



A06
海南日报

2022年7月31日 星期日
值班主任：蔡潇
主编：吴维杨
美编：张昕
检校：卫小林 黄如祥

第二届中国国际消费品博览会
·
场馆

1号馆 订单不断 交流不断

■ 本报记者 李梦瑶

大单！凯沃国际与金铨（海南）控股集团有限公司签下价值3.5亿元的“零关税”汽车销售战略合作协议。

新店！戴尔科技集团、中国旅游集团中免股份有限公司再度携手，在海口开设海南第二家ALIENWARE免税旗舰店。

落户！美国邓白氏集团正式宣布，落户海口复兴城，全力参与海南数字经济发展建设，打造邓白氏全球数据云（海南）节点。

“新生活方式和新业态发展为消费电子行业带来了巨大机会。”戴尔科技集团全球资深副总裁王利军说，通过消博会这一平台，戴尔发现中国消费市场仍有无限潜力待挖掘，这坚定了他们继续深耕中国市场、开拓海南市场的信心与决心。

同样从消博会上收获信心的，还有艾思姆中国区副总裁梁万银。

“这次消博会，我们带来了旗下两款熟水机新品，引发大量关注。”梁万银透露，7月26日，新品发布当天，便已有一大批海南家电经销商主动找上门表达了采购意愿。

“消博会交汇的不仅是商品和服务，更是文化和理念。”在毕马威中国零售及消费品行业主管合伙人林启华看来，对于参展企业而言，本届消博会不仅是获取机遇的重要平台，更是一次很好的交流和学习的机会。（本报海口7月30日讯）

2号馆 新老朋友 不虚此行

■ 本报记者 王培琳

有价值1.88亿元的全球首发限量一件的“朱雀”；有用19650粒钻石和3824粒蓝宝石制作而成的金缕钻衣……2号馆赚足了人气，参展品牌也得到了更好地推广。

第二届消博会在首届的基础上保留重点珠宝品牌，例如戴比尔斯集团等，此外搭配时尚品牌，如卡尔拉格斐、Tapestry集团、途明TUMI、宝姿等，以展示现代时尚年轻人消费新趋势、服装及珠宝首饰穿搭新潮流。

此次消博会，卡尔拉格斐与GDF海控全球精品免税城签约落户，并参加多项消费领域相关活动。该品牌在展馆内举办的早秋及盛夏新品预览会，吸引不少人前来观秀。

“这次展会上收获颇丰。”在卡尔拉格斐大中华区品牌形象中心负责人程超看来，这次借由消博会平台，让更多中国消费者及同行业了解到其品牌，也增强了品牌在海南市场落地的信心。

人流爆棚，途明TUMI品牌也得到了很多新老消费者的关注，让品牌在海南的知名度进一步打开，该品牌也打算今年进驻海口国际免税城。

而高纳仕（GAONAS）在消博会期间，通过现场直播的形式，销售额已经突破2000万元，让品牌进一步感受到消博会的溢出效应。

作为第二次参加消博会的参展商，拉威尼艺术珠宝创始人及艺术总监梅梅表示，这次消博会，拉威尼通过新品展示，达到了预期的参展效果，更多参展者更爱具有中国传统文化的首饰，这也是对时尚潮流的展示。（本报海口7月30日讯）

3号馆 有酒有肉 明年再见

■ 本报记者 邵长春

7月30日，第二届中国国际消费品博览会进入最后一天，但对于消博会3号馆高端食品保健品展区的很多逛展观众和参展商来说，仍是不胜遗憾。

3号馆占地面积约1.3万平方米，来自法国、英国、瑞士、德国、日本、巴西、新西兰等国家和地区的300多个品牌参展，展品包括高端酒品、肉制品、乳制品、保健品、咖啡、休闲食品等。

本届消博会上，世界各大知名洋酒品牌纷纷亮相，借力展会扩大品牌影响力。享誉全球的奢侈品牌路易威登（LV）旗下酩悦轩尼诗今年携多款精品再赴消博会。

各大品牌还借力消博会推出自己的新品，世界500强企业泰森食品今年首次亮相消博会，就带来了专为中国消费者口味创新研发的“美颜”卤味零食系列新品；老朋友西班牙厨司堡集团再赴消博会，则一口气发布了5J火腿艺术家限定礼盒、5J伊比利亚黑猪风干里脊肉肠和两款烈酒等4个新品；荷仕兰则借力消博会推出了暖阳系列高钙高铁高硒中老年配方奶粉（调制乳粉），大受欢迎。

就在第二届消博会结束的当天，百加得、格兰父子洋酒贸易（上海）有限公司、法国贝玛格雷酒业集团、加拿大绿色巧克力工厂、荷仕兰（中国）乳业集团、澳佳宝等多家3号馆参展企业率先与消博会组委会签约，计划明年再赴第三届消博会之约。（本报海口7月30日讯）

4号馆 人气合作 皆有收获

■ 本报记者 陈雪怡

在第二届中国国际消费品博览会上，4号馆作为国际综合展区/时尚生活展区，云集了来自瑞士、德国、意大利、爱尔兰、日本、韩国、澳大利亚、新西兰、秘鲁等国家和地区的酒品、高端食品保健品、日化用品及水晶制品等手工艺品，在实现消博会“不出国门，看遍世界”的同时，也收获了火热人气、合作意向。

超过400个参展品牌，在4000余平方米展位面积的4号馆里“各放异彩”。首届消博会主宾国瑞士携雀巢、维维德等知名品牌参加本届消博会；日本贸易振兴机构继首届消博会后，携众多日本优质酒类、消费品类企业以900平方米的更大面积展位再次亮相；大韩贸易投资振兴公社组织20家企业39个品牌参展，展品涉及日化用品、食品、厨房家电、家用美容仪器等韩国人气商品，以及泰国国民美妆品牌蜜丝婷、澳大利亚品牌可瑞比、澳容等，都携明星产品，以独立展商的形象亮相4号馆。各式精品加上丰富活动，吸引许多采购商、专业观众和社会观众咨询了解、参与体验。

“以国家展馆的形式参与第二届消博会，就爱尔兰食品及饮品板块而言，收获颇丰。通过消博会平台让采购商、专业观众以及消费者更近距离地了解爱尔兰食品，包括奶粉、牛奶、奶酪和威士忌，在展会上我们切身感受到了消费者的巨大热情，品牌方代表也和一些潜在的专业客户确定了后续联系事宜。”爱尔兰食品局驻华代表处高级专员吴静表示，爱尔兰食品局有信心组织更多的食品及饮品品牌参与下一届消博会。（本报海口7月30日讯）

展馆卷出精彩纷呈



7月30日，消博会上观众络绎不绝。本报记者 李天平 摄

7月30日，众多市民游客在海南馆观展，选购海南特色商品。见习记者 王程龙 摄

5号馆 环保先行 商品抢眼

■ 本报记者 傅人意

在第二届消博会上，5号馆堪称大牌云集，不仅汇集了雅诗兰黛、资生堂、欧莱雅等美妆日化国际品牌，也涵盖了腕表、珠宝、服饰、家居等品类品牌企业参展。尤其是法国担任第二届消博会主宾国，法国馆内一批消费精品抢眼。

在法国馆达能食品展区，达能的“智慧碳”脉动概念瓶吸引了海口市市民陈琳的关注，她认真聆听工作人员的介绍后感慨道：“原来采用这种PET生产的包装，能够减少石油的使用和碳排放对环境的影响！绿色生活，就在我们身边。”

对于一些小众的品牌来说，消博会是一个很好的品牌展示舞台和对接中国市场的平台。

“MEDSPA是法国小众医美售后修复护肤品牌，此次第一次参展消博会，大大提升了我们的品牌知名度和认知度。”MEDSPA区域销售总监吴桐告诉记者，一方面，第二届消博会组委会提供贴心服务，对参展商遇到的一些小问题响应速度很快，这让参展商感觉十分舒服，体验感特别棒。另一方面，此次参展也接收到一些专业采购商的咨询，有利于品牌招商。“目前，品牌在海口万象城、三亚免税店已经进驻，十分期待未来在海南、在中国市场有新的发展和作为。”

（本报海口7月30日讯）

6号馆 全球精选 收获满满

■ 本报记者 周晓梦

消博会上看消费。作为双循环全球展区，6号馆云集了来自免税零售、跨境电商、医药健康等三大板块多家优质企业，消博会期间，参展企业在此为消费者开启“全球精选”模式的同时，也迎来满满的“消博收获”。

“今年消博会，海南省发展控股有限公司（以下简称海南控股）携机场和免税两大板块参展。期间我们和多家国际机构、大型企业有多个重要会谈和合作签约，并积极承接消博会溢出效应，落实好招商引资这项自贸港建设基础性工作。”海南控股党委委员、副总经理江雄标指出。

与厦门建发股份有限公司合作、与法国时尚设计师品牌卡尔·拉格斐（KARL LAGERFELD）携手……连日来，海南控股举办的48场商务活动、27场展台活动，一方面支持国内消费精品和企业走向世界，提升品牌的国际美誉度和竞争力；另一方面，利用海南自贸港政策优势，充分发挥消博会的溢出效应，把更多受消费者欢迎的国际品牌引进海南市场。

“京东集团旗下零售、物流、科技、健康、国际等多个业务板块深度参与，并与多家国内外知名企业及品牌进行战略签约和新品发布，涉及快消品、奢品、美妆、汽车、健康、免税等多个领域，收获颇丰。”京东消费及产业发展研究院院长刘晖说。

值得一提的是，消博会上，京东汽车携手奇瑞iCar生态带来了深度合作的首款新能源汽车——主打“性能小怪兽”的奇瑞QQ无界Pro。此外，京东健康与CONTEC康泰医学宣布达成战略合作关系，未来双方将共同在检测类、监护类、血压类等医疗器械产品的研发与营销等方面开展深入合作。（本报海口7月30日讯）

7号馆 跨界融合 焕发生机

■ 本报记者 计思佳

续航时间达3小时的电动冲浪板、避免发生火灾的电动车无线充电设备、民族与时尚相融合的黎锦时装……在本届消博会的7号馆国内各省市区展区，各类国产的高新产品扎堆亮相、大放异彩，传统国货也通过创新、跨界焕发生机，彰显出国潮的魅力。

在海南馆旅游装备展区，一款智能电动冲浪板受到众多水上爱好者的青睐。“电池续航时间可达3个小时，具有安全环保的特点。因自带动力，除了大海，在湖泊和河流中也可以使用。”海南小蓝鱼智能科技有限公司董事长秘书毛正阳说，“去年，我们的电动冲浪板已出口到美国、新西兰等国家。”

“科技创新是驱动国货崛起的关键。”毛正阳认为，越来越多的国货精品将技术沉淀转化为品牌势能，成为消费者口中的“品牌之光”。

在7号馆，同样能看到传统和现代、民族与时尚相融合碰撞出的潮流火花：由旗袍改制而成的新中式“小黑裙”，符合国际流行审美，便于日常生活穿搭的新黎锦服饰，以沉香为原料制作出的香水、时尚披肩……

“今年全国31个省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团参展第二届消博会，不仅组织企业品牌和消费精品参展，展会期间还举办多场专题推介活动，旨在借助消博会，促进企业国货出海，提升企业知名度。”7号馆相关负责人表示，馆内不少参展企业收获颇丰，收获了新订单或达成了意向合作项目。

（本报海口7月30日讯）

8号馆 国货盛宴 潜力无限

■ 本报记者 孙慧

7月30日，是第二届中国国际消费品博览会的最后一天，在8号馆国货精品馆里，灵刻茶饮市场负责人王一整理自己这几天收到的名片，厚厚的一叠名片，是他这几天的收获。“这次展出效果超出预期，已经有多家企业和我们联系，后面会进一步深入沟通，希望能达成合作。”王一说。

今年的消博会首次增设了国货精品馆，专为国内消费精品提供单独展示的平台，给予国货品牌深入沟通交流的机会。国货精品馆面积近5000平方米，华熙生物、科大讯飞、美团、片仔癀、华夏风物、理想国、国瓷永丰源等众多国内知名品牌参展，涵盖“Z世代”群体新消费、中国智造、老字号焕新、平台集合展示等各个方面。

在消博会所有展馆中，国货精品馆是面积最小的展馆，但这几日来，该馆区的人流量可不少，馆区里的科大讯飞、华熙生物、理想国、华夏风物等展区前参观、咨询、洽谈的人络绎不绝。直到展出最后一天的下午1时许，很多展位前还排着长长的队伍。

“我们这次来不仅仅是展示，也希望能在消博会上找到合作方，合作共赢。”国瓷永丰源的工作人员徐凤琴透露，这次来消博会参展，公司也和一些免税企业沟通洽谈，希望寻求合作机会。

“我们还有很多品牌和产品没有带到今年的消博会上展示，明年我们希望争取到更大的展区，精心谋划展区主题，为大家呈现一场精彩纷呈的国货盛宴，展现中国品牌的成长活力、发展潜力。”值得买科技集团战略商务VIP张霄雁说。

（本报海口7月30日讯）