



# 全球消费创新暨免税与旅游零售大会关注消费新趋势和自贸港建设 激发消费新活力 培育增长新动力

■ 本报记者 尤梦瑜 周晓梦

## 优化消费供给 创造更大市场需求

“消博会是满足人民对美好生活向往的一个新平台,为海南高质量发展提供了新机遇,并以优质消费畅通‘双循环’。”全国政协常委、国务院参事、北京大学新结构经济学研究院院长、北京大学国家发展研究院名誉院长林毅夫说。

从国际比较来看,越大的经济体,其国内生产总值会更多来自于国内消费。2019年中国已成为世界上最大的消费市场,未来一个时期内,国内市场主导国民经济循环的特征会更加明显。

林毅夫表示,消博会的举办可以让优质消费品形成的优质供给,在满足消费升级需求的同时,促进各环节变革,形成有效市场和更大的投资需求,这对于促进双循环具有重要意义。他指出,推动优质商品消费,可以从需求方面促进劳动生产率提升,促进技术创新和产业升级,进而提高中国经济发展的质量。

## 深化改革开放 促进供需良性循环

“海内外名品汇聚一堂,各类型服务精彩纷呈。首届消博会的举办,为全球战胜新冠疫情再添信心。”国务院发展研究中心副主任隆国强在发表

主题演讲时说。

隆国强认为,首届消博会的举办,体现了以人民为中心的发展思想,是落实构建新发展格局的重要举措,也是海南自贸港建设的标志性成就。

隆国强表示,我国扩大消费需求潜力巨大。扩大消费需求是一个系统工程,要准确把握我国消费需求升级的质量导向。实现在更高层次上供需良性循环,需要进一步深化改革开放,以需求升级引领新供给,以提升供给质量适应、创造新需求。消博会是促进优质消费品和服务“引进来”和“走出去”的新平台,期待其成为海南自贸港高质量发展的新名片。

## 发挥政策优势 举办高水平消博会

“消博会与广交会、进博会、服贸会共同构成了国家级商务会展体系,形成了中国国际化大市场的四轮驱动。”中国国际经济交流中心总经济师陈文玲表示,我国已进入消费升级的重要阶段,中国消费者对多样化、个性化和高品质商品的需求日益增长。消博会应汇聚国内外优质消费品资源,通过激活需求侧,满足即期消费需求,挖掘潜在消费需求、创造崭新消费需求。

“消博会的举办,有利于吸引境外消费回流,把更多中产家庭的消费需求带回国内市场。以供给侧结构性改革为主线,汇聚国内国际消费精品,增强

## 消费迭代升级 带来无穷想象力

当前,进入新发展阶段,消费已经成为中国经济增长的重要驱动力,旅游渐成国民追求美好生活的刚需。“中国新一代消费者的成长、以数字化为方向的新零售,以及旅游、文化、体育等的融合发展,将带来新的增长潜力、变革动力和无穷想象力。”中国旅游集团有限公司(以下简称中旅)董事长万敏在论坛上如是表示。

何以见得?数据可以提供佐证:2020年,中旅旗下的中免集团海南业务销售额达327亿元,同比增长127%,免税销售额占海南全省社会消费品零售总额的六分之一、旅游收入的五分之二。

“我们协同全球合作伙伴,推动离岛免税成为开启消费转型升级的‘金钥匙’。”万敏说,作为新消费的提供者、新机遇的受益者,中旅抢抓消费回流和市场扩容及转型升级带来的机遇,克服疫情影响,2020年核心经营指标实现正增长,保持了高质量发展的良好势头。此外,中旅发挥集团全产业链优势,大力发展旅行服务、旅游零售、邮轮等业务,助力海南国际旅游消费中心建设。

(本报海口5月7日讯)

## 与会嘉宾热议境外消费回流 和国内消费升级 撬动关键变量 拥抱消费增量

■ 本报记者 周晓梦 尤梦瑜 罗霞

5月7日,在首届中国国际消费品博览会的主题论坛“全球消费创新暨免税与旅游零售大会”上,与会的头部企业和品牌负责人齐聚一堂,围绕“新消费、新平台、新机遇”主题,共同探讨如何利用海南自贸港和消博会平台,促进境外消费回流和国内消费升级。

“我们与海南情缘之久之长,有迹可循。”说起与海南的故事,酩悦轩尼诗-路易威登(LVMH)集团大中华区总裁吴越在论坛现场提到,早在多年前,LVMH集团旗下的奢侈品旅游零售商DFS就曾为海南早期免税行业发展做出过贡献。此次LVMH集团携旗下各品牌精品参展,正是因为珍视消博会、海南自贸港展现出的无限机遇,以及对未来双方合作前景的期待。

有人带着海南情而来,还有人带着计划和构想而来。斯沃琪中国管委会成员、宝珀中国区副总裁廖信嘉说:“在消费升级的背景下,消博会平台、海南自贸港政策优势意味着机遇,我们还有5个高端品牌目前尚未进入海南市场,将更多品牌引入海南已在我们的计划之内。”他表示,斯沃琪希望加快布局海南,拥抱海南免税行业。

资生堂中国区总裁藤原亮太郎则指出,举办消博会是中国扩大开放的重要举措。未来,资生堂将继续与海南共谋发展,在海南培育新的消费增长点,并且他们有意在海南谋划实施与消费者实现完美对接的计划,以便更好地了解市场、发掘市场。

海南对奢侈品、免税及旅游零售等诸多行业呈现出的吸引力,正被许多全球头部品牌敏锐捕捉到。但仅有敏感度是不够的,各方该如何把握机遇?论坛上,各位嘉宾畅所欲言。

美国泰佩思琦集团亚太区首席执行官杨葆森认为,巨大发展潜力激励着各大品牌在海南投资布局、创新发展,进一步加码消费市场,需要在供给最新潮流产品、独特消费体验、时尚前沿理念,以及推动时尚与数字化融合、了解年轻人消费需求等方面拓展思路。

在吴越看来,奢侈品、高端消费品行业有其特性,精品精致的零售是影响其市场的重要因素。“海南的市场空间巨大,但零售体系相对落后,这意味着需要与各方加强合作,进行优化。这个过程并非品牌单向行为,还需要消费者、城市消费迭代升级等发挥作用。”他认为,海南需要在精致零售上下功夫。

廖信嘉赞同这一看法,他指出,海南应提升在精品零售经营管理方面的能力,更新认知、积累经验,并提高配套服务能力。

英国戴比尔斯永恒印记全球首席执行官刘行淑建议,海南可以结合实际,在舒适消费、安全消费等方面找准定位,并建立更多元化的品牌体系,为消费者带来全新的消费体验。

(本报海口5月7日讯)



5月7日,全球消费创新暨免税与旅游零售大会在海南国际会展中心举行。本版图片均由本报记者 封烁 摄



参会嘉宾在会场交流。



参会嘉宾在会场交流。



参会嘉宾在聆听现场讨论。

## 与会嘉宾就传统零售业如何迎接新挑战建言献策——

# 新消费圈粉新生代 业态带来新体验

■ 本报记者 尤梦瑜 周晓梦

“新”是零售业保持增长活力的核心要素。当年轻“Z世代”成为全球消费主力,传统零售业又该如何推陈出新吸引新势力?当疫情冲击全球旅游业,零售业又该如何应对挑战,探索新销售模式?

5月7日下午,首届中国国际消费品博览会“新消费、新平台、新机遇”——全球消费创新暨免税与旅游零售大会在海口举行。在会上的专题讨论环节,法国驻华大使罗梁、法国欧莱雅集团北亚区总裁费博瑞、奥地利施华洛世奇中国区董事总经理孙珏、中免集团总经理陈国强及知名带货主播薇娅围绕“新消费·新业态”对话交流。

2020年,新冠肺炎疫情冲击全球旅游业,零售业巨头受到严重影响。“受疫情影响,跨国旅行大幅减少。法国的零售业者们,如老佛爷百货等,以往在提升消费者实体店购物体验方面投入较多,而现在,大家纷纷开发新业态。”罗梁介绍,如今,传统品牌更加注重为消费者提供新的、高品质的体验。他认为,零售业的未来基于传统,也基于行业企业的

创新能力。

虽然疫情带来负面影响,但2020年,法国欧莱雅集团北亚区依旧实现业绩逆势增长。费博瑞说,今天,大家共聚海南见证中国经济的快速发展,也能从这里感受到市场的新趋势。“我们也注意到中国市场的新变化,大家更加期待良好的体验,对美好生活充满憧憬。这也促使我们进一步去探索数字化转型及线上线下联动。”

进入中国市场30多年,已经有120余年历史的奥地利水晶品牌施华洛世奇早已为中国消费者熟知。“创新一直是这个百年品牌的DNA,新的消费群体和消费形式也在推动我们进行品牌发展策略转型。”孙珏介绍,在首届消博会上,该企业携全新升级后的品牌形象亮相。该品牌形象在消博会上首秀后,将在北京、上海落地。

“我们一直致力于创新,希望为新一代中国消费者带来全新体验。中国的市场潜力对于品牌而言具有吸引力。”孙珏表示,除了在中国传统节日推出产品,加强与消费者的情感联系,施华洛世奇还十分注重数字化转型升级,打造全渠道触点,提升消费者的体验。

在海南拥有5家实体店,汇集全球一线品牌,中免集团见证了海南离岛免税10年发展历程。受疫情影响,境外消费加快回流,2020年中免集团成为全球营业额最高的旅游零售商。陈国强直言,如果从亚洲和全球的视野来看,海南目前的免税销售市场体量并不算大,但这也意味着潜力巨大。他期待在更多供应商的支持下,海南离岛免税购物能够创造更加优异的成绩。

“未来的商品销售不是打折优惠就能取得好业绩,我们从海南看到了消费市场的变化趋势。”陈国强说,面对新一代消费者,中免集团不断寻找挖掘新产品,探索新技术,充分运用大数据,发展数字化零售业务。

作为国内头部带货主播,薇娅在小小直播间里感受到了中国消费者的消费行为变化。“大家对‘我需要什么’有了更加清楚的认知,同时,比起价格,人们对品质更加‘敏感’,也更容易去接受新、奇、特的产品和品牌,追求精致生活。”在薇娅看来,电商的未来不只在互联网,创新跨界将为这一行业带来无限可能。

(本报海口5月7日讯)

关注首届中国国际消费品博览会

海南日报

编辑:杨薇 检校:叶健升 王赛  
值班主任:罗清锐 主编:罗安明  
2021年5月8日 星期六