

# 从消博会看消费新风向

■ 本报记者 陈雪怡

消费新风向吹向哪里？向中国、向海南

消费新风向吹向哪里？消博会现场可以找到答案——来自约70个国家和地区的近1500家国内外参展企业齐聚中国海南、踊跃参展消博会，这便是答案。

作为连接政府和企业的专业服务机构，毕马威的“嗅觉”尤为灵敏——“未来中国的外商投资值得关注的特点之一，是‘在中国，为中国’。巨大的消费市场使得‘在中国，为中国’成为众多跨国公司投资中国的核心战略。”毕马威中国政府及公共事务咨询服务合伙人喻莺“一语中的”。

帝亚吉欧中国总经理艾恩华从所处领域出发，“在全球经济困局中，中国正引领着世界经济的复苏，将消费视为内循环支柱，进而提振经

济。对国际酒类品牌而言，中国是当下最令人激动的酒业市场之一。”艾恩华说，收到消博会邀请的第一时间，帝亚吉欧就毫不犹豫决定积极参与。

欧莱雅集团首席执行官叶鸿慕直言，欧莱雅集团在未来几年的头等大事之一是在中国市场寻求巨大的发展动力，“在将欧莱雅打造成为一家未来企业的路上，中国扮演着越来越重要的战略角色。”

“近来，一些跨国企业实现最大销售额的地方就在中国，就在海南。”对于消费新趋势在哪里，普华永道中国市场主管合伙人梁伟坚进一步明确“具体地点”，“这得益于中国巨大的消费市

场，而海南则得益于自贸港政策。例如，去年‘加码’升级的离岛免税新政，推动全年离岛免税销售额实现300多亿元，同比翻倍增长。”

消费新风向吹向中国、海南集聚。和梁伟坚一样，人头马君度集团大中华区首席执行官尼古拉斯·贝克尼的答案也是“具体到点”，“海南自贸港势必会成为跨国企业共享中国新机遇的一道门，而消博会无疑是为跨国消费品企业共享‘海南机遇’‘中国机遇’乃至‘全球机遇’创造的强有力的积极信号。在更好地为中国消费者带来更高品质的产品和服务同时，我们将视海南自贸港为业务上的新‘增长点’，进一步加码在华包括免税、非免税、线下及线上的全渠道整合投资。”

消费新风向吹向哪里？向高端

向哪里的问题，也带出了消费新风向吹向哪端的答案。

“2020年新冠疫情的暴发，使得消费升级的几个特点更加凸现。”梁伟坚认为，其一是数字化消费趋势不可逆转。2020年，受疫情影响，中国社会消费品零售总额出现下降，但网上销售总额增长了10%，今年以来实现了更大的增幅。

欧莱雅北亚区总裁及中国首席执行官费博瑞也有一组数据：“中国市场的表现尤为出色，欧莱雅在2020年取得了27%的盈利增长，巩固了我们在中国美妆事业的龙头地位。欧莱雅和中国市场一起变得更加强大，在转危为机的过程中，中国数字化方面的发展不断启迪着

全球市场。”

“除了端网，还在高端。”喻莺认为，提高高端消费，需要制造业向着高端的产业链去迁移、去转型，实现助力要素流动更充分、配置更优，带动产业高质量发展。

“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契机，通过持续强化数字营销提升消费者购物体验。”资生堂中国区总裁藤原宪太郎既谈端网、又谈高端，“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，扩大高端品牌对中国旅游消费者的影响，推出旅游限定产品和触动人心的品牌体验。”

(本报海口5月9日讯)

畅想

■ 本报记者 苏庆明

如果获得消博会上的产品和服务，你的生活将变成什么样？让我们畅想一番。

民以食为天，先从吃说起。对吃货而言，你不仅能够品尝全国“老字号”，也有机会饱餐世界各地的美食——巴拿马卡门庄园的顶级瑰夏咖啡、西班牙格拉玛诺萨庄园的特级初榨橄榄油、塔斯马尼亚的应季鲜果……仅仅是大商集团为你搜罗的美食，就足以挑动味蕾，尽展异域风情。

打扮自己同样重要。出门前，挑选一款图案由中瑞两国艺术家创作的瑞士斯沃琪腕表，可充分彰显你的个性和品位；佩戴精致的戴比尔斯永恒印记美钻，能让你更加光彩动人；资生堂新的护肤品御银座，能感知肌肤对不同养分的需求，让你的肌肤获得恰到好处的滋养……

对这么多品牌好物，你也别担心“鞭长莫及”。天猫、京东等已经为你提供“买全球”的服务，点点手机屏幕或鼠标，万里之外的精品也能送货上门。或许你还想在虚拟时代体验一把实地购物的乐趣，那就到洋葱集团的潮红品牌体验场，感受新潮购物体验。这里线上线下联动，并佐以生活化、沉浸式的空间设计，避免“冷冰冰”的感觉，让你购物时身心愉悦。

当然，除了吃和穿，你还会注重出行体验，想通过旅游来放松身心、增长见识。你可以开上电动汽车，它环保安静、提速也快。出国时，“外语还给老师”的你怎么和人沟通？别担心，支持83种语言互译、32种语言拍照翻译的讯飞双屏翻译机，能让你畅行无阻。想玩一把游艇，但技术还不熟练怎么办？配备了前帆自动调整系统的新款汉斯游艇，可以帮助你更好驾驭游艇，它甚至还有自动驾驶系统。

除了生活，你还有事业。也许你想开家咖啡馆，但找到合适的咖啡师并不容易。这时你可以考虑机器人咖啡师，它一天能制作300杯“全程无接触”的安全咖啡，并且品质也非常好。你还可以引入有智能接待功能的机器人，能完成揽客推销、智能问答、引导客户入场等，这会为你降低人工成本，也能免去人力管理上的许多烦恼。

生活和事业总是有许多压力，你需要及时缓解，保持健康。坐上一台傲胜养生椅，它就能通过生物传感器感知你的身体紧绷度，除了按摩外，它还发出适宜的情境光、音乐、气味，来帮你缓解身体压力。担心身体健康出问题？你还能通过盛诺一家的私人医生服务、早癌筛查服务，预防重大疾病；一旦出现状况，还可精准匹配国内外顶级医疗机构为你诊疗。

这样的生活，无疑非常美好。可能你会说，上面的产品和服务有的太“高端”了，我“囊中羞涩”。但别忘了，经济产业发展的规律是不断创造新产品，在迭代中推动原来的高端产品普及化。

这不，你正在读这篇文章时使用的电脑或手机，在它们诞生之初，甚至很长时间内，不曾只是少数人使用的器物？

(本报海口5月9日讯)

品尝世界美食、线上试衣购物、聘用机器人  
你的未来生活，是这番模样



5月9日，首届中国国际消费品博览会上，机器人备受关注。图为机器人咖啡师为观众制作咖啡。

聚焦

VR查看养老机构、智能翻译准确极高  
■ 本报记者 尤梦瑜

5月8日，海南智慧养老发布会在首届中国国际消费品博览会上举行，中国银行同时举办“银发地图”优质养老服务机构展示平台全国首发仪式。银发客群可通过中国银行APP银发专区在线查询心仪的养老机构，“银发地图”创新融合先进技术，内嵌VR看房功能，更加方便老年人线上考察养老机构。

“现场我们备的货不多，您可以扫描二维码，到我们官方网店去下单，价格更优惠！”首届消博会陕西馆里，主打“宝宝面皮”产品的陕西宝鸡风味氏族餐饮文化管理股份有限公司参展负责人向观众们介绍道。

科技究竟为消费带来了什么？从线上销售凉皮这样的互联网科技应用“基础款”，再到利用互联网提升养老服务体验的“进阶款”，当“打通线上线下渠道”已成为几乎所有零售企业的口头禅时，人们不得不感慨，科技赋能消费，二者早已紧密融合，以此不断满足人们日益增长的美好生活需要。

科技在快马加鞭地改变和优化消费产品——在上海馆，走入迷你“张江人工智能岛”，一款斩获德国红点等多项国际设计大奖的智能垃圾桶“一键换袋，智能打包”；在安徽馆，比普通手机还小的科大讯飞新款翻译器，其语种覆盖了近200个国家和地区，在嘈杂环境中使用准确率高达98%；压力不大，在“魔镜”欧姆龙智能屏前一站便知……

科技在肉眼可见地改变和优化消费方式——扫码支付已成日常，从自动贩卖机里，用可以实时显示余额的数字人民币“钱包”买上一瓶饮料正成现实；直播带货拥抱科技，头部主播薇娅期待VR技术等引入直播间，进一步优化购物体验；欧莱雅、施华洛世奇等国际“老字号”深耕大数据，精细化描绘客户群画像，要为“Z世代”消费族群奉上量身服务……

置身首届消博会现场，人们可以明显感受

到，这里不仅仅是亚太地区规模最大的精品展，这里更是感知未来消费形式与趋势的最前沿。琳琅满目的消费品、各显其能的参展商都在充分诠释着消博会聚焦“高、新、特、优”四个字。

“新”是零售业保持源源不断增长活力的核心要素。95后、00后这些“Z世代”成为消费市场的主力军，直接催促着消费品、零售业加速拥抱科技，进而带动行业的深刻变革。

“未来的商品销售不是打个折就完了。”中免集团总经理陈国强直言。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。

毕马威中国零售及消费品行业咨询主管一步发展，中国消费已经形成了鲜明特色，消费者认知、需求和决策链路也发生了深刻的变化。企业需要从根本上认知到消费者价值与企业价值的正相关性，补齐自身运营层面的短板，生产企业、销售平台和带货主播乃至消费者，产业链上的各环节、各要素都在准确识别、主动求变。而消博会正是为这些“变”提供了一个充分的展示平台。

“消博会的价值之一就是作为新品牌、新产品和新消费模式的展示窗口。”中国南海研究院海南自贸港研究中心主任于涛表示，中国正在加快消费升级，未来信息消费、数字消费潜力不断释放。通过消博会平台，可以将科技元素和社会生活消费品更好结合起来，展现未来高品质生活消费品的发展趋势，以新需求带动提升中国制造高质量发展。

(本报海口5月9日讯)

首届中国国际消费品博览会，机器人迎宾员在展位前迎客。



派宝机器人  
PABOT

