

# 消博会释放“消费中国”的魅力

第六届中国国际消费品博览会4月13日至18日在海南举行。在全球地缘政治冲突延宕、保护主义抬头、经济复苏乏力的背景下，消博会成为观察中国消费活力与开放决心的重要窗口。海外人士认为，超大规模市场的韧性，高水平对外开放的坚定姿态，与世界共享发展红利、共拓增长空间的愿景，正是“消费中国”的魅力所在。



国朝焕新姿，观众在消博会上参观特色文创产品。新华社记者 张丽芸 摄

## 呈贡区高楼消防码上线 扫码即可上报隐患 一键守护高楼安全

4月15日，昆明市呈贡区举行“码上守护，平安万家”高楼消防码上线仪式，全区高层建筑迎来专属“消防身份证”，通过数字化手段破解高楼消防治理难题，构建群众、物业、社区、消防四方联动的闭环管理新模式。

昆明市呈贡区消防救援局局长商松介绍，高层建筑体量大、隐患多、管理难度大，是消防治理的重点难点。此次上线的“高楼消防码”，依托数字化平台整合了建筑基础信息、消防安全管理、火灾风险预警、消防设施运行、物联感知设备状态等数据，为每一栋高层建筑赋予专属的“消防身份证”。

据介绍，“高楼消防码”小程序目前已开通建筑详情查看、消防知识宣传、扫码上报隐患、巡查整改销号等核心功能，此外还搭建了基础信息、责任公示、风险预警、隐患处置、物联监测、便民服务六大模块，覆盖消防管理、群众服务、应急防控全场景。

其中，隐患处置模块是核心亮点。市民、巡查人员扫码即可上报隐患；物业、网格员扫码开展巡查整改；行业部门实时掌握风险分布情况。系统自动派单、到期预警、整改复核、线上销号，形成“上报—交办—整改—销号”全闭环，群众可随时查看处理进度，实现“事事有回音、件件有着落”。

除隐患上报外，市民还可通过小程序学习高层防火、逃生自救、器材使用等消防知识，内容随季节与风险动态更新；同时可订阅消防疏散短信通知，紧急情况下第一时间获取预警与逃生指引，推动消防安全从“政府管”向“全民防”转变。

此外，基础信息模块可查看建筑用途、层数、实景影像，助力救援精准快速；责任公示模块公开管理、维保、值班等责任人信息，压实“最后一米”责任；风险预警模块运用大数据、AI生成风险评估，实现分级管控；物联监测模块整合火灾报警、水压水位、电气监测等设备，故障自动预警、维保可追溯。

商松介绍，下一步将加快功能完善，力争今年5月底实现核心功能全面优化；2026年底前完成全区高层建筑“一楼一码”全覆盖；以高楼消防码为抓手，打造全时段、全领域、全链条的高层建筑数字化消防管理体系，筑牢高楼消防安全防线，守护辖区群众生命财产安全。

本报记者 罗宗伟

## 强大磁场吸引全球品牌

本届消博会是“十五五”开局之年中国重大展会的“首展”，也是海南自贸港全岛封关运作以后的“首秀”。“五自由便利、一安全有序”和“零关税、低税率、简税制”等海南自贸港政策红利让“展品变商品”高效落地，系列便利措施使“消费中国”成为吸引全球企业的强劲磁场。

离岛免税新政策叠加封关带来的人气，海南旅游消费市场持续升温。据海口海关统计，今年第一季度，海口海关共监管海南离岛免税购物金额142.1亿元，购物人数181.6万人次，购物数量1097.7万件，同比分别增长25.7%、18%和12%。

本届消博会上，60多个国家和地区的超3400个品牌集结亮相，国际展品占比65%，较2025年提升20个百分点。

法国欧莱雅是消博会“老朋友”，已经连续六年参展。欧莱雅集团旅游零售亚太区总经理吉泽斯·阿比亚说，海南是全球最具活力的旅游零售目的地之一，为重塑面向新一代游客的美妆零售模式提供了舞台。

吉尔吉斯斯坦经济学家沙尔舍耶夫说，海南自由贸易港封关运作具有重要意义。结合消博会平台，海南提供了检验新贸易模式、吸引投资和优化供应链的“实实在在的机制”。

本届消博会上，保加利亚首次设立国家馆。保加利亚工商会副会长瓦西尔·托多罗夫介绍，以消博会为代表的中国各类展会为海外企业提供了优质参展条件，是对接中国市场的便利窗口。

## 持久韧性增添企业信心

中国海关总署数据显示，今年一季度，中国进口4.99万亿元，增长19.6%，规模创历史同期新高。强劲贸易数据背后是中国市场为全球企业抵御风险、布局未来提供的坚实支撑。

作为本届消博会主宾国，加拿大搭建400平方米国家馆，组织近40家企业携特色展品集中亮相。“我每天都与加拿大企业交流，最直观感受是中国市场的稳定性超出预期。”加拿大国际贸易促进会会长郑小玲说，当前全球经贸形势错综复杂，不少中小企业在布局全球时倍感焦虑，中国消费市场的韧性为它们注入“强心剂”。

中国拥有14亿多人口和庞大中等收入群体，消费升级态势稳固，内生动力持续增强。郑小玲认为，中国中等收入群体不仅规模巨大，而且消费逻辑越来越成熟。“消博会作为国家级平台，直观展示了这种活力。”

本届消博会上，美国宝洁公司首次为高端护肤品牌“SK-II”设置独立展位；日本资生堂也展出旗下高端化妆品品牌产品。《日本经济新闻》报道认为，和资生堂一样，不少外企希望借助消博会平台开拓中国市场。

“即使外部环境有波动，中国对高品质产品和服务的需求仍在持续增长。”在德中经济联合会理事长克萊门斯·舒特看来，中国消费市场整体非常稳定，且展现出很强的韧性。中国不断推进制度型开放，让企业对中国市场充满信心。

## 深度融合助力长远发展

作为引领消费升级的“风向标”，消

博会为全球优质消费品进入中国市场搭建更高效便捷的通道，也为促进消费提质扩容、激发中国超大规模市场潜力注入新动能。越来越多国际企业正持续优化在华发展路径，融入中国经济高质量发展进程，在共享机遇中实现互利共赢、长远发展。

透过消博会等窗口，中国消费市场智能化、绿色化、品质化的升级趋势清晰呈现。“中国在智能化方面的发展速度令人印象深刻，我们希望成为这一进程的重要参与者。”奥迪全球首席执行官格诺特·德尔纳（中文名高德诺）日前接受新华社记者采访时说，奥迪近年来不断升级在华合作模式，从最初的“德国车型本地生产”转向与合作伙伴及科技企业开展深度协同，将中国技术融入自身产品体系。

三星中国首席副总裁张代君告诉记者，依托中国的对外开放政策与国家级展会平台，三星深度融入中国本土创新生态。三星已在中国设立13个研发中心，实现“在中国研发、为世界创新”，还与近3000家中国供应商构建稳定合作生态，共同提升产业链水平。

谈及中国举办消博会、推进海南自由贸易港建设等举措，马来西亚厂商联合会主席李祖国说，对制造业而言，中国既是重要市场，也是关键生产基地，中国持续扩大开放有助于强化供应链互联互通，深化亚洲区域产业合作。

潮起海之南，开放向未来。面对动荡国际局势，中国将继续依托强劲市场引力，以开放之姿、稳定之能、共赢之诚，与世界各国携手共享发展机遇，为全球经济增长作出更大贡献。

新华社记者 陈斯达