

## 时尚黎锦、椰雕花瓶……海南国货潮品馆精品荟萃 到消博会体验“海岛风”

■ 本报记者 孙慧

当传统非遗技艺黎锦与时尚圈跨界，会产生什么样的火花？

4月13日，在第四届中国国际消费品博览会上，位处1号馆的海南国货潮品馆里，一位外国男模身穿黎锦长袍，手提黎锦手提包，缓缓向众人走来。“这黎锦长袍太漂亮了，既古典又时尚。”参展观众李巧丽不禁拿起手机，不停地拍照留念。

在消博会上，各种消费精品、新品云集，璀璨夺目。

而海南馆以及海南国货潮品馆中展示的黄花梨、黎锦、椰雕、藤编、沉香及其文创等国货潮品，以别具一格的形式传递出时尚与传统艺术的和谐共生之美，让参展观众体验浓浓的“海岛风”。

椰壳制作的棋子、耳坠、项链你见过吗？在8号馆的海南馆内，一件件精致的椰雕产品吸引了观众的关注。在

海南国货潮品馆门口，一对高2.2米、腹径90厘米的巨型椰雕花瓶更是引来观众驻足，这对椰雕花瓶由人工雕刻而成，共花费4年时间才成品，主体图案体现出海南的自然风光和海南人民的美好生活。

“椰雕是传承了千百年的传统工艺，我们希望通过消博会的平台，把椰雕的美以及文化价值传递出去。”海南省非物质文化遗产项目代表性传承人柯秋枫说，由椰雕制作

的系列手工艺品精巧、环保、实用，不少观众和采购商都很感兴趣。

除了黎锦、椰雕、藤编等传统非遗技艺外，海南展馆还展出由胡椒、沉香、油茶等本土特产研发的胡椒香水、沉香精油、山茶油沐浴露等“跨界”消费品。科技创新提升了本地农产品价值，让农产品跨界成“网红”。

而由万宁后安绪山刀具厂生产的系列菜刀产品再次亮相消博会，可不

要小看这几把精巧的菜刀，它们已经远销海外。

除了产品展示外，今年海南展团还在国货潮品馆设置非遗互动体验区，多位非遗传承人在现场展示黎锦技艺、椰雕工艺、黎族民歌和黎族竹木器乐等非遗代表性项目，让参展观众感受海南传统文化的魅力，呈现海南优秀传统文化创造性转化和创新性发展的新成果。

(本报海口4月13日讯)

## 中欧地理标志展示馆： 百余种中欧地标产品亮相

本报海口4月13日讯（记者张期望）4月13日，中欧地理标志展示馆开馆仪式在第四届中国国际消费品博览会3号馆举办，来自欧洲、中国100余种地理标志产品亮相。展台上，既有来自欧盟的葡萄酒、奶酪、香蕉，也有来自洞庭湖的碧螺春、延安苹果、金华火腿、兴隆咖啡等中欧地理标志保护产品。

《中欧地理标志保护与合作协定》于2021年3月正式生效，目前，中欧双方共200个地标产品受该协定保护，其中中国有100个、欧盟有100个。这200个产品中，澄迈白莲鹅、兴隆咖啡、三亚芒果名列其中。未来，该协议的覆盖范围还将扩大。

中国欧洲经济技术合作协会副理事长潘锋表示，中欧地理标志展示馆是展示中欧地理标志产品的重要平台，将让中国百姓了解更多欧盟产品的优点，并加强中欧食品企业间的合作，期待欧洲消费者能买到更多的中国产品。

## 绿地全球馆： 30个国家和地区 2000余款进口商品参展

本报海口4月13日讯（记者李梦瑶）4月13日，位于第四届中国国际消费品博览会1号馆的绿地全球馆正式开馆。该馆由绿地贸易港集团打造，集合30个国家和地区近100个品牌2000余款进口商品参展。

绿地全球馆展览面积超500平方米，展品涵盖高端食品、酒饮、工艺品、珠宝、服饰等10余品类。其中，叙利亚吹制玻璃制品、加拿大斑彩螺、蒙古国羊肉肠、巴基斯坦骆驼皮灯、南非手工珠串、乌兹别克斯坦手工钩绣大衣等13款国别特色新品将在本届消博会期间“首发首展”。

展会期间，绿地全球馆还将同步启动国别旅游推介、首发新品品鉴、商品贸易对接、电商直播等活动，通过线上线下双驱动，让更多消费者发现“丝路好物”。

## 广西馆： “桂字号”精品和 东盟好物引关注

本报海口4月13日讯（记者孙慧）4月13日，第四届中国国际消费品博览会广西馆在海南国际会展中心7号馆开馆，馆内新颖独特的“桂字号”精品和东盟好物吸引了大批专业观众前来驻足品鉴与洽谈合作。

广西馆设置数说消费广西、智慧广西、甄选东盟、区域消费中心培育试点城市及佳品出乡五大主题展区。在智慧广西展区，宝骏悦也Plus·潮玩智能纯电SUV，集高品质座舱、同级最大空间、灵活储物空间于一身。

除了科技创新消费品以外，“桂字号”的精品还有很多。新晋“中华老字号”的丹泉酒业带来了多款精品酱酒，展馆内飘香四溢。在桂茶展位上，六堡茶茶香阵阵，吸引了不少观众驻足品鉴。在佳品出乡展区，武鸣沃柑、荔浦芋头、凤山山茶油、防城港海鸭蛋等农副产品琳琅满目，集中展现了广西乡村振兴新风采。

据介绍，本届消博会期间，广西展团将举办各类主题推介会、发布会等展销推介活动，进一步提升“佳品”的市场认知度，助力“佳品出海”不断提速，同时，促进“桂字号”产品与全球好物在双循环下实现“双向奔赴”。

## 香港时尚馆： 全球特色消费展区内 面积最大

本报海口4月13日讯（记者马珂）4月13日，第四届消博会香港时尚馆开馆，24家香港企业、40个优质品牌的消费品亮相。今年香港时尚馆占地面积600平方米，为全球特色消费展区内面积最大的展馆。

香港时尚馆集贸易推广及展销零售于一身，内设食品及保健品、家居生活及个人护理品及时尚潮流三个展区，以“美好港·乐享生活”为推广主题。展品款式众多，网罗不少香港中高端品牌，如香港龙头食品品牌安记海味、家居生活用品品牌海马、营养保健品巨头家得路等。

香港贸发局华南首席代表黄天伟表示，香港贸发局十分重视消博会这个国家级的国际消费品平台，已连续四届在消博会设立香港时尚馆，联动海南自贸港与香港国际商贸枢纽的优势，将香港以及海外优质产品带给消费者，助力香港企业推广品牌、拓展市场。

为了让观展者充分感受香港的时尚魅力，香港时尚馆带来一系列精彩活动，包括参展商产品介绍、试食试用及有奖互动游戏。此外，馆内还设有拍照和扫码打卡点，现场还有香港美食定时免费派送。

## “因消博会，我们来海南四年了”

### LATIO加拿大巧克力和消博会结缘四年 一块巧克力 从消博会奔向大市场

■ 本报记者 刘梦晓

4月13日，第四届中国国际消费品博览会开馆不久后，位于3号高端食品保健品展区的LATIO加拿大巧克力展柜已经聚客无数。

空气里，是巧克力浓郁的可可香；舌尖上，是各种口味巧克力带来的甜蜜滋味。“这些巧克力口味很不错，甜而不腻，适口性很好。”参展观众郑晓月在品尝一块黑巧后说。

“今年有11款新口味的巧克力，首次在消博会上亮相。”挤挤挨挨的人群里，加绿巧食品制造业（海南）有限责任公司（以下简称海南加绿巧公司）总经理孟伟伟乐得合不拢嘴，向不断前来试吃的观众介绍。

和往届消博会不同，此次LATIO加拿大巧克力的11款“面孔”，包装更小巧、配色更多元、口味更新颖。比如新品抹茶方形薄片，外包装是粉绿色向白色晕染过渡，拆开外包装，每块薄片还有一层内包装，拿取更方便。

再看口味，新品还包括咖啡牛奶、花生酱、薄荷白巧、橙子黑巧等口味，可选性更丰富。

“包装和口味上的调整，都是为了更好地适应中国市场的需求。”孟伟伟介绍，作为连续参加了四届消博会的参展商，海南加绿巧公司深知消博会的重要性，在消博会上首发新产品，是为了吸引市场的更多注意。

谈及四年消博会参展史，孟伟伟感慨良多。品牌和海南的结缘，还要从第一届中国国际消费品博览会说起。“作为来自加拿大的知名企业，我们原本只计划来参展。但在这过程中，我们深入了解并看中了海南自贸港的优惠政策，很快便计划在海口江东新区设立加工厂，生产巧克力供应国内外市场。”孟伟伟说。

在海口江东新区的帮助下，加工厂顺利落地，再加上第一次参加消博会市场的良好反应，海南加绿巧公司又参加了2022年第二届消博会。

再次参展的LATIO加拿大巧克力在现场很受欢迎，参展商品供不应求。海南加绿巧公司连夜组织加班生产，才保障了展会期间的供货。

“我们最初只是计划在这里办厂，没有开实体店打算。”孟伟伟告诉海南日报记者，第二届消博会上公司看到了观众的热情，在对市场进行调研后，就产生在海南开实体店的计划。

直至2023年第三届消博会后，首批两家LATIO加拿大巧克力实体店同天落地海口骑楼老街和琼山福地夜巷。

“每一次消博会结束后，我们就会马上投入下一次准备中。”孟伟伟说，第三届消博会结束后，公司结合现场和市场反馈，就已经在谋划第四次参展的产品，同时也根据国内市场反馈和用户习惯不断调整产品的参数。比如颜色更丰富的外包装，更受国内消费者喜欢；外包装内还带小包装，则是根据国人饮食习惯进行的更新。

此外，此次海南加绿巧公司不仅带来了自家的产品参展，还介绍了加拿大蜂蜜、燕麦片、西洋参等相关行业企业来到现场。“希望他们在消博会上的收获能像我们一样，能通过消博会走向更广阔的中国市场。”孟伟伟说。

(本报海口4月13日讯)



↑4月13日，在第四届中国国际消费品博览会主会场海南国际会展中心海南馆，海南的黎锦制品等本地精品琳琅满目，前来参观的观众嘉宾和参展商络绎不绝。 本报记者 陈元才 摄



↑在海南馆，工作人员展示海南紫金陶茶具。 本报记者 陈元才 摄

←在1号馆数字和服务消费展区，科大讯飞机器狗“小黑”与小朋友互动握手。 本报记者 张茂 摄

## 博鳌乐城国际健康消费分展区人气足 65家企业2100余种产品参展

本报博鳌4月13日电（记者陈子仪 特约记者何颖）4月13日，位于博鳌乐城国际医疗旅游先行区的第四届消博会国际健康消费分展区内，海南帝速整合功能医学医院品牌展柜前熙熙攘攘，不少嘉宾驻足详细了解该医院代理的健康食品。

“第一天就受到这么多人关注。”展柜前，海南帝速整合功能医学医院副院长刘伟很兴奋，“第一次参展消博会，没想到我们的产品这么受欢迎。”

受关注的不仅有海南帝速整合功能医学医院的展柜。海南日报记者了解到，本届消博会国际健康消费分展区有65家企业、累计2100余种产品参展，各具特色的创新产品吸引了不少嘉宾游客。值得一提的是，该分展区特设特医食品和保健品展区，共有日本大家、瑞士雀巢、日本永森等19家企业1300多种产品展出，其

中80%多都是国内未上市产品。

乐城先行区管理局相关负责人介绍，乐城紧扣健康消费，围绕药品器械、医美、特医食品、保健品和医疗服务，做好展会、主题活动和引流促销三篇文章。本届消博会期间，乐城先行区围绕创新产品首发、创新保险发布、学术交流和产业发展，谋划了4个主题活动。

据悉，美敦力、蔡司、爱尔康等国际药械企业将在乐城首次发布4款全球创新药械产品，同时乐城将与马来西亚最大、同时也是东南亚最大的再保集团 Malaysian Re（马来西亚再保集团）签约，促成乐城首个走出去的国际商业保险合作项目，助力乐城拓展东南亚医疗旅游市场，引入国际医疗旅游客群。此外，乐城还将发布全国版乐城特医险，这是乐城首个覆盖全国的保险合作项目，推动乐城提升国际医疗旅游消费回流。



4月13日，在消博会国际健康消费分展区，广州美央创新科技研发工程师Dr Michael Sena为宾客介绍数款新机。 本报记者 袁琛 摄