



消博会溢出效应持续放大

■ 本报观察员 陈彬

如果不是第一次来逛消博会,那么,在今年消博会的各大展馆里,你依然会发现不少熟悉的品牌“老朋友”,遇见很多消博会的“老朋友”。
今年来了明年,年年来了还想来。“老朋友”们每次欣然赴约,同样也是因为这国际平台能够提供无限商机,在这里不仅可以了解消费新潮流,还可以“买全球”“卖全球”。

来往多了,增进彼此的了解,自然就会进一步加深。于是,消博会的“老朋友”,往往也就成了海南的“老朋友”。

“老朋友”讲出不少新故事

消博会举办4年来,越来越多的企业通过这个重要窗口在海南落子布局中国首店、区域首店,深耕消费市场,消博会的溢出效应持续显现。

笔者观察发现,本届消博会的不少参展企业负责人,都很乐意同各方分享与海南结缘、在海南成长的故事

比如,泰佩思琦集团已经连续第四年参展,在2021年首届消博会上,展出的产品十分受欢迎,令该集团看到海南市场的无限潜力。首届消博会结束后,该集团于2022年将中国旅游零售总部设在海南。

海南加绿巧公司同样也是四届消博会的“常客”,而它与海南结缘的

故事,有着许多“意外”情节。作为来自加拿大的知名企业,该公司原本只计划来参展,但深入了解海南自贸港的优惠政策后,很快便在海口江东新区设立加工厂。而在第二届消博会上,该公司发现巧克力产品很受欢迎,会后经过市场调研又有了在海南开实体店的新计划,第三届消博会后,首批两家LATIO加拿大巧克力实体店同天落地海口骑楼老街和琼山福地夜巷。

“老朋友”们不仅带来了新产品,落地了加工厂、生产线,同时也带来了许多先进的新技术。

继去年将展区面积扩大两倍后,今年华熙生物在消博会上的展区面积进一步扩至300平方米,创四届之最。该企业落地海南以来,投资步伐进一步加快——2022年,投资成立华熙厚源生物科技(海南)有限公司;2023年12月,海南省再生医学技术与材料转化重点实验室正式揭牌……随着自贸港发展红利的加快释放,华熙生物希望能在海南生物科技创新等方面发挥作用,迎接更广阔的全球市场和发展机遇。

本届消博会,上海艾纳诗集团(以下简称艾纳诗)展台面积从36平方米扩大到108平方米。落户海南之后,该公司的产品升级都在海南完成。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型医院合作的睡眠医学研究中心在博鳌乐城成立。

全球四大会计事务所之一的毕马威为很多落地海南的企业提供服

务,他们在海南的客户和业务也在不断增加。毕马威中国海南区域首席合伙人张岚岚表示,消博会的举办,为国际品牌进入海南、适应自贸港环境、扎根中国,提供了平台和窗口;而消博会的溢出效应,也将进一步推动海南自贸港发展。

从消博会到“消博汇”

以举办消博会为契机,如何创造更多消费新场景,激发更多消费新活力,让各方朋友有更多新收获,海南今年可谓是一番脑筋,下了一番功夫。

丰富消费新场景——相比往届,本届消博会更加聚焦国际化、突出市场化、注重专业化,活动也更加丰富多彩。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3个分会场,体现更多消费新场景、新领域、新亮点。

释放新型消费潜能——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,举办新能源车众测环岛赛,开展消费品以旧换新主题活动,组织智能家居高端对话和展览展示……“新”意涌动的消博会,以科技赋能引领新型消费发展,不断提振消费信心。

每年消博会的“聚会”时间短暂,参展商们带来的精品新品还想有更多亮相的机会,而采购商、消费者们也想继续了解这些各国的好货潮货,该怎么办?

安排起来!6天不够,那就365天!世界需要一场“永不落幕”的消博会。

笔者注意到,本届消博会还有一个新变化,那就是海南探索打造“线上+线下”常年展示交易的“消博汇”平台,通过展会集聚全球消费精品、新品,运用自贸港税收优惠、通关便利等政策,引导参展商在展会结束后将展品转入保税仓,通过保税“实物展示+跨境电商”模式继续销售,实现短期展品变长期商品。

也就是说,在消博会结束后,消费者仍然可以在海口、三亚的消博会指定展示点,线下体验和线上购买“消博”精品好物。消费有活力,国内外优质消费品资源才能更好聚集,从而释放更多溢出效应。

消费的“流量”来了,产业的“留量”该如何做大?

海南将利用“消博”盛会,做大做强“消博+”产业,推动形成消费和投资相互促进的良性循环。本届消博会将招商招商工作和招商引资工作相结合,通过政策解读、制定落地合作方案、实地考察洽谈等方式,推动众多国际知名品牌和头部企业在海南落地精品门店、国际贸易中心、旅游零售总部,并逐步实现在海南布局供应链中心和加工生产基地,让更多参展商变投资商。

我们欣喜地发现,4年来,消博会的“溢出效应”不仅被放大,且仍在持续显现。一场消博会让全球再次看到中国大市场的消费潜力,而“永不落幕”的消博会则将持续为全球共享中国大市场提供机会和窗口。

从消博会看海南如何做好境外消费回流文章——更丰富 更贴心 更开放

■ 本报记者 曹马志

“这趟来得太值了!”4月17日,cdf海口国际免税城,来自广东的周楚斯走进消博会中免新消费场景展区,一款心仪已久的品牌香水让她心动,“没想到,不出国就能在海南买到想要的香水。”

实际上,这一趟是“计划外”的海南之旅。原本趁着年假,周楚斯打算去国外来一次旅游购物,在网上刷到消博会举办的消息后,她临时改了机票打飞的直奔海南,而逛消博会则成为她在海南旅游的第一站。

走进人声鼎沸的消博会现场,推开全球消费精品展示交易平台的大门,我们可以从中窥见海南持续做好高端购物、医疗、教育“三大境外消费回流”文章,加快建设国际旅游消费中心的活力密码。

更丰富 优质供给提升消费体验

以“畅享新消费 悦购免税城”为主题的中免新消费场景展区,为游客带来更多全球顶尖品牌和创新产品。

cdf海口国际免税城销售部经理郑雪林说,借助中免全球悦享季等主题活动,中免免税购物分展展区将打造永不落幕的“消博汇”,通过愉悦的购物体验、新潮的活动,线上线下相结合的方式,促进展台变门店,展品变商品。

消费,为产品而来。不断丰富产品线,和潮流同频共振,是吸引消费回流的重要法宝。消博会内,国内外参展品牌稳步增加,前三年分别是2628个、2843个、3382个,今年的数据突破4000个,规模创历史新高。借助消博会,越来越多全球优质消费品更快进入中国市场,丰富消费市场优质供给。

消博会外,伴随着展会溢出效应持续释放,越来越多参展企业从参展商变投资商,展品变商品,“新、奇、特”的产品越发多元。目前,海南离岛免税经营面积超50万平方米,品牌数量超1500个。锚定“产品为王”,海南着力打造品种、价格、服务竞争优势,合理布局免税购物场所,持续优化免税购物体验。

更贴心 创新药械守护健康

今年消博会国际健康消费分展区设在

消博会掀起全岛消费热 消博热力释放消费张力

■ 本报记者 刘晓惠

4月17日,第四届中国国际消费品博览会公众开放日首日,漫步展区,仿佛走进一个巨大的商品世界,遍布商机。放眼全岛,在“1+N”全岛办展模式下,消费新潮兴起,持续为消费市场加注热力。

消费热潮全岛涌动

“我们是运营酒店的,可以保持长期合作。”“请问有进商超的渠道吗?”……4月17日下午,消博会4号馆泰国香薰品牌“普达湾”展位里,该品牌中国区主理人徐栩升正忙着对接商务洽谈。

为了向更多人展示,徐栩升每款都留了样品。“看,这几天我已经收了厚厚一沓名片,微信好友也加了不少。”这是徐栩升第二次参加消博会,她形容效果“再次超出预期”。

连日来,海南日报记者在消博会展馆发现,类似的场景随处可见:消博会首日,马来西亚瑞驰燕窝公司签下多个燕窝订单;花西子展台前,频频出现外国采购商的身影;瑞士美妆品牌拉普瑞斯亚太区负责人吉尔接待了近百位采购商意向客户,这让他对于深耕中国市场信心倍增……

走出消博会展馆,这样的消费张力在全岛各地释放。得益于本届消博会的“1+N”全岛办展模式,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,充分利用自贸港关于“零关税”交通工具及游艇清单扩容等政策红利,展示消费新场景、新领域、新亮点。

在海口市国家帆船基地公共码头,250艘游艇沿海岸线排列,形成一道靓丽的风景线。海口市市民黄彩霞原本只是想“凑个热闹”,没想到17万平方米海域的展示空间,不仅展出游艇、帆船、新型船艇,还融合了海钓赛事、水上表演、皮划艇和浆板体验等活动,刷新了她对游艇消费的印象。

(本报海口4月17日讯)



在每年的消博会上,“她经济”是热门话题之一。美妆护肤品、珠宝、时装秀……在第四届消博会上,总能看到女性关注时尚与美的身影。“她经济”元素不仅成为商家努力抓住的消费热点,也成为激发海南消费市场的重要动力。



① 中国女装品牌AWAYLEE携作品亮相消博会时装周海边秀场。
本报记者 王程龙 摄

② 参展者在消博会法国馆体验美妆产品。
本报记者 王凯 摄

③ 与会嘉宾在消博会爱尔兰展馆拍照留念。
本报记者 袁琛 摄

④ 参展者在海口综合保税区展馆试戴首饰。
本报记者 袁琛 摄

