



消博会上“解锁”海南的3种方式

可看 可听 可品

■ 本报观察员 陈雪怡

“海南不仅有‘馆外馆’，还有‘展外展’！”在第四届中国国际消费品博览会上，有观众发现，海南不仅开了个海南馆，还设了个海南国货潮品馆；不仅在海南国际会展中心设置主会场，还在海口、琼海博鳌等地新增免税购物、帆船游艇、国际健康消费3个分展区。

在第四届消博会上，海南“亦主亦客”。当好东道主的同时，海南也在积极参展，双重身份叠加也让海南更有看点。

消博会上看海南，看什么、怎么看？看黎锦、椰雕等非遗技艺，看果蔬、咖啡等海南鲜品，看免税、游艇等消费潮流……实际上，消博会上的海南，不仅可看耐看，而且可听可品。

消博会上的海南“可看”

消博会上看海南，先去看高度“浓缩”了海南元素的海南馆和海南国货潮品馆，是个不错的选择。

在这两个馆，不仅可以近观由人工雕刻而成、共花费4年时间才成品的一对高2.2米、腹径90厘米的巨型

椰雕花瓶，还可以欣赏多位非遗传承人在现场展示的黎锦技艺、椰雕工艺、黎族民歌和黎族竹木乐器等非遗代表性项目。

海南馆的五大展区，观众可以先看炫彩海南，再去闻香海南、品味海南，最后记忆海南、念海南。

会场内逛不够，还可以到会场外看看海南的另一面。不同于稍显“静态”的产品展示，会场外，海口国际免税城的免税购物分展区开展“在地文化演艺”“新消费场景互动游戏”“古今神玉艺术展”等多样活动，海口西海岸公共码头的帆船游艇分展区举办登艇体验、房车露营、水上运动、行业拓展等活动，博鳌乐城国际医疗旅游先行区的国际健康消费分展区则设置了明眸健康、调理养护、深度疗愈等多条旅游观展推荐线路，尽显“动态”。

看到这里，消博会上海南的“门道”也显现出来——那就是消费创新。

非遗制品变成国货潮品、土特产化身新“网红”、一站式逛全球……无论是消费新产品、新供给，还是消费新场景、新体验，海南不断推陈出新，呈上满满“新意”，激发消费热情，也激发投资热情。

消博会上的海南“可听”

逛消博看海南，不仅可以用眼睛观察，还可以用耳朵倾听。

听，黎族民歌和黎族竹木乐器，是海南传统文化的旋律。

听，新能源汽车众测环岛赛的驰骋“无声”，是海南建设国家生态文明试验区的乐章。

听，“舌尖上的相遇”中法美食之夜活动的弦乐演奏，是海南服务助推中法文化交流的乐曲。

消博会上，有悦耳的海南之音，也有响亮的海南之声。

比如，海南国际经济发展局与普华永道共同发布《中国新型消费城市发展洞察报告》，点出海南自由贸易港的建设为消费发展提供了广阔的发展空间，并“预告”封关运作后的海南将以更为开放、自由、便利的环境，链接全球的“货”与“人”，赋予更多“消费场景”可能性，成为具有国际竞争力和影响力的开放新高地。

当然，我们不仅要听消博会上海南怎么说，也要听听大家怎么说海南。

英国驻广州总领事孟诗然对海南的发展活力印象深刻，“海南与英国在

经贸、教育、生态环保等领域合作已有良好基础，同时，双方在医疗、新能源、互联互通等领域的合作还有很大潜力。”孟诗然说，海南提供的优惠政策和便利服务得到了英国企业的高度评价。

爱尔兰驻华大使馆贸易参赞乔柯汀说：“越来越多的中国消费者在寻找更优质、更高端的商品，海南自贸港恰好可以成为畅通这些商品的主要通道，让人们在这里可以实现‘买全球、卖全球’。”

听话听音，也有“门道”。中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展、推动以旧换新促进消费增长、加强对外开放深化交流合作……消博会上，关于海南传统文化魅力、发展优势活力、合作前景期待的话与音，此起彼伏、不绝于耳。

消博会上的海南“可品”

看不够、听不尽，还可以品一品。那么，消博会上的海南是什么“味道”？“农”香——胡椒香水、沉香精油、山茶油沐浴露……科技创新提升了本地农产品的价值，让农产品跨界成“网红”。

“鲜”香——陵水荔枝、三亚芒果、乐东蜜瓜等热带优质水果，万宁兴隆咖啡、澄迈桥头地瓜等地理标志产品，还有海南出口的“王牌”水产品海南鲷，让“海南鲜品”的香味尽情释放。

品一品消博会上的海南，有人习惯或闻或尝，有人偏向“深度体味”，品法不同，“味道”自然也不一样。

比如，香港贸易发展局与海南国际经济发展局签署“共同推进琼港经贸合作备忘录”，双方将利用消博会平台，携手推动两地企业开拓国内及国外市场。

又如，华为与海南相关部门达成深度合作共识，共建全屋智能（智能家居）实验室，以应用场景带动华为全屋智能（智能家居）2000多家鸿蒙生态链企业在海南的落地生根，并借力自贸港政策和区位优势，开拓东南亚等市场。

或加强合作、或投资兴业，无论是哪种品法，相信都能品出不一样的海南“味道”。

来消博会，看一看海南的“新意”是否契合你的心意，或听一听海南的“活音”是不是你关心关注的，又或品一品海南的“味道”会不会让你有幸福感。



在消博会上，黎族音乐表演展示吸引不少观众驻足。 本报记者 陈元才 摄

■ 本报观察员 刘晓惠

如果要用一种颜色来形容消博会，那么绿色是贴切的表达。

展馆之“绿”——场馆及配套设施100%使用绿电，餐饮、物流等环节都使用了环保、可重复利用材料。

展品之“绿”——环保材料设计的珠宝、低碳酿造的啤酒、可生物降解的天然羊驼产品等。

理念之“绿”——华熙生物成立ESG战略管理中心践行低碳环保举措。

还有不少参展商围绕老百姓的衣食住行，展出了一系列绿色低碳、变废为宝的发展成果。在第四届消博会上，我们越来越深刻地感受到，绿色生活正扑面而来。

消博会“含绿量”高

你见过“会呼吸”的草坪吗？

在消博会1号馆，泰山体育品牌展位里的一片青绿分外清新。“这就是‘会呼吸’的草坪。”泰山体育产业集团有限公司国际销售经理李凌志说，这片草坪的草丝经过特殊技术处理，摩擦后会释放负氧离子，其释放的负氧离子量能达到森林、湖泊的标准，而且使用后还能100%回收降解。

透过消博会可以发现，绿色消费正全面融入生产生活，各行各业品牌都在探索适合自身的可持续发展之路。

银蓝色的线条流畅灵动，洁白的曲面交错延伸……在百联股份展位，这里以“浪潮”为主题，也处处凸显着“绿色”。

百联股份旗下时尚买手店the b.lancing为消费者带来了一系列用再生可回收材料制造而成的环保服饰。

百联股份项目副总监邓丕奕介绍，该公司引进的法国环保鞋履品牌Vir'ò n擅长使用苹果渣、玉米须等植物材料和再生橡胶制作鞋子，且鞋底可以回收再利用；纽约的时尚品牌Collina Strada使用100%回收材料制作服装；LASTFRAME品牌的包具皮革则采用再生纤维面料和由真皮生产边角料制成。

“绿色低碳为百联股份的商业发展持续注入新动能。”邓丕奕说。

漫步展馆，你会发现无处不在的“含绿量”。超高压蒸汽清洁，避免了化学清洗方式的二次污染；化妆品品牌号召顾客参与“空管回收”；零食包装采取轻量化、轻量化设计……有了绿色的点缀，人们对绿色低碳也有了更直观的感受。

“消博会是向世界展示绿色低碳消费新风尚的窗口。”海南国际经济发展局有关负责人说，依托消博会这一绿色消费创新试验区，更多海内外参展企业将加快转型，推动实现绿色发展。

企业全“绿”以赴

在“双碳”目标背景下，绿色低碳已是时代之音。

“当前，许多企业正在积极探索创新、绿色、可持续发展之路。”安永中国主席、大中华区首席执行官陈凯说，绿色低碳转型成为企业高质量发展的必由之路，企业应当顺势而为，积极助力“双碳”目标的实现。

在各个领域都在争先科技实力诠释绿色消费时，国货美妆护肤品牌也不缺席。在本届消博会上，华熙生物就亮出了“科技+绿色燃动新国货”主题。

“我们从生产自动化、厂房集约化、废物资源化、能源低碳化等多个方面着手，已经成功建立了绿色工厂标准体系，获评国家级‘绿色工厂’。”华熙生物相关负责人介绍，消博会上新推出的海藻蓝系列等产品，在包装设计上新推出绿色创新技术，把绿色理念践行到品牌的细节中。

不只是在展馆内，在展馆之外，绿色消费也在撬动着市场。

消博会期间，全国消费品以旧换新行动首站——海南站正式拉开序幕。海南将出台消费品以旧换新政策，促进绿色低碳发展。其中，海南针对老旧汽车报废置换以及购买绿色家电等进行补贴，同时着力畅通再生资源循环利用体系。

消博会“绿”的底色，传递出鲜明的绿色发展信号。中国绿色发展基金执行主席桂振华表示，海南独特的生态环境和自然资源为绿色发展创造了良好条件，可以引领绿色发展。

国货，潮在哪里？



在第四届消博会国货特色潮品展区，湖北展区一款命名为“盈盈”的人形机器人伴随音乐翩翩起舞，吸引观众拍照。 本报记者 张茂 摄



在第四届消博会国货特色潮品展区，一名参会者戴上“太空盔”体验360度俯瞰地球全景影像。 本报记者 张茂 摄



陕西非物质文化遗产“西秦刺绣”亮相消博会国货特色潮品展区。 本报记者 张茂 摄

海客谈

■ 魏燕

古色古香的汉服，设计精美的瓷器，可盐可甜、可萌可酷的国风潮玩，传承中医文化的古方茶……近来深受年轻人尤其是“Z世代”消费群体喜爱的“国潮热”，也刮到了第四届中国国际消费品博览会上。

第四届消博会重点打造了国货特色潮品展区，展出全国各地国货潮品。这些展品覆盖了居民日常生活衣食住行、生活娱乐等各个方面，既有“翻红”的老字号，也有“出圈”的新国货，让现场不少观众流连忘返。

国货出圈，引人入胜。消博会上的国货“潮”在哪儿？

“潮”在传承

在消博会国货特色潮品展区内北京展馆，《丝路神骏》景泰蓝摆件、《花

开满园》花丝捧盒等京味儿产品吸引观众驻足观赏；深圳展台从中国古建筑元素中汲取灵感，为展台和产品设计注入东方审美意趣；上海展馆里“繁花特别款”腕表、“秦风虎符”手表等老字号国潮新品，既有海派文化元素，又与年轻创意相融合；海南展馆内的黎锦时裳、围中披肩、手工包等吸睛眼球……

国货出圈，核心在于蕴含其中的文化传承。都说民族的就是世界的，传统的也是现代的，国潮产品之所以能够火爆且经久不衰，关键在于将中华优秀传统文化与现代生活巧妙结合，既有文化内涵，又时尚、实用，给消费者带来独特的体验。因此，国货要“潮”，首先得从传承上下功夫，不断探索传统文化与当代人兴趣品位的无缝结合，让传统文化走进现代生活，为产品赋能。

消博会上，我们可以看到很多创意文化展品。如展示文具与故宫联名中国风签字笔、敦煌美术研究所龙年主题卫衣等博物馆文创周边，以及以国艺釉彩铜技艺制作的瑞鹤呈祥茶盘、冰希黎龙年限定香薰礼盒等。这些融合了传统工艺与

现代创意设计的潮品，在消博会上刮起国潮风，也将从消博会上走向国门，走向世界。

“潮”在创新

逛消博会，不仅那些具有文化内涵的国货潮品抓人眼球，“中国智造”也非常吸睛。

比如，中国科技企业带来的全屋智能及数字科技应用场景，给消费者带来沉浸式、个性化的全场景智慧体验；搭载高性能伺服关节以及全方位感知系统的人形机器人、送餐机器人和长臂智能机器人，让人眼前一亮；低空飞行汽车、穿戴式装备等，激发了人们对未来生活的无限向往……

随着科技的不断进步，消费理念模式不断变化，新的消费形态不断涌现，越来越多国货品牌致力于向科技创新要生产力，将中国品牌文化与科技相融合，用科技改变生活。 汇聚在消博会上的这些“新、奇、特”消费精品，让我们看到了国货自主创新、智能制造的新标签，也是我国积极培育和发展新质生产力

的缩影。

尤其值得一提的是，近年来，随着绿色低碳消费逐渐成为社会共识，“科技+绿色”也逐渐成为国内产业发展主旋律。“海南低碳技术、低碳产品应用市场广阔。”越来越多企业看好消博会，看好海南，希望借助海南自贸港的发展机会，将产品推向世界舞台。

“潮”在品质

国货潮品也是商品，也要遵循市场规律。在消费升级的当下，不论市场如何发展，消费周期如何变化，消费者对美好生活的向往和追求始终未变，对商品品质的追求也始终未变。因此，国货能否出圈，并最终被广大消费者认可，最根本还是取决于产品品质。

走进消博会展馆现场，不少国产品牌很受欢迎。江苏的凯灵箱包、山水丝绸、湖北的劲牌、宜红、蕲艾，还有天津的海鸥表业、飞鸽自行车等，这些突出中国元素的潮品、精品，体现出中国品牌的“高新特优”。

近年来，国货不断提质升级，展现出强大竞争力和发展潜力，成为

消费市场的新势力。《2024年中国国潮经济发展状况及消费行为调查报告》显示，2023年中国国潮经济市场规模为20517.4亿元，同比增长9.44%。

越来越多的国货潮品，通过消博会这个窗口，被更多人看见、体验并认可，让“国潮”不出国门就能点亮消费的高光时刻。

这是产品提质升级的结果，也是中国品牌实力提升的鲜明注脚。

展会有限，国货潮品的消费商机无限。随着消博会平台的影响力进一步凸显，海南消费市场逐步扩大，相信会有更多国货潮品通过消博会扬帆出海，与国际品牌同台竞技，赢得更大的市场份额和消费者的认可。



更多深度好文 扫码发现