



▲ 4月10日,第三届中国国际消费品博览会场馆内景。新华社记者蒲晓旭/摄

发挥消博会溢出效应 促进海南自贸港建设

文 | 苏金明 夏勇开

近日,第三届消博会在海口举办,本届消博会继续坚持“精品路线”定位,汇聚国内外优质消费品资源和全球买家卖家,打造优化消费供给、畅通消费渠道、提振消费信心和促进国内国际双循环的全球消费精品展示交易平台,为全球企业共享中国市场和中国企业走向世界创造机遇。

自2020年10月国家批准中国国际消费品博览会(下称消博会)每年在海南举办以来,消博会已与广州“广交会”、北京“服贸会”和上海“进博会”一道,组成中国主动与世界分享发展机遇的国家级“会展

矩阵”,成为中国对外开放的重要公共服务平台和更好造福世界各国人民的实际行动和生动范例。

跻身全国四大展会之一 亮点纷呈

品牌效应显现。2021年首届消博会共计1505家企业,2628个消费精品品牌参展,各类采购商和专业观众数量超过3万人,进场观众超过23万人次。2022年第二届消博会聚焦全球消费精品,共有来自61个国家和地区的1955家企业、2800多个消费精品品牌参展,发布新品数量达622件,各类采购

商和专业观众数量超4万人,进场观众超28万人次;国际展区占参展总面积的80%,设立了6个展馆,涉及1600多个国外企业和品牌。今年第三届消博会展览总面积12万平方米,较上届增加20%,共有来自65个国家和地区的超过3382个消费精品品牌参展,各类采购商和专业观众超过5万人,进场观众超过32万人次,35个国家和地区的2000多名境外采购商到会洽谈采购。短短3年时间,消博会已经成长为一个全球性贸易盛会,随着越来越多行业领军企业加入,其品牌效应还将进一步显现。