

11月5日,第七届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)如期而至,世界目光再次聚焦上海。6日,展馆内人头攒动,以黑科技、新产品、绿生活等前沿消费理念为核心的“消费品展区”备受关注,今年展区面积超8万平方米,汇聚来自70余个国家和地区的超700家企业,来自世界各地的品牌和企业从不同维度诠释着中国大市场的魅力。

迪奥连续五年亮相进博会 以创意之作讲述品牌与中国的不懈之缘

迪奥携手LVMH路威酩轩集团旗下众品牌共同亮相进博会,继续讲述品牌与中国的不懈之缘。时值中法建交六十周年,本届进博会,迪奥展区甄选一系列凝聚品牌卓越精神的匠心臻作,将迪奥与中国的深厚渊源娓娓道来。

一幅幅设计手稿淋漓展现迪奥先生及其继任者对中国这一拥有丰富文化遗产国度的热忱,其中包括迪奥先生为1948春夏高级订制系列设计的“中国”(CHINE)套装,以及1964春夏系列中马克·博昂(MARC BOHAN)打造的“皮影戏”(OMBRE CHINOISE)礼服。玛丽亚·嘉茜娅·蔻丽同样秉承这份热爱之情,在上海举办的2018春夏高级订制系列发布秀中,她挚献了以中国为灵感的数款新造型,其中两款于此次进博会展出。此外,迪奥还展出由金·琼斯为迪奥2021秋季男装系列设计的佳作之一,该作品中的刺绣图案由艺术家肯尼·沙尔夫(KENNY SCHARF)创作,采用了源于汉朝的传统打籽绣工艺,这一非凡工艺被主要运用于中国非物质文化遗产之一的苏绣之中。

从时装到珠宝,精彩纷呈的创意之作将迪奥之梦徐徐铺展:其中包括“上海美人”(LA DÉESSE DE SHANGHAI)高级珠宝胸针的手稿。由中国艺术家梁远苇为“DIOR LADY ART #9”艺术家限量合作系列所创作的LADY DIOR手袋也于本次进博会首次亮相。中国艺术家艾敬的雕塑作品《花的力量#1》(FLOWER POWER #1)也于迪奥展区亮相,该作品致敬了勇敢无畏的迪奥小姐以及所有的女性,为这场跨越国度的探索之旅再赋新彩。LVMH路威酩轩展馆的中庭展出由法国艺术家让-米歇尔·奥托涅尔设计的迪奥真我倾世之金香精金致玫瑰限量版。这款香水由迪奥首席调香师弗朗西斯·柯尔(FRANCIS KURKDJIAN)精心调制,焕新演绎经典迪奥真我系列香水。中国艺术家黄宇兴为本年度“DIOR LADY ART”艺术家限量合作系列赋新诠释的LADY DIOR手袋亦首次登场。此外,迪奥于法国国家馆呈献由中国艺术家刘符洁为“LADY DIOR 我之所见”项目打造的雕塑作品《混生》。多元创意交汇,铸就非凡杰作,礼赞迪奥的隽永优雅格调与大胆前卫精神。



迪奥展区甄选一系列凝聚品牌卓越精神的匠心臻作

在进博会感知中国消费新风向 新产品、黑科技、绿生活

“美之道 Beauty Walk”大秀开走 欧莱雅三大展台展示创新科技

今年,欧莱雅以消费品展区、创新孵化专区和法国国家馆三大展台,共展出来自21个品牌的超220件展品,集中呈现了全球首发首秀的新品牌、科学成果、美妆科技和创新产品。还首创带来“进博会里的皮肤科学课”科普教育新模式,携手“欧莱雅中国院士专家工作站”将“科技女生赋能计划”引入进博会的舞台,并呈现两大重磅IP活动“美之道 Beauty Talk”系列对话和进博首个“美之道 Beauty Walk”大秀,联动整个生态圈美美与共,献礼中法建交60周年。



嘉宾们在“美之道 Beauty Walk”大秀现场分享

11月7日,“美之道 Beauty Walk”大秀在国家会展中心(上海)“四叶草”中央广场拉开序幕,集多种表演形式于一体,邀请不同国家和地区、不同年龄和职业的数十名嘉宾参与共创,在进博会的平台上,通过从古至今、从个体到社会、从中国到世界等多元角度,展现美与人类文明交织共生的动人篇章。

中国第一位喷呐博士刘雯雯、峨眉武术非遗传承人凌云先后登场,将中国传统文化与当代流行元素相结合,呈现出在兼收并蓄中历久弥新的中式美学,展现出传统文化与年轻一代的“双向奔赴”。此后,来自中国、法国等五洲十国的模特悉数登台,在音乐人赵方婧优美婉转的《芒种》歌声中,身着“古瓷新韵”“美丽绽放”等主题服饰缓步走来,婉约的裙身犹如精美的瓷器和绽放的花朵。

最后“奥运紫”铺就的秀场美丽通道限时开启,巴黎奥运会女子举重冠军李雯雯、十佳时装设计师王笑石、退休高校教师康康爷爷等不同行业、年龄、性别的嘉宾们齐聚走秀,组成了“各美其美,美美与共”的精彩画卷。嘉宾们手持极具个人风格的特色道具迎面走来,并分享了各自对美的独特理解。欧莱雅集团董事长、法中委员会联席主席、中国政府友谊奖得主安巩,和欧莱雅北亚及中国公共事务总裁兰珍珍作为特邀嘉宾倾情加盟,传达了“无界之美”。奥运跳水冠军、赫莲娜品牌至美大使郭晶晶压轴登场,与兰珍珍一起分享了她们的“美之道”。

绗缝链条 Tabby 手袋全新系列全球首发 COACH 演绎经典时尚魅力

今年,泰佩思琦集团旗下品牌蔻驰 COACH 携标志性产品 Tabby 系列亮相,并将蔻驰咖啡馆首次带至进博会展台,以创新体验激发时尚活力。全球首秀的展区空间以“the COACH tabby shop”为主题,标志性的巨型 Tabby 手袋吸睛感十足,绗缝链条 Tabby 手袋全新系列于进博会上全球首发,深受瞩目。此外,自全国首家蔻驰咖啡馆于今年七月在上海南京东路开业后,蔻驰咖啡也为来宾带来多元化选择,打造创新消费体验。

“今年是我们连续第六年参加进博会。六年来,我们见证了进博会规模不断扩大、影响力日益增强,也深刻感受到了中国推动高水平对外开放和高质量发展的坚定决心。”泰佩思琦亚太区总裁、COACH 亚太区总裁兼首席执行官杨葆焱(Yann Bozec)表示。进博会期间,多名青年设计学子也来到 COACH 展台,以奇思妙想为品牌定制化体验注入新活力。

据悉,目前 COACH 已与包括东华大学在内的数所高校合作展开青年人才培养项目,合力打造中国新锐时尚创新人才培养平台。今年九月,“东华大学·蔻驰青年设计人才创新实践基地”正式成立,而在近期推出的 COACH“青年画师计划”中,品牌携手全国各大高校青年设计人才,与消费者展开合作共创,革新消费者个性化体验的同时,更旨在为青年人才搭建一个施展才华、绽放风采的平台。



COACH携标志性TABBY系列赴约第七届进博会

乐高®玩乐世界亮相进博会 多重品牌活动传递玩乐超能力

乐高集团以“释放玩乐超能力”为主题,打造了一个充满无限可能的乐高®玩乐世界,用乐高积木颗粒为观众提供富有趣味、沉浸式的玩乐体验。

展馆内,乐高集团设置了专为进博会定制的大型3D乐高积木模型装置、丰富多样的产品组合以及充满乐趣的主题拼搭挑战,生动诠释了乐高品牌所带来的玩乐超能力。“释放玩乐超能力”主题装置:整座装置高达4.75米,由超过30万颗乐高积木颗粒拼搭而成。该装置集结了上万名儿童的玩乐创意,再由乐高集团嘉兴工厂模型生产部和乐高专业认证拼砌大师设计和共创。它也成了乐高集团参展以来参与共创人数最多的主题装置。

本届进博会乐高集团精心打造六大主题展区,围绕儿童、家庭和成年人等各年龄段人群的兴趣和爱好,展示来自乐高城市组、乐高机械组、乐高 Icons 系列等不同主题系列的丰富产品和玩乐体验。

同时,上海乐高乐园·度假区也再度亮相进博会。作为国内首个专为2-12岁亲子家庭量身打造的综合性旅游目的地,上海乐高乐园度假区于进博会现场正式宣布将于2025年夏季开园迎客,且首度对外发布度假区全貌概念视频,向公众生动展示了全球第十一座、中国首座乐高乐园的非凡魅力。



乐高“释放玩乐超能力”主题装置

17个品牌近百款新品逐美无界 雅诗兰黛集团展现对可持续时尚的承诺

今年进博会雅诗兰黛集团以“无界之境”为主题,着力呈现高端美妆和科技盛宴。产品层面,17个品牌的明星产品以及近百款新品重磅亮相,包括雅诗兰黛王牌系列小棕瓶家族的全新大棕罐封愈膜霜、海蓝之谜奇迹晚霜、汤姆福特黑管口红、芭比波朗黑夹心气垫、悦木之源苹果源细胞系列等。

展馆内,雅诗兰黛集团将超过三分之一的面积设置为研发专区,涵盖集团当前研发投入的重点特色,包括夜间皮肤修护板块、奢华护肤与香氛板块、皮肤学级功效护肤板块、养肤美妆板块。过去六年间,雅诗兰黛集团以进博会为媒,已成功引进、运营了5大新品牌和数千款新品,包括高端香氛品牌凯利安、馥马尔香水出版社,高端护发品牌艾梵达,手工慢香水品牌勒莱柏,以及高功效精简护肤品牌蒂佳婷,实现护肤、彩妆、香氛、护发品类全覆盖。

本届进博会,雅诗兰黛集团将可持续发展的理念融入每一个细节,其“无界”展馆融合了环保与科技的精髓,采用PETG材质的单片,共同设计并制作了展馆主墙面装饰用材,展现对可持续时尚的承诺。



雅诗兰黛集团展馆研发专区