

爱尔兰驻华大使安黛文： 期待更多爱尔兰企业通过消博会进入中国

■本报记者 尤梦瑜

“这次有20多家爱尔兰企业参加消博会，许多品牌是第一次来到中国，参展商们亲眼看到了中国庞大的市场潜力，希望今后能有更多爱尔兰产品通过这样的平台进入中国。”5月8日，爱尔兰在首届中国国际消费品博览会上举办国家推介会，在接受海南日报记者采访时，爱尔兰驻华大使安黛文高度肯定消博会对于爱中

开展更多合作以及对爱尔兰企业的积极作用。

据介绍，此次参展的爱尔兰企业，其产品涵盖了食品、酒类、母婴产品等，这些都是爱尔兰的优势产业，也与爱尔兰这座“翡翠岛”的绿色环境紧密相连。来到海南这个坐拥优质生态环境的地方，安黛文相信双方在诸多领域都有合作空间与潜力。

“爱尔兰在医疗技术等领域具有明显优势，因此我们希望未来可以和海南在生命科

学、医药、医疗技术等方面展开合作。”此外，教育也是安黛文期待两地开展更多合作交流的重要领域。

对于自贸港政策是如何让一地经济实现跨越式发展这件事，安黛文深有感触，她直言海南自贸港的人才政策与税收政策令她印象深刻。海南省政府推出了有吸引力的人才引进政策，让许多人才涌入海南，他们将成为海南加速自贸港建设的重要推动力。她相信，

海南目前的税收政策也将鼓励国内外一流企业在当地发展。

安黛文说，通过中国“十四五”规划，她看到中国政府将在未来五年中大力支持海南自贸港建设，相信随着规划的实施，海南的消费市场将会有巨大增长，而这也会促使海南更加需要来自全球优质的产品，来满足全球消费者需求。爱尔兰也将推动本国企业，积极参与其中。

(本报海口5月8日讯)

关注首届中国国际消费品博览会



受访者供图

本报记者
王凯
摄

主办方供图

主办方供图

受访者供图

■本报记者 习霁鸿

“人才是第一资源。对海南来讲，如何聚全国英才、引全球人才、打造‘世界大脑’是关键所在。”5月8日上午，参加2021中国新消费发展论坛的中国国际经济交流中心首席研究员、国家发改委学术委原秘书长张燕生这样说。

张燕生判断，全球贸易投资快速增长的时代已经结束。在这种情况下，海南自贸港要充分把握新科技革命和产业革命的机遇。

张燕生认为，海南要率先打造新型消费示范城市和领先企业，要推动互联网+服务等消费新业态、新模式的快速增长，推动线上线下消费的有机融合，加快建设新型消费基础设施和服务的保障能力，加快优化海南新型消费发展环境，加大新型消费政策的支持力度。

他表示，对海南来讲，要成为国际旅游消费中心，需要更高水平的开放环境：市场开放需要走在全国前列，服务业开放要和世界的高水平对接，制度、规则、规制、管理、标准的现代化要和国际高标准规则相衔接，对全球开放创新、开放合作、开放共享。

“未来的海南，新消费将推动服务业和实体经济的深度融合，推动新消费、新业态、新模式、营商环境的改善。”张燕生从生活性服务、生产性服务、公共性服务等方面进一步阐释：生活性服务业包括文化服务、旅游服务、健康服务、医疗服务、家庭服务、养老服务、地产服务等，十分关键；生产性服务包括研发、资讯、物流、金融、商务、人才等，也是决定海南未来发展的一个重要方面；而公共教育、公共医疗等方面的公共性服务，则是海南打造消费中心的支撑。“这些服务都是人才密集型的领域，因此海南要更加注重引进人才。”他表示。

(本报海口5月8日讯)

海南要打造「世界大脑」
中国国际经济交流中心首席研究员张燕生：

澳佳宝中国区总经理刘家潾：
紧锣密鼓布局海南零售市场

■本报记者 习霁鸿

■本报记者 周晓梦 罗霞 通讯员 袁宇馨

从“结缘”进博会到两度考察海南，再到在消博会上搭起品牌展示“舞台”——回顾澳佳宝(BLACKMORES)与海南携手历程，澳佳宝中国区总经理刘家潾的回忆里充满愉悦。

“2019年11月，在第二届中国国际进口博览会上，我们通过海南自贸港推介会了解到海南宏伟的开放发展愿景和国际化的营商环境，这让我们充满信心。”刘家潾说，进博会之后，澳佳宝团队两次到海南考察，并通过海南国际经济发展局的积极组织和精准对接，与海南政府相关部门和零售分销合作伙伴建立了密切联系、牵起深化合作之手。

这一次，双方会擦出什么样的火花？跨界联名，是澳佳宝给出的答案之一。“在3月18日消博会吉祥物‘元宵’发布的第一时间，澳佳宝就获得了IP授权，我们发布了‘BLACKMORES 澳佳宝 x 元宵’限量联名帆布包等健康生活周边产品。消博会参展观众可以通过参与现场活动获取限量版联名纪念品。”刘家潾说。

新品亮相，则是澳佳宝带来的另一个答案。在此次消博会上，澳佳宝展出全新高端小萌芽系列，其中包括婴幼儿天然海藻DHA、小学生专用海藻DHA以及婴幼儿天然藻类维生素D3滴剂等。

“消博会是一个绝佳的传播展示窗口，澳佳宝非常期待能够通过参与本次消博会进一步传递自己的健康理念，同时也期望能够在此次结识更多健康领域的产、学、研合作伙伴，共同携手努力，让科学、健康的品质生活触手可及。”刘家潾直言。

据介绍，澳佳宝目前正紧锣密鼓地布局海南零售市场，下一步，澳佳宝将进一步落实双方此前签订的合作谅解备忘录，共同探索利用自贸港政策优势开展产品免税销售和一站式服务的创新路径。

(本报海口5月8日讯)

资生堂把海南自贸港定位为新品牌发布地
资生堂中国区总裁藤原宪太郎：

■本报记者 罗霞

首届中国国际消费品博览会(以下简称消博会)上，资生堂旗下两大全新品牌——THE GINZA(御银座)和BAUM亮相，在中国进行首展。该两大品牌计划今年在中国首发。

在资生堂的战略规划中，这仅是牵手海南自贸港的其中一步。

“资生堂把海南自贸港定位成了新品牌信息发布地。”资生堂中国区总裁藤原宪太郎在接受海南日报记者采访时说，资生堂准备在海南让顾客了解新品牌的魅力，体验最新的美容技术，通过这种只在海南才能体验到的美容服务，提高顾客品牌忠诚度。

藤原宪太郎介绍了一份调查结果：到访海南的游客主要有两个方面的需求，一是到海南来寻找熟悉的品牌，二是来寻找在中国其他省区市没有销售的品牌。“在海南购买化妆品的消费者中，很大部分购买的是新品牌的化妆品。”

“海南有很多游客，又有离岛免税这一吸引消费者的红利。”藤原宪太郎说，“资生堂作为深耕中国市场40年的品牌，准备将海南作为新的发展机遇，通过持续强化数字营销提升消费者购物体验。”

藤原宪太郎介绍，借消博会的契机和海南独特的开放优势，资生堂将进一步发展在海南离岛免税店的业务，扩大高端品牌对全国旅游消费者的影响力，推出旅游限定产品和触动人心的品牌体验。

去年6月1日，《海南自由贸易港建设总体方案》公布，这引起了藤原宪太郎的高度关注。“方案的公布，以及首届消博会的举办，进一步向世界展示了中国对外扩大开放、共享发展机遇的坚定决心。”藤原宪太郎介绍，未来，资生堂除了进一步参与海南离岛免税事业发展跨境合作外，还将积极投资发展跨境合作。

(本报海口5月8日讯)