

首届消博会 透露中国消费市场哪些新动向？

5月7日至10日在海南省海口市举行的首届中国国际消费品博览会，是一场消费精品盛会——约70个国家和地区的2600多个国内国际品牌，以线上线下相结合的方式参会。消博会透露了哪些消费市场新动向？

动向一：消费市场规模持续扩大

“东市买骏马，西市买鞍韉，南市买簪头，北市买长鞭。”古人置办一身行头需要跑遍全城，而今在首届消博会展馆内，消费者只需多走几步，即可买遍全球。

从天价钻石到普通餐桌食品，从高端户外旅游设备到日常用品，2600多个参展品类满目琳琅，让参展观众目不暇接。

在5号馆亮相的“Korloff Noir”卡洛美同名传奇黑钻，是全球5颗顶级黑钻之一，估值约2.5亿元人民币，具有57个切面，在聚光灯照耀下，折射出耀眼光芒。该黑钻此前很少在法国巴黎以外的地区展出，如今在海南华丽亮相，引来无数参观者驻足观赏。

在7.8号馆，国内各省区市集中展示各地优势产业、消费精品和中华老字号等。在这里，消费者既

可以看到茶叶、酒水等传统产品，也可以看到代表前沿科技的新产品，比如在安徽馆的显眼位置，科大讯飞新款翻译器被争相“试机”。

而在距离展馆几公里外的海口帆船基地公共码头海面上，50余个境内外品牌的100多艘游艇次第排开，高端的游艇展示与丰富的配套活动满足了不同消费者的新需求。

商务部副部长王炳南在会上介绍说，我国消费规模在稳步扩大。“十三五”期间，中国消费品市场规模由2015年的28.7万亿元增加至39.2万亿元人民币，年均增长6.5%。2020年最终消费支出占GDP的比重达到54.3%。未来，消费升级将进一步加快，消费潜力将进一步释放，国内大市场的作用将进一步增强。

动向二：市场倒逼品牌厂商持续创新

消博会是各大品牌产品首发、首展、首秀的最好平台，在新闻发布区，各大品牌频频亮相，带来全新产品和全新模式。

海南国际经济发展局局长韩圣健表示，本届展会期间，国际品牌举办80余场首发首秀活动，涵盖服饰箱包、美妆用品、食品酒饮、珠宝钻石等几十个品类，10个省区市也举办本地精品发布活动。

有人带来了新产品。中国企业科大讯飞推出新一代人工智能翻译产品——讯飞双屏翻译机，强大的翻译功能吸引了多方关注。

有人带来了新模式。阿里巴巴旗下天猫国际携手百余家海外品牌的趋势新品亮相首届消博会，展示进口院线美妆、智能美容仪等进口消费新趋势。“新产业带”下的天猫国际首个新世界工厂也正式落地海口综合保税区，在海南

推进“保税进口+零售加工”大进口模式。

有人带来了新航线。中欧时尚快线平台(CEFEP)框架协议签署仪式暨意大利米兰至海口洲际货运航线推介会举行，随着这条航线的开通，意大利伦巴第大区的高端精品厂家的产品，从厂家集货开始到国际直飞到海南免税品销售柜台，全程最短36小时，较海运和原来的国际中转空运大大减少时间和资金成本，让中国的消费者在海南同步追逐欧洲前沿时尚。

不少品牌方表示，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，是极好的新品发布平台。

“我国已经进入消费升级的重要阶段，消费者对多样化、个性化和高品质商品的需求日益增长。”中国国际经济交流中心总经济师陈文玲表示，这在一定程度上倒逼品牌厂商持续创新推出新品。

动向三：中华老字号力图吸引年轻人成“铁粉”

国货“涅槃”，国潮来袭。中华老字号与国际大牌同台竞技。

连日来，桂发祥十八街麻花展厅人潮涌动，生产车间的老师傅在现场向观众展示国家级非物质文化遗产——十八街麻花揉制技艺。观众先饱眼福后饱口福，品尝后拎上几件满载而归。展会还没闭幕，带来的展品已宣告售罄。

“除了传统麻花，这次带来的加馅小麻花、嘎巴菜和茶汤三款新品也深受好评。”该公司品牌总监徐燕青说，公司近年来开发了小定量、精致化包装产品，还将嘎巴菜、茶汤等天津特色市井小吃休闲食品化，多元化的产品满足了不同消费群体的需求。

跨界融合、打造IP联名款……顺应消费者需求变中求新，老字号纷纷引爆新热度。拥有80多年历史的国民品牌酸酸乳，带来了与国家博物馆联名的“新国宝”牙膏，还有令人啧啧称奇的火锅味牙膏。老配方、老味道的玻璃瓶装天府可乐唤起了消费者的“共同回忆”，新上市的迷你款、草药加强版可乐同样赚足了眼球。

年轻一代撑起新国潮。“老字号擦亮新招牌，既要传承又要创新。”中国(海南)改革发展研究院经济研究所所长匡贤明说，消费升级对老字号焕发新机带来机遇，在传承品质和文化内涵的同时，创新理念、产品、服务，才能把年轻人转化为“铁粉”。

动向四：服务型消费增长迅猛

“移动医疗，诊断到家。”搭载数字X光影像系统、独立医学数据处理系统等设备，持C1驾照即可驾驶，让医生技师和医疗设备匮乏的偏远地区百姓也能享受前沿医疗诊断服务……由美时医疗有限公司与奇瑞汽车联合开发的移动数字医疗诊断车吸引了不少人围观。

“随着人民生活水平的提高和老龄化社会的逐步到来，偏远农村地区的居民对高品质医疗服务的消费需求也将释放，我们很看好这块的服务消费市场。”美时医疗有限公司研发工程师甘平生说。

安永、普华永道、毕马威等专业咨询服务，携程一站式旅游购物服务，京东第三方品质保障服务……漫步于服务消费展区，能真切感受到服务型消费不断增长的势头。

随着我国居民收入水平提高，人们不仅追求更高品质的实物型消费，也追求更加优质的服务型消费和体验。当前，我国居民消费率不到40%，国内消费需求潜力依旧巨大。对此，专家表示，面向未来，要准确把握消费需求升级的质量导向，以需求升级引领新供给，以提升供给质量适应和创造新需求。

中国(海南)改革发展研究院院长迟福林说，未来，我国服务型消费将更加全面快速增长，企业不仅要专注产品生产，更要专注满足消费者的服务需求，要推动企业从以生产产品为主向“制造+服务”的转型升级。

动向五：绿色消费渐成主流

航空航天行业回收的碳纤维材料、钻石切割技术、物理防蓝光技术……从用料、制造到使用环节，集生态理念于一身的戴尔多款首发笔记本电脑，成为展会电子类产品中的“明星”。

绿色消费，已经成为一种新的时尚。展会上，不少电子、珠宝、香化等产品品牌都向观众展示它们的“绿色”理念。

在欧莱雅展览空间，一款限量产品的发布吸引了许多关注环保的年轻人驻足。据了解，这款产品设计的要素之一就是提高消费者对于“气候变化如何威胁海

洋浮游植物健康”的认识。

欧莱雅北亚区总裁兼中国首席执行官费博瑞介绍，该品牌目前正在号召公众与非政府组织“地球自然基金会”一起，在海南开展海滩清理活动。观展人可以通过展台的360度高科技沉浸式互动式体验，领略时尚美妆产品的可持续发展承诺与海洋保护行动。

国务院发展研究中心副主任隆国强在消博会上表示，消费的绿色转型是收入水平提高后人们对更好环境需要的体现，这一趋势将给全球经济社会发展带来全面而深刻的变化。

(新华社海口5月10日电)



这是消博会上的时尚生活展区 新华社发

