

首届中国国际消费品博览会万商云集，签约规模超出预期——

共享机遇，收获满满

本报记者 邱海峰

5月10日，首届中国国际消费品博览会落下帷幕。

这场亚太地区规模最大的消费精品展，给全球客商和广大消费者带来了什么？展馆内外，有着诸多答案：“抓住了中国消费市场的机遇”“签约规模超出了预期”“结识不少有合作意向的新客户”“好东西是真多，被种草了”“已下单，等着收快递”……

共享机遇，收获满满。海南国际会展中心内，五洲交汇、万商云集，大家共同感受着首届消博会的蓬勃活力、动人魅力。

首届消博会展览总面积8万平方米，是亚太地区规模最大的消费精品展

- 国际展区6万平方米，参展企业超640家，参展品牌超1360个。
- 国内展区2万平方米，参展企业超850家，参展品牌超1260个。

“结识不少有合作意向的新客户”

“我们一共来了上百名员工，即便这样，每天还是忙不过来。”谈起参加首届消博会的感受，高培冰总裁伍苏国直言“太火爆了！”

作为新西兰知名乳品品牌，高培冰此次展出了草饲奶粉、全脂奶粉、脱脂奶粉、羊奶粉等多个品类，并首发了冰纯系列高端营养品新品。伍苏国介绍，这次首发的新品中，高培冰纯益生菌最受关注，每天都有采购商过来谈合作，现场体验台前，基本全天都有观众排队。“借助消博会这个平台，我们结识了不少有合作意向的新客户和有购买力的消费者，短短4天就和100多家企业签了约。”

逛展、咨询、洽谈、签约……首届消博会为全球客商提供了一个消费精品展示交易的平台，来自约70个国家和地区的1505家企业参展。

在旅居生活和服务消费展区，欧姆龙展位人气爆棚：最快15秒钟就能测出人体真实体温，误差不过0.1摄氏度，一款预测式新品体温计成为不少采购商咨询的重点。

采购商和专业观众超过3万人
各类观众超过24万人次

点；一面智能屏，可以测出心跳、心情、压力指数，现场观众纷纷围观、体验……参加首届消博会，欧姆龙铆足了劲，带来众多当家产品。

欧姆龙健康医疗(中国)有限公司董事、总经理赵耀表示，欧姆龙以往多是参加一些专业领域的展会，这次是“破圈”来到首届消博会，与更多客户和消费者直接面对面沟通、交流，收获很大。“我们展出的提供慢病筛查服务的MMC健康便利店为例，这次与陕西、山东、重庆、新疆、上海等地的多家医药连锁店进行了签约，不少现场观众表示会后还要到当地的店里好好体验一下。”

在戴尔展位，一款高端游戏品牌“外星人”电脑，吸引了众多游戏发烧友的目光。戴尔科技集团全球副总裁周兵介绍，这几天，除了和一些企业的签约，展台上观众的互动体验也是特别热闹，不少人现场体验了这款外星人电脑之后，直接扫码下单。“最近，我们的线上销量明显增长。”

“将全球精品尖货装进购物车”

卖得热闹，买得也带劲。首届消博会上，超3万名采购商加力“买买买”，直呼“要将全球精品尖货装进购物车。”

美国的和牛、塞浦路斯的果汁、德国的牛奶……开展第二天，中粮进口食品有限公司便从多国参展商手里订购了价值1.4亿元人民币的进口食品。公司总经理刘孟泽表示：“借助消博会这一平台，我们把全球好产品介绍给中国消费者，让大家有健康、安全、愉悦的消费体验，也为我们未来的业务打下一个非常好的基础。”

各省份交易团也不甘落后。陕西省推动当地12家企业与消博会参展商签订合同

协议，金额达15.36亿元，产品囊括水果、化妆品、酒饮等；浙江省100多家采购企业参展，单日签下25个项目，签约金额达609亿元；广东省组织“粤贸全国”供需对接洽谈会，6家粤企当场与境内外多家企业签下合计1.13亿元的合作项目……

从国外到国内，从展品到商品……企业大力采购的同时，各显神通，让更多全球好货从消博会“飞进”寻常百姓家。

作为此次消博会第一批采购商中的一员，京东集团签下多个大单。展会期间，京东与雀巢、费列罗、索尼、美孚、费加罗、巴黎水、恒天然等多家品牌达成战略合作，覆盖快消、医药、个护、3C家电等领域。京东集团副总裁韩瑞介绍，为更好、更直接地满足消费者购买优质进口商品的需求，消博会期间，京东国际和京东秒杀联手，推出上百款专享价进口好物。“我们致力于通过自己积累的供应链能力以及技术优势，为全国消费者提供更好的购物体验。”

进口好货快速到手，物流是关键一环。首届消博会开展第一天，菜鸟网络科技有限公司与海控全球精品(海口)免税城有限公司签约，为全球精品提供全链路物流服务，包括港到仓、保税仓、门店仓和门店一提货点等。“我们将围绕海南加大全球物流能力投入，为全球商家提供全链路智慧物流服务。”菜鸟国际供应链总经理赵剑表示，菜鸟已自建免税品专用卡班车队，在消博会期间正式运行。

“我们还要参加下一届消博会”

“参加首届消博会，很过瘾！”伍苏国透露，5月8日上午，高培冰已经抢先报名了

世界首发、中国首展、行业首秀——

他们都看好消博会

“在这里发布新品是因为精酿啤酒非常契合消博会展示全球精品的理念。”凯伦拜尔格酒业有限公司首席执行官雷德斯托克坦言，消博会提供了展示平台，他们希望借此机会进入中国市场。

本届消博会上，国际品牌共举办80多场首发首秀活动，发布上百款新

品，涵盖服饰箱包、美妆用品、食品酒饮、珠宝钻石等数十个品类。

绿地贸易港集团总经理薛迎杰认为，消博会是亚太地区最大的消费精品盛宴。许多品牌选择在这里发布新品，既能节约成本，又能快速获取大范围关注，尤其在新冠肺炎疫情全球蔓延的背景下，对很多国外中小企业而言，这是很好的新品发布方案。

“中国消费者对美的理解和需求都在升级，这次我们有两个高端护肤品牌是在日本本土外进行首次售卖。”资生堂中国区总裁藤原亮太郎

认为，在这里举办首发首秀活动，是国际品牌重视中国市场、看好中国消费潜力的一种体现。

“消博会的价值之一就是作为新品牌、新产品和新消费模式的展示窗口。”中国南海研究院海南自贸港研究中心主任于涛表示，中国正在加快消费升级，未来信息消费、数字消费潜力不断释放。通过消博会平台，可以将科技元素和社会生活消费品更好结合起来，展现未来高品质生活消费品的发展趋势，以新需求带动提升中国制造高质量发展。(本报记者 孔德晨整理)

多个省区市举办本地精品发布活动

- 云南省举办消费精品老字号推介会
- 福建省举办闽货精品推介会
- 山东省举办新产品和新平台发布会
- 广东省举办“粤贸全国”推介会
- 上海举办“遇见上海”新品快闪活动
- ……

国际品牌举办超80场首发首秀活动，发布上百款新品

- 涵盖服饰箱包、美妆用品、食品酒饮、珠宝钻石等几十个品类

图①：5月7日，人们在首届消博会秘鲁品牌Warmpaca展位挑选玩偶。
新华社记者 杨冠宇摄图②：5月9日，参展商工作人员向观众介绍品牌产品。
张武军摄(视觉中国)图③：5月9日，旅居生活和服务消费展区内，观众在戴尔展位体验VR游戏。
本报记者 邱海峰摄图④：5月5日，位于海南省海口市的海南国际会展中心悬挂各国国旗迎接消博会。
袁琛摄(人民视觉)