

第二届中国国际消费品博览会举行——

共享开放机遇 共创美好生活

■本报记者 佟欣雨

写在前面

“老朋友如期赴约，新朋友慕名前来。”7月25日，第二届中国国际消费品博览会(简称“消博会”)在海南省拉开帷幕，为中国与世界经济发展增添一抹亮色。

2021年，习主席向首届中国国际消费品博览会致贺信时指出：“举办中国国际消费品博览会，提供一个全球消费精品展示交易平台，有利于世界各国共享中国市场机遇，有利于世界经济复苏和增长，也有利于中国为世界提供更多优质消费品。”

时隔1年，在国内新冠肺炎疫情与复杂国际局势相互交织的背景下，举办以“共享开放机遇 共创美好生活”为主题的第二届消博会，是我国克服难、履行对外开放承诺的坚实行动，也是高效统筹疫情防控和经济社会发展的重要举措。

消博会的背后，是拥有14亿多人口、超4亿中等收入群体的超大规模国内市场。开放大门越开越大的中国携手世界共享机遇、共创未来，将更好推动消费恢复和潜力释放，为世界经济复苏和增长增添新动能。



相关链接

「云购物」数据折射消费新变化

绿色低碳深入人心，实体商业触网上「云」，县乡市场培育壮大

走进位于新疆乌鲁木齐经济技术开发区的保税直购中心，来自全球30多个国家和地区的箱包、化妆品、零食等千余种跨境进口商品让人目不暇接。市民于佳佳正准备扫码在小程序下单，“免税叠加促销优惠，非常划算，手机下单第二天就能配送到家。”

和于佳佳一样，“云购物”已经成为越来越多人的消费选择。今年上半年，全国网上零售额同比增长3.1%。2021年我国实物商品网上零售额突破10万亿元，规模居世界第一。“云购物”深刻改变群众日常生活的同时，也折射出消费的新特点、新变化。

今年6月，某电商平台的智能家居类商品销量同比增长108%，除空调销量同比增长176%，空气净化器销量同比上涨163%。由此可见，绿色、低碳、健康、安全等新消费理念越来越深入人心。

“从中长期看，随着经济发展和居民收入稳步增长，消费向品质型、多样化升级趋势不会改变，消费潜力足、韧性强的特点没有改变，消费对经济循环的牵引带动作用将进一步增强。”中国宏观经济研究院研究员王璐说。

伴随消费升级步伐，如今消费者的购物车既装着全球好物，也不乏国货优品。“‘90后’‘95后’年轻人群成为新的消费主力，他们更愿意为个性、兴趣买单，对国货国潮有很高的消费热情。”电商平台相关负责人表示。

国家统计局数据显示，今年上半年，全国实物商品网上零售额同比增长5.6%，占社会消费品零售总额比重为25.9%。网上购物火热的同时，更多实体商业也纷纷触网上“云”，线上线下消费融合脚步加快。从传统电商到社交电商再到即时零售、同城零售，零售行业已经走向线上线下联动的全渠道发展，线上线下资源的整合，将产生“1+1>2”的效果。

“疫情在很大程度上推动了零售业‘万物到家’进程。”某化妆品零售商相关负责人说，入驻零售平台带动了全国门店销量持续增长，今年“618”促销期间，单日订单销售额环比增长超6倍。

近年来，随着县域商贸布局不断优化、流通设施日渐完善，县乡消费市场供给更加丰富，下沉市场消费潜力正在加速释放。培育壮大下沉市场，无疑将成为进一步挖掘消费潜力的新空间。

“我国乡镇和村两级消费市场占全国总体消费市场的38%。”商务部新闻发言人束珏婷表示，他们将会同有关部门继续加大工作力度，加快补齐基础设施和公共服务短板，鼓励日用消费品、家电、家居等品牌企业下沉供应链，提供直供直销、集中采购、共同配送等服务，增加优质供给，推动城乡居民共享品质消费。

(新华社记者 王雨萧、孙少雄)

「梅开二度」的崭新期待

注入消费复苏强心剂

转正。未来，进一步巩固经济复苏的坚实基础，还需大力推动消费恢复和潜力释放。作为今年我国四大展会中首场在线下举办的展会，消博会的盛大开幕为市场消费持续恢复注入“强心剂”，也为全球经济复苏提供新的增长动力。

去年5月，首次亮相的消博会“一炮而红”，各方采购商和专业观众数量超过3万人，进场观众超过24万人次。今年，人们对“梅开二度”的消博会寄予更高期待。

事实上，展会对经济的拉动作用并不单单在会场，线下参展带来的住宿、餐饮、运输、通信、旅游、贸易等周边相关收入，往往能达到展会总收入的数量级。第二届消博会期间，秀英区旅游和文化体育局联动区域内景区景点、宾馆酒店及餐饮场所等，共同推出各类优惠促销活动及专属旅游线路。参展观展人员可在海上体验皮划艇、摩托艇、帆板等丰富的休闲娱乐活动。

海南国际经济发展局工作人员介绍，根据综合测算，首届消博会综合拉动系数为1:12.3，对当地经济发展起到显著促进作用。在消博会溢出效应的助力下，2021年，海南离岛免税销售继续保持快速增长态势，全年离岛免税销售额突破600亿元，成为吸引境外消费回流的新生力量。

“参展商变投资商，展品变商品”，是对首届消博会的总结。会后，许多参展的知名企业“留”在了海南。来自全球的一批头部品牌在海南注册成立企业，布局区域总部、运营中心和生产基地，深耕中国市场。今年，除开展100多场线上线下采购对接、洽谈签约、行业推介等市场活动外，很多团组和客商还将到海南各地考察交流，参与海南自由贸易港建设。

此外，乘着举办第二届消博会的东风，海南省将追加发放1亿元消费券“大礼包”，优先支持离岛免税、餐饮、零售等重点行业，叠加消博会效应，进一步放大刺激消费的拉动作用。

引领消费升级新趋势

“华夏风物”的转型新生

可飞行的汽车，智能换水烘干的扫地机器人，1米外就能识别人脸的智能锁……第二届消博会首次开设的国货精品馆里，不少高科技国货精品亮相“华夏风物”展区，展现中国品牌的成长潜力。

占地5000平方米的国货精品馆重点展示国内消费精品和老字号。“华夏风物”馆是其中面积最大的展区，集中展示30余个国内知名品牌的200余款新品。

汇聚来自中国和世界各地的“高、新、优、特”消费精品，是消博会吸引众多客商的最大优势。本届消博会新增设国内精品馆区，期间广东、浙江、云南、新疆等多地将举办消费精品推介会，向全球消费者展示中国消费精品的独特魅力，从而吸引更多中国企业参展，引领国内消费潮流，支持国内消费精品和企业走向世界，推动消费升级新需求的释放。

在此前召开的新闻发布会上，商务部相关负责人表示，当前，我国消费市场呈现恢复增长态势，消费韧性强、潜力足的特点没有改变，消费发展长期向好的基本面没有改变，消费提质升级的

多客商的最大优势。本届消博会新增设国内精品馆区，期间广东、浙江、云南、新疆等多地将举办消费精品推介会，向全球消费者展示中国消费精品的独特魅力，从而吸引更多中国企业参展，引领国内消费潮流，支持国内消费精品和企业走向世界，推动消费升级新需求的释放。

在此前召开的新闻发布会上，商务部相关负责人表示，当前，我国消费市场呈现恢复增长态势，消费韧性强、潜力足的特点没有改变，消费发展长期向好的基本面没有改变，消费提质升级的

畅通国内国际双循环

“全球精选”的广阔舞台

走进消博会6号馆，来自一家跨境电商企业的智能物流车摆放在展台最显眼的位置，背后是立体物流传送带，呈现出满满的科技感。随着跨境电商平台的快速发展，消费者“云端”的购物车中加入了越来越多的国际消费精品。

场馆另一侧，国内多家免税企业在此汇聚，云集众多知名品牌与全球精品。

消博会6号馆是此次专门增设的“买全球”双循环展区，1.3万平方米的区域内集合了多家免税零售、跨境电商、医药健康等头部企业，浓缩体现一体化跨境供应能力，为品质生活开启“全球精选”模式。

双循环专属展区的设置，成为近年来海南自由贸易港建设的缩影。对标世界最高水平的开放形态，180多项政策措施接连落地生效。零关税、低税率、简税制，贸易、投资、跨境资金流动、人员进出、运输往来自由便利，数据安全有序流动……日益完善的政策制度体系为畅通双循环提供有力支撑。

通过近两年的实践，消博会不仅成为展现广阔中国市场的重要窗口，也成为消费者与企业实现“买全球卖全球”的重要平台。

消博会的广阔舞台，不仅将国外头部品牌“引进来”，也推动更多国内知名

大趋势没有改变。

2021年，我国人均GDP达到1.25万亿美元，稳居中等收入国家行列。在此基础上进一步推动消费发展，不仅是追求规模的持续扩大，还有品质的逐步提升。从商品消费到服务消费，消费者对于品牌特色与多元化商品和服务的需求不断上升。消博会的举办，让人民群众在家门口就能够享受国内外精品商品和服务，从而满足不断升级的消费需求。

在消费升级背景下，传统老字号如何焕发新生？在消博会广西主题馆，梧州六堡茶非物质文化遗产传承人现场进行茶道表演，既有娴熟的技艺展示，又有细致的文化讲解。展馆内瞬间茶香四溢，品茗观众接踵而来。展会现场，各具地域特色的省区市展馆纷纷亮出地方消费精品和老字号品牌，线上线下融合把握“国潮”消费趋势，积极寻求更广阔的市场。

品牌“走出去”，畅通国内经济循环，增强经济增长动力。“本届消博会吸引来自国内外的参展品牌2800余个，为各国企业共享中国市场提供了机遇，也为中国和各国消费精品销往全球创造商机。”新闻发布会上，商务部相关负责人介绍，“消博会有利于联通国内国际两个市场，推动商品、服务等资源要素高效配置，更好服务构建新发展格局。”

值得一提的是，区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)成员国积极参展，成为本届消博会的一大亮点。RCEP生效后，许多企业期望通过消博会平台进一步开拓中国市场。来自7个RCEP成员国的多家企业参展，参展总面积较首届增长近20%。企业为中国消费者带来更多高质量的产品，推动成员国之间实现更深层次的经济融合，也为促进可持续的经济复苏提供新活力。

上图:7月25日，观众在消博会现场拍照留念。新华社记者 张丽芸摄

Infographic titled '释放消费潜力 促进持续恢复' (Release Consumption Potential, Promote Sustainable Recovery). It includes sections for '发展目标' (Development Goals), '重点举措' (Key Measures), and '发挥新型消费优势' (Leverage Advantages of New Consumption). The central part features statistics: '国家统计局数据显示，今年6月份，我国社会消费品零售总额同比增长3.1%。在重重压力之下，国内消费呈现回升势头，积极变化明显增多。' (According to the National Bureau of Statistics, in June this year, China's social consumer goods retail总额 increased by 3.1% year-on-year. Under significant pressure, domestic consumption shows a rebound momentum, with significant positive changes.) It also lists 20 key measures proposed by the State Council to promote consumption recovery.

资料来源：人民日报
制图：彦硕