

探营记

消费品展区



扫码看现场
跟着记者
先睹为快



62750 块乐高积木颗粒,9 位模型搭建师,经由 242 个小时拼砌、51 个小时安装而成,乐高展台上的“乐造星球”亮相,就成为了展区打卡点。“星球”上还有来自上海、长沙、石家庄、武汉和郑州等地的 100 名中国儿童创作的创意小模型,例如能瞬间移动的时空穿梭机、采集宇宙能量的超级飞船等。

本报记者
周馨 摄

做脸 购物 试珠宝 这里的首发新品好酷好潮好有范儿 最“美”展区 触摸换肤高科技

第三届进博会最“美”展区在哪里?消费品展区当仁不让。厚度仅有 2 毫米的超薄机械腕表、“千人千面”的美妆护肤“黑科技”、88 克拉的传奇黑钻,还有全球首秀合作系列……800 多家全球展商带来美好生活新风尚。看得到、摸得着、用得上、买得了,今年的消费品展区亮点不仅在于最新、最酷、最潮流的首发新品,还有触手可及的亲身体验。

现场体验 “画皮”成真

还记得花王去年带来的“未来皮肤”吗?今年有了升级版,不但可以护肤,还能上妆,真正变成了“画皮”。昨天下午,记者在花王展区看到,在“蓓优密美面膜”体验区,一排 5 个体验窗口已经设置完毕。

“去年我们展示的美面膜,立足于护肤,使用者在完成面部护理后,再通过仪器在肌肤表面直接喷超细纤维并形成薄膜,可以帮助肌肤形成湿润环境,更加促进护肤品的吸收。”工作人员告诉记者,而今年展示的升级版,使用者可以在这层膜上直接上妆。“喷上美面膜后,肌肤凹凸

部位会变得平整,进而使粉底涂抹更加均匀,提升贴合感和持妆效果。晚上把它一撕了之,甚至不用卸妆。”

爱美人士还能在这里看到雅诗兰黛、资生堂等众多全球知名的化妆品公司秀出美妆科技和首发新品。欧莱雅将公布其全球首款家用定制化化妆品配方概念产品 Perso,这是一款三合一家用定制美妆护肤仪器,可定制护肤产品、液体唇彩和粉底。以色列 AHAVA 今年首次参展,带来中国首发新品肌源抚纹系列,独有的 OSMOTER 死海水精粹能刺激胶原蛋白再生。



本报记者
孙中钦 摄

在首次设置的体育用品及赛事专区,各大品牌用各种巧妙设计“诱惑”你动起来。NBA 的特殊“摄影棚”拥有 360°环绕摄像头,让你拥有“明星”的感觉。腾讯携手日本任天堂带来的运动体感游戏“健身环大冒险”,则可以让你强身健体的同时尽情玩个够。

你熟悉的“洞洞鞋”品牌 Crocs 第一年亮相,就一改“舒适但不够时髦”“海滩专用”的形象,铆钉、流苏、钉珠、涂鸦……你能想到的时尚元素,如今它都有(见上图)。黑金铆钉款曾亮相上海时装周,是来自知名华裔女设计师薇薇安·谭的创意;年轻人喜爱的流行巨星贾斯汀·比伯、著名“潮牌”Beams 等,都带来了自己“花枝招展”的设计;通过与户外品牌合作,洞洞鞋“长”出了防护“绑腿”,在鞋面上藏着安全绳和安全扣,用于满足每个想冒险的灵魂;一双黄褐色的洞洞鞋上竟然趴着两只熟悉的肯德基香辣鸡翅,凑近一闻,还真的有一股香辣味儿!工作人员揭秘,这双肯德基联名款洞洞鞋里,在生产过程中融入了肯德基的秘方,一上市就受到了追捧。

用于装饰洞洞鞋的“鞋花”,被称为“智必星(Jibbitz™)”,Crocs 为本届进博会订制了“进宝”款“智必星”,并将在展会期间发放。

本报记者 陆梓华

铆钉流苏 『种草』时髦洞洞鞋

挥一挥手 珠光宝气

一块湿抹布、一块干抹布、一瓶清洁剂,再加上一件抹去指纹的擦玻璃神器,为了让高级珠宝在玻璃柜中散发出最璀璨的光芒,每一块玻璃都要经过三道擦拭工序,确保没有留下任何痕迹。临近开幕,聚集高端奢侈牌的消费品展区进入最后的细节调整。

“小心,小心,慢一点。”昨天下午,意大利高端珠宝品牌 DAMIANI 迎来“重量级”宝贝(见下图),5 件曾经获得珠宝届“奥斯卡奖”的作品原件,从该品牌的意大利总部博物馆来到进博会,首次在亚洲展出。在正式开展前,为了确认展示环境和拍摄

“定妆照”,它们被暂时放进了展示柜中。旁边则是 11 件最新推出的高级珠宝,包括动物系列、蓝宝石系列等。

而因为货值高昂,包括 88 克拉黑钻等在内的展品尚未入驻展区,但法国设计师珠宝品牌 Djula(茱蕊)却因为以互动形式亮相,已经露出真容。记者在现场看到,展区内悬挂着一个个 OLED 双面显示屏,展示新款珠宝的立体造型,站在大屏幕前,只要挥一挥手,三维建模的项链、手镯就会“出现”在你的脖子、手腕上,停留 3 秒钟后,就会拍下一张珠光宝气的照片。

线下展示 线上带货

受到疫情影响,出境旅行被按下了暂停键,你是否想念环球旅行的美景?在英国老牌旅行社托迈酷客的展台,红色的双层巴士和电话亭打造出浓浓的英伦风。坐上巴士,戴上 VR 眼镜,就能身临其境地感受阿尔卑斯雪山,步入电话亭,则“拨通”电话,给亲朋好友录一张有声明信片,扫一扫二维码,就能听到你的话语。

太久没有出国购物了?日本贸易振兴机构用线上线下融合的方式,将多家日企带到进博会的消费品展区。记者在现场看到,百余件展品的旁边,都放置着一张印有二维码的卡片,用天猫 APP、京东 APP、百度 APP 扫码后,就能进入购买页面。LOFT 联名款儿童水杯、竹宝堂腮红刷、近铁百货的北国马油等商品通过跨境电商在线销售。

如果想品尝异国美食,除了去食品及农产品展区,消费品展区也不能错过。米技带来的第五代电磁炉 G5-SPACE 概念机,可以将标准模块按需求组合搭建,实现在炉子任意区域,对多个不同形状的锅具同时个性化操控的功能,就好像搭积木一样,你可以左边蒸蛋、右边煲汤、中间炒菜,同时精准控温。而为了让国内外观众都能看到展会盛况,米技展台还会邀请米其林大厨、美食达人在现场烹饪并进行直播,做到好逛、好吃、好玩。

本报记者 张钰芸



张钰芸 摄