



消博放大镜

“买全球，卖全球” 全球消费精品大卖场在自贸港成型起势



在这里，各国好物令人目不暇接。上一秒还在欣赏景德镇的青花国宴瓷，下一秒便可品鉴最地道的爱尔兰威士忌。4月13日至18日，第四届中国国际消费品博览会(简称“消博会”)在海南举行。这场六天的盛会，汇聚了来自71个国家和地区的超过4000件展品，俨然一场全球消费精品的“大卖场”，见证了无数品牌方与消费者的双向奔赴。

□南国都市报记者 陈婧



消博会上,采购商正在与商家洽谈。记者 曹志 摄



消费者体验产品。记者 曹志 摄

买手天堂 全球精品一网打尽

消博会社会公众开放日第一天，从事进口免税品电商的余先生开着直播走走逛逛，时而驻足欣赏、品味体验，时而交流洽谈。直播间的另一端，是许多未能到现场逛展的消费者。“消博会会有更多国际上的优质消费品。”余先生表示，越来越多的中国消费者在寻找更优质、更高端的商品，而海南自贸港将成为畅通这些商品的主要通道。

在消费者的另一头，国际参展商也在消博会火热氛围中感受到中国消费市场的巨大潜力。

“我们将消博会当作进入中国市场的突破性尝试。”首次参展的英国名靴品牌Tricker's中国销售经理崔闻表示，消博会是一个展示品牌、拓展市场、结交合作伙伴的绝佳平台。

连续四届参展的新加坡健康生活品牌傲胜，在首届消博会结束后，开了海南的第一家门店，从展商变为投资商。“每年参加消博会，我们都能感受到中国消费市场情绪与喜好的变化。作为海外

品牌，傲胜对中国消费市场长期看好。”傲胜营销策划副经理刘冉冉表示。

今年，来自欧洲的护肤品牌BA-BOR同样瞄准了海南自贸港这块投资热土，于4月16日开设了其海南首店。可见，在有限的展会时间之外，消博会也在助力海南自贸港成为永不落幕的“买手天堂”。

国货出海 国潮精品卖全球

“东北是人参的主产地，我还拿到了最优惠的价格!”全球采购商李柏满意地从吉林馆走出来。合作达成后，这些西洋参、鹿茸等中国“保健品”，将被带往中东的阿联酋等国家销售。

“这几天陆续有几家进出口贸易商前来洽谈合作，目前已约定了两家做进一步沟通，拓展东南亚以及欧美市场。”贵州品牌娜塔莎乐器的负责人周国敏欣喜地表示。这个创造性地用竹子等新材料制作成吉他的国产乐器品牌，也成功借助消博会这一“大卖场”搭建了出海渠道。

“消博会也是一个把握国际精品流行趋势的平台，四年来与国际友商的交流借鉴，对我们产品的优化和创新具有重要意义。”国产香薰品牌祝安香氛中国市场部副总经理孔冠文透露，在消博会的助力下，今年，祝安香氛成功在英国伦敦建立了新的全球品牌营销中心。

“实际上，今年我们加大了海外采购商的邀请力度。在59国人员免签入境海南政策增加了会展商务事由之后，海外采购商来海南参加消博会就更方便了。我们希望消博会能为国货‘卖全球’提供更大助力。”海南国际经济发展局工作人员杨惟轶表示。

供需桥梁 高效对接全球贸易

4月15日上午，在消博会的供需对接活动(高端食品酒水专场)上，几十张洽谈桌前已经坐满了展商、采购商，整体氛围轻松融洽，像是一场品酒和美食鉴赏会。

海南省酒店与餐饮行业协会常务理事林诗健在对接会上品鉴了不少没

喝过的酒品，并带回了几支样品，准备进行进一步的洽谈。“和去年相比，今年的品牌更丰富了，品质也不错。最重要的是，集中展示非常高效，我很快就初步筛选出了想合作的供应商。”他表示。

供需对接，是本届消博会的重要任务之一。

本届消博会首次采用“1+N”全岛办展模式，主会场设在海南国际会展中心，同时于海口、琼海等地设立免税购物、帆船游艇、国际健康消费三大分会场，做到了分品类、分场景、分人群，同时能展示帆船、医疗器械等大型实物，提升供需对接效率。此外，首次举行了多场国别、行业为主题的供需对接会，助力展商与采购商高效配对，加速“展品”转化为“商品”的进程。

“消博会是写入海南自贸港建设总体方案的国家级展会。如今，这一新的全球消费精品大卖场已在海南自贸港成型起势。”杨惟轶表示。在海南自贸港的助力下，消博会将继续发挥影响力，为全球消费者带来更多惊喜和福利。

消费者现买现寄物流忙 酒水类货品占“发单量”七成

南国都市报4月18日讯(记者王康景 文/图)4月18日中午，尽管第四届消博会接近尾声，位于1号馆和2号馆之间的物流服务点依旧忙得火热。现场来自顺丰的快递小哥从各场馆用小推车把客户要邮寄出去的各类货品拉到这里，然后迅速投入包装、发单的工作。

“从消博会开幕到现在的几天时间里，我主要负责7号馆国货特色潮品展区的客户服务，观展者买得比较多的有酒类、红枣、茶业、山茶油等产品。”顺丰快递员小杨告诉记者，目前他已帮助客户寄出了50多单各

类产品，其中比较大的一单就采购了60多斤的各类产品，打包寄往山东与河南。

在打包点位，记者看到顺丰快递员黄政玉正在忙着给客户的货品进行包装。“你瞧，这一整箱就是一位客户购买的红酒，一共16瓶。”黄政玉告诉记者，他两天就已帮助客户寄出了20多单快递，其中红酒的单多达16单，主要发往广州和上海等地。

现场另一位速递小哥告诉记者，他主要对接3号、4号场馆的消费服务，也是酒水类的产品居多，主要发

往重庆、吉林等地。

海南顺丰速运有限公司公共事务部经理梁启丽告诉记者，消博会开幕以来，该公司安排速递人员在各个场馆为有需要的消费者提供物流服务，尤其是在公众开放日之后，单量有所增加。

“根据对物流单的初步统计，我们发现消费者购买最多的是酒水类，占比有7成，其中洋酒类的发货单就占到总发单量的约一半。”梁启丽表示，目前该公司速递人员仍在陆续为前来观展的市民游客寄送货物，做好消博会的客群服务。



消费者将所购物品带到速递点邮寄。