新时代 共享未来 第九届 中国国际进口博览会


欧莱雅带来的美妆展品。


美国时尚品牌拉夫劳伦展台。



宜家羊年中国新年系列展品。

消费品展区：

更高品质 更好生活



消费者在欧莱雅展台了解美发护发产品。


加拿大户外品牌始祖鸟今年加入“进博朋友圈”。


“环球国民品牌”展示区内来自国外的本土国民品牌。


阿根廷天然手工香薰圣马德雷首次亮相进博会。


VMUSE 带来的珠宝首饰展品。

■本报记者 张诗欢

当镜头对准进博会消费品展区，满满的消费新意与生活温度迎面而来。第九届进博会消费品展区以“更高品质，更好生活”为主题，设置家电家居、美妆日化、时尚潮流、体育户外四大专区，着力吸引环球“国民品牌”特色产品参展。开放的展台上，美好生活不再是抽象概念，而是观众伸手可触、亲身可感的鲜活体验。

全球头部精品集团、国际美妆巨头、全球高价值体育品牌等一众龙头企业齐聚于此。各家展台设计匠心独具，多款全球首发、亚洲首发、中国首发新品集中亮相。

欧莱雅专为本届进博会打造的“龙凤美神”（KALLISTÉ TWINS）艺术装置迎来全球首展，人文艺术与AI生成图像在对“美”的诠释中交融碰撞。3款美妆科技同步亚洲首秀，焕新护肤、护发体验，其中多效光能美发棒搭载专利红外光技术，可在远低于传统设备的温度下完成造型。

宜家以富有组合变化、可自由延展的“Cube（立方体）”为设计灵感，通过多个相互连通、灵活延伸的“家之立方”，搭建起多元丰富的品质生活场景。FÖSSTA弗斯达羊年中国新年系列等全球首发、中国首发产品，持续为中国家庭的日常起居注入创新思路。

首发新品的密集亮相，让展台像一本不断翻新的生活目录。开云集团全球首发Qeelin麒麟24K金系列、开云眼镜系列产品；雅诗兰黛集团全球首发MAC魅可定妆调色蜜粉饼；阿迪达斯全球首发三叶草新中式夹克系列；乔山健康科技全球首发跑步机、可调节哑铃等新品。

不少品牌今年新加入“进博朋友圈”。美国时尚巨头拉夫劳伦、加拿大户外品牌始祖鸟、德国户外服饰与装备品牌博格纳、德国高端厨具品牌福腾宝WMF、荷兰箱包和户外用品设计品牌XDDESIGN等都是首次亮相，美国生活方式品牌Woolrich当前正以稳健节奏推进中国市场布局，期待借助进博会平台进一步拓展。

情绪消费与体验经济，是今年展区十分突出的亮点。香氛香薰、美妆、潮玩等能够提供情绪价值的优质境外好物，被布置在更贴近观众的位置，德国精油护肤专家天露芬、阿根廷天然手工香薰圣马德雷等均是首次亮相。体育户外专区则把互动体验区做成“动起来”的现场，引体向上挑战、集体自行车竞赛等活动，让观众在参与中感受运动的快乐。

今年消费品展区首次设置“环球国民品牌”展示区，集中呈现来自加拿大、斯里兰卡、英国、西班牙、泰国等国的本土国民品牌，助力更多海外优质商品进入中国市场。更高品质，更好生活，正顺着进博会的展台，走进万千中国家庭的寻常日子里。

□本版图片 本报记者 郑峰 摄