



2020

越办越好

# 科技护肤产品、携创新科技

从展台到展品,都体现了高科技的未来感,这是首度亮相进博会的NU SKIN如新品牌给人的感受。第三届中国国际进口博览会即将进入尾声,这场特殊的“东方之约”也为各国企业搭建了一个展示自我的平台。与此同时,文物展品也首度亮相,海外文物及艺术品也首次借助进博会平台进行展示和交易。在技术装备展区全新增设节能环保专区,也汇集了众多节能环保行业细分领域知名企业,在此展示的环保、舒适家居生活理念,让众多的观展者驻足。

青年报记者 刘晶晶

## 科技外企 首度亮相

### 每一个细节都体现“心”与“新”

#### 多元空间让产品“逆转时光”

位于进博会消费品展区的如新展台,以“时光隧道”为主要设计理念,以此来打造多元共存空间,展现如新用科技力量逆转时光的产品理念。

三个主梯形立体空间、一面展示墙和中心区透明屏全息交互展柜,扩伸出了动感时尚的空间张力。光感十足的白,则让想象绽放其间。穿梭在梯形立体空间中,仿佛乘坐时光机见证与探险品牌发展的万千景象。无论是外观设计还是参观体验,这次在进博会上的首度亮相,都展现出如新对创新与科技的高度聚焦。

位于展台中心区的四个透明屏全息交互展柜,展出了如新ageLOC系列多款智能护肤美容仪。通过电子特殊屏点触控制,全方位展示产品外观、功能特点、科技应用等。错层设计满足远中近三种视觉体验,增强了互动性和沉浸感。成分源头和种子墙的展示,将如新“以人为本、可持续发展”的基础战略与此次进博会“绿色、低碳、环保”的办展理念有机融合。

展台内容以“心”为擎,分别代表如新创立36年来的“初心”、践行善的力量与可持续发展的“善心”以及持续研发创新产品的“诚心”。通过每一个细节的用心呈现,令观众近距离接触和感受智能护肤科技的非凡魅力,深入了解如新企业的发展沿革与创新基因,启发其对美好生活的无限想象。



四个透明屏全息交互展柜,展出了多款智能护肤美容仪。受访者供图

#### 创新科技引领智能护肤潮流

展区很新,展品也很新。本届进博会上,如新携新品ageLOC Boost瓷光机重磅亮相,作为ageLOC系列家族的最新成员,该产品凝结了如新在抗衰老领域的最新研究成果,以满足消费者日益多元化的护肤需求。

据介绍,ageLOC Boost瓷光机的核心科技在于品牌独创的“可变脉冲微电流技术”,在不同场景轻松实现“亮肤自由”,能有效焕活肌肤,让肌肤更显透亮年轻。此外,在展会期间,如新还举办了ageLOC Boost瓷光机的新品发布会,融合其“不追光,成为光”的产品理念及创新科技,以一场科技创新与美好生活融会贯通的盛宴,带领人们探寻瓷光肌的终极奥秘。

#### 探索美丽健康产业发展新路径

日前,中国经济前三季度成绩单新鲜出炉,前三季度国内生产总值同比增长0.7%,累计增速实现由负转正,是今年新冠疫情发生以来第一个恢复增长的主要经济体,中国市场正在成为全球企业的发展助推器。

自2003年正式进入中国,如新集团在中国大陆市场获得的长足发展,得益于中国稳定的市场、光明的前景、开放的营商环境,入华十七年,如新中国大陆市场早已成长为如新的全球第一大市场。此次首度参与进博会,如新不仅向世界展示其产品和理念,更多的是传递与中国市场开放合作的共识、对科技创新与消费升级的追求,和深耕中国携手中国消费者共同成长信心与决心。

对此,如新中国总裁郑重表示:“我们将充分抓住进博会及中国扩大对外开放的重要机遇,挖掘中国巨大的市场空间和消费升级潜力,并结合自身的创新优势,引进更多优质产品和先进科技,助力新发展征程行稳致远。”

郑重表示,中国的巨大市场潜力、消费升级将带来更加旺盛的需求,美丽健康产业作为推动国民经济良性发展、改善生活品质的支柱行业将迎来势不可挡的蓬勃发展态势,而这也将是如新快速发展的一个重要契机。



十分环保的竹制吊灯。



LED节能环保灯泡。



回收矿泉水瓶做成的窗帘。

