

创新消费融合 注重展会实效

——第四届中国国际消费品博览会观察

海南兴盛会，四海皆宾朋。

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于4月13日至18日在海南省举行。

本届消博会，新品玩法更新、展览规模更大、以展促产更有效。同时，精心策划系列线下供需对接和线上匹配活动，汇聚国内外优质消费品资源和全球买家卖家，进一步释放消博会溢出效应。

更新：首发首秀创新玩法

4月13日至15日，以“消博聚新，首发首秀”为主题的第四届中国国际消费品博览会新品发布会在海南国际会展中心举办，为全球消费品行业搭建一个创新与交流的平台。

作为本届消博会的亮点之一，消博会“全球新品计划”汇聚28个国际、国内知名发布主体，共有38个品牌携115件不同款式、系列的新品惊艳亮相，涵盖时尚

奢化、珠宝首饰、世界名酒、高端食品、电子科技、生物科技、潮流玩具等领域。

“泡泡玛特旗下人气IP——HACIPUPU来到海南，与消博会吉祥物‘元元’‘宵宵’共同迎接来自全球的消费者。”参展商泡泡玛特带来泡泡玛特文创礼物与成都大熊猫繁育研究基地首次联名产品发布。

值得一提的是，除舞台发布活动外，本次“全球新品计划”新增线下陈列展，以独具匠心的“X Land”新品岛屿为引领，特别设计五个主题岛屿，将百余件新品装入岛屿，打造沉浸式发布体验，为消费者开启一场跨越时空、探索未知的奇妙旅程。

更大：全岛办消博会

作为亚太地区规模最大的消费精品展，本届消博会室内展览面积达12.8万平方米，叠加海域展览，面积超过往届，

覆盖范围也更大。

来自71个国家和地区、超过4000个品牌参展。英国、蒙古国、马来西亚等国家首次组团参展。签约参展的世界500强和行业龙头企业达57家，数量超上届，80多个国内外品牌首次参展，涵盖先进医疗器械、香化美妆、电子科技等品类。

海南省副省长陈怀宇介绍，本届消博会预计接待各类采购商和专业观众超过5.5万人，在海南自由贸易港59国免签政策加持下，来自英国、新加坡、韩国、日本等10余个重点国别和地区的采购团以及100余名全球头部企业高管将到会参加洽谈和签约等商务活动。

更有效：持续提升展会效能

从消博会老朋友的紧紧跟随着到消博会新朋友的闻香而来，第四届消博会正在讲述以展促产的故事，会展效应持续显现。

参展商华熙生物科技股份有限公司

企业事务与传播副总裁朱思楠表示，希望通过消博会这一立足海南、辐射全球的重要平台，继续深化与全球各地的交流与合作。

“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。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，帮助我们在产品创新和市场策略中做出更加精准的决策。”泰国天丝集团中国区总裁曾森鸿说。

消博会背后的中国市场，对于外资外企的吸引力愈发强大。

参展商大众汽车集团(中国)副总裁张岚表示，大众汽车集团已经为中国市场制定并正在全面落实面向2030年的发展计划。在未来三年内，集团计划向中国市场推出超过40款新车型，其中一半是新能源汽车。到2030年，集团将提供不少于30款纯电动车型。 据新华社

四川馆亮相第四届消博会

百余件展品展示蜀地新消费新场景

从中午1点半开馆开始，不到两个小时，三星堆文旅发展有限公司销售部负责人宋克花就已接待了数拨“追星”团。“如果可以卖的话，这些展出的文创产品早已所剩无几。”她感叹道，这就是四川顶流三星堆的人气。

4月13日，第四届中国国际消费品博览会(以下简称第四届消博会)在海南拉开帷幕，四川馆同步亮相。在四川馆200平方米的展区内，商务厅首次联动经济和信

息化厅、文化和旅游厅、省体育局等省直部门联合组展，邀请40家知名川企携甄选的100余件“新”“奇”“特”消费精品参展。紧扣消费、聚焦国际，四川此次参展一方面是向全球推介四川消费精品，助力四川外贸企业加快融入国内国际双循环新发展格局；另一方面是释放更多来自四川的消费新需求，展示蜀地新消费、新场景。

三星堆+大熊猫

四川馆成打卡热门展区

来到四川馆，被装饰成大熊猫形象墙的门口已被拍照打卡的观众、展商包围。

该形象墙由中国大熊猫文创代表品牌熊猫屋精心打造，众多大熊猫玩偶非常“吸睛”，同时中国(四川)国际熊猫消费节的吉祥物“蜀宝”也来到这里，喜迎八方宾朋。

本届消博会，四川馆以“蜀里安逸，魅力四川”为主题，由“智能制造、国货潮品、文创体育、特色消费品”四大板块组成，聚焦数字消费、绿色消费、健康消费、智能消费、国潮消费等新消费、新场景。

在展馆设计上，四川馆将巴蜀文明与“安逸”四川相结合，在展馆顶部设计金沙太阳神鸟和大屏三星堆脸谱造型，在墙面顶部设计了川西民居屋檐造型，彰显四川特色。

四川馆的另一大顶流是三星堆文创展区，在记者采访过程中，三星堆展区的观众络绎不绝。宋克花介绍，这次参展共展出50多种商品，包括茶具、摆件、钥匙扣、书签等。“其中，龙虎尊茶具是我们龙年推出的新品，今天是首次亮相，它以三星堆1号祭祀坑出土的铜龙虎尊为设计原型。”她说，此次参展是希望借助消费品将三星堆文化更好地推广出去。

宋克花介绍，公司去年一季度文创产品线下销售额为940万元，而今年一季



▲ 四川馆亮相第四届消博会。

▲ 四川农特产品深受观众青睐。

度线下销售额已增长至3700万元，同时签约了十几家供应商开发更多有创意的文创产品，让文物更加贴近生活，让每个人都能更加直观感受三星堆文物带来的独特魅力。

将“松弛感”带到现场 创新打造户外露营新场景

“四川人的松弛感我算是感受到了。”海南观众陈康一来到四川馆，就被馆内的户外露营场景所吸引。他已逛了好几个城市馆，但四川馆让他印象最深，“一进来就感到很放松，四川馆把各种‘四川造’产品组合成一个消费场景，非常有创意。”

本次布展，四川创新性地根据参展企业展品情况，使用最大面积打造了户外露营新场景，这也成为众多观众、展商关注的焦点之一。

在户外场景中，最大的展品是由沃尔沃汽车成都工厂——中嘉汽车制造有限公司生产的全新纯电旗舰SUV EX90，该车型是首次在海口亮相，未来将在成都工厂生产。

宿营餐桌上，摆放着乐山生产的竹叶青茶、南充生产的张飞牛肉、成都蒲江生产的米花糖、阿坝红原生产的藏香猪肉罐头等休闲食品，打开由成都音创生产的户外点唱机，与朋友们纵情歌唱，尽享安逸舒适。

此外，在川茶川酒区，川酒“六朵金花”集中亮相，泸州老窖1573、雅茶集团分时段提供鸡尾酒调制和茶艺表演，弘扬历史悠久的川茶川酒文化，同样吸引了众多观众品尝打卡。

值得一提的是，展会期间，四川馆还将举行各类丰富有趣的互动活动：观众只要来到四川馆拍照打卡，即可获赠由

消费新场景提供的景区门票、美食代金券、民宿体验券、购物优惠券等，在提升大众参与度的同时也吸引广大消费者到四川体验消费。

升级消费新场景 “新奇特”精品集中展出

“我听说四川产鱼子酱，但不知道能产这么多！”来自广西的参展商王斌在得知四川产的鱼子酱占全球市场份额超过12%后，非常惊讶。

事实上，鱼子酱已成为四川在海外贸易市场上一块闪亮招牌。“我们是世界领先的鲟鱼全产业链企业，年产鱼子酱60吨，占全球市场份额超过12%。”四川润兆渔业有限公司销售经理张一说，公司旗下的美思塔FROSISTA牌鲟鱼子酱主要销往美国、法国、德国等30余个国家和地区。“这也是我们第一次参加消博会，希望借助这个平台，持续扩大国内、国际市场，将中国顶尖味道带到全球更多地区。”他表示。

200平方米的四川馆中，“新、奇、特”消费精品还有很多。

文创体育展区，成都天奥电子股份有限公司展出了两款北斗卫星手表，其中Astrolink 2024年首款新品Astrolink P系列将在本月上市。该公司销售总监冯兰俊介绍，作为北斗手表旗舰产品，最引人注目的创新技术为双芯混动技术，即将机械机芯无感融入智能机芯，实现了机械指针的智能化，此次参展也希望进一步提升产品知名度。

在智能家居展示区，作为四川“国”字打头的代表企业，四川长虹向消费者、行业展示了“四川造”的优势。长虹电器股份有限公司展区负责人介绍，创新采用AI隐身麦克风设计、搭载长虹云帆AI平台的长虹ARTIST星宿壁画+电视首次亮相消博会现场，可以为用户提供以人为中心的多模态自然交互和多设备无缝协同体验。

行走在四川馆中，百余件展品各有精彩，消费场景升级浪潮扑面而来。当下的四川，正在构筑中国向西开放战略高地和参与国际竞争新基地，打响“蜀里安逸”特色消费品牌，打造具有巴蜀特色的“买全球、卖全球”国际消费目的地。

华西都市报-封面新闻记者 马梦飞 海南海口摄影报道