

聚焦进博会

“新”生活 “酷”科技 “潮”消费

——进博会消费品展区纵览

绿色可持续理念贯穿始终,美妆“黑科技”亮眼登场,消费新趋势竞相涌现……在第五届进博会的消费品展区,超过7万平方米的空间里,围绕“新”生活、“酷”科技、“最”潮流三大方向,来自全世界的消费好物集聚于此。

拥抱绿色“新”生活

“你看这张微微发黄的纸,它就是我们在进博会上全球首发的‘BBC 纤维絮纸’。”在金光集团 App 的展台上,一系列添加了“BBC 纤维絮纸”材料的可降解餐具被放在了最显眼的地方,项目负责人江圣熙介绍道,“普通的可降解塑料虽然对环境相对友好,但相比化石原料制成的塑料制品,其耐用度、耐高温性等方面均有所欠缺。但可降解塑料中若加入了这款纤维絮纸,其物理性、耐热性都会显著提升,且能实现更快地降解。”

连续五年参展的花王集团,本次展示的新品的包装容器未来都将采用回收再利用的再生树脂作为原材料,相较之前的洗衣液产品,产品包装壳将减少 50% 的二氧化碳排放量。

除了给具体的产品“增绿”之外,在松下电器的展台,一个零售便利店的场景被整体“搬”了进来。“在这里你可以看到,我们如何让一整间店铺实现节能减排。”松下电器冷链物流事业部项目经理赵斌说,“通过采用节能环保设备,并使用综合运行管理云平台‘松下环境云’进行远程监控等方式,我们能够让店铺运营更加节能高效,减少设备损耗,降低碳排放。”

变美还看“酷”科技

在集聚了全球十大化妆品品牌的消费品展区,变美这件事充满了科技含量,进博会俨然成为美妆领域全球好物的重要首发地。

欧莱雅带来了一套基于脑电波原理的多传感器、头戴式装置,它能分析出消费者闻到不同香味系列时的情绪反应,从而帮助更好实现香水产品个性化选择。此外,欧莱雅还结合独特的用户定制设计,展示了一款能在家里轻松染发的手持染发设备。资生堂则带来了一项“数字皮肤”技术,利用人工智能在计算机上实现皮肤的超高精度再现和分析,帮助研究人员在三维视角下对皮肤内部的超微细结构自由地进行分析。

“个性”“定制”是美妆“黑科技”产品中最被高频提到的词汇。在本届进博会带来入浴剂、化妆水、粉底液等多款产品个性化定制服务的爱茉莉太平洋,其中国总经理于剑表示,前沿科技将给消费者带来更个性、更科学、更可持续的美妆体验,为未来美妆消费市场开创新颖新品类,开拓美丽新思路。

最“潮”的消费趋势

左边是中国首发的户外露营设备,右边是全球首发的生态设计山地自行车。迪卡侬展台最前方的两个展示场景正好反映了近来消费领域最热门的两个类目——露营与骑行热。“此外,今年我们还带来了生态设计多功能划船机、海上冲浪风车等,全方位满足时下消费者对于居家健身、户外露营等运动场景的消费需求。”迪卡侬展台工作人员介绍说。

今年的消费品展区还专设了文物艺术品板块,有包括佳士得、苏富比等顶尖拍卖行在内的 12 家境外文物艺术品经营机构参展。

富艺斯拍卖行中国区总监张文嘉表示:“本次进博会我们精心挑选了十件出自国际艺坛巨匠和新晋艺术家的风格各异的画作和雕塑,受惠于展期内的免税政策,我们将为国内的藏家提供拍卖以外的收藏途径。我们也期待继续向潜力无穷的国内地艺术市场延伸,创造更多机遇。”



第五届进博会消费品展区金光集团 App 展出的“BBC 纤维絮纸”材料。



第五届进博会消费品展区迪卡侬的全球首发新品——生态设计山地自行车。

进博花絮

“重磅嘉宾”登场

6日,第五届进博会食品与农产品展区迎来史上最大的“重磅嘉宾”,一条 370 公斤重的蓝鳍金枪鱼。

被称为“海中劳斯莱斯”的蓝鳍金枪鱼也是进博会的老朋友了。屡屡刷新纪录的“进博大鱼”不仅是历届进博会的“明星”展品,同时现场专业分割师傅行云流水般的操作,也给所有在场观众送上一场视觉盛宴。

6日,第五届进博会食品与农产品展区迎来史上最大的“重磅嘉宾”,一条 370 公斤重的蓝鳍金枪鱼。

进博透视



“芯向中国”“悦动你心”……

是什么让全球展商热衷中式“网言网语”

“芯向中国”“悦动你心”“比心的交情,用心的精酿”……第五届中国国际进口博览会现场,全球展商纷纷用中式“网言网语”吐露心声、推介产品,成为一道别致风景。

中国是全球第一货物贸易大国。进博会是全球首个以进口为主题的国家级展会,前四届累计意向成交额超过 2700 亿美元。中国市场强大魅力和进博会“磁吸效应”,让本届展会展馆不仅成为全球好物跑赢“产品力”的田径场,更成为展商比拼“策划力”“营销力”的擂台。

全球展商频频打造和使用“网言网语”,为自己在进博会“加分”,看中的是以下三个力量:

第一,看中中国消费者的力量。中国消费者需求是全球消费市场重要风向标。全球展商都在寻找与中国消费者沟通的最佳方式。“美有瓶替”,是向中国消费者夸赞自家美妆;“共伍未来”,寓意在第五届进博会与中国共“舞”。“智绘中国,绿动未来”、“碳”寻者地图、“碳”为观止……低碳环保、绿色节能也在策展中朗朗上口、亲切可爱。

第二,看中中国数字经济的力量。中国数字经济发展拥

有无限可能。中国消费者已习惯线上购物,去年跨境电商进出口规模近 2 万亿元。为更好适应中国市场,全球企业积极布局,建线上店、强供应链。“数字化转型”“元宇宙”都是本届展会展馆中的关键词。

第三,看中中国高质量发展的力量。过去十年来,中国对世界经济增长的平均贡献率超过七国集团总和。中国共产党二十大报告明确提出,高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。全球客商都把中国市场作为增长动能来源地。前四届进博会,参展企业发布新产品、新技术、新服务超过 1500 项。进博会已成为全球知名企业“首发”“首秀”产品,打造“中国定制”的主要舞台。

进博会上的“网言网语”折射出全球客商对中国经济的信心和谋求在华长期发展的决心。正如德国黑森州欧洲及国际事务司司长博喜文所说,“中国就像呼吸的空气一样重要”。

进博会是“世界的市场”“共享的市场”,中国市场是全球客商向往的地方。正如一家花卉展商在推荐卡片上写下的话:来到这里,“好事发生”!



参观者在进博会技术装备展区人工智能专区体验元宇宙交互应用。

科技赋能 魅力十足

第五届中国国际进口博览会于 11 月 5 日至 10 日在上海举办,其中的技术装备展区汇聚前沿技术和高端装备,集中展示行业智能化、低碳化等新成果。



▲参观者体验一款 VR 游戏座椅。



▲参观者在人工智能专区体验虚拟制片解决方案。新华社发

进博视界



绿色低碳 各展神通

在上海举行的第五届进博会上,汽车展区聚焦减碳和环保主题,参展企业纷纷带来出行领域的绿色方案。

▲在大众汽车展台拍摄的电动车模块化平台 AR 体验系统。
▲参观者观看一款电动全底盘平台模块展品。

新华社发