



新老朋友相聚 共赴“热情之约”

——第四届消博会首日侧记



■ 韩慧

4月13日,第四届中国国际消费品博览会如约而至。

四年以来,消博会规模、质量、成效和影响力显著提升,已成为亚太地区规模最大的消费精品展。

今年的消博会,“朋友圈”仍在扩容,英国、蒙古国、马来西亚、俄罗斯等国家首次组团参展,有来自71个国家和地区的超过4000个品牌参展,专业采购商人数超过5.5万人。

消博会实力“圈粉”,背后藏着什么流量密码?又带给我们什么期待?

其一,为世界进一步拓展抵达中国市场的通道,窗口效应不断放大。

消博会定位为“全球消费精品展示交易平台,为中外展商架起“走出去、引进来”的双向桥梁。

据统计,在前三届展会中,专业采购商以每年上万人的数量递增,这背后连接着庞大中国市场,奔涌着中国机遇。

外国展商通过消博会,探路中国市场,一些“展商变身投资人”的故事也由此展开。比如,参展企业欧姆龙与全球精品免税、戴尔与中免合作,在海南开设免税体验店;日本近铁百货入驻海旅免税城,为更多日本知名品牌进入中国市场架桥铺路。

本届消博会中,得益于59国免签政策落地、离岛免税、进口免税清单等政策,国际知名品牌和参展人员参展更加便利快捷,也传递出消博会越来越开放的态度。开放的盛会,源于开放的中国、开放的海南,消博会成为“中国开放的大门只会越开越大”的生动注脚。

开放意味着打破壁垒,跨越阻隔,迈向更广阔市场。面向世界、背靠中国大市场的独特优势,叠加海南自贸港政策优势,消博会持续释放深化双边、多边、区域合作的强劲信号,将为世界各国互利合作再添强劲动力,为经济全球化和多边主义注入更足信心。

其二,汇聚全球新品、精品,推动消费升级,拉动效应更加强劲。

逛消博、看展品,“新”是亮点之一。新是开始,是突破,新品是商家深挖市场潜力的利器。

消博会之“新”备受瞩目,据统计,前三届消博会中,聚焦新品首发首秀,累计举办新品发布及展示活动600余场,发布新品数量超过2100件;连续举办消博会时装周活动,发布超过1800件最新时尚系列单品。本届消博会新品同样琳琅满目,“全球新品计划”——新品发布会汇集28个国际、国内知名发布主体,共有38个品牌携带115件新品亮相。新品“钟情”消博会,是对市场前景和价值的高度认同。

“把最好的产品带到海南”,几乎是所有参展企业的想法。消博会“好物”有效提升国内中高端供给,为国内消费者引入更多全球新品、新趋势,迎合更个性、更多元的消费需求,持续促进消费升级与消费回流,成为拉动经济增长的强引擎,让“共创美好生活”可触可感。

今年全国两会上,政府工作报告指出,要“促进消费稳定增长”,并要求开展“消费促进年”活动。第四届消博会是“消费促进年”活动的一场重头戏。坚持“精品、新品”路线定位,聚焦消费品以旧换新、智能家居、文旅体育等新的消费增长点,以时尚加持、文化添彩、科技赋能引领新型消费发展。

其三,从“看好海南”迈向“投资海南”,聚集效应更加显著。

消博会上,汹涌的人流、攀升的交易额,让展商看到了海南自贸港的生机和活力。海南自贸港打造国际旅游消费中心,充分释放政策红利,持续擦亮离岛免税“金字招牌”,让“来海南,购全球”照进现实。此前,不少参展企业抓住海南做好境外消费回流的势头,在赴海南市县和园区考察后,纷纷布局海南,并推动一批产业先后落地。

邓白氏正式落户海南,这家全球商业决策信息和分析服务机构,行业地位领先,为海南发展数字经济打开新空间;此外,还有美国雅诗兰黛集团、印尼最大咖啡企业火船集团等展商,有的在海南开新店、首发新品,有的进行生产加工,有的建设区域总部等项目。

参展企业投资海南,深度融入海南现代化产业体系,推动海南成为优质消费供给的供应地,精准对接国内市场,吸引全球高端消费回流,为海南打造国际旅游消费中心提供强有力支撑。

其四,企业与海南“双向奔赴”,“消博会+”平台效应更加凸显。

消博会为展品打开知名度、美誉度,为中外企业提供合作平台,广大展商也通过参会契机,增进对海南的认识和了解。

消博会作为中国唯一以消费精品为主题的国家级展会,为各国的高端产品提供了一个巨大的展示机会,在本届消博会上,爱尔兰食品局驻华代表处主任苏礼文表示,“借助消博会平台进入海南市场只是第一步,我们希望海南可以作为爱尔兰食品进入中国内地市场一个新的窗口。”正如商务部副部长盛秋平所言,办好第四届消博会,有利于充分展现海南自贸港建设6年来取得的丰硕成果。

特别值得一提的是,本届消博会创新实践“1+N”全岛办展,除在海南国际会展中心设置主会场外,还在海口、博鳌等地新增帆船游艇、免税购物、国际健康消费3个分会场,同时围绕赏风光、品非遗、尝美食、看演出、赛运动等五个维度,为参展嘉宾和观众提供立体式、多样化、潮玩法的旅游文化消费活动和产品,吸引中外展商深度体验海南海岛风情,拉动地方交通、旅游、餐饮、住宿等相关产业。

得益于海南自贸港建设成型趋势,政策优势、区位优势叠加释放,“消博会+产业”“消博会+旅游”“消博会+免税购物”等“消博会+”清单不断延长。

面向未来,利用消博会这个盛会平台,做大做强“消博会+”产业,推动形成消费和投资相互促进的良性循环,把消博会“流量”变成海南自贸港“留量”,海南自贸港在连接中国和世界的经贸往来中扮演的角色也将越来越精彩,越来越重要。

可触可感的消博会,靠啥实力「圈粉」

■ 本报记者 陈彬

4月13日,以“共享开放机遇,共创美好生活”为主题的第四届中国国际消费品博览会如期开馆。

作为今年我国首场重大国际性展会,本届消博会继续坚持“精品、新品”路线定位,汇聚国内外优质消费品资源和全球买家卖家,搭建多样消费场景和交流平台。

好物荟萃,人气爆棚!这是当天逛消博会的人们普遍的感受。在海南国际会展中心的各大展馆里,处处可见人潮涌动。来自不同国家的展商、客商们,应“消费”之约,寻合作良机。

经过4年成长,消博会“大”了。不仅是展会规模不断创新高,在地域上也由海口一城扩展到全岛办展。

本届消博会首创“1+N”全岛办展模式,除继续在海南国际会展中心设置主会场外,还在海口、琼海等地设置免税购物、帆船游艇、国际健康消费等3个分会场,充

分利用自贸港政策红利,展现消费新场景、新领域、新亮点。

逛消博会,等于“一站式”逛全球。在这里,抢先一睹全球最新潮品的风采。

西班牙的火腿切片、智利的红酒、伊朗的绿松石、尼泊尔的羊绒……走进“绿地全球馆”,500多平方米的空间里,集合了30个国家和地区的近100个品牌2000余款进口商品,其中有13款新品将在消博会期间进行“首发首展”。

“这次我带来的新产品‘骆驼皮灯’,希望借助消博会这一平台可以被中国市场认可。”巴基斯坦进口馆负责人哈比说。

作为消博会的“新朋友”,哈比带着骆驼皮灯亮相“绿地全球馆”,他希望让更多人了解巴基斯坦的非遗文化,这样不仅可以帮助当地的老工匠们获得收益,也能吸引更多巴基斯坦年轻人学习这门手艺,从而将巴基斯坦的文化遗产下去。

当天开馆的爱尔兰国家馆展台前,阵阵香味弥漫,吸引了现场观众排起长龙

品尝美食。作为本届消博会主宾国,爱尔兰组织了29家企业及官方机构参展,展示超过50家爱尔兰品牌的200余件展品,主要有乳制品、肉制品、酒类和贝类海鲜等。

“今年我们第一次在消博会上展示爱尔兰的牛肉,随着消费者对食品品质的要求越来越高,我们相信爱尔兰牛肉可以很快进入海南各个高端酒店、餐厅。”爱尔兰食品局驻华代表处主任苏礼文表示,消博会作为中国唯一以消费精品为主题的国家级展会,为各国的高端产品提供了一个巨大的展示机会,“借助消博会平台进入海南市场只是第一步,我们希望海南可以作为爱尔兰食品进入中国内地市场一个新的窗口。”

消博会不仅是一个消费精品的展示交易平台,也为国内外展商和客商搭建起一座交流与合作的桥梁。

作为消博会的“老朋友”,杜卡迪今年再度受邀参展,并携其旗舰车型亮相,吸引了众多摩托车爱好者和潜在消费者的目

光。“通过消博会,杜卡迪不仅能够展示最新的产品和技术,还能够与中国消费者直接交流和互动,进一步了解中国消费者的需求和偏好,为公司在市场发展提供重要的市场信息和反馈。”杜卡迪中国首席执行官卢逸表示。

2023年初,杜卡迪三亚市专卖店开业。卢逸说,近年来海南自贸港政策红利不断释放,营商环境不断优化,为杜卡迪带来了一系列积极的影响和变化。

据了解,本届消博会预计各类采购商和观众超过5.5万人,在海南自由贸易港59国免签政策加持下,来自英国、新加坡、韩国、日本等10余个重点国别和地区的采购商和100余名全球头部企业高管将到会参加洽商和签约等商务活动。

作为亚太地区规模最大的消费精品展,越来越多的全球头部品牌和最新产品将消博会作为首选地,越来越多的参展商、采购商在消博会发现新的商机、收获丰硕成果。(本报海口4月13日讯)



① 巨型AI机器人手捧AI设计珠宝作品亮相消博会。 本报记者 陈元才 摄
② 4月13日,在第四届中国国际消费品博览会香港馆,天文望远镜受关注。 本报记者 袁琛 摄
③ 第四届中国国际消费品博览会展出的精品国货茶具。 本报记者 张茂 摄

消博会的N种打开方式

■ 本报记者 李梦瑶

谁的人生清单里,没有“环游世界”这个梦想呢?

世界很大,有时又可以很小。比如在消博会,也许上一秒还惬意漫步于巴黎香榭丽舍大道,下一秒就会“误入”某处中亚风情餐吧,移步换景间,一趟快速的“环球之旅”悄然成真。

4月13日,第四届消博会正式开馆。精品荟萃,好戏连台,置身这场世界级盛会,究竟该如何逛才不会“乱花渐欲迷人眼”?透过这一全球消费精品展示交易平台,我们又可以看见一个怎样的“新世界”?

赶紧收下这份“攻略”,掌握消博会的N种打开方式。

什么样的展会才算好?对于普通观展者而言,逛得尽兴最重要。

作为亚太地区规模最大的消费精品展,本届消博会继续坚持“精品、新品”路线定位,汇聚国内外优质商品和服务,吸引71个国家和地区超4000个品牌参展。当一波来自世界各地的“新、奇、特”消费精品密集亮相,哪怕不买,也能让人过瘾——

闻到了吗?那是从高端食品保健品展区飘来的香味!

品尝完苏格兰单一麦芽威士忌,再尝一口来自澳大利亚的高品质杂交谷饲和牛,不远

处,还可以花点时间解锁休闲娱乐新姿势。

上天!大疆的“消费级无人机”在深圳馆“起飞”,无人机爱好者可现场感受操控飞行的乐趣。入海!游艇、电动浮板或电动冲浪板,多种海上休闲生活方式一次玩够。

刺激过后,再来玩点脑力游戏。机械手臂像人手一样直接伸入棋盒,通过磁吸的方式实现棋子的取、放……浙江展团带来的这款AI下棋机器人“手眼协同”似真人。想要知道实力如何?不如现场对弈一局,与它一较高下。

文明互鉴,最炫民族风

物街”搬到消博会,尽展“世界艺术之都”的魅力;“时尚之都”意大利也不遑多让,用一件件高品质艺术特色珠宝诠释意式风情;首次亮相的英国国家馆则展出时尚、美妆等多领域品牌,洋溢着浓郁的英伦美学……

文化不同,对美的追求却是一致的。色彩斑斓的阿富汗青金石艺术摆件,造型可掬的秘鲁羊驼玩偶,如同艺术品般的土耳其手工彩瓷盘……古老的丝绸之路将沿线国家紧密相连,而今在消博会上,阵阵“驼铃”再次响起,推动贸易互通,也实现着文化的交

脱稿自如;需要招揽顾客,置入专属知识库的数字人替你上岗;需要完成工程造价,机器人“小青”能让工程造价咨询成果输出得更快、更准、更省;更别提焊接、特种检测或抢险救援等,这些工作机器人都能搞定……

自己要外出工作,又怕老人独自在家会跌倒?在华为AI康养体验区,一款AI辅助康养传感器提供了解决方案:它能轻松识别跌倒、睡眠、离床、坠床等不同场景,当检测到

吃喝玩乐,一站式满足

什么样的展会才算好?对于普通观展者而言,逛得尽兴最重要。

作为亚太地区规模最大的消费精品展,本届消博会继续坚持“精品、新品”路线定位,汇聚国内外优质商品和服务,吸引71个国家和地区超4000个品牌参展。当一波来自世界各地的“新、奇、特”消费精品密集亮相,哪怕不买,也能让人过瘾——

闻到了吗?那是从高端食品保健品展区飘来的香味!

品尝完苏格兰单一麦芽威士忌,再尝一口来自澳大利亚的高品质杂交谷饲和牛,不远

文明互鉴,最炫民族风

物街”搬到消博会,尽展“世界艺术之都”的魅力;“时尚之都”意大利也不遑多让,用一件件高品质艺术特色珠宝诠释意式风情;首次亮相的英国国家馆则展出时尚、美妆等多领域品牌,洋溢着浓郁的英伦美学……

文化不同,对美的追求却是一致的。色彩斑斓的阿富汗青金石艺术摆件,造型可掬的秘鲁羊驼玩偶,如同艺术品般的土耳其手工彩瓷盘……古老的丝绸之路将沿线国家紧密相连,而今在消博会上,阵阵“驼铃”再次响起,推动贸易互通,也实现着文化的交

抢鲜”体验,看未来生活

脱稿自如;需要招揽顾客,置入专属知识库的数字人替你上岗;需要完成工程造价,机器人“小青”能让工程造价咨询成果输出得更快、更准、更省;更别提焊接、特种检测或抢险救援等,这些工作机器人都能搞定……

自己要外出工作,又怕老人独自在家会跌倒?在华为AI康养体验区,一款AI辅助康养传感器提供了解决方案:它能轻松识别跌倒、睡眠、离床、坠床等不同场景,当检测到

什么样的展会才算好?对于普通观展者而言,逛得尽兴最重要。

作为亚太地区规模最大的消费精品展,本届消博会继续坚持“精品、新品”路线定位,汇聚国内外优质商品和服务,吸引71个国家和地区超4000个品牌参展。当一波来自世界各地的“新、奇、特”消费精品密集亮相,哪怕不买,也能让人过瘾——

闻到了吗?那是从高端食品保健品展区飘来的香味!

品尝完苏格兰单一麦芽威士忌,再尝一口来自澳大利亚的高品质杂交谷饲和牛,不远

处,还可以花点时间解锁休闲娱乐新姿势。

上天!大疆的“消费级无人机”在深圳馆“起飞”,无人机爱好者可现场感受操控飞行的乐趣。入海!游艇、电动浮板或电动冲浪板,多种海上休闲生活方式一次玩够。

刺激过后,再来玩点脑力游戏。机械手臂像人手一样直接伸入棋盒,通过磁吸的方式实现棋子的取、放……浙江展团带来的这款AI下棋机器人“手眼协同”似真人。想要知道实力如何?不如现场对弈一局,与它一较高下。

文明互鉴,最炫民族风

物街”搬到消博会,尽展“世界艺术之都”的魅力;“时尚之都”意大利也不遑多让,用一件件高品质艺术特色珠宝诠释意式风情;首次亮相的英国国家馆则展出时尚、美妆等多领域品牌,洋溢着浓郁的英伦美学……

文化不同,对美的追求却是一致的。色彩斑斓的阿富汗青金石艺术摆件,造型可掬的秘鲁羊驼玩偶,如同艺术品般的土耳其手工彩瓷盘……古老的丝绸之路将沿线国家紧密相连,而今在消博会上,阵阵“驼铃”再次响起,推动贸易互通,也实现着文化的交

异常情况时,将立刻发送告警信号至绑定的亲人手机。

除了华为,海尔、海信等参展品牌也勾勒出一个个不同的智能家居场景。

从会飞的汽车,到越来越“聪明”的智能家居,再到掌握“十八般武艺”的机器人,消博会上,一件件充满未来感的产品令人脑洞大开,传递着“未来已来”的强烈讯号。畅想今后生活,还有无限可能。(本报海口4月13日讯)



更多深度好文 扫码发现