

第三届中国国际消费品博览会汇聚国内外展商——

# 涌动消费新热潮

本报记者 王伟

消博会汇聚国内外展商、客商,展示全球的消费品,是连接国内国际两个市场、两种资源的重要纽带。中国拥有超大规模市场和内需潜力,通过消博会,各国企业能够快速对接中国市场,共享中国发展机遇,同时推动更多的中国优质消费品走向市场。

4月10日至15日,第三届中国国际消费品博览会在海南国际会展中心拉开帷幕,来自65个国家和地区的超过3300个消费品牌闪亮登场。本次展会展览总面积达12万平方米,接待各类采购商和专业观众超过5万人、进场观众超过30万人次。

商务部副部长盛秋平表示,作为疫情防控平稳转段后我国举办的首场重大国际性展会,本届消博会的举办有利于进一步优化消费供给、提振消费信心,推进高水平对外开放,与世界共享中国大市场机遇,为全球经济复苏提供动力。

## 知名企业参会

300多个品牌的1000余款产品首发首秀、近30家世界500强或行业头部企业的CEO线下参会……数字折射出本届消博会的火热。与前两届相比,本届消博会部分细分行业的龙头企业更加集聚,涌现了大众汽车、雨果博斯等一批“新面孔”。

消博会现场,“新面孔”们带来了“见面礼”。德国卡赫的全球首发新品——多功能蒸汽清洁机SC 5 Deluxe和无线多功能清洗机OC 3 Foldable,吸引了不少客商跃跃欲试;大众汽车集团(中国)携旗下保时捷、宾利、兰博基尼和杜卡迪品牌的11款明星车型在展馆内一字排开,引人瞩目;雨果博斯携旗下两大支柱品牌BOSS和HUGO同时亮相,向消费者展示焕然一新的品牌形象。

“消博会为各参与国扩大贸易、加强合作和促进发展提供了重要平台,也是包括大众汽车集团在内的跨国企业在中国寻求更多发展机遇的绝佳平台。”大众汽车乘用车品牌中国CEO、大众汽车集团(中国)集团销售负责人孟侯表示。

“逛在消博会·购在新海港”“首款零关税房车德国HOBBY(豪彼)‘开上’消博会”,近年来,随着海南自贸港政策的落地生根,离岛免税、“零关税”等元素成为消博会一大亮点。

护肤展示、SPA沉浸体验、酒水光影……此次消博会,海南省发展控股有限公司携旗下的全球精品(海口)免税城有限公司带现场消费者沉浸式体验免税消费服务。

现场控股党委书记、董事长周军平告诉记者:“下一步,公司将继续开拓会员购、跨境购等多元销售渠道,同时利用集团优势及资源整合能力,拓展免税版图。希望通过消博会这一平台,与全球更多的品牌商进行对接,真正实现‘买全球、卖全球’。”



在消博会展馆内,一家澳大利亚羊驼毛制品品牌的展台。

新华社记者 樊雨晴摄



在消博会展馆内,一名参观者在体验VR单车骑行。  
本报记者 原洋摄

一家跨国汽车贸易企业,参会不到3天就签下超3.2亿元订单;一个连续参展3年的中医药品牌,展台扩大数倍依旧人流不断;由于收获颇丰,不少参展企业直接选择落户海南……连日来,第三届中国国际消费品博览会恰似海南火热的天气,在传递消费市场复苏信号的同时释放出强大的“磁吸力”,由此产生的溢出效应远在12万平方米展馆之外。

参展商们这样描述参加消博会的感受:“汇聚各方优质资源的平台”“洞察消费趋势与机遇的渠道”“为品牌扎根中国市场、持续以技术创新服务消费者打开重要窗口”……消博会搭建了世界共享中国发展红利的桥梁,折射出各国企业对中国市场前景的一致判断与坚定认可。拥有14亿多人口的中国大市场早已是世界消费增长的重要力量。只有进入中国才能成为“全球性选手”,正在变成越来越多企业的共识。

消博会的意义,既是国际消费品进入中国市场的绝佳商机,也能满足国内消费提质升级的发展趋势,这是双赢之举。作为疫情防控平稳转段后的首场重大国际性展会,本届消博会更突出的价值在于扩大优质供给,激发消费潜力,提振消费信心。

眼下,国内消费市场春意渐浓。1月份至2月份,社会消费品零售总额由降转增,3月份CPI仍低位运行。把恢复和扩大消费摆在优先位置,就要抓住并用好消博会这一宝贵契机,发挥会展产业链条长、行业关联度高的优势,乘势激活市场,为我国乃至全球经济复苏注入更多动力。这些天,海口不少大型商超、免税店等开展主题促销,推出消博会专场优惠,引来消费热潮。不断放大的会展效应正带动消费潜力加速释放。

往更深层次看,当我国人均GDP达到1.25万美元,接近高收入国家门槛后,消费提质升级就成为一个显著特征。人们对品质化、多元化、个性化商品与服务的需求明显上升,服务消费扩容成为大势所趋。透过消博会这扇窗,我们一览高品质生活的多彩图景:用荷电粒子波改善睡眠、通过衣物监测儿童体温、能消毒的蒸汽洗地机……这些前沿科技、精心设计与极致功能带来的新奇感、满足感,将使人愿意为优质商品和服务埋单;引入新品后,更充分的市场竞争也能倒逼创新,提升生产效率,让物更美、价更优,从而拉动消费。

消博会八大展馆中,几乎有整整一个展馆用于服务消费展示,其重要意义不言而喻。作为扩大消费的新引擎,服务消费与数字经济、绿色发展、人口结构变化等紧密交汇,是更易于“从0到1”创造新需求的领域。目前,主要发达国家服务消费占最终消费的比重在74%左右,在这方面,我国还有很大提质扩容空间。

今年的消博会即将落下帷幕,但会展效应仍将演绎。要把握6天的会期拓展为365天的精彩,让会展上的“一见钟情”转变为消费的“长久陪伴”,更好发挥消费对经济循环的牵引带动作用,与世界人民共创更加美好的生活。

本版编辑 张雪美 编高妍

作为此次消博会的主宾国,意大利带来的147个参展品牌一展浓郁的意式风情。中国意大利商会会长保罗·巴颂尼表示:“对意大利企业而言,中国是非常重要的市场。当前,追寻高质量产品正在成为中国的新消费趋势,此次意大利在消博会上参展的每一个品牌背后都蕴含着艺术、文化和品质的概念。”

消博会期间,各类采购商和专业观众也在会场内寻找各种合作新机遇。在广州K11购物艺术中心的展台前,海南商免科技有限公司市场经理陈敏正在与工作人员热络洽谈:“之前与K11已经在线上洽谈多次了,此次正好通过消博会进行线下的沟通,后面还打算了解一下日本、韩国等展馆的展品。”陈敏说。

商务部部长王文涛表示:“消博会汇聚国内外展商、客商,展示全球的消费品,是连接国内国际两个市场、两种资源的重要纽带。中国拥有超大规模市场和内需潜力,通过消博会,各国企业能够快速对接中国市场,共享中国发展机遇,同时推动更多的中国优质消费品走向市场。”

## 掀起“国潮热”

机器狗、AI冰棍、美团自动配送车……一路进消博会8号国货精品馆,一众国内消费精品和老字号品牌让人目不暇接。

科大讯飞展台上,书法机器人正在书写“金榜题名”“志在苍苍”等祝福语;新视界展台上,现场客商正在为裸眼3D的奇妙体验惊呼;华为新能源汽车、全屋智能等体验区内,消费者正沉浸式感受全场景智慧生活空间。

在展馆的另一头,传统老字号

展现着新的生机与活力。瓷都景德镇带来的粉彩瓷、颜色釉瓷、玲珑瓷等创新产品在灯光下闪耀着光芒。

“消博会是我们对接印度尼西亚、马来西亚、菲律宾等RCEP国家市场的重要平台,我们可以通过这一平台推动传统陶瓷产品走出去。”景德镇市商务局办公室主任江仲辉说。

此次消博会上,保利文化集团展区的牛、猴、虎、猪4件圆明园兽首铜像的仿制品吸引许多观众驻足围观。除仿制的兽首铜像外,《十面灵璧图卷》《欢腾的草原》等数件具有重要文物回流价值、行业影响较大、市场价值较高的文物和艺术品也一一亮相。

“通过消博会,希望更多的中外来宾和观众关注文物回流工作。同时,借此机会探索文物艺术品入境的各项程序,为接下来海南国际文物艺术品交易中心的相关运营工作奠定基础。”保利文化党委副书记、董事徐皓说。

将传统文化和现代审美结合起来的“新国潮”也成为消博会上一道亮丽的风景线:泡泡玛特的“春和景明”系列盲盒、“国民奶糖”大白兔变身“国潮兔”、国家级非物质文化遗产“渤海鞋帮”插上科技的翅膀。

当前,越来越多“Z世代”消费者开始关注来自各领域的高品质国货,带动了不少国货品牌“出圈”。来自海南大学的大一学生赵星瑞在一家新锐国潮品牌的展台间流连:“钟薛高的DIY雪糕、泡泡玛特的春季新品盲盒都让我很心动,迫不及待想要推荐给身边的朋友。”

## 健康消费火了

德国原装进口HOBBY(豪彼)拖挂房

# 津门老字号创出新花样

本报记者 商瑞

温暖的春天已经到来,各地的消费正在加速复苏。在天津市河西区洞庭路,桂发祥十八街麻花旗舰店内,前来选购商品的人络绎不绝,精致的麻花点心、蜜饯零食成为消费者首选。

“80后”消费者李红刚刚选购了果丹皮、芝士薯条等小食品,“现在是踏春出游的好时节,带上这些预包装的零食,大人孩子都喜欢,吃起来特别方便”。60多岁的王冬旭带着小孙女一起来选购:“小孙女最爱吃绿豆糕,我们老两口喜欢不太甜腻的零食。”

随着时代的发展,消费者的口味越来越多样,传承百年的中华老字号们如何满足这些舌尖上的需求?

上世纪初,天津海河西侧东楼村十八街走出了桂发祥麻花老铺,如今桂发祥已成为现代化综合型食品企业,麻花制作技艺入选国家级非物质文化遗产代表性项目

名录,曾荣获首届中国特色旅游商品金奖、首届中国金牌旅游小吃等称号。

天津桂发祥十八街麻花食品股份有限公司品牌总监徐燕青说,大众的消费理念、消费习惯在不断改变,食品生产企业应该适应消费需求变化创新产品,桂发祥一直坚持追求创新卓越的理念,以此传承百年老字号品牌。

走进桂发祥十八街麻花天津南楼店,不少消费者正在选购传统的大麻花、礼盒麻花。山楂、黑芝麻、黑米、玉米等口味的小麻花是新晋热门产品,它独立包装、小巧精致,符合当代人的消费心理。

徐燕青说,如今的消费者都在追求高品质生活,想吃得健康、口味多样。桂发祥自主研发了国内第一条电脑程控麻花机械生产线,实现了油温、操作、口感数字化控制,同时成立了食品研发与检测中心,储备

了多项国家级发明专利产品。目前,桂发祥已经推出了100多种不同原料、不同口味、不同规格的精品麻花。桂发祥还将天津特色小吃研发成方便食品,速食装的“嘎巴菜”“茶汤”等天津风味系列方便食品,正在源源不断推向市场。

目前,天津河西区拥有中华老字号、津门老字号品牌11个,包括消费者耳熟能详的桂发祥十八街麻花、鸿起顺、佟楼副食、起士林等食品类企业品牌。

河西区鼓励老字号企业发展电子商务,通过直播带货等方式拓宽线上销售渠道;搭建区内企业联络平台,鼓励老字号企业之间、老字号与各类IP之间合作开发新产品。

在守正创新的大潮中,天津的老字号们不断努力探索。线上粉丝过百万的津门老字号祥不饽饽铺将非物质文化遗产起酥

手艺传承了四代,如今与故宫合作,制作个性化外形点心,将传统文化、中式点心、现代样式结合,充满中国元素的国风福桶成为年轻人喜爱的伴手礼。老字号正兴德在2022年开通了抖音、快手、视频号等新媒体平台账号,正兴德茶叶正在借力新媒体电商闯市场……

天津河西区商务局局长王英介绍,河西区将支持老字号发展与促消费相结合,设立了政府引导、商户让利、商场补贴、渠道配资的促消费四级联动机制,累计发放3轮共计1500万元消费券,累计带动消费1.5亿元,既支持了老字号发展,还加速了消费市场回暖。

