



关注首届中国国际消费品博览会

海南日报

编辑：陈海冰 校核：王振文 陈旭辉  
值班主任：董纯进 主编：李冰  
2021年5月11日 星期一

# 消博会公众开放日喜迎“双丰收” 人气“购”旺 买卖“购”火

■ 本报记者 陈雪怡

5月10日，首届中国国际消费品博览会（以下简称消博会）迎来社会公众开放日，也迎来了开展以来的人气新高——“五一”假期期间，消博会社会公众开放日初定5万张门票分三批迅速售罄。首届消博会4天展期，进场观众超过24万人次。

海口市民何静是“5万分之一”，“消博会售票第一天就抢到了票，心心念念就等这一天。”10日11时30分许，在5号馆时尚生活展区花王集团展位，何静正在排队等待试用SENSAI产品。5号馆只是何静打卡消博会的“第一站”，但她已经在这里流连了快一个小时。

“资生堂、欧莱雅、施华洛世奇等展位都逛过了。消博会太好看了，除了基本款之外，许多品牌都带来了高端或新品系列，像资生堂的THE GINZA，之前都只能去日本买，没想到

在消博会上看到了。”偏爱护肤彩妆、首饰服饰的何静看完5号馆后，打算去其他展馆继续逛逛。

有人大饱眼福，有人大开眼界。“名酒游艇、珠宝钻石……消博会简直让人大开眼界！”逛了一圈下来，观众刘继丰对麦卡伦年份最高（高达78年）的耀红系列威士忌，以及18K黄金纯手工打造、重达10公斤的费伯奇“盛世百年”彩蛋等，尤为印象深刻。

随着人潮涌入，排起长龙也成了各展馆各展位的“实时常态”：在国际展区，1号馆旅居生活/服务消费展区的欧姆龙展位，观众排队“体检”，准确掌握健康状况资讯；2号馆珠宝展区的费伯奇展位，观众排队欣赏“金蛋”，感受不同凡响的稀世之美；3号馆高端食品保健展区的格悦轩尼诗展位，观众排队品鉴，领略悠久精湛的酿造技艺；4号馆时尚生活、高端食品保健展区的澳佳宝展位，观众排队咨

询保健品，选择合适产品以满足健康需求；5号馆时尚生活展区的斯沃琪展位，观众排队“研究”腕表，品味卓越制表工艺。在国内展区，更有大批的经典或潮流国货让观众看得开心、买得高兴。

收获分两端，一端是公众，另一端是展商。迎来社会公众开放日，各展馆、各展位的产品推介活动也更为频密，积极增加品牌曝光度，持续扩大企业影响力，收获了一波驻驻足或咨询的观众。麦卡伦中国区品牌经理孔卫琳更是感叹，“这次麦卡伦参展消博会，带来旗下最新款超高端产品系列‘The Macallan Red Collection（麦卡伦耀红系列）’，吸引了诸多家境外媒体及多渠道传播，曝光率史无前例，媒体资源及相关价值突破历史极值！”

收获人气，也收获交易。4月26日，财政部、海关总署、国家税务总局三部门联合发布

《关于中国国际消费品博览会展期内销售的进口展品税收优惠政策的通知》，并同步发布消博会享受税收优惠政策的进口展品清单，对展品类别、每个展商享受税收优惠政策的展品数量或金额上限进行明确。全岛封关运作前，对消博会展期内销售的规定上限以内的进口展品免征进口关税、进口环节增值税和消费税。

“展期内我们可享受税收优惠政策金额上限是2万美元，目前这一额度已用完。”10日，在3号馆高端食品保健展区高培展位，海南国健高科技乳业有限公司有关负责人王军介绍。

“乘着海南自贸港建设的机遇，此次消博会的圆满举办，及其强大执行力、宣传力的加持，奠定了我们对消博会的信心。”孔卫琳表示，麦卡伦品牌已经签约第二届消博会，将携更大的展位、更好的产品，再会海南自贸港。

（本报海口5月10日讯）



5月10日，消博会社会公众开放日人气爆棚，观众出手买不停。本报记者 王凯 摄

## 秘鲁羊驼毛玩偶“萌”生商机 小小展位4天卖了32万元

■ 本报记者 周晓梦

5月10日下午3时，首届中国国际消费品博览会即将闭展，被一群毛茸茸羊驼玩偶和参展人群包围的马玉霞，额头上覆着细细汗珠，没来得及擦。周围的参展者们爱不释手地抚摸着羊驼玩偶，拉长了声音说道“好萌啊”……

这一只用羊驼毛制成的可爱玩偶，出自Warpaca品牌，它们的“老家”在大洋彼岸的秘鲁。而马玉霞，是Warpaca的创始人之一。

“我以前在南美工作，一直想把这个产品带到中国来，在考察之后，于2016年创立了Warpaca。”马玉霞说，这些玩偶是用真的羊驼毛加工而成，目前Warpaca与7个秘鲁家庭作坊约100名工匠合作生产，之后再由空运物流从秘鲁运到国内。

在此次消博会上，warpaca展位不大，人气却很旺。进入会期最后一天，羊驼毛玩偶依旧在现场“吸粉”，参展者们询问购买的热情依旧居高不下。这让马丽霞感到高兴。

“这款小号羊驼，还有毛毛球造型羊驼，大家都很喜欢。参展前，我们预测可能会很火爆，但没想到这么受欢迎，带来的100多个小号羊驼在开展第一天就卖完了。”马丽霞说，消博会开幕以来，平均每天有300余人前来购买，四天总共卖了32万元的羊驼毛制品。

与一般毛绒玩偶相比，羊驼毛玩偶价格虽有些“小贵”，但人们选购热情不减。这背后的驱动因素，除了国内消费升级的趋势之外，还反映着人们消费心理变化——更加看重“心价比”。选购一只真材实料羊驼毛制成的可爱玩偶，人们内心的愉悦感会得到极大满足，因此“萌”也是一种生产力，能引来无限商机。

除了普通消费者，还有大批专业采购商参加此次展会。warpaca在短短几天时间内就接洽了约20家有兴趣合作的企业。“其中有专业的采购商，对warpaca产品很感兴趣。我们约好展会之后详谈。”马丽霞说，消博会闭幕后，她和同事会去三亚考察，为下一步把羊驼毛玩偶引入海南市场寻找机遇。

（本报海口5月10日讯）



5月9日，消博会上，毛茸茸的秘鲁羊驼毛玩偶让人爱不释手。 本报记者 袁琛 摄

## 消博会上不少展区既展出传统产品，也推出新兴产品—— 当“老古董”遇上“新时尚”

■ 本报记者 孙慧

5月10日，在首届中国国际消费品博览会的上海展区里，一款做工精湛的龙凤旗袍喜褂引来众人围观，裁缝师傅忙着给一位中年阿姨量身定做旗袍。一旁的哔哩哔哩IP跨界盲盒机前排满了年轻人，兴奋地等着投币抽盲盒。挨着盲盒机的是小红书和东方美谷设立的美妆直播间，不少年轻女孩忍不住在这里徘徊，拿起手机来个美美的自拍。

作为一个齐聚全球顶尖好货的国际平台，消博会不仅有全球各地不同文化的碰撞，也让传统的经典产品与最新的流行产品来了一次各展所长的精彩“共演”。

传统技艺制作的经典产品有多受欢迎？来看看海南展区里的黄花梨展位旺盛的人气，你就会知道。这里展出了一件件精美典雅的黄花梨椅子、凳子、桌子等，参观人群络

绎不绝。5月7日，消博会上，一套黄花梨家具以2000多万元的价格售出。

消博会上的新兴产品又有多大的吸引力呢？高科技带来更多便利，智能服务让人贴心。在安徽展区内，科大讯飞新推出的双屏翻译机能支持83种语言的语音翻译，32种语言的拍照翻译，应用场景覆盖全球近200个国家和地区。其中，中英在线翻译效果可达专业8级水准。中英离线翻译效果可达CET-6水平。“来体验这一新款机器的人特别多，但是我们只带了两台过来展示，现场不售卖，有购买意向的客人可以到店里买或者网上下单。”科大讯飞的销售人员告诉海南日报记者。

老传统，老手艺，却并不守旧，依然跟随时代变化，精心改良。湖北百步堂手工家纺有限公司的工作人员陈倩在现场摆出织布机，展示国家非物质文化遗产——枣阳布

的制作技艺。“这款织布机虽然是木制的，但却是经过改造后才变得如此小巧便携。以前的老织布机，可比这大多了，根本带不出来。”陈倩说，这是专门为了本届消博会展出而进行改造的织布机，使用携带都很方便，自己一个人也能带上飞机。

新产品，新技术，更是愿意花心思琢磨客户心理，精益求精。江西景德镇星空智能科技有限公司研发的智咖大师机器人，可以为人们提供“全程无接触”的安全咖啡。“新冠肺炎疫情发生后，很多人希望享受到‘无接触’服务，服务型机器人就可以做到这一点。”该公司工作人员历新增介绍说。

无论是融合手工技艺和历史底蕴的传统产品，还是体现高科技力量和时代潮流的新兴产品，只要紧跟市场需求，与时俱进，都会各有发光的魅力，各有追捧的观众。

（本报海口5月10日讯）

## 消博会公众开放日见闻—— 空椅子越来越少 手提袋越来越鼓

■ 本报记者 苏庆明

逛展、商谈、购物……5月10日是首届中国国际消费品博览会的公众开放日，各大展馆人流如织，热闹更胜此前三天。

“如果您没有别的事，我先去招呼客人了。”上午9时，在1号馆的盛诺一家媒体对接人方小四抽空接受海南日报记者采访，没说两句，又要接待客人。

盛诺一家是提供医疗服务的机构，展位陈设并不特别吸睛。消博会首日，记者也曾来到这里，当时参观者不多，方小四热情地向记者介绍企业，聊了不短时间。此后两天，记者也都曾来过，眼见方小四一天比一天忙碌。人手不够，他也得亲身上阵，向潜在客户介绍业务。

今天，从一大早就开始，这里就再也没见到一把空椅子了。记者只能站着跟方小四聊两句。

“昨天有位客户上门找了我们三回，还有人从病友群里得知我们参展后，专门跑过来，了解我们的服务。”方小四说，参加消博会，企业收获很大，一方面是挖掘潜在客户，另一方面，也有很多医疗机构前来洽谈合作。当天，盛诺一家参与消博会官方举行的意向签约，计划参加第二届消博会。

慧视、苏宁、康特、克拉自由……脚步穿梭在不同展馆、不同展位间的海南万力物流公司有关负责人朱光远，手提袋里的企业宣传册越积越多。

在日本知名免税购物平台乐购仕的展位前，朱光远放缓了脚步，认真了解企业业务内容，不时掏出手机拍照。

“今天带着家人一起来，他们购物，我找合作机会。”朱光远说，“我们虽然只是海南本地小企业，但在本地拥有资源和网络优势。我们跟进口商、其他物流企业都可以合作。”

在美安康质量认证研发中心的展位，记者见到已经退休的郭女士前来逛展。NMN、艾沐茵……她的手提袋里，各类保健品品牌宣传册塞得满满当当。“消博会上有很多抗衰老的保健品，我是专门来了解的。”

郭女士是位“专业”观众，从医院退休，曾从事检测工作。“我既要挑保健品，也要对保健品进行检测，放心后再使用。回去后要好好研究研究。”

（本报海口5月10日讯）

## 拼多多“百亿补贴” 直播间开进海南 整场累计观看人次超3000万

本报海口5月10日讯（记者孙慧）5月9日晚8点，拼多多联合央视在海口举行首届消博会拼多多“百亿补贴”带货直播专场。央视主播李思思、冯硕化身“百亿补贴”带货主播，在拼多多官方直播间内，带领网友拼购海南农副产品和特色商品。

本次直播中，拼多多“百亿补贴”共甄选包括海南特色产品、国内外名牌在内的50余款商品，涵盖了海南美食、电子产品、大牌美妆、日用品等众多类目。海南热带水果、海盐之谜精华液、戴森吹风机、SK-II神仙水等爆款商品也都是同一时段的全网超低价。

“请到天涯海角来，这里四季春常在，海南岛上春风暖，好花叫你喜心怀……”当晚8时，在一曲《请到天涯海角来》的歌声中，央视主播李思思、冯硕现身直播间。海南椰子水、菠萝蜜、妃子笑荔枝、小台芒等特色产品率先出场，诸多网友“云逛海南”，纷纷感叹“水果还是海南的好”。

据了解，此次直播间的商品在全网低价的基础上又进行了二次补贴，保证消费者在直播间既能买得实惠，又能买得开心。

在多位专业主播的带动下，整场直播的全网累计观看人次超过3000万，多款产品售罄，“断货”“补货”成为全程最高频的词汇。截至当晚23:25，#海南博览多多拼单#微博话题阅读量已超2300万。

拼多多“百亿补贴”负责人表示，首届中国国际消费品博览会作为亚太地区规模最大的消费精品展，必将推进中国高水平对外开放，让消费者可以在自家门口买“逛”全球。拼多多也将持续助力海南特色产品对接国内大市场，推动消博会精品好货走进千家万户。

见闻

动态