

激活消费主引擎 共享开放大机遇

——中国国际消费品博览会三年观察

□新华社记者

4月的海南,万物生长。坐落在南海之滨的海南国际会展中心,宛如海鸥展翅,再次唱响开放发展的中国强音。

15日,第三届中国国际消费品博览会闭幕。连续三届消博会,结出累累硕果,向世界展示中国超大规模市场蓬勃生机,中国开放大门越开越大。

在世界经济下行压力增大的背景下,从海南自由贸易港启航的消博会,以消费为桥,扬开放风帆,搭建起中国与世界共享机遇的开放平台,让世界分享中国发展红利。

结出累累硕果 搭建共享平台

6天展会,海南国际会展中心中外客商云集,共享美好商机。

“从未爽约!”泰佩思琦集团亚太区总裁杨葆焱说,连续3年参加消博会,让泰佩思琦加快扩大在中国市场的“美丽版图”。目前,集团旗下三大品牌在全国80多个城市拥有超350家门店。

2021年,在新冠疫情全球蔓延的背景下,中国继广交会、服贸会、进博会后,推出消博会这一新的国际公共产品,为世界提供一个全球消费精品展示交易平台,让世界各国共享中国市场机遇,利好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。

3年时光,消博会不断成长:展览面积从首届的8万平方米,到第二届10万平方米,扩大至第三届12万平方米;参展品牌从首届的2600多个、第二届的2800多个,增长到第三届3300多个;进场观众从首届的24万人次、第二届的28万人次,到第三届32万人次……

15日上午,第四届中国国际消费品博览会意向展商集中签约仪式上,泰佩思琦、德国卡赫、片仔癀、华熙生物等29家企业与海南再续“消博之约”。

拔节生长,结出硕果。

3年来,越来越多消费精品从消博会走进百姓生活——

第三届消博会上,全球首发的智能手机、多功能蒸汽清洁机,亚太首展的系列腕表,中国首秀的珠宝、香化产品……来自全球的消费精品,走向中国和全球市场,满足人们对美好生活的向往。

据海南国际经济发展局初步统计,三届消博会,共举办新品发布及展示活动600余场,发布新品数量近2200款。

美国箱包品牌途明在今年消博会上首发系列新品。“通过消博会这个平台,我们更了解中国消费者需求,挖掘市场新机遇。”途明大中华区总经理高艾美说。

不少参展商和采购商表示,消博会是了解中国市场的高点,也是了解世界市场的窗口。最新的产品与广阔市场对接,碰撞出激动人心的火花。

3年来,越来越多企业发现商机、达成合作——

有的品牌企业从参展商变成投资商。瑞士历峰集团在参加首届消博会后,在海口注册子公司,目前在海南已开设14家品牌独立店。

有的参展团从单一展览拓展到招商对接。今年消博会首日,湖北省代表团举办国际品牌对接活动,现场签约28个重点项目,签约金额近300亿元。“成果大大超乎预期!”湖北省商务厅市场运行和商贸服务处处长方家文说。

交通银行对接多家企业参展消博会。“推动参展商



4月14日,观众在第三届消博会场馆内观展。

新华社记者 杨冠宇 摄

和采购商快速融入全球资金链、产业链。”交通银行行长刘珺说。

数字化消费经济论坛、可持续消费高峰论坛,“推动以竹代塑、促进绿色消费”论坛……三届消博会均举办系列配套论坛活动,在推动数字消费、引领绿色消费等方面发挥积极作用。

消博会上,14亿多人口不断升级的消费需求与来自全球的消费精品对接,激发市场、投资和产能,高度融入全球产业价值链的中外企业,沟通、了解、合作,为世界经济持续发展注入新动能。

中国社科院世界经济与政治研究所研究员高凌云表示,通过消博会等平台,越来越多跨国企业进入中国市场,投资布局、落地生根。

激活消费动能 助力新发展格局

作为亚太地区规模最大的消费精品展,连续举办3年的消博会,已成为激活消费主引擎、助力构建新发展格局的新平台。

这是见证中国消费活力的独特窗口——

“科技范儿”劲头十足。AI动作捕捉进行实时跑姿精确分析的跑步机,现场挥毫泼墨的科大讯飞“书法机器人”……众多“黑科技”产品引领智能消费新潮流。

绿色消费引领新风尚。从100%可回收降解的人造草坪,到使用再生木材作包装的美妆产品,消博会上绿色元素随处可见,绿色消费理念日益深入人心。

“小而美”加速“破圈”。泡泡玛特发布新品手办,吸引大批年轻消费者;来自知名设计师的艺术商品给人们带来独特创意体验;一批小众先锋品牌举办的时装秀人气爆棚……多样化个性化的消费需求让更多“小而美”成为新蓝海。

这是全球品牌寻求增长的“机遇之地”——

作为连续参展的消博会“回头客”,跨国食品企业达能聚焦“一老一小”,带来多款营养保健食品。

“中国消费者对健康消费的需求日益增长,这为我们带来巨大市场机遇。”达能中国副总裁邹春义说。

2022年,中国社会消费品零售总额近44万亿元,并连续第14年成为全球第二大进口市场。深耕中国市场、抓住中国机遇,成为越来越多海外品牌的共识和选择。

这是国货精品走向世界的广阔舞台——

“荆楚品质”“闽货精品”……3年来,一批地方特色省市区展台在消博会亮相,带动国货精品和老字号走向世界舞台。

美轮美奂的丹霞秘境、意境雄浑的大漠孤烟……国货品牌祝安香氛以唯美的东方意境吸引诸多目光。

“通过消博会,更多海外采购商和消费者了解了我们,目前产品已销往美国、日本等100多个国家和地区。”祝安香氛中国市场部副总经理孔冠文说。

全球“好物”奔赴中国,国货国潮走向世界。

“消博会汇集国内外展商客商,展示全球消费精品,是连接国内国际两个市场两种资源的重要桥梁纽带。”商务部部长王文涛说。

推动高水平开放 助力全球经济复苏

15日,第三届消博会刚刚闭幕,第133届中国进出口商品交易会(广交会)在广州接力举行,并全面恢复线下展。

从世界工厂到世界市场,坚定不移推动高质量发展的中国,以开放姿态,迎四方宾客。

三度赴约消博会,资生堂带来旗下11个品牌诸多新品;特斯拉展示系列车型、充电方案,进一步融入中国汽车产业供应链生态圈……不断上演的“老友记”,尽显消博会溢出效应;

德国大众集团首次参展,携旗下宾利、兰博基尼、保时捷、杜卡迪11款车型亮相;松下电器聚焦绿色低碳和海南自贸港低碳智慧零售业态……崭新登场的“新朋友”,探寻超大规模市场商机。

以消费为媒,谋共赢之道,活力四射的中国,合作发展动能澎湃——

第三次现身消博会,新西兰乳业品牌荷仕兰带来多款新品。荷仕兰总裁伦樱杰说,消博会是世界级“舞台”,其背后是中国市场蕴含的巨大潜力。

首届消博会举办以来,已有50多家国际知名品牌和头部企业落地海南。依托海南自贸港政策优势,不少企业在海南开店设厂,有的还设立区域总部,通过海南把更多优质消费品引入中国。

以改革之举,促开放之势,开放的中国市场,与世界共享机遇——

以“零关税、低税率、简税制”和“贸易投资自由化便利化”为核心的180多项政策文件相继落地生效,海南自贸港法及相关配套法规出台实施,“两个15%”所得税、“零关税”、加工增值等政策成效初显……对标世界最高水平的开放形态,建设中的海南自贸港吸引全球目光。

近五年来,海南自贸港实际使用外资年均增长63.5%,累计实际使用外资超过之前30年总和。

连续举办3年的消博会,加速建设的中国特色自由贸易港,持续释放中国推进高水平对外开放强烈信号:

“中国消费潜力将进一步释放,为各国企业提供巨大商机”“消博会再次彰显中国促进自由贸易的决心和诚意,为经济增长注入信心”……来自消博会上的声音,奏响合作共赢新乐章。

共享中国机遇,共创美好未来。

三届消博会交出圆满答卷。面向未来,中国同各国携手,必将为全球经济复苏带来更多力量。(记者安蓓 吴茂辉 张欣欣 王雨萧)

据新华社海口4月15日电



4月13日,第三届消博会上,观众同科大讯飞展出的机器狗互动。

新华社记者 杨冠宇 摄