



●昨日，首屆中國國際消費品博覽會在海南海口開展。圖為德爾沃的多款迷你包亮相消博會。 中新社



●斯沃琪自製腕錶受歡迎。 香港文匯報記者何玫攝

●新華社 多國人士讚中國讓世界共享發展機遇

首屆中國國際消費品博覽會6日在海南省海口市開幕，國家主席習近平致賀信。多國人士表示，舉辦國際消費品博覽會不僅是中國同各國共享發展機遇的重大舉措，還將對各國加強合作、實現互利共贏產生重要影響。

歐萊雅集團北亞區總裁兼中國首席執行官費博瑞：消博會是集全球消費領域資源的精品交易平台，為全球消費品品牌進入中國這個巨大市場提供了新機遇。消博會表明中國進一步提升對外開放水平的決心，歐萊雅對中國市場未來充滿信心。

韓國京畿大學教授劉子陽：消博會是中国進一步擴大對外開放、與世界共謀發展的重要體現，將為推動世界經濟復甦和經濟全球化貢獻中國力量。

印尼智庫亞洲創新研究中心主席班邦·蘇爾約諾：在有效控制疫情之後，中國利用自身經濟快速復甦的優勢，進一步擴大開放，為全球消費品企業進入中國市場、享受中國發展紅利搭建平台。

俄羅斯-塔吉克斯拉夫大學地緣政治研究中心主任古澤爾·邁特金諾娃：中國用多種方式同世界共享中國發展成果。在新冠疫情仍在蔓延時，中國作為世界經濟重要火車頭，為世界經濟復甦作出努力。

埃及埃中商會秘書長迪亞·赫爾米：對埃及來說，這是一次開展物流和消費品市場合作的絕佳機會。

日本佳能全球戰略研究所研究主任瀨口清之：展望全球市場，未來10到15年，沒有一個市場能像中國市場一樣吸引人，期待包括日本企業在內的各國企業在消博會期間抓住進入中國市場的機遇。

西班牙誠信集團總裁哈維爾·洪克拉斯：多年來，中國的消費理念一直在變化，並已成為最強大的市場之一，中國舉辦消博會為來自不同國家的產品提供了平台。



●NBA展台吸引觀衆。 香港文匯報記者何玫攝

消博會助跨國企業做大蛋糕

減稅惠企共享中國機遇 免稅消費提升供應鏈效率



●昨日，觀衆在消博會現場體驗智能運動產品。 新華社

香港文匯報訊 綜合記者何玫、新華社及中新社報道，8萬平方米展覽面積、1,300多個國際品牌……正在海南舉行的首屆中國國際消費品博覽會（以下簡稱消博會）雲集約70個國家和地區的「高、新、優、特」尖貨精品，打造亞太地區最大消費精品展。消博會再次顯現中國市場的強大「磁力」，向各國釋放共享中國機遇、推動世界經濟復甦和增長的新信號。在4天展期裏，消博會上的2,628個中外消費品牌，預計將吸引20萬人次專業人士和社會公眾觀展。

重達3.1噸的美產進口喬治·巴頓戰車GX在開幕前已運抵海口秀英港。「這台車價值380萬元，我們後面到港的還有林寶堅尼、平治、勞斯萊斯等車型。」凱沃國際貿易（海南）有限公司董事長李澤源說。李澤源去年在海南註冊了公司，他說：「中國正建設海南自貿港，這裏有很多優惠政策，比如減稅，這將會為企業節省幾十萬元成本。」

實現全球買家賣家直接交易

去年7月1日起，海南離島免稅購物政策實施第六次調整，離島免稅購物額度從每年每人3萬元人民幣提高至10萬元人民幣，取消單件商品8,000元人民幣免稅限額，新增手機、平板電腦等7類商品，化妝品單次購買數量從12件提高到30件。市民在消博會上的消費不會佔用每年10萬元人民幣的額度。

「舉辦消博會就是圍繞海南『國際旅遊消費中心』建設，打造國際消費精品的全球展示和交易平台。」商務部副部長王炳南說。他指出，消博會可實現全球買家、賣家的直接交易，引進海外優質消費品，彌補國內高端供給不足。

展出時尚生活珠寶等高端消費品

據了解，首屆消博會以高端消費品為主，展覽總面積8萬平方米，是亞太地區規模最大的消費精品展。其中國際展區6萬平方米，分為時尚生活、珠寶鑽石、高端食品保健品、旅居生活和綜合服務五大專業展區。

英國戴比爾斯永恒印記全球CEO劉行淑在7日下午舉行的全球消費創新暨免稅與旅遊零售大會上表示，中國已經成為世界第二大鑽石市場，過去十年中以指數級的速度持續增長。

戴比爾斯永恒印記是全球領先的鑽石珠寶品牌，隸屬於擁有超過130年專業鑽石經驗的戴比爾斯集團。

劉行淑表示，戴比爾斯永恒印記於2008年推出，目前遍佈全球超過32個主要市場。按目前發

展趨勢，據該公司預測，到2026年，中國鑽石珠寶市場的商機高達1,000億美元，佔據全球市場20%的份額。

近年來，海南自由貿易港發展勢頭強勁，她認為，海南自由貿易港在戴比爾斯集團全球鑽石珠寶供應鏈中扮演著舉足輕重的角色，中國對自貿港的相關政策將對公司的全球供應鏈布局產生重大意義。通過以海南為核心的運營基地，戴比爾斯集團可同時覆蓋中國和整個區域其他市場的供應。

她表示，未來戴比爾斯將與海南自貿港共同合作，發展加工製造、供應鏈布局和分銷中心的建設。「我們非常感謝這一全新戰略政策和海南自貿港的決策部門創造了如此巨大的機遇——以實現提高免稅消費，提升資本運作和供應鏈的效率。」

「為全球品牌進入中國搭橋」

老佛爺百貨和BHV Marais首席執行官尼古拉烏澤希望能更多地為中國市場提供時尚和生活方式方面最為專業的知識。歐萊雅集團首席執行官葉鴻慕表示，歐萊雅集團未來幾年的頭等大事之一，就是在中國市場尋求巨大的發展動力，在將歐萊雅打造成一家未來企業的路上，中國扮演著越來越重要的角色。

在強生消費品中國的展區，市場部人員正向來參觀的消費者介紹最新產品，有生髮劑、漱口水和護膚品等，以拓展其在中國的業務。強生消費品中國區總裁汪軼表示，中國市場作為強生的戰略重點市場，不僅是強生全球業務重要的增長引擎，也日益成為全球創新引擎。

強生消費品中國本次攜旗下8大品牌參加消博會。「我們期待海南自由貿易港成為中國對外開放的重要開放門戶，在推動以創新驅動的高質量發展中發揮重要作用。」汪軼說。

「消博會為全球品牌進入中國市場搭建重要橋樑，也將以消費帶動產業和資本等要素集聚，加速推進國際旅遊消費中心建設。」海南大學經濟學院教授劉家誠說。

林毅夫：中國2035年中等收入人群或達8億

香港文匯報訊 據中新社報道，全球消費創新暨免稅與旅遊零售大會7日在首屆消博會上舉行。北京大學國家發展研究院名譽院長、新結構經濟學研究院院長林毅夫在出席大會時表示，到2035年，中國中等收入人群可能會達到8億，這樣巨大的市場是中國的機遇，也是世界上所有國家的機遇。

消博會將成海南增長新動能

林毅夫表示，中國有條件實現2035年的GDP規模或城鄉人均收入水平在2020年的基礎上翻一番，2035年人均GDP應該可以達到22,000美元（約合港幣170,864元），甚至更高，而目前中國

的4億中等收入人群也有可能到2035年翻一番。

在此背景下，林毅夫指出，舉辦消博會將會是海南增長的新動能。因為隨着人們收入水平的提高，對美好生活的需求也會隨之增長，在海南舉辦消博會就是抓住了這個增長，將會成為海南高質量發展的一個新動能。

與此同時，世界也將因此受益。林毅夫表示，中國中等收入群體不斷增長，是世界上任何一家生產高消費品的企業的機遇。中國舉辦消博會是要讓所有的企業、所有的國家可以一起來抓住中華民族偉大復興所帶來的機遇，也讓中國人民可以在中國的發展過程中不斷滿足對美好生活的期望。

內地上月出口增速超预期

香港文匯報訊（記者 海巖 北京報道）中國外貿繼續強勁增長，4月出口（以人民幣計）同比增長22.2%，超出市場預期。專家預計，受益於國內外需求回暖，出口前景保持樂觀增長，今年全年進出口仍會保持較高增長，對經濟貢獻亦較明顯。

海關總署7日發布數據顯示，今年前4個月中國外貿進出口總值11.62萬億元（人民幣，下同），同比增長28.5%。4月份當月，進出口總值3.15萬億元，同比增長26.6%。其中出口1.71萬億元，同比增長22.2%，增速較3月提升1.5個百分點；進口1.44萬億元，同比增長32.2%，較3月上升4.5個百分點；當月實現貿易順差2,765億元，較3月增加1,885.2億元。

海關總署統計分析司司長李魁文表示，從去年6月

份起，中國外貿進出口已連續11個月實現正增長，與2019年同期相比，今年前4個月的進出口增速高達21.8%，說明內地統籌疫情防控和經濟社會發展取得重大戰略成果，穩外貿政策措有力有效。

專家料下半年出口保持強勁

此前市場普遍預期在低基數效應減弱的影響下，出口同比增速將有所放緩，但4月出口表現強勁，同比增速加快至32.3%，超出市場預期。保銀資本管理公司首席經濟學家張智威表示，美國經濟復甦帶動全球需求，印度的新冠肺炎疫情危機導致生產延遲，一些訂單轉移到中國。這兩個因素很可能繼續有利於中國製造商，預計中國出口增長將在下半年保持強勁，

頭四月中美貿易增逾50%

成為支撐今年經濟增長的關鍵支柱，也有助於人民幣在新興市場貨幣中表現良好。

中國對多數主要經濟體出口繼續保持較快增長。雖然低基數效應減退，4月中國對第一大貿易夥伴東盟出口增速加快27.7個百分點，達到42.2%；對第二、第三大貿易夥伴歐盟和美國出口同比分別增長23.8%、31.2%，增速較3月回落22.2個、22.1個百分點。

機電產品勞動密集型產品出口大增

海關數據顯示，今年前4個月，中國與美國、歐盟、東盟貿易增速可觀，中美、中歐及中國對東盟貿易同比分別增長50.3%、32.1%和27.6%；同期，中國對「一帶一路」沿線國家貿易增速也達到24.8%。

從出口產品看，前4個月，機電產品和勞動密集型產品出口快速增長，其中，機電產品增長36.3%，佔出口總值的59.9%，汽車（包括底盤）出口增長91.3%，服裝出口增長41%。

光大銀行金融市場部分析師周茂華預示二季度外貿開局良好，經濟復甦動能有望進一步增強。近期公布的主要經濟體製造業和服務業PMI數據理想，顯示疫苗推廣、各國內需支持政策，促進就業市場改善和消費者信心觸底回暖，經濟活躍度明顯增強，這些徵兆全球需求趨勢復甦，加之疫情反覆等因素，有望繼續支持外貿表現。未來不確定因素，主要是全球疫情反覆、病毒變異，以及商品價格持續走高對全球需求抑制作用逐步顯現。