

消博会首个社会公众开放日，市民观展热情高涨 一站式览全球潮品

■ 本报记者 刘梦晓
实习生 张佳男

4月17日，第四届中国国际消费品博览会迎来首个社会公众开放日，现场气氛热烈，观众排起长队等待入场，展现出了满满的观展热情。

上午，当公众参观通道开放的那一刻，等待多时的观众们依次通过安检后，奔向目标展馆。

“消博会上很多国际品牌会带来精品、新品，平时很难看到，所以每年消博会我都会来逛。”海口市民王圣茹是消博会的“老粉丝”，连续四年逛展的她，已经逛出心得，“根据网上发布的消博会展馆分布地图，先锁定想看的品牌馆。”

跟随王圣茹的脚步，海南日报记者来到位于3号馆的景德镇展馆。走进景德镇品牌精品馆，仿佛置身于一个陶瓷艺术的宝库。那些经过72道工序精心制作的陶瓷艺术品，经过泥与火的淬炼，温润

如玉、莹莹淡雅。

“太美了，叹为观止。”王圣茹从事的是设计工作，这几年国风潮流席卷而来，新中式风格的诸多产品格外受消费者关注，“我会把一些和国潮有关的展馆都逛一遍，看看产品的配色、构图，了解时尚趋势。”

随着国产品牌的日益崛起，消博会不仅为本土品牌提供了一个展示精湛工艺与深厚文化底蕴的国际舞台，更成为它们向世界传递中国智慧与文化精髓的重要窗口。

敏锐的观众们对此格外青睐——在国货特色潮品展区的北京展馆内，《丝路神骏》景泰蓝摆件、《花开满园》花丝捧盒等京味儿产品吸引观众驻足观赏；海南展馆内，围绕时装周、围巾披肩等手工艺品，令观众无限赞叹。一些企业品牌的联名创新，如晨光文具与故宫联名的中国风签字笔、敦煌美术研究所龙年主题卫衣等博物馆文创周边等，都令参展观众爱不释手。

行走于各个展馆，记者常看到一些展区前大排长龙。“我们感受到观众们格外热情。”国药大健康展馆负责人张宇曦介绍，公众开放日首日，该展区接待的观众比去年同期增长近一倍，大家对展区展出的养生类产品格外感兴趣。与此同时，国药大健康带来的抗衰老产品，因各具特色、各有所长，特别受到“银发族”的关注。

而对于“上班族”而言，加拿大“黑科技”产品SP1KE适必客新型抗疲劳按摩垫、鞋垫，可以帮助他们在久坐、行走中放松肌肉，亦成为一款爆品。“这个按摩垫坐上去就不想起身，臀部肌肉得到按摩后太舒服了。”参展观众刘星辰说。

匆匆忙忙逛展的步伐中，也有不少观众特别留意电子产品。在湖北馆，随着歌曲《我和我的祖国》的音乐响起，人形机器人“盈盈”开始跟着节奏舞动“双臂”展现“曼妙舞姿”，引得观众纷纷拿

出手机拍照摄影。在消博会现场，“盈盈”身兼多职，不仅是“舞蹈家”，而且还代替人工向观众进行场馆解说，科技范十足。

参展观众徐畅在了解到“盈盈”可用于商超导购、智能养老等场景后，感叹地说：“科技改变生活，期待在以后的生活中，也能看到这些高科技产品的使用。”

展馆内的不少观众，也是奔着今年的首发首秀而来——德国卡赫携全球首台锂电布艺清洗机亮相，格兰父子带来远慕(WILD-MOOR)高年份调配苏格兰威士忌的中国首发，新加坡健康品牌傲胜全球首发新型养生黑科技“隐形”按摩椅……

“可以不买，但不能不看。”连续四年看展的观众曾繁义说，平时看不到的产品，在公众开放日中都能看到。感受消博会的独特氛围，拓宽视野，这是消博会的一大吸引力。(本报海口4月17日讯)

唯品会发布V-Global全球招商计划：以消博会为平台“买全球”

■ 本报记者 李梦瑶 张琬茜

不到几天时间，唯品会买手经理束毅的“好友列表”里多了一长串国际品牌的对接人。与以往动辄跨越七八个时区前往各大洲发现全球好货不同，这一次，他只需穿梭在消博会的各大展区就能“买全球”。

“收获颇丰”，这是束毅此次的“海淘”体验。

今年，唯品会首次以参展商和采购商的双重身份参加消博会，并派出包括管理层在内的大型采购团队“组团”参展，以期通过消博会发掘服饰鞋包、美妆护肤、运动户外、家居家电等领域的更多好品牌、好货品。

早在参展前，不少国际品牌就看中了包括唯品会在内的几个中国电商平台，尝试借助参加消博会的契机建立联系并进入中国市场。

国际品牌为何钟情中国电商平台？唯品会副总裁孙格非给出了一组数据。

“去年，我们的买手团队为平台引入了超过1500个新品牌，其中包括不少潮流、国际品牌。”她透露，2023年，唯品会的国际高端品牌销售额同比增长24%，尤其是穿戴类商品特别受欢迎。

正是如此市场反响，推动着国际品牌与唯品会等中国电商平台的“双向奔赴”。

“我们将积极借助国际展会寻找潜在的合作伙伴，希望可以吸引更多全球优质品牌入驻唯品会，携手探索品牌特卖市场的发展机会。”孙格非表示。

此次参展，唯品会也拿出了满满诚意：在本届消博会上正式发布V-Global全球招商计划，为合作品牌提供全周期赋能和专项资源扶持，助力国际品牌在中国市场实现业务高速增长。

(本报海口4月17日讯)

海南本土企业捕捉产品市场新风向 一颗椰子的万千可能

■ 本报记者 邱江华

“来品尝一下我们的纯椰子粉吧，味道很醇厚哦。”4月17日，在第四届中国国际消费品博览会6号馆南国食品展台前，人头攒动，不少逛展观众到展台选购、了解。南国纯椰子粉、生椰拿铁、椰子能量棒等多款产品在展台上并呈现。

说起来，海南南国食品实业有限公司(以下简称南国食品)是消博会“老朋友”了，连续四年参展。“越来越国际化”，是该公司企划中心经理陈雷的感受：“每年都有老客如约而至，也有新客慕名而来，甚至有不少是国外的面孔。”

诞生于1992年的南国食品，是一家海南老字号企业，这些年来，其开发了纯椰子粉、生椰拿铁、能量棒、椰子片、椰子饼等一系列富有海南地域特色的美食产品，广受市场欢迎。

南国食品利用自有产品特色，研制年轻人喜闻乐见的产品和口味，创新推出生椰斑斓、椰椰泡鲁达、生椰炖桃胶雪燕、椰加雪咖等多款现做“网红”饮品，角逐饮料赛道。

“消博会并不仅仅是一场精品汇集、机遇迸发的盛会，其背后折射出的消费结构转型升级、消费新风向等多维度的变化，同样值得关注。”南国食品企划总监许亚强说，南国食品借助消博会平台，紧跟市场消费趋势，驱动产品不断更新。

许亚强介绍，为开发椰子中的营养成分，从2013年起，公司与相关单位开展技术合作。科研攻关成功后，又在生产线上不断进行临床试验和产品调试，逐步制定出技术、工艺和原材料等标准。

一方面加强科技投入，一方面对现有产品优化升级。许亚强介绍，南国食品的优势产品是固体饮料，今年进行了技术升级，由原来高温喷物技术转变为冷萃锁鲜技术，能更好地保留椰子营养成分和鲜味。

品一品生椰拿铁，尝一尝椰子能量棒……这几天，在南国食品品牌馆，清新的椰香和醇厚的咖啡香交织，引得来往观众纷纷驻足品尝。专程从北京“打飞的”来的采购商陈彩艺是南国食品的“老粉丝”，“每年都来来看看有什么新品，感受独特的海南味道”。

“每年我们都借消博会和众多省内外渠道商对接洽谈。”许亚强兴奋地说，目前南国食品已与多个采购商达成初步合作意向，并计划下一步的深入考察和沟通工作。

“在家门口的国际展会，企业怎么能错过？借助消博会，南国食品在产品市场上有更多的耕耘和思考。”南国食品董事长刘汉惜表示，未来将继续以消博会为契机，与市场消费动态接轨，与国内外专业采购商加强交流，寻求合作商机，打通国内国际消费市场，让更多人了解南国，了解海南。

(本报海口4月17日讯)



4月17日，第四届消博会迎来了首个公众开放日，图为在瑞士展馆，观众在了解咨询展品。

本报记者 王程龙 摄



4月17日，观众在选购精美餐具。

本报记者 王程龙 摄



4月17日，观众在体验运动设备。

本报记者 袁琛 摄

新加坡高端健康生活方式品牌OSIM傲胜：期待扩大海南业务版图

“因消博会，我们来海南四年了”

■ 本报记者 习霁鸿

不但要向体验的观众介绍产品，还要为等待的观众取号登记。第四届消博会开馆以来，来自新加坡的高端健康生活方式品牌OSIM傲胜(以下简称傲胜)的展台工作人员连呼：“忙得脚不沾地！”

一连几天，傲胜展台大小小总共几十台按摩椅、养身椅几乎一直处于满座状态，而品牌的前台则摆放着一沓A4纸，上面是手写的号码、观众名字和联系方式。

“实在是太多人感兴趣了。为了避免大家等待太久，我们只能采

取取号的方式。您取完号可以先去逛展，快到号的时候我们会电话联系。”4月17日，傲胜展台一名正在登记的工作人员向取号的观众解释。

傲胜是消博会的老朋友。消博会期间的忙碌状态，工作人员早已习惯。

和销售员一样，已经连续4年来到消博会展会现场的傲胜(中国)华南深圳大区经理文坚也没轻松到哪儿去。

早在消博会开馆前，她就开始陆续接到全国各地多家媒体的采访邀请。为此，她不得不列出一个采

访安排清单。海南日报记者看到，这份清单里，文坚以每个采访半小时为周期，把每一天都安排得满满当当。

“消博会对品牌的曝光度、成交量和溢出效应都非常显著。已经有不少采购商前来洽谈，多家已经达成合作意向。”文坚告诉记者，因为有经验，品牌预料到了消博会的热度，今年已经把展台面积扩大到了180平方米。“尽管如此，我们每天还是要发出上百个号。”她笑道。

除了看中消博会的热度外，文坚坦言，消博会也为品牌方和消费者提供了面对面沟通的机会，能够帮助品牌深挖消费者的更深层需求，这一点对于品牌下一步的研发和经营都会起到非常重要的作用。

文坚介绍，傲胜今年在消博会首发首秀的隐形按摩椅就是基于消费者此前的反馈而研发的新品。“消博会就是其中一个反馈平台。”她说，为了满足消费者省钱、省空间、省时间的需求，傲胜推出的新品价格比常规款式低了不少，而占地面积和一个普通单人沙发相当，坐上去3秒就能体验到全身按摩。

与此同时，通过消博会，傲胜也敏锐地察觉到了海南市场的广阔。2022年6月，傲胜在海口万象城开设海南首店。文坚透露，该店的市场数据很不錯，超出预期。

“目前我们已经开始在海口、三亚等地考察，期待未来能够在海南扩大业务版图。”文坚说道。

(本报海口4月17日讯)

动态

消博会知识产权服务窗口 受理全省首个展会现场商标申请

本报海口4月17日讯(记者李梦瑶 通讯员庄先瑞)“请问可以在这里申请商标吗?”“当然可以。”4月17日上午，来自上海市的某参展商在第四届消博会“知识产权服务窗口”提交4份商标注册申请材料后，窗口人员当场受理，解决企业需求。

海南日报记者了解到，这是全省首个于展会现场受理的商标申请。

本届消博会期间，省知识产权局在展会

现场设置“知识产权服务窗口”，选派业务骨干，为参展客商提供商标、专利注册申请及业务咨询等专业化、个性化服务，进一步提升展会知识产权保护与服务水平。

下一步，省知识产权局将持续提升知识产权综合服务水平，深化展会知识产权保护服务，进一步优化知识产权受理流程，细化服务标准，为更多参展企业提供专业、便捷、高效的知识产权服务。

海南日报 融媒看点

海南省融媒体中心 推出创意视频《消博短剧》

本报海口4月17日讯(海报集团全媒体中心记者吴春娟)当短剧遇上消博会，剧情会走向何方?4月16日起，新海南客户端、南海网、南国都市报推出视频策划《消博短剧》。故事分别以“运动员穿越变成记者”及“百万博主化身主持人”的角度展开，通过趣味剧情演绎及网感旁白，带网友沉浸式逛展，推荐本届消博会的亮点、特点。截至4月17日19:30，两集短视频阅读量突破9万，部分网友在评论区留言“消博短剧，每日一乐”“哈哈棒棒棒”，反响热烈。



(《消博短剧》剧照截图)