

“消博效应”显现 全球共享机遇

大会观察

■ 本报观察员 李梦瑶

眼下，“消博时间”进入尾声，“消博效应”持续显现——

从临时展品变长期商品，韩国国家展团推动更多该国消费品进入海南免税市场；从参展商变投资商，香港真滋味集团计划将食品加工基地落户海南；从会场内到会场外，多家离岛免税店借力消博，掀起“消博+免税”消费新热潮……

如同一颗石子投入水中，消博会的溢出效应似涟漪层层扩散。

6天，12万平方米，这是消博会在物理层面的时空范围。但显然，它所荡起的“涟漪”早已超越时空，辐射带动消费升级、产业升级、投资升级，进一步释放海南自贸港发展新活力。

“涟漪”层层，其一是消费提振——

商务部将今年定为“消费提振年”。消费如何提振？优化供给、提振信心是关键。

加入氢能驱动装置的自行车，会对话、能遛狗的机器人，刷新睡眠体验的“深睡小屋”……本届消博会上，来自世界各地的超3000个消费精品品牌集中展出，更多元的产品、更优质的服务、更丰富的体验，吸引大批消费者现场下单或排队体验。

如此强烈的“购买欲”，当然不限于一时一地。

从“消博大卖场”到“海南大市场”，过去两年，越来越多企业找到一条精准的“消博效应溢出通道”，将大批好货投向海南市场。2022年，海南消费品进口额超400亿元，占进口总额比重达三分之一左右，比全国平均水平高20多个百分点。

展品变商品，首秀变首店，这正是消博会溢出效应的体现。今年消博会期间，同样有不少行业龙头企业决定开

拓或进一步深耕海南市场。可以预见的是，当大批消费品行业巨头排队入场，进一步优化消费供给、丰富消费选择，海南消费市场活力也将持续释放，让消费的基础性作用获得更好发挥。

“涟漪”层层，其二是产业带动——作为一个能在短时间内汇集大量物流、人流、信息流的行业，会展业素有“1:9效应”之说，即会展本身的直接收入是“1”，其对交通、旅游、餐饮、住宿等相关产业的带动收入是“9”。

搭上消博会的“顺风车”，连日来，消博会时装周与1500家高端消费场景联动开展“热岛计划”，掀起全岛消费娱乐购物热潮。与此同时，海口各区接连举办多场文旅配套活动，推出消博会主题旅游线路，文旅市场持续升温。

而在本届消博会上，“免税”无疑是分享到最多红利的行业之一。

借消博会发布“文旅融合”创新产品，开展一系列营销活动，携多个合作品牌亮相，消博会期间，各大头部免税

企业充分发挥消博会和离岛免税“平台+政策”叠加效应，进一步扩大优质消费品进口，为免税经济再添热度。

从“消博会+旅游”到“消博会+免税购物”，过去这几天，来自世界各地的人流源源不断地涌入海南国际会展中心，又不断“溢向”各大景区、离岛免税店等消费场所，为文旅产业、免税经济赋能，也助力海南进一步加快建设国际旅游消费中心。

“涟漪”层层，其三是区域发展——参加完首届消博会后，美国泰佩思琦集团马上对海南市场进行考察。去年，该集团正式将中国旅游零售总部设在海南。类似这样的故事，过去两年频频上演，截至目前已有52家国际知名品牌和头部企业落地，海南“朋友圈”不断扩大。

由参展商变为投资商，企业身份的转变，意味着消博会的“流量”真正变成了海南自贸港的“增量”。今年消博会，同样马不停蹄开展了一系列采购对接、

洽谈签约、行业推荐等市场化活动，从各企业、机构到各市县，都在积极承接消博会溢出效应。

两个细节值得注意：一是消博会期间举办了一场“促进贸易高质量发展暨RCEP等自贸协定推广论坛”；二是本届消博会法律服务团吸收了5名香港律师，为参展商提供涉外法律服务。

由此不免联想到，海南正深化琼港合作，深化与RCEP成员国合作。如此举动，无疑再次释放出海南坚定不移扩大对外开放、深化互利共赢的明确信号。

不只是中国香港、RCEP成员国，事实上，海南正借消博会向全世界展示着自贸港的独特魅力，吸引资本、技术、人才等要素加速集聚，而这也倒逼着海南进一步扩大开放、优化营商环境。

从这个层面而言，消博会“溢出”的不仅是市场和机遇，更是助推海南加快建设具有世界影响力的中国特色自由贸易港的新力量。

关注第三届中国国际消费品博览会·观察

① 四月十四日，市民游客在消博会时尚生活展区选购工艺品。
② 大批市民游客到现场观展。
③ 市民游客参观高纳仕珠宝展。
本报记者 王程龙 摄
本报记者 王凯 摄
本报记者 王程龙 摄

消博圆桌会

以高品质产品升级消费体验
雅诗兰黛集团旅游零售中国区副总裁、总经理吴雯莹

■ 本报记者 罗霞

第三届中国国际消费品博览会参展商——美国雅诗兰黛集团进军海南的动作不断：继去年12月在海南注册成立雅诗兰黛旅游零售服务（海南）有限公司后，近日，雅诗兰黛集团与海南国际经济合作发展局、海口综合保税区管委会签署合作协议，宣告雅诗兰黛旅游零售亚太区物流中心及中国区总部落地海南自贸港。

“集团旗下品牌在海南离岛免税市场表现优异，我们对海南自贸港未来发展充满信心。”雅诗兰黛集团旅游零售中国区副总裁、总经理吴雯莹接受海南日报记者采访时说。

在吴雯莹看来，消博会溢出效应明显，越来越多企业通过消博会认识海南自贸港，进而投资海南自贸港。吴雯莹说，对于雅诗兰黛集团来说，消博会是展示旗下品牌多元风采、聚焦消费精品的绝佳平台，也为想要进一步了解雅诗兰黛集团的合作伙伴与消费者提供了一次难忘的之旅。

如何进一步扩大消博会溢出效应？如何深耕海南自贸港？吴雯莹给出的“密码”是创新。吴雯莹介绍，在创新布局品牌及业务方面，过去一年里，雅诗兰黛集团将旗下高端护肤品牌艾梵达（Aveda）引入中国旅游零售市场。同时，推出许多热门新品及奢宠服务，比如雅诗兰黛品牌去年11月在旅游零售渠道上新白金黑松露精华；在cdf海口国际免税城的全球最大旅游零售品牌旗舰店引入首个美容坊服务。

“下一步，我们将继续携手免税集团等海南当地战略合作伙伴，全方位引领高端奢华的旅行购物一站式体验。”吴雯莹说，雅诗兰黛集团将在一系列海南自贸港政策的支持下，引入更高品质的产品，带来更加完善的服务，升级海南旅客的消费体验。雅诗兰黛集团刚刚成为消博会参展商联盟轮值主席单位，这是与消博会平台紧密合作的又一里程碑。
（本报海口4月14日讯）

推动国内旅游消费市场复苏
复星国际执行总裁、豫园股份董事长黄震

■ 本报记者 邱江华

“借助消博会，不仅可以与同行、上下游产业、相关合作方等产生更多的交流与合作，还可以通过这一窗口，直接向全球消费者展示复星及豫园股份旗下的好品牌、好产品。”4月14日，复星国际执行总裁、豫园股份董事长黄震在接受海南日报记者专访时表示，复星将以消博会为契机，持续深耕海南，积极参与自贸港建设。

复星是消博会的“老朋友”。黄震介绍，复星已连续3年参展消博会，今年复星集团旗下文旅、时尚、珠宝、化妆品、酒业、体育娱乐等领域逾20个海内外知名消费品牌，亮相时尚精品及时尚生活展区。

黄震表示，在促消费、稳经济、保增长的大背景下，本届消博会也是复星、豫园助力优化消费供给、提振消费信心、拉动消费复苏的重要机遇。作为一家创新驱动的全球家庭消费产业集团，复星希望充分借助消博会平台，展示来自全球各地的优质产品和服务，推动国内旅游消费市场复苏。

复星深耕海南已超过10年，在旅游文化、医疗健康、自然资源、商贸等领域的全面布局，带动相关产业发展。

“复星不仅是海南自贸港建设的见证者，更是参与者与受益者。”今年正值海南自贸港建设五周年，当前全岛封关运作正在加速推进，黄震表示，复星、豫园将以本届消博会为契机，继续深耕海南，利用创新与全球运营方面的积累，积极参与自贸港建设，全面助力海南国际旅游消费中心建设。
（本报海口4月14日讯）

展示国货品牌 收获合作机遇
科大讯飞消费者战略与品牌部总经理战文字

■ 本报记者 计思佳

作为中国AI领域领军企业之一，科大讯飞已连续3年参与消博会。科大讯飞消费者战略与品牌部总经理战文字接受记者采访时认为，作为全球消费精品展示交易平台，消博会让国货品牌在国际舞台得到充分展示，不断收获合作机遇。

战文字表示，第三届消博会是我国疫情防控平稳转段后举办的首场重大国际性展会，展会成功举办有利于提振消费信心，更有利于推进高水平对外开放，与世界共享中国大市场机遇，为全球经济复苏提供动力。

今年消博会期间，除了C端硬件产品，科大讯飞还把能握手、作揖的机器狗，会写祝福语的书法机器人带到了展会现场。两款展品互动性强，成为8号国货精品馆聚集人气的一大亮点。“我们的产品有展中展机会接触超30万进场观众，能够给科大讯飞全线消费级产品提供很好的展示机会，并收获反馈和建议；同时，我们也希望通过消博会接触新的合作拓展机会。”战文字说。
（本报海口4月14日讯）