

# 身边的幸福事

商品篇

## 满当当的购物车 沉甸甸的获得感

### 编者的话

商品一头连着经济发展，一头连着百姓幸福生活。从含金量不断加大的离岛免税政策，到消费精品持续扩充的消博会，再到全域拓展的“旅游+”新业态……近年来，海南呈现出商品多、人气足、展会火、消费旺的向好势头，“海南购、购全球”已然成为海南消费的显著标签。

观察海南经济发展，商品消费是一个至关重要的窗口。数据显示，今年一季度，海南市场销售加快恢复，部分升级类商品旺销；全省社会消费品零售总额同比增长6.7%；全省商品零售539.07亿元，同比增长5.5%；接待游客总人数增长22.5%……大众火热的商品消费势头，折射出海南商品消费市场的蓬勃活力，也让人看到了无限的消费空间。

### 幸福故事荟

#### 11年离岛免税“购龄”消费者黎彦璇： 幸福，是一“车”子商品免税购

■本报记者 周晓梦

5月16日，海口美兰国际机场，一拨接往来人流，聚集在这里，前往不同目的地。黎彦璇对这里并不陌生，她时常在这出行，抵达，也在这些地方。

“2012年上大学时，要坐飞机到省外上大学，所以就顺便逛了机场免税店，那是我第一次买离岛免税商品。”黎彦璇是一位在海南长大的“90后”，谈起自己的离岛免税购物记忆，她笑称自己的“购龄”不短。

回忆起当时买东西，她还清楚记得，“就买了两袋巧克力，那时美兰机场免税店里除了一些护肤品、香水、食品外，其他免税商品专柜不像现在这么多，牌子也没现在丰富。”

时间飞逝，离岛免税商品品种从最初的18种扩大到现在的45种，如今海南离岛免税商品品种“名单”已今非昔比。来自法国的化妆品、新

西兰的奶粉、丹麦的玩具、日本的烧酒、苏格兰的威士忌、意大利的服饰和珠宝，还有各类电子产品、器械器材……像黎彦璇一样的消费者购物车里的商品不断新增，他们不出国门，在海南就能买到越来越多的国际品牌和商品。

商品种类越来越多，购物限制越来越少。购物次数从每人每季2次调整为不限次数，从最初的每种商品都有购买数量限制，调整为以额度管理为主，大幅减少有单次购买数量限制的商品种类。

“毕业工作后，趁着出差或旅游机会，我没少逛离岛免税店，现在的购物清单也越来越长。”黎彦璇的手机里，关注着海南多家离岛免税店的微信公众号，还加入了“日月广场免税店优惠发布群”等微信群，“她的‘购龄’和购物‘经验’不断在刷新，购物感受也早已不同。”

今年“五一”假期出岛时，黎彦璇到离岛免税店买了红酒和香水，“用优惠券，选了返岛提货，方便快捷。”

（本报海口 5月18日讯）

#### 海南望海国际商业广场有限公司副总经理高志萍： 丰收，是逛消博一站“买全球”

■本报记者 李梦瑶

5月18日傍晚，正值下班时间，海口望海国际商业广场迎来又一轮客流高峰。

买珠宝、逛奢侈品店，试玩数码产品……商场内，挂着外文商标的招牌林立，吸引各类中高端消费群体，奔向不同的店铺目标。

“我们希望可以让消费者在这里一站式购买全球好物。”海南望海国际商业广场有限公司副总经理高志萍说。

为了找到各种中高端消费精品、新品，过去，她和同事们常常需要专门跑到北上广深各大商场“淘货”，甚至跨好几个时区飞往国外。而如今，他们不必出岛，在海南就能一站式“买全球”。

2021年5月，首届中国国际消费品博览会将在海口举行。得知如此盛会就在“家门口”举行，高志萍早早报了名，等到活动一开始，便特意放下

手中的活儿，直奔展会现场。

“机会难得！”她说的机会，是指可以与品牌方直接建立联系。

去之前，高志萍提前梳理出一张长长的品牌清单，涵盖服装、黄金饰品、家居用品等多个品类，既已有入驻商场，需要拜访的“老朋友”，也包括一直在积极争取、希望引进的新品牌。

了解新品、介绍项目、沟通意向……带着招商采购团队，她马不停蹄穿梭于各个场馆之间，几乎在消博会上将“世界各国”逛了个遍，也让海南国际的朋友圈“越扩越大”。

今年消博会期间，望海国际便与中国黄金、周大福、樱花国际精品等众多消费类头部品牌现场达成战略合作，业务合作，进一步丰富产业链资源。

从第一届到第三届，高志萍每年都会按时“打卡”消博会。

“参展品牌一年比一年多，展区面积也越来越大。”在她看来，这个“大”不仅意味着地方更宽敞了，也让品牌方有了更大的展示空间，能够摆出更多齐全的产品线。

变的不仅是消博会。

“了解新品、介绍项目、沟通意向……带着招

商采购团队，她马不停蹄穿梭于各个场馆之

间，几乎在消博会上将“世界各国”逛了个遍，也让海南国际的朋友圈“越扩越大”。

今年消博会期间，望海国际便与中国黄金、周大福、樱花国际精品等众多消费类头部品牌现场达成战略合作，业务合作，进一步丰富产业链资源。

从第一届到第三届，高志萍每年都会按时“打

卡”消博会。

“参展品牌一年比一年多，展区面积也越来

越大。”在她看来，这个“大”不仅意味着地

方更宽敞了，也让品牌方有了更大的展示空

间，能够摆出更多齐全的产品线。

变的不仅是消博会。

“了解新品、介绍项目、沟通意向……带着招

商采购团队，她马不停蹄穿梭于各个场馆之

间，几乎在消博会上将“世界各国”逛了个遍，也让海南国际的朋友圈“越扩越大”。

今年消博会期间，望海国际便与中国黄金、周大福、樱花国际精品等众多消费类头部品牌现场达成战略合作，业务合作，进一步丰富产业链资源。

从第一届到第三届，高志萍每年都会按时“打

卡”消博会。

“参展品牌一年比一年多，展区面积也越来

#### 昌江十月田镇农民杨林森： 喜悦，是农产品“触网”卖得欢

■本报记者 刘婧姝 特约记者 符文倩

“这些莲蓬果大、色泽好，品质可达到一级果，一个星期后将迎来收成。”5月18日上午，昌江黎族自治县十月田镇南岭村村民杨林森忙着给莲蓬浇水，对于农产品销售，他一点儿也不担心，“昌江电商早已经全部预订，要通过电商平台卖向全国各地”。

销售触“网”，产品上“网”，带来了杨林森不同的喜悦。“从控级分级、产品上架、电商订单、售后售后，昌江电商都提供健全链条服务。”看着挂满枝头的莲蓬，杨林森说，只要把控好品质，加上电商平台的帮助，农产品能畅享销货，还能把风险降到最低。

杨林森是地道的农民，与电商结缘，始于一次深刻的电商培训与销售经历。

过去，杨林森的收入来源主要是割胶和种植水稻。为了转型，他与村子里其他8位农户，成立了昌江新创种养合作社，种了50亩莲蓬。

“柠檬出来了，却不懂怎么卖，周边又没有市场。”那时候，杨林森内心对于滞销的担忧早已盖过了柠檬丰收的喜悦。

就在那时，昌江电商公共服务中心举办的农村电子商务培训班开到了村里。“农产品怎么采摘，怎么包装才合格，怎么通过微信营销，还有抖音直播卖货，这里面的门道非常多。”听完电子商务培训课，杨林森当即向昌江电商公共服务中心负责人李志鹏寻求帮助。

杨林森的20亩莲蓬收成在即，除了昌江电

商公共服务中心举办的农村电子商务培训班开到了村里。“农产品怎么采

摘，怎么包装才合格，怎么通过微信营销，还有

抖音直播卖货，这里面的门道非常多。”杨林

森说，听完电子商务培训课，杨林森立即向昌江电商公共服

务中心负责人李志鹏寻求帮助。

杨林森的20亩莲蓬收