

绽放消博

第四届中国国际消费品博览会特别报道



第四届消博会结束后,工作人员与消博会吉祥物合影留念。 本报记者 封烁 摄

■ 本报记者 张琬晔

4月18日,第四届中国国际消费品博览会(以下简称消博会)落下帷幕。当天上午,两场简短仪式在海南国际会展中心迎宾大厅举行——

台上,主办方为爱尔兰国家馆、徽胜等42家参展单位颁发“四年同行常青藤奖”;

随后,来自澳佳宝、捷克贸促局、香港贸发局等36家参展企业、机构代表逐一登台进行集中签约,商定共赴明年的“消博之约”。

作为消博会的“全勤生”,加拿大艾纳诗集团今年参展展品持续升级,展台不断扩容,旗下深睡小屋体验馆成为热门的观众打卡体验区之一。“年年参展,一次比一次有收获!”艾纳诗深睡小屋公司总裁缪月华感慨。

参加首届消博会至今,艾纳诗集团不仅签约了海口国家高新技术产业开发区,还建立研发中心,已实现从展品到商品、从展商到投资者、从市场考察到参与者、从研发生产到全产业链运营的转化。缪月华表示,将继续以消博会为契机,丰富“服务+产品”体系,为睡眠健康产业添砖加瓦。

“参加消博会是安永全年展会计划中非常重要的环节,因此我们第一时间就锁定了明年的‘消博门票’。”在安永华南区主管合伙人黄寅看来,四年来,消博会“越办越好”成为所有参展商的切身体会。

郑道签下参展意向书后,黄寅对第五届消博会满怀期待、信心满满:“期望继续加强与消博会的合作,并通过这一重要平台与更多潜在的合作伙伴深入交流,为共创共赢打下坚实基础。”

始于消博,但不止步于消博。四年来,消博会溢出效应不仅持续放大,且仍在持续显现。“我们明年不见不散!”全球参展商们期盼着,明年能再次相聚海南,共享更多发展机遇。

(本报海口4月18日讯)

明年再赴「消博之约」 三十六家国内外企业、机构代表意向「牵手」第五届消博会



柯瑞霖

主宾国爱尔兰首日成交达3.58亿元

瑞士索诺瓦集团在海南落地外商独资子公司,将人工车辆产品与技术引入中国市场

茅台集团将在海南设立国际运营和投资总部,提速“白酒出海”

(整理/本报记者 曹马志)



柯瑞霖

制图杨干露

- ① 在第四届消博会上展出的蝴蝶造型跑车。本报记者 张茂 摄
- ② 在消博会上亮相的路特斯跑车。新华社发
- ③ 盈乾家智能科技(武汉)有限公司带来的虚拟数字人。新华社发
- ④ 环保艺术珠宝品牌高纳仕(GAONAS)展区展示的珠宝。本报记者 张茂 摄

保乐力加中国首席执行官郭斌臣: 持续深耕海南市场

保乐力加已经连续四年参加消博会,品牌知名度、美誉度不断提升的同时,也深切感受到中国的高速发展和蓬勃活力,以及消费市场的巨大潜力。

近年来,保乐力加高度关注海南自贸港的发展,并持续深耕海南市场,目前在海南四家免税精品店为消费者带来沉浸式、一站式购物体验,并在去年推出了马爹利蓝带干邑城市系列——海南限量版,产品融合海南当地城市景观与马爹利标志性的蓝金色调,为旅客带来购物、收藏的多样化选择。未来,我们将继续依托海南自贸港良好的发展环境和政策优势,深化海南市场布局,实现更高质量的合作共赢。

(整理/本报记者 邱江华)



郭斌臣

法国科蒂集团亚太区执行副总裁兼中国代理总经理陈立乙: 把握商机升级业务

三次“牵手”消博会,科蒂集团从参展商变为投资者,很多首发首秀的新品成为海南旅游零售市场上的热门产品。过去一年,科蒂在海南旅游零售业绩增长七成。

消博会充分展现了海南自贸港的建设成果、优良营商环境和合作机遇。未来,科蒂将充分把握海南旅游零售渠道带来的机遇,持续升级海南旅游零售业务,为消费者提供全渠道、一体化、线上线下相融合的獨特零售体验。同时以海南为基点不断深耕中国旅游零售市场,共享开放发展机遇。

(整理/本报记者 曹马志)



陈立乙

德国卡赫中国副总经理、首席财务官柯瑞霖: “加仓”海南拥抱新机遇

借助消博会,卡赫不仅展示了品牌形象、专业产品、解决方案,也开阔了视野,感受到中国消费市场的巨大潜力和火热,并与很多新客户和潜在客户建立了联系,收获很多。

本届消博会,海南首家卡赫中心正式开业,旨在通过集中展示先进的清洁技术和产品,提供专业的咨询、销售、培训及售后服务,增强与消费者及合作伙伴的互动,提升品牌影响力。

卡赫看好海南自贸港发展前景,因此选择“加仓”海南,拥抱开放发展机遇,期待未来可以给海南的消费者带来更多惊喜。

(整理/本报记者 邱江华)



柯瑞霖



复星旅文总裁兼首席运营官曹鸣龙: 海南文旅创新大有可为

海南是中国唯一的热带岛屿省份,复星旅文深耕海南已超过10年,海南是重要的业务版图之一。海南不仅有治愈身心的碧海蓝天,更有制度创新带来的勃勃生机。

消博会的国际化水平是吸引复星旅文参展的重要因素,期待借消博会平台进一步拓展国际市场。

文旅创新在海南大有可为。未来,复星旅文将继续打造更多世界级的旅游度假产品,助力实现海南旅游业态的多元化、消费层次的高端化以及客源结构的国际化。

(整理/本报记者 李梦瑶)



曹鸣龙

爱尔兰驻华大使安黛文: 对未来合作充满期待

消博会带来的体验非常好,许多爱尔兰企业都通过这个平台向中国消费者介绍了自己,其中不少企业都选择再次参展,这表明他们认为消博会非常有价值、非常重要。随着参展次数的增加,爱尔兰消费品在中国市场的影响力也在不断扩大。

中国是世界上最大的消费市场之一,我们在这里看到了巨大的贸易和投资空间。爱尔兰也对海南自贸港非常感兴趣,已与海南建立了良好的工作关系,并对双方合作的未来充满期待。

(整理/本报记者 马珂)



安黛文

英国驻广州总领事孟诗然: 牵手消博互利共赢

每届消博会都有来自英国的品牌参展,今年英国更首次开设国家馆,集中展示奢侈品、时尚、营养保健和美妆等多领域品牌,其中一些是通过消博会首次与中国消费者见面,并在海南拓展旅游零售业务充满信心。

英国和海南有着长期稳定的合作关系,海南自贸港建设为双方合作带来更大机遇、更广阔空间。英国驻广州总领事馆愿与海南保持密切联系,希望进一步加强在经济贸易、职业教育、游艇产业、绿色能源等领域的合作交流,共同谱写深化合作、互利共赢发展新篇章。

(整理/本报记者 曹马志)



孟诗然

数读第四届消博会



共享开放机遇 共育发展硕果

从线下到线上,从海南到世界,感受消博会的「磁场效应」

共享开放机遇,共创美好生活。4月18日,第四届中国国际消费品博览会落下帷幕。

消博会上,展品琳琅满目,合作交流之声不绝于耳,彰显中国市场的强大“磁场效应”——

71个国家和地区的4019个消费精品品牌汇聚,参展国别和品牌较第三届分别提升9%和19%。踊跃参展的各国企业,成就展会规模创历史新高。首次采用“1+N”全岛办展模式,展会成效更超预期。

具体到个体,很多消博会的“老粉丝”今年有了明显的感受:国内外参展的客商、观展的观众更多了。

在海南国际会展中心主会场,8大展馆围绕数字消费、绿色消费、健康消费,以及智能家居、文旅旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点,汇聚一批“新、奇、特”消费精品,吸引超37万人次观众沉浸式体验观展,较去年多了5万多人次。

再到cdf海口国际免税城新消费展区、海口市国家帆船基地公共码头国际游艇展区,两大分展区和主会场同处海口西海岸,却各有不同——

免税购物展联动国内外知名品牌全年不定期举办时尚走秀、新品首发等活动,为海南离岛免税市场引流,打造“永不落幕”的免税购物新场景,推动消费热力持续升温;

帆船游艇展参展船艇总数达250艘,较去年增长14%,共有80家国际品牌参展,参展境外船艇数量与品质均创历史新高。12项共40场活动,融合了海钓赛事、水上表演、皮划艇和浆板体验等内容,为市民游客带来一场集“游艇、户外生活、旅游”于一体的现代时尚生活体验……

再向南,在博鳌乐城国际医疗旅游先行区设置的国际健康消费分展区,65家参展企业共带来国内外展品2123种,展示了世界先进医疗技术成果;中国太平洋财产保险与马来西亚保险公司签约;消博会期间还孕育出乐城全球特医险、美敦力和登士柏西诺德创新药械等3项成果。

“把最好的产品带到海南来”,已是消博会参展商不约而同的举动。作为亚太地区规模最大的消费精品展,本届消博会,超1460件新品在消博会首发首展,较往届增长45%。

6天的消博会落下帷幕。但365天的“消博汇”刚刚开启——

如何将展品变为商品、再打造成爆品?如何将参展商转化成投资者?“消博汇”利用跨境电商渠道,发挥常年展示交易的重要功能,线下在海口、三亚等地搭建精品展示体验区,线上搭建“消博好物”交易平台,本届消博会上的2337件展品将成为长期商品,实现线下展示体验和线上销售相结合,推动全球好物展得好、卖得多、划得来,促进境外消费持续回流。

四年来,消博会的成功举办给众多国内外展商留下深刻印象,越来越多的新朋友成为消博会老朋友,持续多年参展,共享开放机遇。

随着溢出效应持续释放,“磁场效应”生生不息,“卖全球”“卖全球”的消博会“永不落幕”。

(本报海口4月18日讯)

■ 本报记者 曹马志

