

中心设立在海口,这进一步推动了海口的产业发展,为首发经济的持续发展提供了有力的支撑。

与上海进博会相比存在的不足

上海进博会和海南消博会都是我国重要的展会平台,与上海进博会相比,海南消博会在首发经济方面存在品牌首发数量少、首发产品行业覆盖窄、对国际采购商和专业观众吸引力不足以及配套服务和政策支持有待加强等问题。

品牌首发数量少。上海进博会作为全球知名的综合性进口博览会,众多国际大牌将其视为新品首发的重要平台。例如,在汽车领域,奔驰、宝马等汽车巨头多次在进博会上全球首发新款车型。以2023年进博会为例,奔驰带来了其最新款的全电动概念车,吸引了全球媒体的目光,同时也吸引了众多潜在客户和汽车行业专家的关注。据统计,在该届进博会上,仅汽车行业就有超过10个国际知名品牌进行了全球首发活动,整个展会的全球首发产品数量达到了数百件。相比之下,海南消博会虽然也有不少品牌参与,但在首发产品数量上明显较少。不仅如此,从数据来看,首发产品更多集中在一些本土特色品牌或者相对小众的国际品牌的区域首发。例如,某些海南本土的特色美妆品牌推出了新系列产品,但从全球影响力的角度来看,缺乏像上海进博会那样能够吸引全球目光的大品牌的首发。在往届消博会的展会中,首发产品的数量整体维持在几十件的规模,与进博会相比存在较大差距。

首发产品行业覆盖窄。上海进博会的首发产品涵盖了众多行业,从高端制造业的精密仪器、航

空航天设备,到消费领域的高端时尚品牌、智能家电等。以高端制造业为例,一些国际知名的机床制造企业在进博会上展示了最新的智能机床,其精度和智能化水平达到了行业领先水平。在医疗领域,也有全球顶尖的医疗设备制造商首发新型的医疗诊断设备,这些设备能够在疾病的早期检测和精准治疗方面提供更有效的解决方案。而海南消博会的首发产品行业覆盖相对较窄,主要集中在消费类产品,尤其是与海南本地特色相关的旅游商品、热带农产品、海洋特色产品等。在高端制造业、高新技术产业等领域的首发产品寥寥无几。例如,在往届消博会中,几乎没有看到像半导体芯片制造、高端航空航天零部件等高科技产品的首发。行业覆盖广度的局限性,使消博会在首发经济的整体影响力上难以与进博会相提并论。

对国际采购商和专业观众吸引力不足。上海进博会吸引了来自全球各地的大量国际采购商和专业观众。据官方数据统计,在2023年进博会期间,有来自100多个国家和地区的超过20万人次的专业观众参与。这些专业观众包括大型跨国企业的采购团队、行业专家、贸易商等。国际采购商的参与度高,使得进博会上首发产品能够更快地对接全球市场,达成订单意向。例如,一些欧洲的大型零售商在进博会上与中国的供应商签订了大量关于首发产品的采购协议,将中国的首发产品引入欧洲市场。海南消博会对国际采购商和专业观众的吸引力相对较弱。尽管消博会也在积极拓展国际影响力,但由于多种因素制约(如地理位置、国际知名度等),其吸引的国

际采购商和专业观众数量相对较少。以消博会2024年的数据为例,国际采购商和专业观众的数量大约在5万人,且主要来自亚洲地区。这种国际参与度的差距,导致消博会首发产品的市场对接范围相对较窄,在首发经济的国际化进程方面滞后于进博会。

配套服务和政策支持有待加强。上海在举办进博会期间,提供了全方位的配套服务和强有力的政策支持。在物流方面,上海拥有国际化的港口和高效的物流配送体系,能够确保首发产品快速、安全地进出境。上海市政府出台了一系列税收优惠、通关便利等政策,鼓励企业在进博会上进行首发活动。例如,对于在进博会上首发的高新技术产品,给予一定期限的关税减免政策,大大降低了企业的成本。海南消博会虽然也有一定的配套服务和政策支持,但力度和完善程度还有待提高。尽管海南的物流基础设施在不断完善,但与上海相比,在国际物流物流服务方面仍存在差距。在政策支持方面,虽然有针对性消博会的一些税收优惠政策,但在覆盖范围和优惠力度上相对有限。例如,一些非本地特色产业的首发产品,可能无法享受到与本地特色产品同等的政策优惠,这在一定程度上影响了企业在消博会举行首发活动的积极性。

借鉴上海进博会的成功经验,不断提升消博会对首发经济的影响力

完善政策体系,构建优质营商环境。一是建立健全相关政策法规。政策支持是会展经济健康发展的基石。消博会应积极借鉴上海进博会的经验,在税费减免、资