

# 第三届消博会传递出海南“以会招商”的鲜明导向 以“抢招商”诚意换“大开放”机遇

■ 本报记者 陈蔚林

1号馆里，戴尔旗下最新高端品牌Alienware“外星人”的迭代电脑产品吸引眼球；2号馆里，金伯利钻石带来的50克拉“时光之眼”等高级珠宝流光溢彩；3号馆里，帝亚吉欧集团、保乐力加集团、人头马君度集团旗下新品牌进行中国区的首发首秀……

第三届中国国际消费品博览会开幕以来，不少参展商和观众经过几天的观察都有体会：相对于前两届展会，本届展会体现出以下几个方面的特点——全球头部企业更加集聚。在前

两届基础上，新增汽车领域的德国大众集团、消费电子领域的德国卡赫、服务消费领域的德铁信可、文旅领域的法国地中海俱乐部等品牌悉数亮相，国际参展企业数量和质量显著提升。

重点国别和地区更加聚焦。意大利担任主宾国，法国、德国、美国、日本、韩国等欧美重点国家和RCEP成员国，也积极组织本国优质消费企业和产品参展，希望借助消博会平台开拓中国市场，更好地“走进来”。

线下国际化表现更加突出。意大利、乌拉圭、爱尔兰、越南等国家政要和

国际组织负责人现场出席；瑞士的历峰集团、杜福睿、雀巢，法国的开云集团、爱马仕、保乐力加，美国的雅诗兰黛、泰佩思琦、途明，英国的帝亚吉欧，泰国的天丝等30家龙头企业全球及亚太区CEO参展参会或开展系列商务活动。同时，还有超过2000名境外采购商入境观展，在海南实地考察并开展高规格的供需对接活动。

这一变化的深层次原因，在于海南省委、省政府不断加大“请进来”“走出去”力度，积极组织开展了各项招商引资活动，消博会的成功举办便是“大招商”行动的成果体现。

去年12月至今，海南组织了多个代表团，去日本、去德国、去印尼、去泰国、去越南……密集开展系列招商推介活动，有效推动了一批合作意向达成。

“海南既有自贸港的政策优势，又有招商引资的诚意。”参加海南自贸港招商推介会的日方企业代表纷纷表示，招商推介会让他们对海南自贸港有了更直观的认识。日本国际贸易促进协会等机构更是当场提出，希望与海南国际经济发展局签订合作协议，共同推动中日经贸往来、友好交往。

本届消博会的顺利举办，为海南

“大招商”行动又添了一把火——备受关注的全球消费论坛专门设置了“海南自贸港消费行业新机遇”主题板块，积极宣介海南自贸港政策和机遇；东方、乐东等市县把宣传推介会开到了消博会，充分展现当地特色产业和发展势头，吸引更多海内外企业前往投资兴业……

这一系列密集的行动，进一步传递出“以会招商”的鲜明导向，最大限度地释放了消博会的溢出效应，彰显了海南以“抢招商”的诚意换“大开放”的机遇的坚定决心。

(本报海口4月14日讯)

新增十家以上门店  
未来三年计划在海南  
泰佩思琦集团：

本报海口4月14日讯（记者罗震）在第三届中国国际消费品博览会上，泰佩思琦（Tapestry）集团旗下品牌蔻驰（COACH）参展，携经典款式及2023春季新品亮相。

本届消博会上，COACH tabby系列及2023春季新品悉数登场。步入展区，映入眼帘的巨型tabby手袋吸睛十足，成为深受消费者喜爱的时尚打卡地；空间整体以粉色系作为主色调，打造复古梦幻的摩登风格，让观众感受春日粉色浪漫。

“消博会办得越好，蔻驰参加消博会收获越大。”蔻驰中国产品副总裁李丽安表示，通过本届消博会认识了更多的合作伙伴，同时展示的产品受到很多消费者的欢迎。

由展商变成投资商，泰佩思琦集团是代表企业之一。去年4月，泰佩思琦集团中国旅游零售总部正式落地海南自贸港，该集团在海南持续拓展业务足迹，积极打造本土运营团队，致力于全渠道发展布局，并带来了一系列以海南为灵感的特色产品与活动。

据介绍，在已在海南开设13家门店的基础上，泰佩思琦集团及旗下品牌将进一步加码海南市场，计划未来三年在海南新增10家以上门店。

■ 本报记者 陈雪怡

参加第三届中国国际消费品博览会，毕马威中国带来的展品并不是“实物”。

以“三生万物 生生不息”为主题，在本届消博会上，毕马威中国特设元宇宙、政府与公共事务、消费服务、ESG（环境、社会、治理）、生命科学、金融服务等多个亮点专场，多维度展示毕马威中国面向未来的前沿洞察和解决方案。

连续三年参加消博会，毕马威中国是海南的老朋友。

落地海南、扎根海南，扎根越深、信心越强，“这份信心‘有理有据’”。在第三届消博会上，毕马威中国联合《穆迪戴维特报告》首发《海南自贸港旅游零售白皮书2023年版——韧性重塑，逐浪前行》，对海南旅游零售行业现状进行了多维度剖析，并对封关后海南整体零售市场百花齐放的预期提供了专业洞见，毕马威中国海南区域首席合伙人张岚岚表示，中国未来有望成长为世界最大的个人高端产品消费市场。以此为契机，海南有望迎合高端产品消费回流趋势，持续释放增长潜力，成为国内高端产品消费的首选之地。

针对封关给旅游零售市场带来的变化，毕马威中国及亚太区主席陶匡淳表示，“我们相信离岛免税作为海南‘金字招牌’在过往风雨中重塑韧性，源源不断展现出更多亮眼瞩目的成绩，令海南整体旅游零售市场保持领先优势。”

(本报海口4月14日讯)

定安举行专场招商推介

本报讯（记者李皖 通讯员王琳文）近日，第三届中国国际消费品博览会中国消费经济人物盛典在海口举行，“创新自贸港 定安新机遇”定安县专场招商推介活动在盛典上举行。

会上，定安县人民政府与四川省广元市利州区人民政府共同签订友好区县框架协议。南国食品、莱茵斯食品等定安优秀企业向与会人员分享了投资定安心得。

定安县委主要负责人表示，定安正努力打造海口“都市圈卫星城”，在“五纵一横”六条通道和南北两个机场的良好交通优势加持下，正在形成“海口区位，定安成本，引力无限”的独特发展优势。真诚邀请广大企业家朋友多来定安走走看看，进一步深入定安、了解定安。



消博会海南馆展出的海南山柚油。



消博会浙江展馆展出的绿源电动车液冷机芯。

本版图片均由本报记者 王程龙 摄



消博会八号馆内景德镇陶瓷展区展示的精美陶瓷艺术品。

跟着买手逛消博

## 不用出国门， 消博会上看全球顶级游艇

■ 本报记者 计思佳

国际大牌云集、多个新品首发、配套活动丰富——对于海南南海明珠游轮有限公司董事长黎博而言，逛第三届消博会游艇展，如同开展了一次全球顶级游轮参观之旅。

4月14日下午1点，黎博来到海口市国家帆船基地公共码头，一边逛展一边“种草”游艇全产业链精品好物。

世界三大造船厂之一的德国巴伐利亚游艇今年携两款经典船型亮相，是他考察的重点。“在全球游艇市场，小艇的占有率达到80%，我们也认为小艇是未来海南游艇制造的主要方向。昨天，公司刚和临高县人民政府签约，将在当地投资建设游艇修造基地。”黎博说，虽然他所在的公司未来以制造价格亲民、休闲渔船、游钓艇为主，但国际顶级游轮的制造工艺和设计理念非常值得借鉴。

船舱内带按压锁的抽屉可防止颠簸时来回滑动；船尾用绳索吊着的亲水平台延伸了船体空间；船底能开合伸缩的螺旋桨减少了游艇行进阻力……所谓内行看门道，黎博边走边介绍功能。

隔壁展位，一款今年刚从法国引进中国的陆地“两栖”游艇也吸引了黎博的目光。游艇底部“长”了3个车轮，可在路上行驶；航行时，车轮收回船体，有专利技术保证防水门自动关闭。

“对于家里有别墅或车库的家庭，购买了‘两栖’游艇后，就不用去码头租用泊位了。上岸后直接把游艇开回家，能大大减少游艇养护成本。”黎博说，今年不少游艇展商带来了新品首发首秀，“不用跑出国门，就能了解到世界游艇制造设计新趋势。”

连续两次参加消博会游艇展的黎博还注意到，国产自主品牌在游艇上下游产业链正强势崛起。

作为海口水上游船观光穿梭项目的运营方，黎博一直在寻找合适的小游船，准备在海甸溪投放。逛展过程中，看到福州瀚海游艇科技有限公司自主研发的观光游艇，黎博立马就心动了。

“船身吃水是多少？”“续航能力如何？”……连续发问后，黎博越发觉得这款游船符合公司的要求，当即爽快地和卖家达成了初步合作意向，“我们第一批大概要订10艘船，你们先把设计图做好发来。公司审核通过后，就可以进一步洽谈商务合同。”

一旁，HOTELX海口咖啡美食文化节正在举行，黎博也饶有兴趣地进去凑了凑热闹。冰糖山楂、醋香玫瑰、青梅仙草——在广州百祺供应链有限公司的展位前，现场调制的一杯杯颜值高、口味丰富的果汁饮料吸引了黎博驻足。

“我们的果汁原浆按照1:5的比例配水，可以即冲即饮。”品尝了饮料，听完工作人员的介绍后，黎博和对方互换了联系方式。

“公司运营的夜游船上，一直想引进网红奶茶店。但游船场地空间有限，奶茶的制作过于繁琐、复杂。现在，我们更倾向于引进制作简便同时颜值高的饮品。这样既能满足游客味蕾，又能让大家在夜游的过程中举着饮品拍照打卡。”在黎博看来，这款果汁原浆就非常合适，“两个多小时的消博会游艇展逛下来，真是收获满满，处处是惊喜！”

(本报海口4月14日讯)

## 国货精品开启“圈粉”模式

■ 本报记者 张期望

“这款葡萄酒酿造白酒，已经有很多客户下单了。”4月14日，在第三届中国国际消费品博览会7号馆宁夏展区，宁夏国际会展有限公司负责人拿着一瓶葡萄酒蒸馏白酒介绍，与粮食酿造白酒不同的是，这款酒带有天然果香。

本届消博会上，各省市自治区围绕“高、新、特、优”消费精品主题，组织了1000余家企业参展，展区内精品琳琅满目，圈粉无数。

景德镇国货精品馆以“景德镇制”为主题，展览面积250平方米，是8号精品馆中最大的一个展馆。景德镇华玉轩陶瓷有限公司董事长程丽华捧出一款精美的小巧茶罐称，这款瓷器采用色釉和彩绘两种工艺制作，只有严格把控高超复杂的制作工艺技术和精密准确的品控标准，才能让两种截然不同的工艺融为一体。“这些瓷器以收藏为主，价格自然也不菲。”程丽华称，尽管小巧，但是一般价格需数万元。

“这幅唐卡制作时长超半年，是由当地知名的唐卡大师独立完成的。”在青海展区内，西宁妙莲工艺品有限公司负责人李联霞介绍，这幅唐卡尺寸约1平方米，价格需要12万元。价格虽高，但是刚刚展出就被预订，消博会闭幕后，就会直接发送到客户家。

李联霞介绍，唐卡是藏族文化中一种独具特色的绘画艺术形式，具有鲜明的民族特点、浓郁的色彩和独特的艺术风格。采用金、银、珍珠、玛瑙、珊瑚、松石、孔雀石、朱砂等珍贵的矿物宝石和藏红花、大黄、蓝藤等植物为颜料，这些天然原料保证了所绘制的唐卡色泽鲜艳，璀璨夺目，但也让每一幅唐卡价格以万元为计价单位。青海展区内展出的20多幅唐卡，目前已被客商们一扫而光。

(本报海口4月14日讯)