



德化陶瓷艺术家展示陶瓷制作技艺



外地客商品尝福茶



厦门企业现场展示露营装备

“福品”闯“天涯” 全球买闽货

千余款新品在第三届消博会首发首秀，众多福建产优质好物集中亮相

福建日报 新福建 新民晚报

以“共享开放机遇，共创美好生活”为主题的第三届中国国际消费品博览会10日在海口开幕，共有来自65个国家和地区的超3300个消费精品品牌参展，许多细分行业的国际头部品牌首次参展，1000余款产品进行首发首秀。其中，一大批福建产优质“福品”好物集中亮相。

省委省政府高度重视本届消博会参展工作。省商务厅牵头组织28家企业组成福建馆，以“福品卖全球、全球买闽货”为主题，分“福味飘香”“福茶生活”“福农优品(乡村振兴)”“福潮国风”“福见精品”五个展区重点展现福建省总体发展情况及“福品”好物。单独组团的厦门市以“数字浪潮 精品厦门”为主题，在厦门馆规划了“运动智能”和“时尚生活”两大主题场景，甄选7家品牌企业优势产品，为观众提供沉浸式体验。

占地300平方米的福建馆中，“沈绍安”“赛园”等再次赴约的老字号，展示了福建老字号守正创新的品牌形象；德化白瓷、建盏、软木画、脱胎漆器等特色“福品”，诉说着历代传承与发展的非遗技艺；食用菌、酱酒、茶叶等县域特色产品则反映了企业通过产业带动等方式，让农产品走出去、让农民脱贫致富、助力乡村振兴的有效成果。



福建产品亮相第三届消博会

“福农优品”受追捧

雅致的深色表面、金色内里，不小的尺寸拿在手里却没那么重量，本届消博会上，老字号“沈绍安”漆器的一款集轻盈与瑰丽于一身的紫砂胎茶杯颇受北方客户追捧。

“沈绍安”已是连续第三年参展。展台工作人员印月良介绍，参展两年来，他们不仅提升了品牌知名度，也实打实拓展了市场。他们与不少茶企合作，共同销售茶器。有机银耳成熟之时，趁鲜嫩立即采摘，当天用武夷

山泉水清洗剔除根部，急冻、真空脱水。首度亮相消博会的邵武市绿农食用菌有限公司总经理成宁介绍，虽然市面上的冻干银耳产品不少，但自家产品从菌种、生产、栽培、采收、加工、包装到销售，全产业链在厂内完成。与市面上普遍采用的熬煮工艺不同，他们采用国际先进的FD冻干锁鲜工艺，复水后能最大限度保留新鲜银耳的口感。去年，公司产品获得有机银耳、有机冻干银耳认证。由于品质优良，绿农的

“福味飘香”获青睐

产品已作为配料，加入到广西的出口罐头产品中，但由于产量较低，价格比非有机的要高出30%左右，开拓销路并不顺遂。成宁希望借助消博会这个国际化平台，找到更大的市场和合作机会。“我们的产品是符合当下绿色消费趋势的。”

消博会上另一家福建食品企业也表达了同样的追求。

厦门建发食品供应链旗下专注青梅产业链的品牌“梅花乡”已是连续第三

年参加消博会。他们的主打产品是一款100%纯青梅制作而成，零添加油、糖、淀粉、防腐剂的青梅精。而103斤经过严格甄选的诏安富硒青梅，才能浓缩成1斤青梅精。

“随着消费水平日渐提高，人们对食品的要求越来越高，开始注重食品的营养价值、食材来源、制作过程等。”展台工作人员表示，相信健康的青梅制品会被越来越多消费者所青睐，满足更多人对健康生活的需求。

现场

既有异域风情也有智能科技

全球精品好物汇聚、国潮新品闪亮上新、智能产品惊艳亮相……为了第一时间亲近中国市场，国内外参展商们热情高涨，带来一大批首发、首秀、首展的新品潮品，也让参展人员能体验到更多“首尝、首见、首试”。

Illy咖啡、精选意大利葡萄酒、意大利工匠冰淇淋、象征意大利的绿白红三色……作为本届消博会的主宾国，多个“意大利制造”带来浓浓的“意式”风格，从明黄色的法拉利品牌“蜘蛛SF90”整车到精雕细琢的贝雕首饰，吸引了不少参观者驻足体验。

叙利亚锦缎制品、阿富汗青金石艺术摆件、意大利宝格丽葡萄酒、尼泊尔满月颂钵、土耳其玫瑰纯露……走进“绿地全球馆”，异域风情更加浓厚。绿地全球商品贸易港集团在本届消博会上引入28个国家近200个品牌2000余款商品，其中超过七成合作企业来自“一带一路”沿线国家或RCEP成员国。

在消博会现场睡一觉是什么体验？艾纳诗科技集团把一间“深睡小屋”带进了展馆。“这是我们在消博会上全球首发的‘深睡小屋’数字健康睡眠系统，首次提出以物理性、非损伤性的解决方案，干预睡眠问题。”该公司董事长助理李景明告诉记者，床上的枕头和床垫里配有传感器，可以监测使用者的心率、呼吸等数据，对其睡眠状态进行基础研判，床边的两台舒曼波康养机和慢波睡眠机则基于原创的荷电粒子波等技术，引导大脑脑波快速进入舒曼波频率，享受深度睡眠。

以人工智能技术赋能零售行业的扩博智能是一家上海企业。站在一排货架前，工作人员向记者演示，只要用手机对准货架上的商品拍一张照，一键发送到云端，就能将照片上的信息立马转换为货架占比、缺货率等销售数据，相关技术对零售商品实时图像识别准确率可达95%。

“福见精品”高颜值

五天的展会中，参展的福建企业不仅寻找“福品卖全球、全球买闽货”的机会，更借此机会触摸消费趋势。而绿色消费、健康消费、智能消费、时尚消费，也正是本届消博会聚焦的热点。

跑步机、按摩器材、全套露营装备，多款“厦门制造”为观众提供沉浸式产品体验。

在智能健康科技领域已深耕27年的奥佳华集团带来了首款支持鸿蒙智联的按摩椅——AI按摩机器人2.0，可运用智能算法分析人体疲感参数，让专属按摩体验更智能、更舒适。

“按摩椅毕竟是大件，

一般家庭空间有限，购买的决策周期也长。”展台工作人员介绍，他们第一年参展时带来的几乎都是大件，发现这个消费特点后，这两年他们参展的按摩器产品越来越丰富，比如今年带来的腰枕、按摩眼罩，“身形”越来越小，“颜值”却越来越高。

奥佳华如今的策略是，让不熟悉品牌的消费者通过较小体积的产品“种草”，亲身体会好产品的独到之处，从而产生对品牌的认同。在这场不是面向终端消费者的展会上，现场体验过后，不少人却直接下了单。

同样体积越来越小的

“福潮国风”闯天地

还有厦门汉印电子技术有限公司带来的一系列打印机产品：便携打印机只有一个文具盒大小，真正做到打印随时随地；学习打印机内置有小初高海量免费学习真题，还支持拍照收集错题，支持字迹快速擦除，支持题型举一反三；口袋照片打印机比手机还迷你，即拍即打，随时记录美好……

汉印展台工作人员陆星宇介绍，近年来，随着学生在线学习和员工远程办公需求增长，家用打印机可谓“新刚需”，汉印陆续推出一系列家用产品，在细分市场取得不错的增长，市场份

额也有所提升。“长期以来，打印机市场基本上被数个外国品牌垄断，现在我们在外国品牌的夹击中，闯出了自己的一片天。”

“酒香也怕巷子深。”福矛酒业集团董事长助理林芬说，目前福建酒业整体规模小，单打独斗能量有限，有责任带动更多酒企抱团开拓市场。消博会不仅是提升企业品牌知名度的良好契机，更是提升企业竞争力的契机。从展台布置到品牌打造，福建企业应该借此机会，与来自全国乃至全球的同行多交流多学习。