

2025海南汽车生态露营博览会暨海花岛露营生活嘉年华圆满闭幕

■露博会组委会文图

“山海相连,人车共鸣”,11月16日,2025海南汽车生态露营博览会暨海花岛露营生活嘉年华(以下简称“露博会”)圆满落下帷幕。这场为期9天的盛会在海南儋州海花岛留下了异彩纷呈的行业印记。

本届露博会以“人·车·生活·露营共享”为主题,打造了一个全新的集产业展览、文化交流、休闲旅游及投资推介于一体的前沿高端会展平台。活动总面积约30万平方米,汇聚了400多个国内外知名品牌参展,包含奥迪、比亚迪、212、丰田、长安等乘用车品牌,长城汽车、江铃汽车、福田皮卡、吉利雷达、奇瑞威麟等皮卡品牌,上汽大通、赛德、飞翔、Vala、海世通、喜顺隆等房车品牌,喜马拉雅、秋野地、明丰等户外品牌,以及中国银行等金融机构的大力支持。参展各类车辆超千台,特别是100余辆全球顶级经典车现场展示,内容和规模创全国同类展会新高。

活动创新采用的“展会+嘉年华”的双轮驱动模式,带来了极佳的效果。据统计,活动期间共有124543名来自全国各地的观众莅临海花岛参观和体验露博会各项文旅活动。

“海陆空”多维场景体验

首届露博会一改传统展会的固有形式,创新性地采用了“海陆空”三维立体场景展示的形式,为来自五湖四海的文旅爱好者带来了沉浸式的汽车生态旅游和露营体验。

汽车生活展区带来了包括房车、宿营车、新能源汽车、皮

卡、重型机车和经典车等组成的全品类阵容,包括北京路路路欢等在内的多家房车俱乐部邀请和组织了近千台房车参与活动,来自祖国各地的房车车友云集海花岛,为现场观众讲述房车露营生活的亲身体验。2025中国经典车拉力赛暨新能源汽车集结赛、酷野中国·全地形越野体验(儋州站)也同期举办。

2025中国经典车拉力赛暨新能源汽车集结赛在美丽的海花岛呈现了一场超越时空、链接经典与未来的汽车盛宴。平日难得一见的经典老爷车,也让现场充满好奇心的孩子们了解了更多汽车的发展历程。

酷野中国·全地形越野体验(儋州站)则为追求激情和刺激的车友提供了竞技和娱乐的舞台。参与的车友在专门搭建的场地里越野飞坡、漂移穿越,掀起了一场硬派狂欢。7.5万平方米的越野公园向现场观众开放,爱好者可以在此体验全地形越野的紧张刺激,感受在复杂地形中驰骋的震撼。

本届展会还成功举办了“渔乐海花岛·房车聚知音”钓鱼比赛,百余车友参与了现场比赛。钓鱼比赛在海花岛1号岛的垂钓区举行,为垂钓爱好者们提供了广阔的技术施展空间。碧海蓝天、椰林片片、清风惬意,从日中到斜阳,在舒适的自然环境以及优美的景色陪伴下,大家用一次次地挥杆比拼着垂钓技艺,生动诠释“人·车·生活·露营共享”的露博会主题,更展现出海南自贸港建设中蓬勃兴起的文旅新生态。

另外,依托海南低空空域开放试点等利好,本届露博会专门开辟了飞行体验区。该区域



2025海南汽车生态露营博览会暨海花岛露营生活嘉年华活动现场展示的老爷车,吸引不少观众拍照留念。

包括固定翼飞机和热气球展区。活动现场通过举办热气球体验活动,为现场观众带来了“空中俯瞰海岛露营”的独特视角。

全业态覆盖

本届露博会设置了包括汽车生活展区、房车露营展区、低空经济展区、跨境电商展区、皮卡生活方式展区等10余个特色板块,除了静态展示和动态体验,还加入了包括2025海南海花岛《引擎全开·直达绿洲》“燃料”狂欢节、海花岛SNST日落计划派对、ADEX全球水舞艺术大赛、海花岛巅峰行动·真人CS体验、露营车友海南环岛游等多项大型活动,实现“汽车上下游产业链+露营装备海岛文旅”的全业态覆盖。

海南自贸港封关在即,本届露博会跨境电商展区集中展示了新政策下的消费新机遇,联动同期举办的海南自贸港跨境消费生态大会,探索“线下体验+线上下单”“旅途消费+居家送达”的新型商业模式。

展会现场还设立了南北美食体验区,汇聚了北自吉林、南

达海南的各地特色佳肴,让现场观众体验“一口穿越南北”的中华饮食文化魅力。“燃料”狂欢节更上演了辽宁锦州烧烤与云南烧烤的南北风味巅峰对决,让现场体验的食客们大饱口福。德国精酿啤酒、创意鸡尾酒等不同口味的美酒,更将现场气氛带入了高潮。

异彩纷呈的活动节目安排,为不同年龄层的八方来客提供了丰富多彩的体验选择,也让为期9天的活动时时精彩。

除了休闲娱乐,本届露博会也着力于保护和传承博大精深中华优秀传统文化。在吉林省文化和旅游厅的指导下,吉林省非遗保护中心、吉林省非遗保护协会联合中国吉林网、吉林省非遗市集暨“吉林非遗健康行(海南站)”活动亮相露博会,让吉林的传统医药类、传统技艺类、传统美术类非遗代表性项目在南海之滨绽放光彩。

产业聚力共赢

本届露博会还举办了包括2025汽车品牌大会、海南自由贸易港跨境电商生态大会、

2025第六届房车旅游大会等多项行业活动。

11月8日下午,2025汽车品牌大会在海花岛成功举办。大会以“国际国内双循环下的汽车品牌向新之路”为主题,汇聚了众多行业专家、企业代表和媒体人士,共同探讨新格局下中国汽车品牌的发展路径。活动得到了新华社客户端等诸多媒体的报道。

11月11日晚,2025海南汽车生态露营博览会暨海花岛露营生活嘉年华之第六届房车旅游大会在儋州海花岛隆重举行,大会以“畅享房车生活,纵览海岛风情”为主题,由中国汽车工业协会房车分会、2025海南露博会组委会共同倾情打造,为房车爱好者们搭建了一个交流分享、探索房车旅游新生态的平台。

此外,在露博会主舞台举办的“儋州之夜”招商推介会,吸引了来自全国各地专业观众的密切关注。儋州市相关部门负责人依托海南自贸港的税收、跨境贸易等政策优势展开精准招商推介,以吸引国内外企业落地布局,助力产业链发展腾飞。这也是该活动促进地方文旅消费、助力地方产业升级的重要体现。

本届露博会尽管是首次举办,但组委会借助国家级主流媒体、海外媒体、海南省主流媒体、垂直领域权威媒体及知名自媒体、社交媒体、短视频平台等资源进行了全方位、立体化宣传,使得本届露博会的产业号召力在展会期间得到充分体现。据不完全统计,本届露博会活动各类传播总曝光/展现量约1.2亿次,引发行业广泛关注,未来发展潜力空间无限。

中华老字号释放强劲活力 企业年营收超2万亿元

■中国城市报记者 郑新钰

一家中华老字号的历史,是一座城市历史的一部分——北京的“全聚德”创建于1864年,见证了京城从清末民初到现代都市的变迁;苏州的“采芝斋”以苏式糖果、蜜饯为载体,将江南的精致口味与市井文化代代相传……

这些跨越百年的品牌,曾凭借过硬的品质与鲜明的特色,成为城市的文化名片。但在消费需求快速迭代、市场竞争日益激烈的今天,它们也面

临着“不进则退”的生存考验。

2023年,商务部等5部门对中华老字号进行了复核,将长期经营不善甚至已经破产、注销、倒闭,或者丧失老字号注册商标所有权、使用权的55个品牌,移出中华老字号名录。

对于老字号而言,保持旺盛生命力离不开守正创新。中国城市报记者注意到,不少老字号依靠精准升级破局,走出了一条兼具传承与活力的发展路径:上海英雄钢笔与上影元品联合推出的“做自己的盖世

英雄”浪浪山小妖怪钢笔礼盒,展现了品牌年轻化、时尚化的一面;云南白药拓展出牙膏、洗发水等大健康产品,其中牙膏品类长期占据市场份额前列,让老字号渗透到更多日常消费场景……

值得关注的是,在第八届中国国际进口博览会期间,商务部在上海举办了中华老字号国际交流活动暨第五届中华老字号创新发展大会,活动现场发布了《中华老字号年度发展报告》(以下简称《报告》)。

《报告》显示,截至目前,全

国1450个中华老字号企业总体发展良好,品牌平均存续时间超过145年,百年老店占比超过六成,拥有各类非遗代表性项目1200多项。这些中华老字号企业涉及国民经济7个门类32个行业,在消费促进、产业升级、文化引领、民族自信等方面发挥着重要作用。2024年,中华老字号企业实现营业收入超2万亿元、利润额超3500亿元,海外营收超500亿元,展现出强大的市场价值和品牌活力。

11月21日,在商务部例行

新闻发布会上,商务部新闻发言人何咏前表示,下一步,商务部将扩大优质消费品和服务供给,强化品牌引领、新技术应用,健全老字号保护传承和创新发展长效机制,结合城市商业提质行动等重大政策实施,推动一批老字号创新升级,打造一批老字号品牌集合店、旗舰店,培育一批具有国际辨识度的老字号品牌,在更好满足品质化、多样化需求的同时,让更多老字号成为传播中华优秀传统文化、联结全球市场的“金色名片”。