

国际范、国潮热、海岛风——

在消博会开启“全球购物之旅”

本报记者 李 婕文/图

品鉴全球尖端好货、实时体验免税购物、水上观摩游艇帆船、沉浸感受创新药械……这些，在今年消博会上都能实现。

4月13日，以“共享开放机遇，共创美好生活”为主题的第四届中国国际消费品博览会如期启幕。作为今年中国首场重大国际性展会，本届消博会既延续聚焦全球“新、奇、特”消费精品，也首创全岛办展模式。在此刻热情如夏的海南，正当体验浓浓的“国际范、国潮热、海岛风”。

期启幕。作为今年中国首场重大国际性展会，本届消博会既延续聚焦全球“新、奇、特”消费精品，也首创全岛办展模式。在此刻热情如夏的海南，正当体验浓浓的“国际范、国潮热、海岛风”。

首创“全岛办展”

——71个国家和地区的超4000个品牌精彩亮相

“听说去年消博会展台火爆，今年我终于赶上了！”在消博会现场的绿地全球馆，巴基斯坦进口馆负责人哈比带来一款独具特色的“骆驼皮灯”，这是巴基斯坦传承千年的文化遗产。

曾经家家户户都用，现在手艺濒临失传。哈比希望借助消博会和中国市场的力量，将“非遗文化”救回来。“中国市场规模大、有韧性。”哈比说，希望更多中国消费者关注到巴基斯坦手工艺品。

加拿大斑斓彩螺、叙利亚吹制玻璃制品、乌兹别克斯坦手工钩绣服饰，这些首发新品，观众都有机会一睹风采。由绿地贸易港集团打造的绿地全球馆集合了30个国家和地区的近100个品牌。“消博会是汇聚全球消费精品的大平台。”绿地全球商品贸易港集团总经理薛迎杰说，集团充分发挥自身产业链配置优势，持续为海外企业开通路、拓市场，为中国消费者聚好货，在消博会上收获满满。

作为今年中国首场重大国际性展会，本届消博会规模再创新高，室内总展示面积12.8万平方米；吸引来自71个国家和地区的超过4000个品牌参展。

除继续在海南国际会展中心设置主会场外，本届消博会在海口、博鳌等地新增帆船游艇、免税购物、国际健康3个分会场，充分利用海南离岛免税、交通工具及游艇“零关税”等政策红利，体现消费新亮点。

全新的办展模式、不变的市场魅力，迎来新朋友共聚一堂。

瑞士制表品牌天梭连续4年参加消博会，今年带来全新海星系列机械腕表等多款产品亮相。“今年消博会参展品牌更多，国际化交流氛围更浓。”天梭中国区副总裁薛骅说，短短4年间，消博会已经发展为亚太地区规模领先的消费精品展会。借助这个平台，天梭可以直面消费者，也有更大的信心去调整产品及市场发展策略。

英国高端护肤品牌伊芙珑首次参加消博会，携新品在消博会“全球新品发布计划”中亮相。“在消博会，我们看到了以海南免税业态为代表，中国旅游零售的更多可能性，其结合旅游场景及数字化的新零售模式，为消费者创造了更多独特体验。”伊芙珑亚太区总经理孙蕾说，海南不断加快自贸港和国际旅游消费中心建设，给许多品牌带来了全新的商业发展机会。希望以消博会为媒，进一步触达、深耕中国市场。

“玩转”新型消费

——主打“新、奇、特”，百余件新品登场

全球首发新品“隐形”按摩椅、全球首台锂电布艺清洗机、快速成稿的智能办公



▲第四届消博会会场外景。

▶观众在消博会现场品尝西班牙火腿。

▼消费者在试饮法国饮品。



扫码观看视频

本、“指哪扫哪”的AI扫地机器人……用不少专业观众的话来说，“消博会主打一个‘新、奇、特’。”

从数字、绿色、健康消费，到智能家居、文娱旅游、国货“潮品”，在消博会上，可以感受新型消费的模式、场景、业态之多元，趋势之浓厚。

这里，有大牌出新。龙年限定款9系列

须刀、全新一代脉冲光脱毛仪……荷兰皇家飞利浦首度亮相消博会，带来旗下多款新品。“我们深入洞察本土前沿趋势与实际需求，为消费者的健康生活提供多样化解决方案。”飞利浦大中华区高级副总裁程凝说，如今，中国已成为飞利浦全球第二大市场。品牌将通过消博会这一国际性开放平台，以最新的研发成果为消费者点亮健康生活灵感，

为消费市场注入活力。

这里，有国货弄潮。3秒钟就能做好一杯茶饮——消博会现场，茶饮品牌喜茶带来的新版智能出茶机引来不少观众围观。云存储配方、智能扫码制作支撑精准高效出杯，而且带有原料控温存储、效期监控提醒、可追踪自动清洁等功能，可谓小设备发挥大功能。“目前，喜茶在全球拥有超3000家门店，相继进

入英国、澳大利亚、加拿大、美国、韩国等海外市场，出品的标准化和品质的统一性非常关键。”喜茶有关负责人表示，新茶饮智能化设备的应用，正推动行业高质量发展。

“消博聚新，首发首秀”，本届消博会还有多家国际国内知名品牌和企业携百余件不同款式、系列的新品登场，涵盖香化品、高端洋酒、科技产品、食品保健品、时尚服饰等领域。

带最好的产品来消博会，已是展商不约而同的共识。天丝集团首次携国内首款瓶装红牛新品来到消博会，基于对中国消费者需求的精准把握，这款产品消费场景上打开了更多想象空间，同时打造了新的业务增长点。

“消博会不仅是展现集团传承与创新的舞台，更是帮助我们感知市场消费趋势的风向标。”天丝集团中国区总裁曾森鸿说，立足消博会平台，天丝集团期望进一步洞察中国消费者需求，在产品创新和市场营销中做出更加精准的决策。

共享开放机遇

——落地精品门店、布局旅游零售，持续提供优质供给

您的睡眠怎么样？是否期待更佳的睡眠体验？

消博会展馆穿梭的人流中，艾纳诗深睡小屋全球首发的减压舒眠机颇受关注，大家期待从这里迈进“深睡之门”。连续参展4届消博会，艾纳诗不断解锁中国市场机遇。

首届消博会期间，艾纳诗签约海南自贸港重点园区，建立研发中心；此后又注册成立海南深睡小屋医疗管理有限公司等企业，真正落户海南、扎根海南。正是借助消博会的溢出效应，深睡小屋在中国市场实现了从展品到商品、从市场考察者到参与者、从展商到投资商、从研发生产到全产业链运营的转化。

“借助消博会平台，我们不断与多个重要合作伙伴达成了战略协议。”深睡小屋公司总裁缪月华说，公司将继续以消博会为契机，丰富“服务+产品”体系，更好服务中国市场。

商务部市场运行和消费促进司司长徐兴锋介绍，随着消博会的连续成功举办，有些重要展商或在海南投资办厂，或把亚太地区的总部或中国区总部落户海南，或把知名品牌的旗舰店设在海南，实现了展商变投资商，向国内市场持续提供优质消费供给。

与此同时，海南离岛免税、旅游消费、自贸港建设的优势，也源源不断吸引企业从消博会着笔，写下更多与海南的故事。

“旅游零售业务已成为科蒂不断获得全球市场份额的关键渠道，而海南始终是集团发展这一业务的重要市场。”科蒂集团高端美妆首席商务官狄珊珊说。

今年是科蒂集团第三次参展消博会，上次参展后，企业对海南发展信心倍增，相继开设了5家全新品牌高端精品店，包括博柏利、古驰、蔻依、雨果博斯和兰嘉丝汀品牌专属美容房等。今年科蒂再次展出旗下八大标志性品牌，带来高端香水、护肤和彩妆等多款产品。

“我们看到，依托海南自贸港建设等利好政策，海南国际旅游消费中心影响力不断增强，旅游零售市场迎来井喷式发展。”狄珊珊说，海南在吸引全球消费者的同时，也为企业和投资者创造了发展机会。希望以海南为基点，持续深耕中国旅游零售市场。

数据显示，一季度，海南接待游客数量、旅游总收入分别增长17.6%、32.3%，其中入境游为去年同期的4倍，市场展现充沛活力。

海南国际经济发展局局长唐华表示，海南将进一步用好离岛免税、59国人员入境免签等政策，不断扩大旅游消费市场，持续推动国际品牌企业落地精品门店、国际贸易中心、旅游零售总部，并逐步实现在海南布局供应链中心和加工生产基地，共享自贸港开放新机遇。

以高水平开放释放服务消费潜能

匡贤明

作为国家级展会之一，中国国际消费品博览会得到越来越多关注，其外溢效应正逐步释放。消博会的举办，不仅展示了中国消费市场的特色，也体现了中国市场对外开放的切实施行动。

面对复杂形势，消费潜力是中国经济的最大优势也是最大的确定性之一。这表现为消费规模稳步提升和消费结构稳步升级，其中，服务消费已成为拉动消费增长的主动力，成为经济增长的新亮点。

2023年，全国居民人均服务性消费支出达到12114元，首次超过1.2万元，同比增长14.4%。在消费结构上，全国居民服务性消费支出占居民消费支出的比重达到45.2%，其中城乡居民服务性消费占比分别达到47.50%和39.42%；在贡献率方面，2023年居民服务消费增长对消费增长的贡献率达到了67.5%。

从未来几年的发展趋势看，中国消费结构仍将处于升级进程。服务消费是收入弹性较高的消费，服务性消费占比会随着经济发展水平和居民收入水平的提升而不断上升。当人均GDP达到1万美元时，居民服务性消费需求将大幅增加；当人均GDP达到1.5万美元时，服务性消费将成为主导性消费。当前，中国人均

GDP已接近1.3万亿美元，服务性消费比重正处于稳步提升阶段。比如，适应老龄化趋势，包括护理在内的养老服务呈现高速增长态势；适应个性化旅游的需求，一些小众旅游开始成长为大众旅游；适应新生代对新消费的需求，新的消费业态不断涌现。

初步预测，到2030年，全国居民服务性消费人均支出水平有望达到2.3万元，占比有望超过51%。这不仅将带来相当大的新增服务消费，而且将吸引巨大的服务投资。新增服务消费与服务投资，不仅将形成经济增长的重要拉动力，而且将形成贸易伙伴的重要动力。可以看到，中国国际消费品博览会等重大国际展会上，服务元素逐步增多，涵盖旅游零售、绿色金融、医疗健康、国际教育、低碳绿色消费等不同领域。

中国消费潜力的释放以及服务消费结构的升级，是在开放环境下取得的。加入世界贸易组织以来，中国服务进口快速增长，成为满足城乡居民消费需求的

重要供给之一，同时也成为拉动服务贸易发展的重要动力之一。从释放服务消费潜能的趋势和需求看，应当说以高水平开放释放服务消费还有很大空间。一方面，城乡居民对服务消费质量、标准的要求越来越高，越来越重视服务消费精品、潮品，越来越重视服务的性价比；一方面，与国际水平的服务质量、标准相比，中国在某些方面还有较大差距。

顺应消费结构趋势，释放服务消费潜力，需要加快推进高水平开放进程，推动服务领域结构性改革与结构性政策调整。

一是推动服务业市场的更大开放，吸引更多社会资本进入服务领域。加大服务领域对社会资本的开放力度，明显缩短服务业投资负面清单，法无禁止领域均可投资，使服务投资成为拉动有效投资的重要领域。

二是全面实施跨境服务贸易负面清单。最近，商

务部发布了全国版跨境服务贸易负面清单和自由贸易试验区跨境服务贸易负面清单，这对服务贸易发展将带来重要的促进作用。在此基础上，对标CPTPP等国际高标准经贸标准，需要在全面实施的同时进一步优化。比如，发挥海南自由贸易港作为开放新高地的作用，尽快精简海南自由贸易港跨境服务贸易负面清单。这既可以吸引服务投资，也可以引入国际化的服务标准、质量等，由此明显扩大优质服务供给，并带动提升国内服务业的升级。

三是进一步推动服务进口的便利化。中国对服务进口的监管主要集中在市场准入环节，在跨境服务及人员自由流动等方面仍有较大提升空间。总的看，以高水平开放释放服务消费潜力，未来可期。

(作者为中国(海南)改革发展研究院副院长)

