

从消博会看新型消费何以出圈

海客谈

李萌

作为亚太地区规模最大的消费精品展，消博会不仅是全球消费精品集聚地，也是消费市场的风向标。

在今年的消博会上，“新型消费”这一热词，有了更具象化的体现——在主会场，人工智能(AI)一展琴棋书画技能，以非遗为核心要素的国潮精品荟萃；在帆船游艇分会场，推出船艇展演、驾乘体验、房车露营、水上运动等活动，充分展示体育休闲消费新方式；在国际健康消费分会场，设置了明眸健康、调理养护、深度疗愈等多条旅游观展推荐线路……透过消博会这一窗口，清晰可见消费新场景、新趋势，以数字、绿色、健康、国潮等为代表的新型消费，正在引领消费新潮流。

从去年年底召开的中央经济工作会议，到今年的政府工作报告，“培育壮大新型消费”被一再强调。中央明确提出，实施数字消费、绿色消费、健康消费促进政策，积极培育智能家

居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。

如今，新型消费在全国各地蓬勃兴起，又在消博会同台唱响。在消博会这一开放的平台上，新型消费何以出圈？海南培育壮大新型消费的态势如何？不断创新消费场景的底气何在？

首创“1+N”全岛办展，新场景带来新体验——

本届消博会除了继续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，这3个分会场展示的正是新型消费的新场景、新领域、新亮点。

这一创新实践顺利进行的背后，既有海南自贸港区位优势、生态优势的作用，也有自贸港“零关税”交通工具及游艇清单扩容等政策红利的加持，汇聚全岛优质资源，海南有底气也有实力。

全岛办展，带来的不只是展会的扩容升级，更是对消费趣味性、参与感、获得感、幸福感、安全感、获得感、幸福感的提升。高端消费品和优质服务，得到更生动的展示，让人沉浸式感受新型消费。

效果显而易见，更丰富的消费体验在这里激发，更多元的消费需求得

到满足，必将有助于培育新的消费热点和增长点，激发消费市场活力，推动消费升级。

“绿”含量十足，映照消费新理念——

绿色消费正成为生活新风尚。本届消博会可谓绿意盎然，从参展搭建、到出行、餐饮、物流等各个环节，均使用环保可重复利用的材料，场馆及配套设施100%使用绿色电力，将“绿色、零碳”的办展理念，贯穿在展会的全过程。

低碳、绿色、可持续，也成为展商不约而同的追求。比如，本届消博会的1号馆，主要聚焦数字和服务消费，将低碳和高科技相结合，给人们带来绿色生活的新体验。又如，在国货精品馆中，华熙生物以“科技+绿色 燃动新国潮”为主题，充分展现旗下产品的科技含量、绿色环保及可持续消费属性，以优质国货潮品吸引众多眼球，倡导更加绿色健康的消费方式。

从活动内容来看，本届消博会还将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，举办新能源车试驾环岛赛，开展消费品以旧换新等主题活动。一系列活动不遗余力地展示新型消费方式，映照出绿色、智能、健康的生活从来都不是抽

象的，而是具体可行的。

事实上，不只在展馆内，在展馆之外，新型消费早已搅动消费市场。

数据显示，今年1月至2月，全国社会消费品零售总额81307亿元，同比增长5.5%。其中，新型消费不断壮大。比如，数字音乐等数字类商品增长95.1%、节能洗衣机等绿色类商品增长167.5%、滑雪装备等健康类商品增长66.4%。迅速崛起的新消费，映照出人们对更高品质生活的向往，也生动说明我国消费市场的韧性与活力。

透过展会内外，我们看到了新型消费的无限潜力。而作为消博会举办地的海南，如何借势消博会，充分发挥“平台+政策”叠加效应，打造新型消费引领地，是建设国际旅游消费中心的题中应有之义。

今年的海南省政府工作报告提出“激发有潜能的消费”，并作出具体部署。比如，线上线下联动促销，鼓励汽车以旧换新，优化二手车出口流程，促进家电、家居等大宗消费换代，壮大数字消费、绿色消费、健康消费等新型消费。

有底气提出壮大新型消费，正是源于海南发展新型消费已打下的良好基础。比如，科技创新和产业升级多点突破，全国首个商业航天发射场

一号发射工位竣工；又如，绿色低碳转型纵深推进，全年空气质量优良天数比例99.5%，生态环境质量继续保持全国一流；再如，新能源汽车在新增车辆中占比超50%、全国第一，保有量占比全国第二。

国际旅游消费中心是海南的重要战略定位，新型消费的发展空间令人期待。发展壮大新型消费，要持续打好国际旅游消费提档升级攻坚战，必须正视国内外旅游市场的激烈竞争，加快打造具有引爆效应的旗舰型旅游项目，以新型消费为重要抓手，持续推进“三大境外消费回流”，更好发挥双循环交汇点作用，不断开启新消费业态、新消费模式。

本届消博会上，新型消费引领潮流的背后，是新型消费共识的凝聚、新型消费理念的升级，相信从这里出发，有关“培育壮大新型消费”的问题将更好作答。



扫码发现
更多深度好文

“因消博会，我们来海南四年了”

艾纳诗深睡小屋集团因消博会落地海南 从“机缘巧合”参展到深度扎根海南

本报记者 习霁鸿

相较于首届消博会设置2个体验间，这届消博会，上海艾纳诗集团(以下简称艾纳诗)旗下深睡小屋的体验间已经增加到了4个，展台面积也从36平方米扩大到108平方米。

尽管如此，艾纳诗深睡小屋集团董事长助理李景明还是忍不住感慨：“根本不够用！”

4月14日下午，在深睡小屋展台，海南日报记者看到，4个体验间都显示“体验中”。观众躺在深睡小屋研发的椅子上，头部佩戴电子仪器，闭眼休憩。屏幕上的脑电波显示，他们在喧闹的环境中逐渐平静下来，短短几分钟内，有些人就已经睡着。

而没赶上场的观众只能找销售人员进一步咨询，顺便等待体验间空出来，把本就“充实”的展台填得更满。

“无损伤、非药物、非接触”，这样就能改善睡眠？那我得试试。”一名观众半信半疑地跟着念出了宣传板上的话，决定停下逛展的脚步来体验一番。

“请您稍等，有空出来的我叫您。”工作人员赶紧说。

工作人员告诉记者，在深睡小屋的体验中心，一次体验能有半小时。但在消博会上，时间却缩短至15—20分钟。

李景明在一旁补充道：“感兴趣的观众实在太多了，只有这样才能让更多人体验到我们的产品。”

连续4届来到现场的李景明坦言：于深睡小屋而言，消博会本来只是机缘巧合了解到的一场展会，但经过了第一届的体验，立即晋升为深睡小屋“为数不多每届必须参加的重要展会之一”。而在本届消博会上，深睡小屋也带来了全新产品，将在15日新品发布会上亮相推介。

流量，只是消博会带给深睡小屋的一部分。事实上，消博会还是深睡小屋落地海南、享受自贸港利好政策的一个桥梁。

艾纳诗深睡小屋总经理滕树杰告诉记者，落户海南之后，公司产品升级都是在海南完成，包括品牌推广、平台搭建、渠道铺设，也都是从海南面向全国乃至全球。

而除了在海口高新区设立研发生产中心外，2023年，艾纳诗与上海交通大学医学院附属瑞金医院博整研究院合作的睡眠医学研究中心在博整乐城正式成立。

“海南自贸港在税收、人才引进等方面的优惠政策，对于我们产业布局和未来发展海外市场都会有帮助。”李景明透露，未来公司也会把运营中心的一部分业务转移到海南自贸港来，以海南的运营中心为基地，布局和拓展海外市场业务。

(本报海口4月14日讯)

更“绿”更“聪明”更个性

◀上接A01版

而这款下棋的AI机器人，也正是该品牌推出的一款家庭消费级人工智能产品。

既“琴棋书画样样精通”，也能代替人工完成迎宾、烹饪、清洁等各种工作，透过消博会上这一幕幕“人机互动”的消费体验场景不难发现，“身怀十八般武艺”的机器人走入寻常百姓家，已成为触手可及的现实。

快看，这是属于你的“私人定制”——

位于数字和服务消费展区的OSIM傲胜展台内，十多台按摩椅“座无虚席”。闭眼、陶醉，正在体验中的逛展观众们尽管表情“神同步”，但他们感受到的按摩力度却各不相同。

“我们的产品可以通过人工智能生物识别算法，测算出不同用户的‘压力值’，进而量身定制按摩程序。”OSIM傲胜北亚区品牌管理营销副总经理林晓慧介绍，除此之外，该品牌还针对健康养生、塑形健体、美容和电竞等不同的消费需求，推出了更个性、更多元的按摩产品。

观察今年消博会上各品牌的“上新”动作，会发现它们拥有一个共同点：聚焦的应用场景越来越细。

深睡小屋带来的减压舒眠机，为睡眠障碍人群提供服务；韶音科技推出“不怕水”的游泳耳机，让游泳爱好者在水下也能有音乐陪伴；德国卡赫展出全球首台由锂电驱动的布艺清洗机，让沙发等织物的清洁问题不再麻烦……

当不同年龄、不同地区、不同偏好的消费者呈现出日益多元、细分的消费需求，越来越多品牌方开始从“广覆盖”转为“深挖潜”，为消费者“精准画像”“量体裁衣”，进而从“小需求”里发掘“大市场”。

快看，各大展台刮起“绿色低碳风”——

一只栩栩如生的蝴蝶状珠宝，被摆放在高纳仕展台的C位。观展者们举着手机小心翼翼地靠近，这才发现“蝴蝶”是由电路板、螺母、光碟、齿轮等废弃物拼装而成。无独有偶，意大利国家馆展出的一系列珠宝，以“保护”为主题，同样传递出保护地球、拥抱多样性的设计理念。

“越来越多的全球顶级品牌正积极拥抱可持续发展理念，推动消费绿色升级。”安永大中华区业务主管合伙人毕舜杰说，在消博会，安永不仅看到了越来越多的“绿”，也致力于为其增色。展会期间，包括安永在内的一批世界头部咨询企业，均发布涉及绿色、可持续主题的研究报告。

迎来“绿色升级”的，不仅是服务型消费产品。

泰佩思瑞集团带来的手袋等产品使用可循环材料进行制作，新西兰羊驼产品使用的天然羊驼纤维可生物降解，泰山体育推出“会呼吸的人造草”经运动摩擦后能释放负离子……漫步本届消博会各展馆，绿色可持续解决方案随处可见。

从消博会各展台的火爆人气中，可以看到，消费者十分乐意为绿色“买单”。

(本报海口4月14日讯)

数字人直播引关注

4月13日，第四届中国国际消费品博览会1号馆数字和服务消费展区，数字人直播倍受观展者关注。
本报记者 张茂 摄



消博圆桌会

科大讯飞消费者事业群副总裁战文宇：科技进步助力新型消费更智能

■ 本报记者 李梦瑶

“消博会在短短四年内快速提升展会质量、规模和影响力，本身就反映了中国消费市场的蓬勃发展和消费升级趋势。”4月14日，科大讯飞消费者事业群副总裁战文宇在接受海南日报记者专访时表示，随着人民生活水平的提高，消费者对于品质生活和智能化产品的需求不断增长，消博会为满足这一需求提供了重要平台。

讨论新型消费，消费电子行业总是绕不过。

战文宇认为，随着大模型的能力升级和落地应用的陆续发布，消费电子产品的用户体验在大模型的赋能下被重新定义，正加速消费电子产业上下游的复苏节奏。

连续四年参展消博会，科大讯飞也通过这扇“窗”，洞察到消费电子行业的不少“新”：各种新技术的运用越来越广泛，消费者正期待消费电子产品变得更高效率、更智能、更个性，以更好提高生产效率和质量，解决生活中的各种刚需。

科技持续飞速发展，意味着供给端也须持续“更新”。

“今年，我们将继续推出全新形态的AI办公领域产品，这些创新产品将结合先进的人工智能技术和实际办公场景需求，为用户带来更便捷、智能的办公体验。”战文宇表示。

“目前，我们已在海南三亚投资建设‘一总部四中心’，即海南总部基地和国内国际业务中心、封闭研发中心、讯飞创投中心、高新技术产业孵化中心。”他期待着，未来，科大讯飞能借助海南自由贸易港的政策及区位优势，全面推进出海战略，同时助力海南高新技术产业提档升级。
(本报海口4月14日讯)



战文宇。受访者供图

普华永道中国内地消费市场行业主管合伙人叶旻：海南可积极布局体验式消费

■ 本报记者 李梦瑶

“新型消费的‘新’，涉及消费群体、消费需求、消费内容及消费形式四个维度。”4月14日，普华永道中国内地消费市场行业主管合伙人叶旻在接受海南日报记者专访时，如此总结她眼中的新型消费。

在叶旻看来，消费群体正越分越细，伴随消费群体的细化，越来越多个性化、多样化的消费需求逐渐涌现。

“商品的实用性，不再是消费者关注的唯一因素，他们开始追求情感或精神价值。”叶旻认为，“颜值经济”“悦

己经济”等新消费需求的出现，正成为推动消费升级的重要引擎。

什么样的消费会“悦己”？除了好看的衣服等商品消费，当然也包括各种服务消费。普华永道于去年9月发布的《2023年全球消费者洞察调研》显示，62%的受访中国消费者预计未来六个月内会增加旅行支出。

“从这一数据就可以看出，消费者在旅游与文化领域方面的消费需求越来越大。包括近两年演唱会、电影市场的火爆，也佐证着这一点。”叶旻补充道，此外，人工智能、大数据等技术的变革，推动消费形式不断创

新，也为消费市场带来了更多可能性。

提及消费形式的创新，叶旻提到了正在进行的消博会。

“今年消博会有一个很大的亮点，就是选择了3个消费场景作为分会场，为观展者提供体验式消费，这与当下的消费大趋势相契合。”她认为，海南用好文化、娱乐、展览等各个领域的比较优势，积极布局体验式消费，挖掘新消费业态、创造新消费模式，不断提升消费吸引力。
(本报海口4月14日讯)

消费焕新 活力足

叶旻。受访者供图



叶旻。受访者供图