

海南本土企业借消博会平台对接资源开拓市场

## 「主场作战」秀出「看家本领」

第六届中国国际消费品博览会正在海南举行。这场汇聚全球精品的盛会，不仅是一场全民共享的消费盛宴，更是一份开放包容的宣言、一座展示创新的舞台、一次合作共赢的邀约。本届消博会上，海南本土企业亮风采、寻商机、拓市场，多家企业携首发新品、硬核技术、特色好物“盛装登场”，各展所长、各显神通，在“家门口”的国际舞台上对接全球资源，抢抓发展机遇，开拓多元市场，书写自贸港企业发展的崭新篇章。

□本报记者 陈晓洁

### 晒新品亮特色 本土好物聚人气

“第一次见斑斓味的燕窝，清爽可口，味道非常独特。”4月16日，消博会3号馆内的海南华顶燕窝国际贸易有限公司展台前，不少观众围着新品斑斓燕窝品鉴点评、拍照分享。这款将马来西亚燕窝与海南本土斑斓相融合的新品，是该企业特意为消博会打造的首发之作。

“4月10日，我们在海口综合保税区的即食燕窝加工项目正式投产，赶在本届消博会上进行了首发首秀。”该公司运营总监王盼盼介绍，作为消博会“全勤生”，华顶燕今年实现了“从生产车

间到展会现场”的无缝衔接，新品一经亮相便吸引了众多国内外采购商、经销商洽谈合作，现场签约意向不断。

不远处的南国食品展台同样热闹非凡，阵阵椰香扑鼻。“刚尝了一下南国新出的生椰燕麦棒，味道确实不错，我们打算谈一谈长期合作，当作酒店伴手礼。”来自澄迈的采购商陈云霞说完，便与现场工作人员互留了联系方式，开启精准对接。

“消博会为我们搭建了向采购商展示核心实力的舞台，我们不仅能借助展会洽谈合作，

还能透过展会观察市场发展趋势，推动产品不断更新。”南国食品的工作人员陈雷介绍，本届消博会，企业紧扣市场消费趋势，推出了生椰乳、生椰拿铁、生椰开心球、生椰燕麦棒等4款消博会联名新品，将海南椰香与消博盛会深度融合，进一步拓宽了市场空间。

本届消博会上，一批批融合琼岛特色、贴合市场需求的新品好物，用独特的产品魅力吸引目光、集聚人气，不仅有效推动了“海南制造”“海南味道”出圈，提升了影响力，也有力彰显了自贸港本土企业的创新活力与发展潜力。



▲4月16日，在3号馆南国食品展台，生椰拿铁等产品受到关注。  
本报记者 康登淋 摄

### 寻商机拓市场 深化合作促发展

与亚洲杯乒乓球冠军奖杯合影、体验“中国鹰眼”乒乓球挥拍分析系统、感受“AI+体育”的灵活便捷……1号馆内，由海南众和万联文化体育有限公司联合香港德天控股集团打造的“众和万联·体育”展台首次亮相消博会，将体育运动搬进展会现场，让观众沉浸式感受体育魅力，成为一大亮点。

展会期间，海南众和万联文化体育有限公司分别与德天集团、北京梦奥体育文化发展有限公司签署合作协议，标志着海南自贸港在国际体育赛事服务、琼港体育合作、全民健身推广及“体育+”融合发展领域迈出关键一步。

“哇，终于能近距离看张雪机车了！”在5号馆，首次亮相消博会的张雪机车借盛会东风拓展市场、提升品牌影响力，该展台前围满了拍照打卡的群众，大家争相与冠军同款机车合影。

张雪机车海南海口店负责人吴钟发介绍，展会期间，每天都有大量观众咨询购车事宜，

工作人员一一引导大家前往线下门店试驾、购买，通过消博会平台助推更多国内外群众深入了解张雪机车品牌。据悉，目前张雪机车在海口和三亚均有线下门店，正在建设的琼海店预计5月中旬开业。

从新品亮相收获认可，到精准对接挖掘商机，再到深化合作拓展版图，海南本土企业在消博会上的每一步实践，都彰显着自贸港的开放与活力。乘着消博会的东风，依托海南自贸港的政策红利，本土企业纷纷表示，将持续深耕创新和市场，把展会收获转化为发展实效，推动本土品牌提质增效，为自贸港建设赋能。



第六届消博会正在海南火热开展。连日来，记者走访发现，无论是首次参展的“新朋友”，还是连续多年赴约的“老伙计”，都在这一国家级展会上找到了属于自己的舞台。企业借展落子、产业深耕升级，无不展现出本届消博会正成为为中国市场汇聚全球消费精品的“强磁场”。

□本报记者 雷雷

## “新朋友”抢滩 “老伙计”升级

第六届消博会成汇聚全球消费精品“强磁场”



①东莞潮玩展区互动展位展出的国风机甲系列产品造型精美、引人注目。  
本报记者 康登淋 摄

②在英乔实业展厅内，羊驼制品吸引参展商关注。  
本报记者 苏瑞坤 摄

③在OSIM傲胜展位，参展嘉宾现场体验按摩椅。  
本报记者 苏瑞坤 摄



### A 从首秀到布局 “新朋友”借展落子

首次参加消博会的德国企业Mom's Garden，收获远超预期。“整体感受可以用三个词概括：专业、高效、开放。这几天我们已经对接了多家线上跨境贸易平台以及康养机构，现场设置的引流活动非常受欢迎，很多消费者在了解自身身体状态后直接线上购买产品。”4月16日，Mom's Garden大中华区市场总监沈金龙告诉记者，下一步该企业计划在海南落地“骨骼健康体验中心”，将以快闪店或品牌专区形式试水，结合海南的康养旅游场景，为中老年游客、运动人群提供骨密度检测和专业咨询。

同样首次参展的还有海南文化区域公用品牌“海南潮品”。“海南潮品”授权企业海南寰海阁文化投资发展有限公司带来了以海南长臂猿、坡鹿、叉尾太阳

鸟为原型的毛绒文创产品，海南热带植物刺绣冰箱贴以及湿地镂空明信片等生态主题产品。“我们希望通过消博会，让生态知识‘可带走、可日常使用’。”该公司文化传播发展事业部工作人员谭文彬说。

东莞市潮玩协会今年首次组织7家头部企业集体亮相。“消博会是国际性展会，外商多，本次参展让我们在更多国内外友人面前完成了亮相。”东莞市潮玩协会执行秘书长董渊表示，明年将组织更多原创IP企业参展。东莞市微石文化科技有限公司（拼酷）总经理熊毛告诉记者，公司目前在全国已有三十余家门店，正在考虑落地海口，“海口政府部门非常支持，本地企业也在积极同我们对接，我们期待尽快将产品落地在海口。”

### B 从展商到深耕 “老伙计”数载相随

连续六年独立参展的新加坡企业OSIM傲胜，是消博会“全勤生”之一。OSIM傲胜（中国）品牌营销副经理周曼妮介绍，今年全球首发的uDream AI 5感养身椅获得红点大奖，开展仅一个多小时就接连签下多笔订单。她表示，为响应市场需求，傲胜2021年就在海口万象城开设海南首家直营门店，完成了从“展品”到“商品”再到门店体验的闭环。

同样六年“全勤”的泰国企业正大集团，今年携200余款明星产品参展。正大集团农牧食品企业中国区市场中心资深总裁张曙晖特别提到旗下兴隆咖啡的突破，通过“全球采购、海南加工、全球销售”模式，税费大幅减少，实现了从“产品出海”到“品牌出海”的转型升级。

来自新西兰的太平洋羊驼家纺集团已参加了五届消博会。“好多回头客带朋友过来，几年下来积累的

粉丝越来越多。”该集团常务董事耿聪表示，他们计划在海南落地一家门店。泡泡玛特则是第四次参展，其相关负责人表示：“我们希望通过消博会，让更多人看到泡泡玛特丰富多样的IP，伴随全球化业务拓展，持续为全球消费者带来美好体验。”

去年仅有两个小展台的香港汉方膳食营养补充剂品牌“小主”，今年升级为100平方米的独立展位，并成为本届消博会官方特别支持合作伙伴。小主控股有限公司市场总监赵云龙说，去年品牌首次参展，6天直播销售额近3000万元，目前品牌已入驻多家海口机场免税店，正积极谋划在海南建设南药种植基地。

从“首秀”到“首店”，从“展商”到“投资商”，迎着时代的奔涌浪潮，消博会正见证着一场全球消费品牌与海南自贸港的“双向奔赴”。

本报4月16日讯（记者 梁冰）4月14日，第六届消博会电子商务国际合作圆桌会在海口举行。

会议以“电子商务·琼聚共赢——共拓中国市场，共享全球机遇”为主题，以圆桌对话、精准撮合、成果落地一体化模式，打造全球电子商务国际合作的高端平台。大会集中签署7个重点合作项目，涵盖供应链合作、品牌代理、平台入驻、仓储物流等领域，一批中外企业成功牵手，境外优质商品加速进入中国市场，中国平台、技术、服务同步走向全球，实现资源互通、市场共享、互利共赢。

大会专题对话环节大咖云集，多国驻华使节依次发言，分享各国特色产业与合作愿景，共话数字贸易新机遇。商务部电子商务司权威发布2026年电商惠全球重点活动，为全球伙伴带来一系列政策利好与合作机遇。

活动现场还设置专属对接区与一站式服务站，实现平台、采购商、服务商、境外企业精准匹配、高效洽谈。头部电商平台与境外供应商、消博会参展商面对面洽谈，围绕商品入驻、采购合作、流量扶持、品牌推广等核心需求高效对接；海关、税务、金融、物流、法律等专业机构现场驻点，提供通关、税务、支付、物流、合规等全流程咨询服务，扫清合作落地障碍；多语种翻译与政策专员全程保障，让跨国沟通零障碍、合作推进更顺畅。

本次大会同步打造“一国一爆品”特色展示区，精选近30个丝路电商伙伴国的标杆好物，展示各国特色品类，依托消博会平台与头部电商流量扶持，助力境外优品快速打开中国市场，实现“展品变商品、商品变爆品”，以好物为桥，深化全球电商互利共赢。

电子商务国际合作圆桌会举行

7个重点合作项目完成签约