



关注首届中国国际消费品博览会

国际展区

■ 本报记者 苏庆明 傅人意
陈雪怡 周晓梦 王培琳

“收获远远超出预期！”这是钻石巨头戴比尔斯永恒印记资深公关经理盛峰参加首届消博会的最深感受。该公司借力消博会平台，迎来企业在海南布局和规划的新契机。

消博会积极打造全球消费精品展示交易平台，为众多国际企业品牌进入中国市场提供机遇。展会期间，人气旺盛，合作盛宴更是频频上演。

合作成果丰硕

在1号馆旅居生活和服务消费展区，观展者排起长队、试玩试用、咨询合作的盛况随处可见。

收获人气，也收获交易。洋葱集团与新西兰营养品牌OCEANFIT等数个全球头部品牌进行战略签约，京东与埃克森美孚战略合作升级，汉斯售出“零关税”游艇……“随着中国经济高速发展，人们的消费需求也在不断升级。希望借消博会开拓中国市场。”汉斯游艇相关负责人表示。

在3号馆高端食品保健品展区，爱丁顿集团与深圳市鸿之佳商贸有限公司签下年度合作意向金额超过1亿元人民币的订单，大商集团组织旗下6个国家20多种全球稀缺商品的“国际卖团”和全国店铺的“国内买团”热情“买卖”……

“消博会第二天，大商集团展位的签约额就超过1000万元，现场零售额也突破10万元，这远超我们的预期。”大商集团食品总裁李宏胜接受海南日报记者采访时难掩笑意。

在4号馆的时尚生活与高端食品保健品展区，澳佳宝分别与鲸贺全球购跨境电商店、爱乐活、美好生活、考拉海购等公司或平台“牵手”，达成合作。“从2019年开始，我们与海南相关部门和零售分销合作伙伴逐步建立起密切的接触与联系，而此次消博会提供了一个良好契机，推动前期多项接洽‘开花结果’。”澳佳宝政府事务和法规总监凌云海说。

收获超出预期

收获超出预期，不仅是戴比尔斯企业负责人的观点，也是国际展区各大展商的共同心声。

在2号馆钻石展区，加拿大品牌Loveonly(唯爱)联合创始人、董事长江中杰说，该品牌2021年1月才进入中国，这是第一次参加国内综合性展会，收获非常多，参展人群的数量和质量都远远超出预期。

“我们的产品是纯进口钻石，因此海南的免税政策对于我们消费者、投资人都极具吸引力。”江中杰说，这次到海南参加消博会，一是了解国内市场，二是想在海南建立企业总部。“我们看到海南应该会成为高端消费品的集中地。在海南设立企业总部布局发展是进入辐射中国市场的一个大窗口。”

老凤祥珠宝(香港)有限公司市场部负责人李明浩说，珠宝消费潜力是巨大的。4天时间里，老凤祥品牌售卖金额近400万元，其中单笔最高是一件翡翠挂件，以100万的价格成交。

期待更多“牵手”

对众多品牌而言，消博会不仅仅是一个当下的展示交易平台，也提供了未来加强在中国布局的机遇。

“这次消博会的成功举办，一方面说明中国疫情防控有力，一方面也说明中国经济强劲复苏。我们能感受到，这次来参展的观众来自天南海北，热情高，人气足，不仅让我们扩大了品牌影响力，也能近距离接触消费者，收获很大。”在5号馆时尚生活展区参展的格拉苏蒂原创手表全国销售经理王钰栋表示，通过此次展会看到大家对品牌的喜爱，增强了企业在海南投资的信心。

消博会首日，绿地携手全球前三、南美最大牛肉生产商美利华，与来自重庆、深圳、长春、成都、郑州等地的采购商达成了超过27亿元的南美牛肉意向采购订单。“通过消博会，公司旗下的海外品牌可以更高效地触达国内市场，优化供给结构，服务国内大循环。”绿地集团总裁助理、绿地贸易港集团总经理薛迎杰说。

“借力消博会这个平台，我们迎来了企业在海南布局和规划的新契机。”盛峰说，戴比尔斯已经多次和海南接洽，希望将钻石加工、制造、分销中心在今年底前进行供应链布局。

(本报海口5月10日讯)

商机『足』订单『俏』

国际企业迎来中国市场新机遇

国内企业借势合作拓展朋友圈

国内展区

■ 本报记者 计思佳 孙慧

“现场能卖的都卖完了”“后悔没多带点名片和宣传册来”……本届消博会上，汇聚众多国内知名品牌的7、8号国内馆人声鼎沸、客商云集。在全球新冠肺炎疫情蔓延的形势下，参展企业积极在会场中寻找商机。处处都能看到参展商和采购商换名片、加微信、谈合作的身影。

参展企业纷纷表示，此次消博会之行，他们收获满满：不仅斩获了订单、推广了品牌，还和国内外同行共享信息，了解当下市场的新需求，寻找进一步开拓国内外市场的机遇。

打响品牌知名度

在上海展馆内，龙凤旗袍的江师傅现场用软尺给客人量三围，记录下信息，准备回上海制作完成后再邮寄给客人。动辄上万元一件的私人订制旗袍，价格并不比国际馆内的奢侈品牌服装逊色，4天内却收获了不少订单。

“没想到大家热情这么高！”工作人员方素文介绍，龙凤旗袍手工制作技艺是海派旗袍制作技艺的代表，已被列入国家级非物质文化遗产保护项目。“我们的品牌在江浙一带很受认可。这次借助消博会的平台，可以让更多的国内外消费者亲眼看到我们的产品和制作工艺，进一步提升产品知名度。”

同样，在深圳国瓷永丰源股份有限公司的展位前，一套清新绚丽、温润柔美的精美瓷器，也吸引了不少人拍照、询价。“别看我们的展台只有4.5平方米，3天内已经收获了20多万元的订单。”该公司大渠道部总监蔡庆晓介绍，“几位买家离开时专门要了联系方式，明确表示后续会再联系，洽谈定制化合作。”

消博会的影响力，也得到组织企业来参会的各省商务部门的认可。山东省商务厅外贸处二级调研员周颖接受采访时表示，山东参展企业的现场销售额达到9000多万元，意向订单近亿元，可谓是收获满满。

洞察市场新需求

作为聚焦国内外“高、新、优、特”消费精品盛会，很多国内企业也带了他们最新推出或准备上市的产品，在消博会上试水，并希望以此为窗口，洞察消费市场新需求。

5月7日上午，科大讯飞推出的新一代人工智能翻译产品——讯飞双屏翻译机在消博会现场发布。该款机器支持83种语言互译、16种语言离线翻译、32种语言拍照翻译、13种外语和英语互译等翻译功能，吸引多方关注。

产品发布后，就有参展商奔赴安徽展馆现场体验新机，并在工作人员的指引下从网店下单。“观众们在我们的展位前踊跃体验新品，咨询产品信息。他们的现场反馈为我们了解消费者需求、掌握市场信息提供了第一手资料。”现场工作人员介绍。

在重庆馆，赛力斯华为智选SF5新能源汽车占据场馆C位，很多观众排队等着上车体验。“这款车是上个月刚刚发布的新品，很多顾客都是第一次看到实物。”销售人员说，现场观众都评价这款车环保、美观、续航能力和性价比非常高，“大家的反馈给了我们很大的信心。”

共享自贸港机遇

采访中，国内参展商们也纷纷表示，消博会搭建了全球消费精品展示交易的平台，让外省企业共享海南自贸港发展机遇的同时，也为拓展国际国内“朋友圈”搭建了重要桥梁。

消博会期间，除了带来最新旗舰产品，科大讯飞还与海南国际经济发展局达成了战略签约。双方将通过信息共享、优势互补与业务创新，推动全面提升海南自贸港跨语言多语种服务能力愿景目标的落实。

科大讯飞集团副总裁赵翔表示，海南自贸港建设是国家高质量对外开放的窗口。此次消博会集聚了全球消费领域资源，科大讯飞新品选择在这里首发，就是要借力这个国际化、开放的平台，让中国的高新技术企业“走出去”。

作为中国百年老字号经典珠宝品牌，此次参展的深圳市萃华珠宝首饰有限公司正计划进驻海南海棠湾免税店，向国内外游客展示萃华品牌形象。“借助消博会平台，有利于企业进一步开拓国内和国际客源市场，提高品牌国际化水平，促进行业跨界转型升级。”该公司有关负责人表示。

(本报海口5月10日讯)

expo HAINAN | 消博会故事

瑞士国家馆：“小空间”里的大合作

■ 本报记者 傅人意

瑞士作为首届中国国际消费品博览会唯一主宾国，瑞士国家馆成为消博会期间的热门“打卡地”。海南日报记者注意到，瑞士国家馆里有三个“小空间”，面积均不超5平方米，却蕴含着中瑞两国合作的大空间。

欧中企业联合会中国区首席代表张新宜所负责的展区不到两平方米，但是却紧凑有序地展出了100多个瑞士原产国的精美产品，它们是来自瑞士的大众咖啡、艾特甜樱桃白兰地口酒和不同品牌的巧克力等。

张新宜向海南日报记者分享了此次参与消博会的惊喜：“客商对我们的产品好评如潮，让我们对未来有了更强大的信心。”

在瑞士国家馆，第二个“小空间”是展位不足1平方米的瑞士巧克力品牌莱德拉。

祁羚介绍，莱德拉的主要市场在瑞士，中国市场对于该品牌还是一个全新的、充满机遇的市场。“莱德拉去年才进入中国市场，目前只在天猫旗舰店销售。此次我们品牌把首秀首展给了消博会，非常希望借此机会考察海南市场。我们会优先考虑在海南免税商圈设店。”祁羚说。

第三个“小空间”是大家逛展时几乎不会留意到的地方——瑞士国家馆区VIP室。这是消博会期间，瑞士国家馆接待相关客商、媒体访谈的地方。“消博会让我们瑞士馆成为热门打卡点，我们接受了30多家媒体采访，另外，很多客商也被我们请到这里来洽谈合作。”瑞士驻华大使馆商务参赞、瑞士投资与贸易处主任莫海岩在这家小小的VIP室接受海南日报记者采访时说，据很多瑞士参展商反映，对此次消博会很满意，有一些还签订了合作备忘录，彼此建立了联系，希望未来有进一步的合作。

诚如瑞士驻华大使罗志谊所说：“我们不只为消博会而来。”相信，后续更多的中瑞合作将更加精彩。 (本报海口5月10日讯)

expo HAINAN | 消博会动态

青岛7家外贸公司组团参展 实际成交超百万元

本报海口5月10日讯 (记者习海鸿)5月10日，在首届消博会社会公众开放日上，青岛参展企业迎来了又一波人气高潮。许多女性观众和嘉宾是专门冲着假睫毛产品去的，不少养生达人则对号称褐藻“软黄金”的清幽乐岩藻多糖复合液颇感兴趣，还有许多人特意前来自家宠物选粮……

海南日报记者了解到，此次青岛共有7家外贸企业参加本届消博会。

作为全球最大的海藻生物制品企业，青岛明月海藻集团为首届消博会带来了其生产研发的清幽乐岩藻多糖复合液。“这是一种富含岩藻多糖的复方养胃饮品，其含有的岩藻多糖提取自海洋褐藻表面黏液。”该集团相关工作人员向观众热情推介。

海南日报记者了解到，全球七成假睫毛来自青岛，而青岛鸿基鼎利商贸有限公司正是其中一家集研发、设计、生产、销售于一体的代表性专业假睫毛企业。

青岛麦健食品有限公司生产的烘干鸡肉、鸭肉、牛肉等高端宠物食品吸引了不少“铲屎官”驻足。

据介绍，此次青岛交易团共有5家青岛参展企业达成意向成交超605万元、实际成交超100万元。



5月10日，消博会公众开放日，消博会再次迎来观展高潮。本报记者 李天平 摄