



消博会上邂逅更美海南

■ 本报观察员 张成林

逛今年的消博会,会发现一个有趣现象,参展商谈及消博会时,会下意识地提及海南——

比如,美国泰佩思琦集团中国区副总裁周广华接受采访时说,“希望借助这一平台,多与其他企业深入交流,也希望更深入地了解海南自贸港政策”;达能中国、北亚及大洋洲总裁谢伟博谈及参会感受时,谈得更多的,是海南简化便捷的行政流程,及日益优越的营商环境……谈及消博会时,很自然地就联想到海南,更加渴望了解海南,这说明,海南自贸港影响力正与日俱增,海南与消博会已经彼此不可分割。

一个是亚太地区规模最大的消费精品展,一个是建设中的具有世界影响力的中国特色自由贸易港,消博会的定位与海南自贸港发展方向高度契合,两者都是我国高水平开放的有力见证,彼此之间相近相通、相得益彰。当开放遇见开放,当流量遇上流量,不仅让消博会精彩纷呈,也让海南更加绚丽多姿。

海南形象,因消博会而愈益饱满——

展会上,参观者会被不期而至的海南元素所惊艳。比如,在5号馆,可看到海南长臂猿造型的珠宝,熠熠生辉;蔻驰“沁蓝之夏”系列,在蓝白相融

中,尽显海南浪漫……海南元素越来越受设计者青睐,融入潮流精品。

不止于海南元素,客商们更关心海南优势、海南机遇。

自2020年进驻以来,罗森已在海南设立了约120家便利店;首届消博会后,泰佩思琦考察海南市场,作出把中国旅游零售总部设立在海南的决定……如果说只是一两家长商进驻海南,或许还说明不了什么,可如果有一批外企近年来纷纷入驻海南,那就要引人深思了,这说明海南自贸港的吸引力日渐强劲,也说明消博会的平台效应逐渐凸显。

海南吸引力从何而来?

且不说海南处于国内国际双循环的交汇点,背靠超大规模国内大市场,单从自贸港建设上来看,2018年以来,就有180多项自由贸易港政策文件落地生效,特殊的开放政策为全球生产要素、资源进出国内、国际市场的有力见证,彼此之间相近相通、相得益彰。当开放遇见开放,当流量遇上流量,不仅让消博会精彩纷呈,也让海南更加绚丽多姿。

而消博会,作为联通中外的国际盛会,犹如一把放大镜,让日渐靓丽的海南形象,更加直观、清晰地展现在人们面前。

好风凭借力 合作谋共赢

■ 本报观察员 傅人意

共享开放机遇,共创美好生活。第二届中国国际消费品博览会开幕以来,来自全球各地的品牌参展商在消博会的“聚光灯”下释放“魅力”,专业采购商消博“购物车”也颇有收获,这场“买全球、卖全球”的盛宴,宛如好风凭借力,合作共赢效应初显。

“法国每出口3支口红,就有1支被中国消费者购买。”欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官费博瑞在消博会上的一句话,道出了中国消费市场广阔

的背景,作为我国唯一以消费精品为主题的国家级展会,也是亚太地区规模最大的消费精品展,第二届消博会成为今年我国“四大展会”中首场线下举办的重大展会,让全球广大市场主体对中国市场充满信心。

借梯登高,这是全球企业品牌共享中国市场的难得机遇——

来自国内外的2800余个品牌参展,参展品牌汇聚更多细分行业的全球头部品牌。全球美妆巨头雅诗兰黛、世界奢侈品巨头路威酩轩等众多头部品牌都悉数到场。他们看中的不仅是消博会的“聚光灯”效应,更是这里加速新品落地的“助

推力”。

翻看这三天的“签约表”,行程十分密集:

7月25日,路威酩轩(LVMH)集团和海口综合保税区签署合作备忘录,正式宣告路威酩轩香水化妆品中国区旅游零售供应链中心落地海口综合保税区;

7月26日,全球商业决策信息和分析服务机构——邓白氏宣布正式落户海南;

7月27日,跨境电商天猫国际正式发布“超新星”海外新品牌成长计划,联合消费品大集团、海外品牌、进口品牌孵化器、优质服务商、投资机构等生态伙伴力量,共同支持海外新品牌在国内的发展。

“借助消博会的窗口效应、溢出效应,天猫国际与消博会一起为海外品牌搭建入华‘快车道’,加速‘展品变商品’,让海外新品牌更好地享受中国的机遇。”天猫国际商家运营总监严恒力表示。

雅诗兰黛集团全球管委会成员、中国区总裁兼首席执行官樊嘉煜表示,此次消博会,雅诗兰黛集团首次以集团身份,携10余个品牌亮相。“对于集团而言,海南市场的重要性日益凸显,我们将继续投资海南,为消费者带来更多高品质的产品。”

借船出海,这是国内品牌走

出去的“桥梁”和“窗口”——

本届消博会增设5000平方米的国货精品馆,消博会期间,广东、浙江、云南、新疆等地将积极举办消费精品推介会。

豫园股份除了带来旗下老庙、亚一、金徽、沱牌舍得、上海表、海鸥表等多个中华老字号品牌之外,还将展示蕴含着科研成果的创新国货品牌和深受国内外消费者欢迎的优质海外品牌;国货美妆集团逸仙电商携旗下完美日记、小奥汀、皮可熊三个国潮原创彩妆品牌参展;新锐国货品牌元气森林携新产品——可乐味气泡水和R1智能冰柜参展……

元气森林首席可持续发展官王滔表示,“元气森林希望利用消博会的平台,学习全球企业在消费领域的先进经验,分享公司对于新消费的实践和思考。”

提升的不仅是国货精品馆的面积,还有“国潮”品牌旋风借力消博会,不断提升的国际美誉度和竞争力。

借势发力,消博会会成为海南自贸港展现“魅力”的舞台——

来海南自贸港投资兴业,有哪些政策优势、生态优势、营商环境优势和独特的区位优势?消博会给了海南自贸港一个展示自我的舞台。

来海南自贸港投资兴业,有哪些政策优势、生态优势、营商环境优势和独特的区位优势?消博会给了海南自贸港一个展示自我的舞台。

精彩——

在全球消费创新暨免税与旅游零售大会上,《海南自贸港旅游零售市场白皮书》发布,文内称,后疫情时代,海南在许多消费者心里树起极具吸引力的旅游消费新形象。这场大会会让越来越多的品牌方认识到海南旅游零售市场的潜力。

除此之外,消博会将举办100余场论坛、推介、采购对接、洽谈签约配套活动,充分展现海南自贸港区位、政策、生态和营商环境优势,带动更多海内外企业在海南设立区域总部,进一步聚集优质生产要素,吸引相关产业链布局海南,有力支撑海南现代产业体系发展,提升自贸港影响力。

可见,消博会的意义不仅仅体现在消费展示、签约订单上,更彰显于新技术、新业态、新理念、新趋势等方方面面,这需要我们从事更多维度、更宽广视角,对其进行综合观察、分析,充分放大“消博会效应”,推动海南更高质量发展。

一次盛大展会的举办,往往是一次提质升级的契机。

备受关注的消博会,展现了海南自贸港的魅力,激发了海南自贸港的活力。在消博会带动下,海南形象更加凸显,海南声音更加嘹亮,必将带动越来越多的中外投资者认识海南、了解海南、布局海南,共享海南自贸港开放新机遇。

三天来,一场接一场的采购对接、洽谈签约、行业推介活动下来,很多团组和客商表示将到海南各地考察、交流。

7月25日,省政府在海口市举办消博会参展日企代表见面活动,日企对海南自贸港建设充满期待,希望未来能与海南加强交流合作,继续在琼投资兴业。当天,海南自由贸易港日本企业服务中心同步揭牌。

同一天,海南省发展控股有限公司还与厦门建发股份有限公司在海控瑤城签署战略合作协议,双方将在消费品供应链整合运营及渠道建设、大宗商品贸易等领域实现融合发展。

7月26日,海旅免税与京东国际、杭州遥望网络科技有限公司签署战略合作协议,就深化线上线下全渠道一体化共建、持续挖掘互联网流量与内容资源等方面展开深度合作。

海南农业专题招商推介座谈会上,中国南光集团、正大集团、泰森食品等9家企业表示愿意参与海南自贸港建设,建议双方建立常态沟通机制,推动合作项目落地。

中国发展海纳百川,中国机遇全球共享。更多合作共赢的故事,还将在消博会期间上演。

正在不断进行探索,以促进国内消费转型升级,推动全球消费创新及品质消费迈向新高。

走出发布会大厅,前往主会场广场,去一座被设计成“热带雨林”的主秀场里,看时尚如何在展会上“走秀”。

本届消博会推出时装周活动,邀请Grace chen、Shenshen等近20位国内外设计师展示最新时尚系列单品,助力海南打造国际旅游消费中心和国际设计岛,展示最新时尚系列单品,丰富海南时尚产业业态。活动包括走秀、订货会、快闪秀、品牌分享沙龙、艺术展、投资对接会等。

“国内外时尚资源将聚集于此。”海南设计师杨智凯介绍,他将携品牌INSULAIRE亮相消博会时装周,在他看来,消博会时装周无疑为设计师及他们的作品提供了一个连通世界的窗口。在这里,时尚将不断延伸。

海南日报 融媒看点

海南日报虚拟数字主播海蓝蓝整点播报消博会最新资讯



虚拟主播海蓝蓝播报

本报海口7月27日讯(记者王丹南)7月27日,第二届中国国际消费品博览会开展第二天,海南日报虚拟数字主播海蓝蓝继续在海南日报客户端为广大用户播报消博会最新资讯,把新鲜、精彩、有料的消博会呈现给广大观众。

27日,海蓝蓝播报了华夏风物馆、法国馆、3号馆、三亚Hello Kitty度假区等人气展馆、展区,海南长臂猿Bo Bo珠宝、德国品牌格拉萨蒂原创腕表新品等系列消博会精品,以及中国国际消费品博览会时装周等重要活动。在第二届消博会开展首日,海蓝蓝已带领广大观众“参观”了海南馆、游艇展、官方礼品中心,一睹“时光之眼”、金钻内衣等顶级珍品风采。

据悉,7月26日至30日每日9时至18时,海蓝蓝除在海南日报客户端进行整点播报外,拆条小视频还在海南日报视频号、抖音号、头条号等平台同步发布,用富有科技感的视频播报丰富广大观众的视听体验。据了解,通过AI算法等科技手段,海蓝蓝在虚拟场景的构建中可以整合各类新媒体素材,实现视频、音频、图像、文字的全媒体呈现。

扫码看虚拟主播海蓝蓝整点播报

海南日报推出《畅游消博会》融媒栏目

本报海口7月27日讯(记者郭畅 周达延)7月25日至30日,在第二届中国国际消费品博览会举办期间,海南日报新媒体中心推出融媒体栏目《畅游消博会》,用体验式报道带您感受8大场馆的独特魅力。

7月27日,《畅游消博会》栏目来到1号馆,这里是旅居生活展区和服务消费展区,能够“冲浪”无限美好生活。官方售价850万元的劳斯莱斯库里南在这里的免税价格仅为480万元到530万元,您心动了吗?

新海南客户端推出原创MV《消博会show time》

本报海口7月27日讯(海报集团全媒体中心记者韩静)当RAP邂逅消博会,是一种怎样的全新体验?7月25日,第二届中国国际消费品博览会在海口开幕。7月27日,新海南客户端、南海网、南国都市报推出原创MV《消博会show time》,采用歌曲改编、RAP、视频混剪等融媒体创新手段,邀请歌手李文杰作词演唱,搭配古筝、二胡等中国风乐器伴奏,配合第二届消博会8大展馆亮点纷呈的视频画面混剪,向世界展现开放、友好、美丽的海南自贸港新面貌。视频推出后被太原新闻网、中国西藏网等省级媒体转载,许多网友留言点赞道:“歌曲好听又上头,太燃了!”“消博会好热闹,海南自贸港真棒。”

扫码看《消博会show time》

海南云南泰国联动直播：海内外线上线下畅聊消博会



海南国际传播中心海外传播官虹韵(中)在消博会现场连线昆明、曼谷进行直播。

海报集团全媒体中心记者 王定斌 摄

本报海口7月27日讯(海报集团全媒体中心记者王定斌)在第二届中国国际消费品博览会举办期间,由海南国际传播中心、云南国际传播交流中心共同发起了“2022年琼、滇、泰特别连线:中泰消费一起‘刷我滴卡’”海外社交媒体账号联动直播。现场连线云南昆明和泰国曼谷,并邀请泰国驻广州总领事馆商务领事陈丽玲、海南国际传播中心海外传播官虹韵、泰国网络达人韩冰等进行线上线下直播互动,一起畅聊消博会。

本次直播向海内外观众介绍第二届消博会泰国馆,并回顾了近年来海南与泰国、云南与泰国在商品贸易、投资、双边旅游等经贸合作、人文往来现状及展望了未来中老铁路通车后对琼滇两省与泰国经贸人文发展的积极影响,为国外网友打开了一扇了解海南、云南与泰国的窗口。来自全球各地的网友也从不同角度、不同侧面见证了一个朝气蓬勃的消博会,和一个开放包容的海南。

A06

海南日报

2022年7月28日 星期四
值班主任: 张苏民
主编: 刘笑非
美编: 杨千懿
检校: 招志云 陈旭辉

第二届中国国际消费品博览会 · 观察

“新”意满满 时尚连连

■ 本报观察员 周晓梦

上午9时,第二届中国国际消费品博览会展馆开门迎客。跟随人群,可以先前往5号馆,那是主宾国法国馆所在场馆,也是人气颇高的“打卡点”。

红白蓝法国国旗,用灯线光影勾勒出的凯旋门、埃菲尔铁塔,明亮橱窗里的商品,还有扎堆的国际时尚品牌……走向展馆内一问,现场工作人员会解释:希望打造纯正的法式体验,让大家犹如置身巴黎最繁华购物中心。

时尚氛围瞬间拉满。“此次老佛爷百货将法式风情和生活方式带到消博会,在展示历史传承之外,将为客户打造‘一站式’法式时尚艺术生活体验之旅。”老佛爷百货中国首席执行官沈智傑如是介绍。

对于消博会,各大品牌颇为上心,不仅搭建一座座精美别致的展台,纷纷拿出珠宝、腕表、服

饰等“尖货”,还想方设法融入社交、文化等当前消费群体喜爱的元素,营造沉浸式消费场景和时尚体验。

只看氛围不够?那再前往迎宾大厅,去看“消博时刻,首发首秀”新品发布会,洞见消费新时尚。

7月27日至28日,这里陆续有28家国内外知名企业的68个品牌携104件新品轮番登场,从上午9时至下午5时,每半小时一场,场场精彩。

“我们很骄傲能够再次参展消博会。得益于消博会这一强大平台,我们可以向贸易伙伴、消费者们等多方位、生动地展示欧莱雅集团的全新使命与旗下国际美妆品牌。”欧莱雅亚太区董事、总经理张桃说。

格兰父子大中华区董事总经理周学文介绍,此次发布的格兰菲迪50年新品,是格兰父子洋酒公司旗下品牌格兰菲迪目前在售年份最高的一款

威士忌。“为展示对消博会和中国市场的重视,以及持续深耕中国高端烈酒市场的信心,格兰父子将它作为突破性代表作之子在消博会上全球首发。”周学文说。

这只是缩影。新品涌现,在引领消费潮流、释放消费潜力、促进消费升级上扮演关键角色。

纵观本届消博会,新品首发首秀是“重头戏”,会期有各类新品发布及展示活动177场,亮相的新品数量达622件,涵盖全球首发、亚太区域首发、亚太零售渠道首发、中国首发、线下首发等多种类型,助力海南打造全球消费时尚展示引领地。

毕马威亚太区及中国主席陶匡淳提到,全球消费创新的关键在于消费转型升级,现阶段海南自贸港建设正在逐步推进海南旅游零售业迈向新的高度。作为旅游零售业试点的“灯塔”,海南