



八级大风中平稳悬停，舱内不戴耳机也能正常交谈，厘米级精度动态定位实时反馈……第五届中国国际消费品博览会1号馆低空经济展区内，多款低空飞行器带来的“未来交通体验”令人眼前一亮。随着多家行业领军企业集中亮相，一场关于低空出行的变革正从展台走向现实。



4月13日，在第五届消博会现场，观众在参观小鹏汇天展出的“陆地航母”

“空中汽车”迈入商业运营阶段，无人驾驶货运版机型今年商业交付…… 从第五届消博会低空经济展区 看未来出行新图景

“空中汽车”正式迈入商业运营阶段

在亿航智能展台，型号合格证、生产许可证、标准适航证、运营合格证“四证齐全”的无人驾驶载人eVTOL(电动垂直起降)航空器EH216-S成为焦点。3月底，其运营航司刚获中国民航局颁发的运营合格证，标志着这款曾在主会场完成飞行演示的“空中汽车”正式迈入商业运营阶段。

“乘客坐在舱内，能清晰看到地面景观，却几乎听不到噪音。”亿航智能设备(广州)有限公司首席运营官王钊介绍，其座舱采用降噪设计，乘客在舱内交谈无障碍，飞行至数十米高度时地面噪音极小，“这意味着它能真正融入城市低空，成为‘会飞的出租车’。”

eVTOL航空器，被称为“飞行汽车”或“空中出租车”，采用复合翼构型，既可以像直升机一样垂直起飞和着陆，也可以如固定翼飞机一样水平巡航。无需传统机场，可实现灵活起降，被认为是未来城市空中交通的重要解决方案。

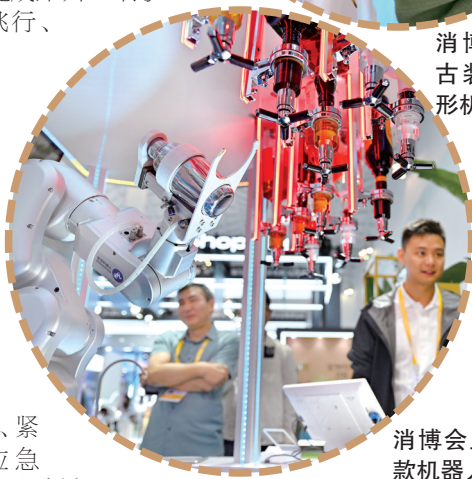
在展馆之外，一只巨大的

“蜜蜂”也引来众人围观。作为本届消博会主会场单品体积最大展品，由峰飞航空科技有限公司带来的2吨级eVTOL航空器首次亮相消博会。该航空器采用纯电动动力，最大航程250公里，巡航速度可达每小时200公里，此前已完成深圳—珠海跨城跨海飞行、跨长江飞行等飞行任务，并在日本、中东等国家和地区试飞。

“我们的无人驾驶货运版机型今年将商业交付，用于物资运输、紧急救援、应急救援等；载人版车型计划明年完成适航取证，投入观光旅游、空中点对点交通等场景的试点运营。”



消博会上身着古装的仿生人形机器人



消博会上展示的一款机器人在调酒

峰飞航空科技有限公司高级副总裁孙铭说。

低空经济领域有望实现加速发展

从最新低空飞行产品亮相到场景应用展示，从飞行培训演示到立体交通管控系统展览，本届消博会首次设立的低空经济展区，全面展示了低空经济产业链的协同创新成效。

作为一种新型经济形态，低空经济正在全球范围内迅速崛起，并展现出巨大的发展潜力。作为消博会举办地，海南凭借独特的自然条件、政策优势和发展需求，成为低空经济发展的重要试验区和示范区。

今年1月，海南飞行汽车示范应用岛正式启动，与小鹏

汇天合作，共同推动飞行汽车在全省应用落地。目前，小鹏汇天已在海南开启飞行汽车落地的验证性实践，包括展开飞行测试、陆行体城市路测，并签约40余个飞行营地，启动遍布全岛的飞行营地建设。“我们的目标是让飞行汽车成为个人出行新选择。”广东汇天航空航天科技有限公司公关总监张雪晖说。

梳理各地探索实践可见，不只是海南，全国多地也将eVTOL空中交通等写入低空经济政策中，并规划了相关航线。如北京提出建立大兴机场

与雄安新区、首都机场与天津、廊坊等地的eVTOL通勤航线；内蒙古等地规划发展eVTOL空中交通片区；广东提出打造覆盖粤港澳大湾区主要区域的低空空交通走廊……

中国(海南)改革发展研究院副院长匡贤明说，当前，我国低空经济领域无论是在技术发展还是场景应用上，都处于全球较为领先的水平。随着企业加快投资低空领域，各地加快落地相关项目，这一领域有望实现加速发展，使低空出行图景加快成为现实。 新华社 文/图

“展品”变“商品” “参展商”变“投资商”

外企持续参展消博会彰显中国市场强大吸引力

新华社电“中国国际消费品博览会为拉普瑞斯带来了前所未有的活力，帮助我们快速打通了中国市场通路。”瑞士护肤品牌拉普瑞斯销售总监徐英俊分享了在第五届消博会上的收获。

拉普瑞斯是连续3年参加消博会的“老朋友”。借助消博会平台，拉普瑞斯加速进入中国市场，目前已从核心城市辐射到多元消费圈层，完成了从“破局”到“深耕”的跨越式发展。

本届消博会吸引了全球70多个国家和地区的1700余家企业、4100余个品牌参展。其中，像拉普瑞斯这样连续多年参展的国外品牌和企业众多，他们看中了中国市场。

“中国市场拥有规模庞大且层次丰富的消费群体，潜力无限。对我们来说，消博会不只是展示产品和服务的舞台，更是深耕中国市场、引领消费趋势的前沿平台，这是我们连续5届积极参加消博会的关键原因。”加拿大艾纳诗集团中国区执行官李景明说。

2022年，首次亮相消博会的新西兰家纺品牌太平洋羊驼家纺集团，持续看好中国睡眠市场，如今已在南昌、上海等城市建立线下体验空间，并同步开拓了线上渠道。

“我们集团始终将中国市场视为战略要地，积极拥抱中国‘睡眠经济’黄金机遇。”太平洋羊驼家纺集团区域总监梅根·肯尼说，“今年再次参展消博会，希望借此平台深化品牌在中国的本土化布局，进一步拓展华中、华

南市场。”

新加坡按摩椅品牌傲胜连续5年参展消博会，在本届消博会上展示了新升级的养身椅系列产品和全新的米菲系列联名产品。“作为进入中国多年的品牌，我们高度重视也更了解中国消费者的需求。通过消博会这个世界级窗口，我们收获了超出预期的市场反响。”傲胜(中国)华东区总经理林晓慧说。

今年是中泰建交50周年，同样是消博会“老朋友”的泰国天丝集团不仅带来了面向中国市场的红牛功能饮料产品，也把泰国市场广受好评的产品组合带进展会现场，通过消博会的现场展示与品鉴，推动两国经贸往来和人文交流。

天丝集团首席执行官许馨雄认为，中国功能饮料行业正处于快速发展阶段，市场规模增长势头强劲。依托消博会平台，天丝集团实现了“展品”变“商品”、“参展商”变“投资商”的转变。

汽车、机器人、美妆、时装、珠宝、腕表、酒水饮料……5年来，不同行业领域的外企在消博会扩大了“朋友圈”，找到了更多更好的商业伙伴，提升了品牌在中国消费者群体中的知名度。

时尚消费、科技消费、健康消费、服务消费等领域消费精品、新品层出不穷，参展企业数和品牌数屡创新高……5年的消博会实践也充分证明，各方对中国市场充满信心，中国市场的澎湃活力吸引着国际品牌持续深耕中国市场，共享中国发展红利。