



关注第二届中国国际消费品博览会 · 开放日

特写

「最美的梦想」在这里萌芽

采购商的「新思路」

■本报记者 陈雪怡

“拐过弯又绕了圈，队还排得像刚才一样”——将歌曲《最初的梦想》的歌词稍作改编，便是第三届中国国际消费品博览会社会公众开放日首日的现场写照。4月14日这一天，入场人数超7万人次。

在绿地展台，第一次参加消博会的Wholly You 和颇有雅品牌总监Raffaello“最初的梦想”是：为中国消费者带来当地热销精品以及白芸豆酵素饮料、胶原蛋白肽冻等多款本土化新品，并做好品牌推介。

现实是，“第一次参展消博会，我们带的展品数量不多，引导消费者线上购买后，赠品短短3小时就被一抢而空。”该品牌销售经理Jenny稍显“苦恼”。

与“最初的梦想”不同，“不少消费者不仅当场直接下单，还加入品牌社群，期待后期回购。”Raffaello发现，当前，消费者对家庭大健康尤为关注，尤其在意产品成分，能有针对性地选择适合自己的商品，遇到品质好、价格优的进口健康产品品牌，购买欲望非常强烈。

已经是消博会“三朝元老”的阿根廷Del Sur手工皮具品牌商，也有类似经历。

Del Sur手工皮具品牌经理Reese“最初的梦想”，是打破消费者认为“有褶皱的皮具=残次品”的传统认知。

没想到Del Sur优质的植鞣皮手感、经典简约的包型，吸引了很多消费者关注，甚至有买家从不认识阿根廷皮具，到一口气下单2个至3个包袋，只需要5分钟的思考时间。“不仅热闹程度超出预期，消费热情也超出预期，6小时销售了近4万元的货。”

在销售过程中，Reese惊喜地发现，消费者对进口商品认知度提升了，不再盲目追求“名牌”“奢侈品”，好品质、个性化需求成为消费决策的关键因素。

消博会上，“最初的梦想”一个一个被打破，“最美的梦想”一个一个在萌芽。

(本报海口4月14日讯)



观众在消博会现场体验展车。
本版图片除署名外均由新华社发

消博会公众开放日首日入场超7万人次 共赴消博赏好物

■本报记者 刘梦晓

4月14日，第三届中国国际消费品博览会将迎来社会公众开放日首日。展馆刚一开放，就吸引大量观众前来观看展览、选购商品。

“我们提前做功课了解到，今年有一个环游今‘消’盖章打卡活动，完成打卡后还能领奖品，非常有吸引力和纪念意义。”海口市民李银西是消博会的老观众，已经是第三次来到消博会现场。

“最吸引我的还是包包和香化产品，不仅可以看看款式，还能领取试用，这样的消博会很有意思。”专程从澄迈赶来逛展的观众李品花说，此前，她已在小红书、抖音等社交平台上“云”逛过会场，“但还是更想到现场看一看，真实地感受热闹氛围。”

上午10时许，越来越多市民游客入场，不少热门展柜前已经大排长龙。在资生堂展柜礼品领取处，已经排了近百米的长队。

“要不是安保人员引路，我都找不

到队尾在哪里。”带着孩子逛消博的海口市民孙青被长队“劝退”，不过在其他展柜，他们同样收获了快乐。“带孩子去看了泡泡玛特的潮玩，买了学习用具。还试吃了巧克力、冰淇淋，孩子非常开心。”孙青说。

海口市民蔡于林也在逛展中找到乐趣。在8号馆的科大讯飞展位，他和智能机器狗玩起了互动。在他的操作下，机器狗完成了走路、跑步、攀爬等动作，让他好好过了一把“科技瘾”。“期待在以后的生活中，也能看到这些高科技

产品的使用。”蔡于林说。

不仅是市民，参展商同样“收获满满”。来自泰国国家馆的“泡泡生活”沙滩包品牌中国区域负责人丁正玉说：“沙滩包受到逛展观众的关注，我们不仅现场售卖了包包，也让更多消费者知晓我们的品牌。”

尽管没有精美的装饰，但位于1号馆派克笔展台依然围满了参展的公众，这让现场负责人林树华直言“出乎意料”。

“从消博会这个平台可以折射出中

国消费市场的活力。”林树华表示，作为消博会的“老朋友”，今年消博会开展前三天，派克的成交额就已达到去年的总额。从3年消博会效果看，客单量、参观人数逐年增长，足见消博会的影响力和吸引力。

据统计，第三届消博会社会公众开放日首日5万张门票售罄，入场人数超7万人次；4月10日—13日，专业观众开放日期间，消博会入场人数累计已超17万人次。

(本报海口4月14日讯)



消博会公众开放日首日，各展馆现场人气火爆。本报记者 宋国强 摄

■本报记者 刘晓惠

4月14日，第三届中国国际消费品博览会公众开放日首日，来自天津的采购商王立斌早早就来到展馆，一头扎进人海中。

在消博会上逛了2天，王立斌觉得还没逛够，“消博会对我们来说是一个非常高效的平台，一站式接触这么多国内外的高端品牌和商家，机会难得。”

王立斌这次逛消博会的主要任务，是寻找一批国内外商家面对面洽谈合作，挑选引进一批新品，他说：“性价比高、大众化的日用品都是我们关注的重点。”

逛展时，王立斌喜欢用“望闻问切”的方式来选品——看外形、闻气味、问特色、尝味道，全面深入了解商品的特点，寻找最适合天津当地消费者的商品。

在八大展馆中，王立斌最看中的是5号馆国际精品展区，“这里有许多国际品牌，酒类等大众商品比较多，是我关注的重点，主要是想丰富一下我们公司的消费品类。”

王立斌所在的企业在天津经营一条风情街。此次的消博会之行，他发现了很多打造特色风情街的灵感。

王立斌感慨，消博会从精美商品到创意陈设，从商品跨界融合到消费场景打造，无不刷新着他的想象力，给了他更多经营上的新思路。

在走访了十多个展位、看了上百款商品后，王立斌看中了一家网红巧克力商家，他和对方相互加了微信，并决定先购买几个样品带回公司研究讨论。他还发现了一家做俄罗斯进口商品的外贸公司，“我们可以帮着商户牵线搭桥，把一些有特色的商品引到天津。”

“逛消博会，不仅能看到商品，还能看到背后的原材料、市场的供应链，甚至产业的新技术。”王立斌表示。

一天下来走了近3万步，还没离开展馆，王立斌已经开始盘算着下一步的工作计划，“回去我先把在消博会上收获的资源整合起来，为下一步的合作打好基础。”

(本报海口4月14日讯)

花絮



观众在消博会上自拍留念。



观众在展台体验参展产品。



观众在消博会2号馆选购手提包。
本报记者 王程龙 摄

1300余名志愿者服务第三届消博会

本报海口4月14日讯(记者邱江华)“您好，从4号馆旁上电梯后，再经过一个廊桥才能到达5号馆，需要5分钟。”4月14日，第三届中国国际消费品博览会迎来首个公众开放日，负责道路指引的志愿者赵凝非常忙碌。

据了解，今年共有1300余名志愿者为第三届消博会服务，他们分布在多个岗位上，用微笑为每一位参加消博会的市民游客提供文明劝导、入场核验、观展咨询、道路指引等服务。

“这是我首次参加大型活动的志愿服务。”来自海南大学的志愿者何传智说，服务消博会的志愿者们都来自不同的学校和年级，但在消博会期间都有着同一个目标，就是服务好每一位参展的宾客和市民。

据悉，本届消博会招募的志愿者分别来自海南大学、海南师范大学、海南医学院、琼州师范学院、海口经济学院、海南外国语职业学院等院校。

观众在多个展位排起长队 新科技吸睛 新产品受宠

本报海口4月14日讯(记者邱江华)迎来首个社会公众开放日，第三届中国国际消费品博览会人气又旺了几分。4月14日，海南日报记者走进各个展馆发现，新科技、新产品依旧是消博会的主角，许多观众在相关展位前排起长队，亲身感受科技魅力。

“感觉身体突然就放松了。”海口市民赵敏进入1号馆，直奔“深睡小屋”展台。在本届消博会上，上海艾纳诗集团携“深睡小屋”数字健康睡眠系统首发亮相。该睡眠服务体系通过数据监测，为解决睡眠健康问题带来了新方案。

在3号馆的德国HA大药房，一款幽门螺旋杆菌检测试纸吸引了不少观众的关注。只需用试纸套装内的牙签取2至3处牙齿间的牙垢放置于试纸之上，1至3分钟内便可通过试纸颜色变化得知是否感染幽门螺旋杆菌。试纸颜色变红则显示感染，须到医院进一步检测感染程度。

作为“科技发烧友”，海口市民林明俊花费了一上午时间把消博会8个展馆一一逛完后，大呼“过瘾”。“新能源越野车、智能眼镜、不入耳蓝牙耳机……相信这些高科技产品很快就会‘飞入寻常百姓家’，科技将助力生活越来越美好。”林明俊说。