

消博会奏响 “科技+开放”双重奏

4月13日,第六届中国国际消费品博览会在海南举办。本届展会是海南自贸港全岛封关运作后的首届国家级消费盛会,以“开放引领全球消费,创新驱动美好生活”为主题,汇聚了来自60多个国家和地区的超过3400个品牌参展,搭建起全球消费精品展示交易的国际化平台。

本届消博会上,各个国家和地区的“新、奇、特、酷”消费精品争相亮相,为参观者带来充满新鲜感的观展体验。

从赛道到云端: 中国智造燃动速度与未来

本届消博会设置了科技消费、时尚潮流、健康消费、全球特色消费、免税与高端精品、国货精品和国潮出海共七大展区。在高端交通工具展区,张雪机车与宾利、兰博基尼、杜卡迪等国际豪车同场亮相,国际顶级品牌与国产品牌同台竞技,气场拉满。

张雪机车:WSBK夺冠热度引爆消博会,订单排到今年9月

消博会期间,张雪机车展位前人头攒动,长枪短炮齐聚,大批机车“粉丝”专程赶来打卡拍照,人气拉满。

一台流线型的820RR机车静静陈列,却难掩其赛道上的王者

之气。日前,中国品牌“张雪机车”在世界超级摩托车锦标赛(WSBK)葡萄牙站赛事中夺冠,在中量级组别中包揽两回合冠军,打破了欧洲、日本等厂商对这一赛事长达数十年的垄断。葡萄牙

资深摩托车赛事专家鲁伊·贝尔蒙特将这一成绩称为中国品牌进军高性能赛事领域的“转折点”,认为这证明了中国制造正不断提升技术能力和综合竞争力。

夺冠效应在消博会上迅速转

化为市场热度。据现场代理商介绍,张雪机车全国有265家店,比赛夺冠之后订单量翻了两到三倍,交车的日期已经排到了今年9月份。值得一提的是,代理商明确表示:“来参加消博会只是单纯为了亮相,让国内外的友人了解我们这个品牌,了解我们张雪机车,不是为了卖车而参展。”

浙江风巡:AI大模型首次完整移植两辆燃油摩托车

这家2025年成立的初创公司,大胆将汽车用的毫米波雷达、六轴传感器和AI大模型首次完整移植到两轮燃油摩托车上——实现360度无死角监测,预判弯道曲率、摩擦系数,还能学习骑行者的加速、刹车、过弯习惯。

坦途创新总裁范宝文介绍:

“这台1000RR型摩托车,以公路、山路骑行场景为主,不以竞速为目的,植入了车规级芯片,拥有更好的操控,更稳定安全。”在他看来,摩托车骑行对安全性的要求远高于汽车,而传统摩托车的安全辅助系统几乎空白,坦途创新的破题思路恰恰精准击中了骑行者的核心需求——如何在享受

速度的同时,获得智能化的安全保障。

这种将车规级AI技术“下放”到燃油摩托的跨界融合,不仅打破了传统出行的边界,更为未来智能出行开辟了全新的想象空间。范宝文在展会现场感慨:“中国机车正用不同路径证明,突破来自于对核心技术的‘死磕’。”

飞行汽车:低空经济从银幕驶入现实

在科技消费展区,曾经只存在于科幻电影中的飞行汽车,在本届消博会上成为看得见、摸得着的现实。广东汇天航空航天科技有限公司(简称“汇天”)带来了全球首款即将量产的分体式飞行汽车“陆地航母”,吸引了不少观众拍照打卡。

这款陆空两栖“神器”分为“陆行母舰”与电动垂直起降航空器两部分,采用全球首个800V(伏特)碳化硅增程动力平台,综合续航超过1000公里。它可在5分钟内实现陆行体与飞行体的自动分离或结合,一举解决传统飞行器“移动难”“储存难”两大痛

点。其陆行体兼具运输、存储、补能功能,既能适配日常通勤,又能拓展户外越野、低空旅游、应急救援等多元场景。

汇天副总裁李锐表示,该款飞行汽车采用全球首创单杆操控,搭配智能飞控系统,大幅简化操作流程。在合规空域与教员指导下,普通人很快就可上手实操,让飞行变为大众可体验的生活方式。

今年3月,位于广州市黄埔区的汇天飞行汽车量产工厂迎来5台“陆地航母”飞行器同日下线并完成多机试飞,标志着产品研发验证正式迈入商业化量产准



备阶段。目前,“陆地航母”已收到超7000台订单,市场热度持续攀升。

从张雪机车的赛道荣耀,到浙江AI大模型摩托车的硬核科

技,再到飞行汽车的低空经济想象——本届消博会上的热门交通展品,用速度、智能与未来感,向世界展现了中国制造与中国智造的硬核实力。

从穿戴到家居: 科技消费“飞入寻常百姓家”

如果说热门交通展品代表了消博会的“速度与激情”,那么遍布各大展馆的科技消费新品,则让前沿科技从实验室真正“飞入寻常百姓家”。从AI眼镜到智能戒指,从科技健身椅到康养机器人,本届消博会的“科技热”正以前所未有的渗透力,重塑人们的日常生活图景。

AI饰品:轻量化穿戴掀起“眼前革命”

今年的科技消费展区,集齐了国内头部AI眼镜品牌,十余款最新AI眼镜产品悉数亮相,集中呈现空间计算、端侧大模型、轻量化穿戴、全场景智能交互等前沿成果。

作为当下最为火热的智能眼镜品牌之一,乐奇Rokid带来了已实现量产的全球最轻全功能AI+AR眼镜——重量仅有49克,外观

与普通眼镜无异,搭载衍射光波导技术,实现全天候舒适佩戴。

“乐奇,我前方有什么?”一位体验者问。“在你前方有一个白色展台,一位女士正在体验展品。”眼镜立刻通过语音作出了描述。这款眼镜的“慧眼”功能,甚至能帮助视障人士“看见”世界,识别前方的障碍与物体。

乐奇Rokid品牌公关叶子凌

介绍,这款仅重49克的AI眼镜,能够实现拍照、导航、翻译、支付等多重功能,目前用户已遍及全球100多个国家和地区。“在消博会现场,感兴趣的外国用户比较多,来自乌克兰的观众试用后连声称赞‘Nice!’”

AI眼镜的火热,折射出整个智能穿戴赛道的蓬勃态势。消博会上,华为首款AI眼镜完成全球超前首秀,每天约有2000人次咨询、体验相关产品。科大讯飞新一代AI眼镜也亮相展会,一副小

小的眼镜集成了语音翻译、视觉翻译、多模态同传等多种功能,为商务出行、文旅观光、日常交流提供全场景智能辅助。

此外,兼具心电图监测、情绪识别、睡眠跟踪等功能的智能戒指也亮相展会,最轻款式仅重2克,续航可达10天,精准捕捉了35岁以上消费者对无感佩戴健康管理的需求。淘天集团展位工作人员介绍,包括智能眼镜在内的智能穿戴设备,已经从昔日的“极客玩具”走进大众生活。

智慧康养:AI守护银发生活

同国家和地区的使用需求。

本届消博会“科技热”背后,展现了一个清晰趋势:AI已从概念阶段迈入落地新阶段,从穿戴设备到健康管理,从居家照料到高效办公,前沿科技正通过多样化产品渗透到民众生活的方方面面。



连接中国与世界: “消博会效应”释放开放强音

此次消博会不仅是一场消费精品展示盛会,更是观察中国持续扩大高水平对外开放的重要窗口。正如瑞士瑞妍市场营销总监程岩所言:“消博会不是简单的买卖平台,它是一座桥,连接中国与世界;它是一扇窗,展示中国开放的决心与诚意。”

本届消博会主宾国加拿大搭建了400平方米的国家馆,组织了近40家加拿大企业参展。此外,俄罗斯、保加利亚等国首次以国家馆形式亮相。“开展第一天,我们已经忙不过来了。”保加利亚国家馆馆长用“和气温一样高”的热度形容现场的火爆。俄罗斯出口中心驻华首席代表尤金·巴诺夫表示:“我们在了解海南封关政策后,第一时间将信息传递给企业。”开展第一天,俄罗斯国家馆已与中国企业签署了合作协议。

瑞士、捷克、爱尔兰等12个国家和地区组织官方团参展,进一步丰富了国际展品的多样性。爱尔兰威士忌、捷克水晶、德国保健品、乌拉圭肉类……全球特色消费展区如同一个浓缩的“地球村”。

“全球首发、亚太首展、中国首秀”正日益成为消博会的一道独特风景线。本届消博会期间,“2026消博新品秀”活动将开展40余场新品首发首秀活动,涉及近百个国内外品牌。

华为携鸿蒙智行旗下尚界Z7I/Z7T等新车首秀亮相,首秀后不到两天,每天都有观众提出小定意向。鸿蒙智行全新成员“尚界”双轿跑,

成为科技消费展区最吸睛的展品之一。

泰国正大集团连续6年赴约,依托展会溢出效应,在海南万宁布局咖啡全产业链项目,借力自贸港“零关税”优势,走出一条“全球采购、海南加工、全球销售”的升级之路。加拿大艾纳诗集团首届参展后,果断落户海口高新区,如今已在海南建起集研发、生产、体验于一体的完整产业链。

本届消博会还首次设立采购商服务中心,邀请境内外到会专业采购商约6.5万人,同比增长10%;首次设立旅游零售品牌“孵化区”、新能源游艇专区等。五年来,消博会已累计吸引92个国家和地区、3800多家企业、超过1.2万个品牌参展,70余家头部企业在参加消博会以后落户海南。

商务部副部长盛秋平表示,消博会已发展成为引领全球科技消费的风向标、全国消费升级的新样板、国际消费合作的枢纽港。本届消博会全力打造全球消费精品首发平台,组织一系列产品首秀,让更多全球好物、前沿科技、创新成果登台亮相,把消博会打造成全球潮流生活的“始发站”和“打卡地”。

在海南自贸港建设不断推进、中国消费市场持续扩容的大背景下,消博会正以更加开放的姿态连接全球,让更多优质产品走进来,也让中国机遇在更大范围内惠及世界。随着海南封关政策红利持续释放,更多国际品牌将加大在海南布局的力度,推动全球消费合作不断走深走实。

本文综合央视网、人民网、新华网、海南日报等媒体报道

消博会见证中国消费硬实力

□ 王寅娜

第六届中国国际消费品博览会如期举行,60多个国家和地区、3400多个品牌齐聚一堂。这场看似“买买买”的盛会,实则是“买全球”与“卖全球”的双向奔赴,不仅彰显着中国的开放与自信,更全方位见证着中国消费的硬实力,成为中国消费转型与高水平开放的生动注脚。

消博会从来不是单向的“进口盛宴”,而是双向共赢的“合作桥梁”,这正是中国消费硬实力的开放底色。一方面,中国以开放姿态共享市场机遇,俄罗斯、保加利亚等国首次设立国家馆,12个国家(地区)组织官方团参展,带着本国特色优品,借助消博会这把“金钥匙”,顺利打开通往14亿人口大市场的大门,彰显出中国市场的强大吸引力。另一方面,精品消费正筑牢中国底色,在科技消费展区内,从AI穿戴设备到智能养生椅,再到康养机器人,各类创新产品引人注目,国货早已摆脱“平替”标签,中国企业借助消博会这个

“出海跳板”,向全球输出“中国审美”与“中国品质”,实现从“内销”到“出海”的跨越,展现出中国消费品的硬核竞争力。

值得关注的是,今年是海南封关后的首场消博会,更赋予这场盛会特殊的意义。借助消博会的平台,许多参展商变身投资商,纷纷在海南落地业务总部、加工生产基地或供应链中心,既进一步开拓国内外市场,也为中国消费市场的高质量发展注入新活力,让消博会的平台价值得到进一步释放。

从“买全球”到“买精品”,从“引进来”到“走出去”,消博会的每一处场景,都在见证中国消费硬实力的提升、开放的深化,更以海纳百川的气度,推动中国与世界携手共赢,在构建人类命运共同体航程中破浪前行。