐3.0 TSI

锐享火山岩涂装运动版以舒适配置打造更好的驾乘体验;保时捷中国携3款车型亮相消博会,新款Cayenne E-Hybrid以强劲性能诠释保时捷对电气化时代驾驶体验的理解;纯电豪华旗舰车型奥迪e-tron GT 闪耀亮相,……

此次消博会现场,大众汽车集团(中国)还重点展示了公共充电和家庭充电场景的业务布局,以及相关最新充电设备和管理系统。

特斯拉赛博越野旅行车亮相消博会

本报海口4月13日讯(记者邵长春)4月13日,全球电动车行业领军品牌特斯拉如约亮相第四届消博会,旗下赛博越野旅行车首次亮相国家级展会,吸人眼球。

特斯拉工作人员告诉记者,赛博越野旅行车做到了“比卡车更实用,比跑车更迅速”。赛博越野旅行车的三电机版本可实

现百公里加速2.7秒。

此外,这个庞然大物还拥有近5吨的牵引能力,相当于一头非洲象的平均体重,最大载重达1134千克,可进行快速充电。

该工作人员告诉记者,赛博越野旅行车把传统汽车的骨骼结构直接做成了外骨骼,用特斯拉自研的高强度不锈钢材料替

代最外层的薄钢板和中间层的车身结构,利用高速空气实现无接触弯折,形成一层超硬的不锈钢外骨骼,并采用一体压铸技术制造承载式车身结构。

此外,特斯拉还在本届消博会上全面展示了全球销冠Model Y以及充电生态和科技出行方式体验场景。

中西碰撞 佳酿飘香 新品荟萃

第四届消博会新品发布会拉开帷幕

AI书法机器人。 本报记者 陈元才 摄



特斯拉旗下赛博越野旅行车亮相消博会。 本报记者 陈元才 摄