电动载人飞行器

“中国红”“黑科技”“绿消费”“粉展台”赚足眼球

多彩消博会 澎湃新潮流

第三届中国国际消费品博览会正在海口市举行，展览面积、品牌数量等指标更胜往届。这场聚焦消费精品的国家级展会，集中反映了当前市场对优质供给的巨大需求。

“新华视点”记者采访发现，消博会上各种商品琳琅满目，五彩缤纷，“中国红”“黑科技”“绿消费”“粉展台”尤为引人注目，为观察中国消费潮流提供了一个窗口。

手功能训练机器人

水翼自行车

国货走俏撑起“中国红”

在2万平方米的消博会国内展区里，全国各省区市组团参展，一大批老字号、国货精品以及非物质文化遗产精彩亮相，推动更多中国优质消费品走向世界。

北京展馆雍容大气的“中国红”色彩格外抢眼，馆内既有王致和、一得阁等中华老字号亮相，也有泡泡玛特、小狗电器等新国货展出，引来众人观看。

位于8号馆的漳州片仔癀展区也凸显“中国红”元素，仿古建筑外形的展台内，药品、化妆品、保健品等产品纷纷亮相。“大众可能觉得片仔癀是传统中成药，很‘老’，但我们正在通过不断创新，塑造品牌年轻化形象。”片仔癀展区负责人林靖宜说，消博会聚集全球消费资源，是其进入全球市场的一个重要通道。

国货走俏，凭借的不只是深厚的历史底蕴，更有时尚的原创风格和全新的“澎湃动力”。在湖北馆，一款外观硬朗的新能源越野车频频“被合影”。作为东风汽车推出的新款高端豪华新能源越野车，该车还没正式上市就已经在全国收获800多台预订单。“中国的新能源车在世界上也是领先的，我们对未来发展充满信心。”该车展位负责人雷子健说。

中国品牌的竞争力、美誉度与日俱增，向外不断走向世界，向内不断“俘获”新一代的消费者。新华网以“得物App”为研究样本发布的《国潮品牌年轻消费洞察报告》显示，近10年，“国潮”热度增长超5倍，78.5%的消费者更偏好选择中国品牌，“90后”“00后”贡献了74%的“国潮”消费。

健康低碳激活“绿消费”

从沙滩露天原生态时装T台秀场，到会议活动绿色屏幕及手册封面；从模拟野外空间的绿色布景，到一系列主打低碳环保概念的产品陈列，本届消博会上绿色元素随处可见。国内外参展品牌通过琳琅满目的商品实践绿色环保理念，让低碳意识进一步深入大众生活。

在1号馆，泰山体育品牌展位里的一抹绿色为观展者带来别样的清新感受。从浅绿到深绿，这片“释放负氧离子”“100%可回收降解”的人造草坪是从“外”到“内”真正的“绿色”展品。“10年后还能整体回收，重新制造，对环境非常友好。”该品牌展台负责人宋坤说。

透过消博会可以发现，在“双碳”目标背景下，绿色消费正全面融入生产生活的方方面面，各行各业品牌都在积极探索适合自身的可持续发展之路。首次参展的某电器公司带来一款纯电动“移动便利店”，不仅搭载了节能厨房设备、保温节能材料，还可以作为移动试点，减少因频繁开闭店装修而产生的大量碳排放。另一家参展商展示了采用植物纤维和可回收聚氨酯生产的可降解新材料，可减少动物皮毛使用……

在消博会期间举行的“推动以竹代塑 促进绿色消费”论坛上，商务部副部长盛秋平视频致辞时表示，商务部将会同有关部门加快培育绿色消费市场，引导商贸流通主体与竹制品龙头企业产销协同、供需对接，同时加强宣传推广，传递绿色发展理念，鼓励绿色消费，在全社会推动形成绿色生活方式。

创新时尚彰显“黑科技”

突出科技创新一直是消博会的鲜明特色。四肢灵活、能扫地会做饭的人形机器人；可识别气味、能走路爬坡的AI巡检“机器狗”……本届消博会上，众多“黑科技”产品赚足眼球。

许多产品与寻常百姓生活并不遥远。首次参展消博会的德国知名清洁品牌卡赫带来了多款新产品，如高温灭菌蒸汽清洁机、可“压扁”的旅行用清洁机等，引领家庭深度清洁风尚。“现在人们更加追求健康的品质生活，为产品创新提供了机遇和动力。”卡赫贸易（中国）有限公司品牌经理李倩说。

不仅消费产品越来越注重科技创新，消费服务的手段也随技术进步不断变革。

在美团展台，一块“零售大屏”展示了美团在本地生活服务领域的数字化能力，旁边摆放着无人机、自动配送车等设备。美团区域发展合作中心负责人马婧说，前不久，美团无人机城市低空物流解决方案通过中国民航局审定，由此具备了城市级货运航空公司的资质，并初步开启商业化运营。

毕马威中国联合穆迪戴维特在本届消博会期间发布的有关报告指出，科技进步是影响中国消费行业的核心趋势之一，数字技术被广泛融入日常生活中，线上和线下之间的边界正在变得模糊，更多先进技术被用来提升客户的购买体验感。

“她经济”带火“粉展台”

消费强劲复苏势头下，国内消费市场尤其是女性消费在旅游、餐饮、教育、美妆、家居、服饰等领域的消费主导地位愈发凸显，“她经济”正深刻影响着消费市场的变革和发展趋势。

粉色的广告牌、粉色的花树点缀、粉色的产品包装……在以女性为主要客户群的产品区，特别是化妆品、奢侈品等展台前，女性观展人群络绎不绝。“要不是因为疫情，前面两届我就想来了。”专程从上海来观展的李女士，是从事美妆产品销售的个体户。在消博会首日，她就把所有美妆类展台全部逛了一遍。“‘悦己’人群逐渐扩大，‘悦己’型消费渐成‘刚需’，我已经有了初步意向，准备和一家品牌签约进货。”

“未来美妆、珠宝市场前景广阔。”安永大中华战略与发展主管合伙人谢佳扬说，近年来，女性消费者呈现出年轻化的趋势和较强的用户黏性，女性购买珠宝首饰奢侈品以及美妆护肤更多的是满足“悦己”需要，而且随着互联网技术的发展，消费场景日趋多元化。

参展消博会的多位国外嘉宾表示，中国女性消费力量为全球消费市场增添新动能，多个国际品牌愈发重视开发中国女性消费市场。泰佩思琦&蔻驰亚太区副总裁钟秋娟说，集团旗下多个品牌，在三八妇女节、母亲节等节点开展特色主题活动，不断完善客户消费体验。 （图文均据新华社）

Keppel 吉宝置业
SEASONS RESIDENCES 吉宝季景铭邸
内环真现房
特价房源 活动时间:2023年4月1日-4月30日
即买即入住
单价17487起 元/㎡
建面约98-269㎡持续畅销
心动好房 限时秒杀
房号 50-102 建筑面积约 98.71㎡
优惠后单价 18185 元/㎡
优惠后总价 1795000 元
房号 50-101 建筑面积约 130.9 ㎡
优惠后单价 17487 元/㎡
优惠后总价 2289000 元
TOP20 连续3年排名 无锡新房成交总额 (数据来自金刚石)
2000+ 尊贵业主选择 吉宝·季景铭邸
100+天 一至四期 均提前交付
Vip 0510 8985 8888
未来生活馆 无锡新吴区行创四路与江华路交会处
本广告仅为形象宣传，一切图文数据仅供参考，最终以政府相关部门规划及双方签订的买卖合同为准。本资料中对项目周边环境、交通规划、教育、商业及其他市政配套设施的介绍，旨在提供相关信息，不代表本公司对此做出任何承诺。以上信息为截止到2023年4月的情况，以上相关内容不排除因政府规划调整、规定、政策变化及开发商无法控制等原因发生变化，开发商保留对资料随时更新、修改的权利，敬请留意最新资料。惠新区金桥外国语学校相邻于项目西侧，江溪金桥幼儿园相邻于项目西侧，新吴实验中学相邻于项目南侧，入升学仅凭学校招生简章，本公司不作任何入升学承诺。具体户型图以双方签订的商品房买卖合同为准，因客观情况发生变化的，吉宝有权使用同等品牌替换相关设施与设备。商品房预销许可证号：(2019)预销准字第049号，(2019)预销准字第102号，(2020)预销准字第094号，(2021)预销准字第033号，(2021)预销准字第059号，(2021)预销准字第160号，(2022)预销准字第078号。
广告