

海南省融媒体中心手绘漫画  
Hiang!  
小猿换新装逛消博

本报海口4月15日讯（海报集团全媒体中心记者吴春娟）4月14日至15日，第三届消博会迎来社会公众开放日。4月14日，新海南客户端、南海网、南国都市报联合推出手绘漫画《Hiang! 小猿换新装逛消博》，通过给小猿换新装逛展的互动方式，搭配幽默风趣的场景对话，盘点第三届消博会上各大展馆的亮点。



扫码查看视频

海南省融媒体中心推出视频  
《消博会上的海南式浪漫》

本报海口4月15日讯（海报集团全媒体中心记者吴春娟）4月15日，为期6天的第三届中国国际消费品博览会海口顺利闭幕，新海南客户端、南海网、南国都市报推出创意视频《消博会上的海南式浪漫》，该视频通过vlog的形式展现消博会期间的城市氛围、展馆亮点等。

5名香港律师来琼  
为消博会各方提供法律服务

本报海口4月15日讯（记者陈蔚林）第三届中国国际消费品博览会4月10日至15日在海口举行。为促进海南与香港律师业融合发展，省司法厅组建的法律服务团吸纳了5名具有中外双语法律教育背景和执业经历的香港律师，为消博会各方提供优质高效的法律服务。

消博会期间，各香港律师以饱满的热情主动走访参展商，普及有关法律知识和海南自由贸易港政策，以丰富的国际贸易、知识产权、海事商事和涉港涉外法律服务经验为消博会参展商、采购商提供法律咨询和专项法律服务。

香港萧一峰律师事务所徐奇鹏还走访了香港展馆，拜访了香港贸易发展局广州办事处市场推广有关负责人。在谈到香港企业在内地发展业务的法律需求时，双方均认可琼港两地律师行业的合作是必然趋势。

海南日报记者了解到，此前，在省司法厅的大力推动下，国浩律师（海南）事务所、海南外经律师事务所分别聘请国浩律师（香港）事务所、香港司徒维新律师行的共6名律师担任法律顾问，在贸易、运输、信用证、婚姻家事、财富信托、境外上市、公司重组、涉港投融资等业务领域，为海南市场主体和个人提供涉港法律服务。

下一步，省司法厅将继续助力琼港合作与交流，鼓励引导海南律师行业积极开拓涉外涉港澳法律服务市场，为联营律师事务所和香港律师在琼从事法律服务、享受税收优惠创造便利条件。

## 不只是今“消” 不止步今“消”

## ——第三届中国国际消费品博览会闭幕综述

■ 本报记者 李梦瑶  
周晓梦

短短6天，海南海口，一场盛会再度将世界连接——

65个国家和地区的3382个消费精品品牌参展，1000余件新品首发首秀，超5万名各类采购商和专业观众云集，进场观众超32万人次……

这是在海南海口举行的第三届中国国际消费品博览会交出的一份亮眼成绩单。

在世界经济复苏动力不足的背景下，各项指标逐年递增、越办越好的消博会，成果令人惊叹，魅力再度彰显。

作为疫情防控平稳转段后中国举办的首场重大国际性展会，第三届消博会向世界再一次展示了中国主动扩大开放、同各国分享发展机遇的满满诚意，也为全球经济发展注入新的强大动能。

打开一扇门，迎接八方客。以展为媒，消博会架起的是开放之桥，更是共赢之桥。

## 添信心

为世界消费复苏注入新动能

消博三年，三度赴约，不少参展商成了“全勤生”。

从参展品牌不足百个，到增至244个，再到336个品牌齐亮相，第三次将“法式购物街”搬到消博会的法国，连续第三年成为除中国外参展规模最大的国家。老友再返场，新朋友来首秀。

全球最大清洁设备和清洁解决方案提供商之一的德国卡赫，今年首次参展便将旗下全系列家用产品及解决方案悉数呈现，并带来两款产品的“全球首发”。

规模更大，尖货更多，分量更足，“消博磁力”为何一年比一年更强劲？

“法国每出口3支口红，就有1支被中国消费者买下。”欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官费博瑞说。

“消博磁力”彰显中国经济引力。尤其在全球经济面临严峻挑战的当下，各国与会者、参展商更是迫切期待从疫情后的消费提振中受益，借消博舞台共享中国发展机遇。

信心，是不少参展商说出的同一个关键词。

小到几平方米的展位，大到数千平方米的展馆，行走在消博会会场，能看到如万花筒般缤纷的万国奇货，能听见人们用各种语言说着“你好”，行业巨头、新秀企业同场展示，再小的参展商也能在这里找到大市场。

“作为‘消费提振年’的重头戏，消博会无疑提振了消费信心，将助力全球消费复苏。”华熙生物品牌与战略传播中心总经理朱思楠说。资生堂中国企业传播负责人于李莉同样直呼，中国政府提振消费的力度和举措为企业注入发展信心。

信心是金。以消费促融合发展，消博会集精品、聚信心，正为世界消费复苏再添暖意。

## 惠全球

双循环下的“双向奔赴”

大订单！借力消博会，湖北代表团

在海口举办招商推介活动，一天签下28个重点项目，金额超过百亿元，吸引国际品牌入驻湖北，也推动当地优质品牌走出湖北。

拓市场！来自秘鲁的手工艺人们，连续三年带着羊驼玩偶参展，收获一批来自国内外的固定合作伙伴，更打开海南离岛免税市场。

迎的是五洲客，计的是天下利。向世界张开双臂的消博会，用开放姿态引来世界共鸣。

“去年首次参展，我们受益良多，与许多合作商和消费者建立了更加紧密的联系。”在美国途明集团相关负责人艾美·因布利亚科看来，消博会正是该集团了解中国消费者新需求、挖掘中国市场新机遇的一扇绝佳窗口。

是窗口，也是桥梁。连接国内和国际市场的消博会，服务国内国际双循环的决心不动摇，为各国企业共享中国市场提供机遇，也正为中国消费精品销往全球创造商机。

能握手，会作揖的机器人，会写字的AI书法机器人……今年消博会，科大讯飞携全线AI办公产品亮相，向世界展示着“中国智造”的魅力。

“消博会让国货品牌在国际舞台得到充分展示。”科大讯飞消费者战略与品牌部总经理战文宇说，借助消博会这一平台，科大讯飞正加速品牌“出海”。

## 交新友

溢出效应持续放大

作为消博会的“常驻客”，雅诗兰黛集团已熟练掌握“节奏”：一边参展，一边落地。

4月11日，雅诗兰黛集团与海南国际经济发展局、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。

“随着海南自贸港的蓬勃发展，集团旗下品牌在海南离岛免税市场表现优异，我们对海南未来发展充满信心。”雅诗兰黛集团旅游零售全球商业总裁哈维尔·西蒙（Javier Simon）相信，此次合作将会是一个新起点。

这一起点，也是雅诗兰黛集团融入海南“节奏”的延续——

开设新店、注册公司、设立新的办公点，去年消博会结束后，该集团马不停蹄，动作一个接一个。对于包括雅诗兰黛集团在内的众多参展商而言，消博会的落幕，从来不意味着“句号”。

在源源不断的溢出效应加持下，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。

连续三次参展的澳至尊国际贸易（海南省）有限公司总经理杨钦岚说，基于不断深化的琼港合作热潮，母公司澳至尊集团将业务子公司落在了海南。

“RCEP叠加海南自贸港政策，机遇无限。”带团赴会的大韩贸易投资振兴公社（KOTRA）广州韩国贸易馆馆长金柱澈，正着力推动更多韩国消费品进入海南免税市场。

消博会的深层魅力，映衬出海南自贸港的活力。全球参展商们“不只为消博会而来”，海南自贸港开放与发展的决心，也“不止步于消博会”。

（本报海口4月15日讯）

## 29家国内外企业代表续签第四届消博会

本报海口4月15日讯（记者计思佳）4月15日，第三届中国国际消费品博览会闭幕，首批第三届消博会意向展商集中签约仪式在海南国际会展中心迎宾大厅举行。来自途明TUMI、泰佩思琦等29家国内外企业代表一一登台，与消博会组委会再度签约，意向参加第四届消博会。

更好的感受、更大的收获，是多位签约代表选择“相约第四届消博会”的共同理由。不少企业也表示，计划明年申请更大面积的展位，携更多优质产品参展。

“在今年的消博会上，我们和20多家企业签约，达成意向合作及落地合作的交易额达10亿元左右。”海南国健高科技乳业有限公司副总裁刘会良说，企

业将推出更多样化的产品，给国内的渠道商带来更好的进口产品，希望在明年的消博会上有更大收获。

虽然今年是第一次参加消博会，但印尼火船咖啡收获满满。“我们积极参与了第三届消博会咖啡产业论坛，同星巴克、雀巢、illy、%Arabica、瑞幸、三顿半等世界知名咖啡企业和新锐品牌，围绕咖啡领

域的诸多最新、最热议题展开深度探讨交流。”印尼火船咖啡中国区市场部负责人蒋嘉雯表示，借助海南自贸港在企业进出口、加工等方面的诸多优惠政策，火船咖啡将不断深入同海南自贸港的合作，“相信明年消博会我们将推出更多样化的咖啡口味和产品，和当地企业共同走出中外合作的咖啡产业新路径。”

行走的黎锦  
视觉的盛宴

4月15日上午，2023消博会昌江“向往昌江，邂逅微光”主题活动暨消博会时装周闭幕秀举行，将黎锦、黎陶等非遗文化元素、优美自然风光融入秀场，带来一场传统文化与现代工艺碰撞的视觉盛宴。

时装周将目光聚焦在女性力量上。本届时装周组委会联合昌江黎族自治县和中国珍珠设计品牌PEARLSTIGE发起“微光女孩计划”，本次专项计划的产品销售收益将用于公益活动。

文/本报记者 刘婧姝  
特约记者 符文倩  
图/本报记者 宋国强

企业展台从多变一，目标愿景靶向发力  
海南企业的“消博故事”未完待续

■ 本报记者 陈雪怡

4月14日，一场“跳操”活动，将观众聚集到了第三届消博会海南省旅游投资发展有限公司（以下简称海南旅投）展台。

展台外，观众“快乐跳操”；展台内，观众踊跃咨询——吸引观众的不只是全民健身活动，还有海南旅投旗下海旅免税、海旅珠宝、海旅大健康三大主力消费业务携国内外多家知名品牌、多款高质量消费精品及全国首发品牌参展。

海南旅投是本土企业，也是连续三年参加消博会的“资深”展商。有同样“资深”的观众发现，海南旅投展台“变大”了。

“其实是‘合体’了。”海南旅投相关负责人介绍，与往年不同的是，今年海南

旅投旗下三家参展企业都集中在同一个展台，以展现海南旅投打造全产业链一体化以及投资开发和旅游消费全要素整合，成为世界一流的旅游生活目的地发展商的目标愿景。

企业展台从多变一，目标愿景靶向发力，海南旅投连续三年参加消博会的成长收获不止于此。

第二届消博会上，海南旅投分别与香港珠宝联盟、粤港澳大湾区珠宝设计师俱乐部、紫金国际控股有限公司等10家企业签订了7个战略合作协议。这是海南旅投文化和全国各地的板块互补互融、业态互联互通、价值共建共享的新启程，也是海南自贸港文旅深度融合背景下的创新范例。

收获颇丰，海南旅投相关负责人希

望“更好抓住机遇”，“在以消博会为契机，促进品牌国际化交流发展的基础上，海南旅投将充分借助消博会溢出效应，围绕当下消费新趋势，结合消费新需求，整合旅游产业链优势资源，吸引更多品牌入驻海南，推动与国际国内知名品牌的合作落地，助力打造具有世界影响力的中国特色自由贸易港。”

由第二届消博会的300平方米展位面积，扩大至第三届消博会的500平方米，海南省发展控股有限公司（以下简称海南控股）在“成长”，“海南控股将充分利用消博会平台，并结合自身资源优势，积极承接消博会溢出效应，加强与参展品牌对接合作，持续延伸旅游零售产业链，进一步打造‘世界之城’概念，通过‘全球购’场景的打造，引领‘消博会+免

税”的消费新热潮，助力海南离岛免税国际竞争力提升，为海南自贸港和国际旅游消费中心建设贡献海控力量。”海南控股展馆负责人表示。

从常规的产品展示，到开设椰味饮品小站，海南春光食品有限公司有“收获”，目前春光旗下产品已出口至美国、中东地区、澳大利亚以及新加坡等地，春光食品相关负责人表示，“借助消博会，我们能够更快捕捉市场机遇，进一步加强国际经贸交流合作，助力海南的椰味走向国门、走向世界。”

海南企业的“消博故事”未完待续，消博会后的“海南机遇”未来可期。

（本报海口4月15日讯）