

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）

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，拥抱开放发展新机遇，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

爱尔兰驻华大使安黛文：对未来合作充满期待

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。爱尔兰也对海南自由贸易港非常感兴趣，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。

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。

（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

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

数读第四届消博会



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 共育发展硕果

■ 本报记者 曹马志

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）

- ① 在第四届消博会上展出的蝴蝶造型玩具。 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