

国际大牌首发不断 国内品牌集中推介

全球精品汇聚首届消博会

本报记者 刘春沐阳 潘世鹏

海风轻拂,椰林摇曳,5月的海南又一次迎来高光时刻。首届中国国际消费品博览会于5月7日至10日在海口举行。4天时间里,盛会汇聚国内外2628个消费品牌参展,展览总面积8万平方米,预计吸引20万人次观展。

为国际品牌搭舞台

5月7日是展览首日。早晨7时许,记者来到消博会举办地海南国际会展中心时,入口处已排起长龙,人气可见一斑。

商务部消费促进司司长朱小良介绍,消博会聚焦“高、新、特、优”消费精品,对标国际专业会展运营规则,汇聚全球优质消费精品资源,为各国消费精品进入中国市场提供展示和交易的机会。

国际品牌是本届消博会展示的重头戏。海南国际经济发展局局长韩圣健介绍,国际展区面积达6万平方米,参展企业648家,参展品牌1365个,企业和品牌来自69个国家和地区。

记者在消博会国际展区看到,参展企业既有路威酩轩(LVMH)、欧莱雅、雀巢、捷豹路虎、资生堂、戴尔等中国消费者耳熟能详的品牌,也有“小而精”的品牌。

瑞士是首届消博会唯一的主宾国。在瑞士国家馆内的“展区”,约40家瑞士企业参展,众多知名品牌向观众展示了其在制表、奢侈品和高档消费品领域的产品和技术。

超过130年历史的法国高级时装屋LANVIN、意大利高端珠宝品牌Damiani,以色列珍宝级高端护肤品牌AHAVA……本届消博会上,复星国际集团携旗下多家知名消费品牌集群亮相。复星国际董事长郭广昌表示,近年来,国内市场消费水平持续提升,复星加大布局大消费领域,就是为了满足持续增长的消费需求。

据了解,本届消博会参展品牌最多的国别依次为韩国124个品牌、法国99个品牌、日本89个品牌、美国68个品牌以及意大利56个品牌。展会期间,国际品牌共举办81场首发首秀活动,部分知名品牌在消博会期间发布上百款新品,涵盖服饰箱包、美妆用品、食品饮料、珠宝钻石等几十个品类。

为国内精品造商机

消博会在为国际品牌搭建展示舞台的同时,也为国内消费精品销往世界创造了商机。

据悉,本届消博会国内展区面积达2万平方米,全国31个省(自治区、直辖市)和新疆生产建设兵团均亮相展会,厦门、大连两个计划单列市单独组团,分别组织本地消费精品和老字号参展。

在福建漳州圆山水仙花发展有限公司展台,水

仙花盆景和相关文创产品吸引了不少观众驻足。公司分管负责人林永三告诉记者,水仙花是漳州市市花,也是“漳州三宝”之一。公司希望借助消博会这一平台,打响“漳州水仙花”品牌,积极推进“水仙花+旅游”“水仙花+美丽乡村”等业态发展。

在天津市金锚集团有限责任公司展台,摆放着各式各样的梯子。“梯子是常见物品,但公众对梯子的安全性并没有清晰的概念。作为国内生产梯子的龙头企业之一,我们希望更多经销商能够了解梯子的安全标准。消博会为企业提供了一种绝佳的展示机会。”该公司销售副总经理说。

广西壮族自治区馆在国内展区中人气颇旺。广西馆以“品质生活,广西智造”为主题,甄选了35家广西品牌企业参展,主要包括广西非遗、“桂”字号及老字号品牌、新能源汽车及配件等。

展会期间,还有10个省区市举办了本地精品发布活动,如福建举办了福建商圈招商会和闽货精品推介会,云南举办了消费精品老字号推介会,西藏举办了地球第三极品牌推介会,广东举办了“粤贸全国”推介会,上海举办了“遇见上海”新品快闪活动等。

为自贸港建设添动力

中国是全球零售商关注的目标市场,海南是中国对外开放的重要门户。作为《海南自由贸易港建设总体方案》的重要举措,举办消博会,借助自贸港政策优势、生态环境优势、营商环境优势和独特区位优势,将有效集聚各类生产要素,吸引相关产业链落地海南,促进海南产业转型升级,并有力带动海南现代服务业发展,为高质量高标准建设海南自由贸易港增添动力。

国务院发展研究中心副主任隆国强认为,消博会的举办,是海南自贸港建设的标志性成就。会展业是海南自贸港重点发展的现代服务业,消博会是海南会展业中层次最高、规模最大、影响力最强的国际展会,将引领海南现代服务业发展。本届消博会以“相约自贸港,共享新机遇”为主题,充分彰显了海南自贸港的鲜明特色。海南自贸港独特的政策优势,为消博会的成功举办提供了保障。

消博会的举办,也是落实构建新发展格局的重要举措。消费对经济发展具有基础性作用,是我国经济增长的第一拉动力。构建新发展格局,要牢牢把握扩大内需这个战略基点。记者在采访中了解到,许多以外贸为主的企业都开始在内贸端发力。

朱小良表示,消博会联通国内国际市场,汇集国内外优质消费品资源和全球买家卖家,不仅有利于优化国内市场供给结构,改善供给质量,提升供给体系对国内需求的适配性,形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡,畅通国内大循



链接

地方特色亮相展台

本报记者 潘世鹏

山西老陈醋、安徽宣纸、天津麻花、贵州刺绣……5月7日,在首届中国国际消费品博览会上,来自全国各地的特色商品纷纷亮相,与来自全球的特色产品一道同台竞技,成为消博会上一道靓丽的风景。

来自贵州深山的苗族阿妈杨秀芬第一次来到海南,做了几十年刺绣的她,在国际性展会上上一针一线为大家展示苗族刺绣。“我绣了大半辈子,没想到还能来这么远的地方绣给别人看。”杨秀芬说。

杨秀芬精湛的刺绣手艺吸引了众多参观者驻足观看。贵州凯里市古阿新民族服饰公司区域经理丁乔说:“希望通过消博会进一步扩大贵州特色产品影响力,让更多人爱上苗族刺绣。”

此次消博会,中国宣纸股份有限公司带来了20多种宣纸产品。“消博会为传统工艺品提供了一个大舞台。”销售人员金四萍说。

云南省有40多家企业前来参展。其中,云南玖香鲜花生物科技有限公司是一家食用花卉企业。该公司总经理胡深表示,此次来消博会既想展示产品,也希望借助消博会加深与海南旅游业的对接,让云花飘到海南岛。

“云药、云茶、云花、云果、云菜等系列产品的参展,打出了云南健康牌、绿色牌,希望更多国内外客商到云南投资兴业。”云南省商务厅工作人员白茹介绍说。除了传统特色品牌,一大批时尚精品也吸引了观众的关注。

在上海展区,上海久事体育公司商务经理张继悦格外忙碌,展示区两台电竞设备边排起了队伍,不少观众都想亲身感受电竞的乐趣。

科大讯飞除了带来最新旗舰产品,还与海南国际经济发展局达成了战略签约,通过信息共享与业务创新,推动全面提升海南自贸港跨语言多语种服务能力愿景目标的落实。

图① 5月7日,观众走进中国国际消费品博览会展馆。

新华社记者 丁洪洪摄

图② 消博会7号馆吉林展区的红旗H9汽车,吸引大批参展商和观众了解和试乘。

本报记者 刘春沐阳摄

图③ 在一家德国保健品公司展台内,观众与展商在沟通交流。

本报记者 徐涵摄

图④ 人气旺盛的法国馆。

本报记者 潘世鹏摄



释放“两大效应” 形成同频共振

顾 阳

“中国国际消费品博览会不仅仅是一个贸易博览会,它带来了新的机遇……”瑞士驻华大使罗志谊的一席话,说出了诸多国际参展商的心声。作为首届消博会主宾国,瑞士国家馆带来了26家瑞士企业及相关品牌的产品与服务,最大程度展示了“瑞士制造”。

本次消博会上,69个国家和地区的648家企业,展出了1365个品牌商品,代表了当前全球消费中高端水平。消博会的举办,不仅为各国消费精品进入中国市场提供了机会,也为中国制造的消费精品走向国际市场创造了商机。正如习近平主席在贺信中所言,中国国际消费品博览会“提供一个全球消费精品展示交易平

台”“有利于世界各国共享中国市场机遇,有利于世界经济复苏和增长,也有利于中国为世界提供更多优质消费品”。

从“汇全球”“买全球”到足不出户“逛全球”“卖全球”,消博会与广交会、服贸会、进博会一起,共同构建起我国对外开放的会展矩阵,对全面促进消费扩容提质、全面扩大对外开放,形成了有力支撑。消博会作为最新的国际公共产品,体现了中国与世界分享市场机遇、推动世界经济复苏的真诚愿望。不仅如此,它也是观察中国国民消费升级的窗口,未来将充分释放出“窗口效应”和“溢出效应”,形成消费市场高质量发展的“同频共振”。

当前,我国拥有全球规模最大的中等收入群体,对中高端和多样化消费需求呈不断增长态势。消费一端连着需求,一端连着供给,在经济增长中发挥着“压舱石”作用。通过消博会这一平台,汇聚国内外优质消费品及全球买家卖家,有利于优化国内市场结构、改善供给质量,形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。

相约自贸港,共谋新商机。消博会的举办,有助于发挥海南自由贸易港全面深化改革和最高水平开放的优势,促进全球生产要素自由便利流动、高效共享,吸引产业链落地,带动服务业发展,为高标准建设自由贸易港增添动

力。从更高层面看,借助消博会平台,不断深化双边、多边、区域合作,有助于实现内需和外需、出口和进口的协调发展,加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

风从海上来,潮聚海之南。全球新冠肺炎疫情仍在蔓延,世界经济复苏不平衡、不稳定问题依然突出。在此背景下,中国如期举办消博会,主动向世界开放市场,彰显了中国致力于建设开放型世界经济的坚定决心和信心,对于后疫情时代各国携手提振发展信心,全面维护全球多边贸易体系,进一步推动全球产业链供应链顺畅运行,将产生长久而深远的影响。



本版编辑 孟飞 李瞳
美编 王子莹