

老外逛消博

加拿大夫妻连续三日“沉浸式”逛展 看全球精品 做全球生意

■ 海南日报全媒体记者 王培琳

“我们已经连续逛展3天了,买到的东西越来越多。”4月15日下午,在消博会2号馆,来自加拿大的萨里·达胡尔向海南日报全媒体记者晃了晃手中的商品——那是当天购买的书包和羊毛衫。他和爱人穿行在各个展台,目光始终带着探寻与兴奋。

萨里·达胡尔是加拿大一家创意工作室的老板,这是他和爱人第一次参加消博会。

“我们专程过来寻找商机。”他告诉记者,工作室致力于帮助品牌提升产品和形象,通过创意助力品牌走向国际市场。“消博会汇聚了想进入中国市场的国际品牌和渴望出海的中国品牌,对我们而言,合作机遇无处不在。”

逛展三天,萨里·达胡尔对各个展馆如数家珍。1号展馆的科技精品最令他惊叹。“从飞行器到智能汽车,再到各式各样的机器人,中国的科技实力令人震撼。”他说,在汽车、飞行器和智能电子产品等领域,中国处于世界前沿,“这里每一件展品都充满未来感。”

但真正牵动他职业神经的,是4号馆和8号馆。“4号馆是国际展区,许多国外企业希望进入中国市场。”萨里说,“国潮出海展区位于8号馆,里面有许多中小品牌迫切想要走出去。我们熟悉海外市场审美和传播方式,刚好能成为他们出海路上的同行者。”

几天下来,萨里·达胡尔已与四、五家企业建立了较强合作意向。“他们有的是想进入中国的国际新锐品牌,有的是渴望拓展北美市场的中国团队。”他打开手机相册,里面已经存满了展台资料和交换的名片。

谈及对消博会的第一印象,萨里·达胡尔用了两个词:“充满活力,充满生机。”他说,这里不仅能看到琳琅满目的全球好物,更能感受到跨境贸易的风向。“一切都在忙碌运转,出口与进口的双向通道在这里交汇。”

“这是一个很棒的博览会,我们明年还想去。”萨里·达胡尔笑着说,“在消博会,可以看全球精品、做全球生意。” (本报海口4月16日讯)

展商购物车

消博会“全勤生” 扫货寻商机

本报海口4月16日讯(海南日报全媒体记者王洪旭)“想了解一下品牌是否想来中国开店?想布局哪些市场?”“我们想到中国开店,尤其想进入免税店。”……4月16日上午,海南国际会展中心5号馆的德国珠宝品牌COEUR DE LION展位前,海旅免税招商采购部采购经理陈歆璐与参展商交流,想将这家初次参加消博会的品牌珠宝引进中国市场。

这是她第二次上门洽谈,双方的合作意向已明确。这款珠宝设计新颖、年轻时尚,符合年轻人的消费预期。COEUR DE LION亚洲区域负责人Gary leong表示,海旅免税的采购经理前来洽谈,让他很开心,希望能一起合作。

陈歆璐从事采购工作11年多,已经连续6年参加消博会现场采购。“6年来,我见证了消博会的成长,也看到了更多境外品牌进入海南市场。”陈歆璐说,作为采购经理,要对市场消费、时尚、审美等保持敏锐度,感知市场变化和走向,力争将更多境外好品牌引进海南。

近年来,随着人们健康意识提高,对养生保健的关注和需求也在增加。因此今年的消博会上,保健品类也是陈歆璐的重点采购品类。截至4月16日下午,陈歆璐已与加拿大保健品类、德国珠宝类、爱尔兰酒水类等品牌进行商务洽谈、品鉴和试戴,并明确了合作意向,后续根据采购预算、合作模式等进行采购和合作。

海南省旅游投资集团有限公司运营中心负责人李腾腾介绍,本届消博会上,海南省旅游投资集团有限公司组织旗下海旅免税、过海文商旅、海旅大健康、海旅景区公司以“参展商+采购商”双重身份积极对接全球优质资源,截至目前已与100余家意向品牌达成初步合作共识。未来,海南旅投将持续依托消博会平台,重点推进免税精品引进、文旅IP孵化、健康产品落地及景区场景创新,让全球好物进入中国市场,同时助力本土特色品牌走向世界,为国际旅游消费中心建设注入强劲动力。



4月16日,消博会社会公众开放日首日,现场人头攒动,热闹非凡。海南日报全媒体记者 陈元才 摄



消博会现场,观众试用香化护肤品。海南日报全媒体记者 王程龙 摄



参展商介绍伊朗工艺品。新华社记者 张丽芸 摄



消博会上的中国风元素饰品。海南日报全媒体记者 陈元才 摄

消博小贴士

在4号馆逛全球佳品

想逛全球精品,可以到4号馆看一看。4号馆展品来自40余个国家和地区,涵盖食品保健品、精品酒饮、美妆个护、轻奢腕表、珠宝首饰及传统工艺品等。在这里,既可以品尝加拿大冰酒、法国精品葡萄酒、爱尔兰威士忌、新西兰冰淇淋,也可以欣赏瑞士腕表、捷克水晶、意大利时装、俄罗斯琥珀等,还可以体验维蕾德护肤品、德国百年品牌双心的营养品,宛如一座浓缩的“地球村”。 (整理/习霖鸿)

消博会社会公众开放日首日,市民逛展热情高涨 『买买买』不停手 全球好物购不够

■ 海南日报全媒体记者 习霖鸿 郭萃

为了在消博会扫货,海口居民边女士“拼了”——

带着一辆露营车,车里装着一个20寸行李箱,一个大容量手提袋,背上还背着一个约半米长的双肩包。这都是她为今天扫货准备的“神器”。

4月16日,第六届消博会社会公众开放日首日,不到开馆时间,展馆几个安检口前就已经排起了长队。边女士更是提早半个小时就抵达现场排队,准备开馆即进馆,闭馆才出馆。

她已经连续6年来到消博会“血拼”,每一次都让她非常满意。今年,她提前做好了功课,新西兰麦卢卡蜂蜜、东南亚燕窝、美国维生素……都被她列入了购物清单。

进入展馆,边女士一手拉着露营车,一手拿着展馆布局图,费力地穿过摩肩接踵的人群,直奔自己心仪的展厅,力求高效。

看全球首台陆空两栖分体式飞行汽车、用机器人问诊、试戴AI眼镜、品尝各国美食……海南日报全媒体记者在展馆内看到,观众们在各自感兴趣的展厅前驻足体验,开馆不到1小时,一些展厅已经排起了长队,有的队伍甚至已经把展厅围住了一半。问询声、解答声此起彼伏,观众之间互相“种草”的声音也不绝于耳。

和边女士一样,海口市民张女士特意带齐“装备”,准备好好来“扫货”。她拖着小推车、拎着折叠购物袋,脚步轻快地汇入人流。

逛到海南本地展台前,张女士挑了两盒胡椒礼盒、一罐沉香茶,“外地朋友总让我带海南特产,今天一次性买齐!”

随后,她又买了一些新西兰的奶粉、意大利的护肤品、俄罗斯的巧克力酱。此时她的小推车和购物袋已是满满当当,拉得有些费力,却依旧笑意盈盈。

“这一趟真是收获满满。”张女士拍了拍沉甸甸的购物袋,感慨道,“以前想

买一些品牌的食品得在网上买,现在在家门口就能买遍全国、购遍全球,还能看到很多以前没见过的新奇玩意,太有获得感了。”

“非常抱歉,现场已经没货了,您可以扫码通过线上下单,也能享受同样的价格优惠。”在来自瑞典的西打酒展位前,工作人员一边马不停蹄地倒酒供客户试饮,一边频频道歉。

该品牌的几百瓶果酒已全部售罄。对于这样的结果,该品牌国内总代理商北京同仁堂国际(香港)医疗健康有限公司(以下简称同仁堂国际)电商事业部总经理王印卿直言“没想到”。

她告诉记者,这是同仁堂国际首次参加消博会,除了瑞典西打酒外,还带来了拥有百年历史的那威鱼油品牌MOLLERS参展。该品牌的鱼油产品更是在消博会首日通过直播形式,完成了相当可观的销售额,“离不开消博会流量加持”。

在梦陀螺旋深睡小屋展厅,几个体验间全部满员,有意体验的观众一边等待一边咨询产品详情,记者试图进入内部采访,却发现展厅已经挤不进去,采访对象也挤不出来。

深睡小屋品宣总监史梁介绍,社会公众开放日的人流量比前几天翻了数倍。为此,该品牌专门增配了约一倍的工作人员。但即便如此,仍然要一人身兼数职,同时服务多名客户。

深睡小屋已是消博会的常客。史梁透露,睡眠质量与每个人的生活息息相关,因此每届消博会社会公众开放日的销售情况都非常喜人。同时品牌为了回馈消费者,还推出了专属优惠,消费者在消博会期间购买可以比平时便宜10%,最高减6000元。

当天傍晚,史梁统计完一天的数据后,给记者发来微信:“首日销售额120余万元!很好!”

(本报海口4月16日讯)



观众在消博会科技消费展区与宇树机器人互动。新华社记者 辛悦卫 摄

