

封关赋能 消博联动

——海南国际旅游消费中心建设提质增效

免税商圈热潮涌动，入境旅游持续升温，一年一度的中国国际消费品博览会（以下简称“消博会”）汇聚全球目光。在政策赋能、开放联动中，海南国际旅游消费中心建设不断提质增效，为海南自贸港高质量发展注入活力与动能。

眼下，海南离岛免税市场消费活力持续迸发。在全球最大单体免税店——海口国际免税城内，从美妆护肤到时尚服饰，从数码家电到酒水食品，免税商品琳琅满目。

来自青海的游客王女士特意在返程前来到海口国际免税城购物。“我挺喜欢逛免税店，能逛一整天！”王女士说，这里品牌齐全，购物环境也十分舒适。

海口国际免税城运营部相关负责人介绍，今年一季度，免税城客流量平稳上升，家庭游、亲子游游客占比高，护肤品、休闲食品、轻奢服饰等品类销售表现突出。

为推进更高水平对外开放，进一步释放离岛免税政策效应，自2025年11

月1日起，海南离岛免税政策再次优化升级，免税商品类别从45类增至47类，受惠对象扩大至离岛旅客，岛内居民只要在一个自然年度内有一次离岛记录，即可全年不限次数购买15类“即购即提”商品。

2025年12月18日，海南自贸港正式启动全岛封关运作。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%。

入境旅游同样热度不减。前不久，来自哈萨克斯坦的游客德米特伊和家人来到海南度假。“我们通关很快，一切都非常顺利。”德米特伊说。

据海口出入境边防检查总站统计，在刚刚过去的清明节假日，海南出入境旅客2.7万人次，较去年同期增长25%。

全岛封关运作后，海南继续保持全国总体最优免签政策体系，涵盖双边互免、单方面免签、59国人员入境30天免签、240小时过境免签等多重便利，免签国家已达86个，入境事由涵盖旅游、探亲、商务、医疗、会展、体育等多元需求。

同时，海南正加速织密空中网络，航线覆盖东北亚、东南亚、欧洲、大洋洲等核心区域。便利的免签政策与密集的国际航线，让世界各地人员往来海南自贸港更加便捷。

作为海南全岛封关运作后迎来的首个重大国家级展会，第六届消博会将于4月13日至18日在海口举办。本次消博会既是全球精品消费的展示窗口，更是海南自贸港开放活力的集中彰显。

展会规模持续扩容，展览面积从上届约13万平方米增至14.3万平方米，吸引了来自60多个国家和地区、3400余个品牌参展，国际展品占比达65%，全球消费精品齐聚椰城。

本届消博会着力打造全球消费精品

首发平台，一批全球好物、前沿科技、创新成果将集中亮相。

“我们以‘全球首发、亚太首展、中国首秀’为重点，集聚全球时尚消费资源，为建设具有世界影响力的国际旅游消费中心注入强劲动能。”海南省委常委、常务副省长巴特尔说。

“发放离岛免税消费券、推出‘跟着消博游海南’精品线路、举办国内外知名品牌赛事……”海南省旅游和文化广电体育厅二级巡视员袁绪良介绍，为充分放大消博会全球影响力，推动展会流量转化为旅游消费增量，海南精心策划推出“2026精品消费月暨消博嘉年华”系列活动，统筹全省文旅、体育、商务等多方资源，构建全域联动、业态融合、便民惠民的旅游消费促进新格局。

随着封关后政策效应持续释放，消博会平台功能不断增强，海南正加快汇聚全球资源、激活消费动能，稳步向具有世界影响力的国际旅游消费中心迈进。

（新华社）

搬上云端 鲜花经济迎绽放

新华社北京4月12日电“家人们！这是今年最火的花色，今天在直播间下单价格最划算！”在2026中国国际花卉园艺展览会现场，主播正激情澎湃地介绍手中的朱顶红蜡球。

4月12日，北京顺义，为期三天的展会落下帷幕。4万平方米的展馆里，约700家国内外企业带来的花朵争奇斗艳，为京城春景增添亮色。

这不只是一个花展——它更像一扇窗，透出中国花卉产业正在发生的深刻变化。

中国花卉协会报告显示，2025年中国花卉零售市场销售额近2490亿元，同比增长约13.18%，其中电商渠道实现销售额1374亿元，占比55.2%。网络正成为鲜花销售新阵地。

把更多鲜花搬上云端。在云南通海红语花卉种植园的展位前，人群围了一层又一层。负责人李元景带来的“王牌”是无土栽培的大花飞燕草。

“市面上普通的大花飞燕草只有一米二，我们的能长到一米八。”李元景拍了拍身边一人高的花株，顺手一指展板上的二维码，“扫这个就能下单，空运直达。”

李元景做电商不过两年多，线上销售已占他生意的三成。“一开始一个月就两三单，后来越来越多。”他嘿嘿一笑，“电商不光是卖货，还能把牌子打出去。”

山东菏泽的牡丹芍药也在上网的路上加速跑。菏泽牡丹芍药牡丹芍药产业发展中心党组书记练永国掰着指头算，线上销售占了一到两成半，大多是预售，“客单价均价近几年每年涨个5%到10%，还供不应求”。

福建南靖的兰花在网上卖得更“猛”。南靖县政协主席陈群伟说，全县兰花年产值约20亿元，电商卖掉了65%。

电商这把火，烧旺了销路，也烤出了行业的“痛点”。

北京海淀一位花店老板说水

商五年，感触颇深：“现在外卖平台价格战打得凶，持续降价后，品质难免受影响，最后伤的是消费者。网络就是个桥，质量不能塌。”

如何确保线上品质不“缩水”，各地都在想办法。

南靖县发布了全国首份墨兰盆花团体标准，从种植、管护到销售全程上链，并在全国首推南靖兰量子加密溯源码。“每一株南靖出去的兰花都有独一无二的二维码‘身份证’，哪家企业出的，是否正品、植株照片等，扫一扫清清楚楚。”陈群伟语气中透着底气。

菏泽则给鲜切花定了级。“达到A级以上才发货，发货前跟买家确认清楚。”练永国说。

标准、溯源、分级——电商倒逼出来的这套“组合拳”，让鲜花生意做得更稳当，也推动产业链延伸。

今年展会上，桂林桂花产业协会带来了桂花糕、桂花沐浴露、桂花香水等鲜花延伸产品。

桂林桂花公社文化传播有限公司总经理陈彦宏告诉记者，从一朵花到一块糕、一瓶露，桂花的身价正被重新定义。小桂花大产业，相关产业年综合产值已超百亿元，线上销售占两到三成。

展馆里还有一个有趣的展区：花园花境展示区“花屿小筑”“山溪栖境”成了打卡热门。观众们拍照、问品种、量尺寸，像在家装市场里“抄作业”。

“以前消费者买花回去不知道怎么摆，那我们帮他搭好场景。”一位参展商道破“天机”——电商时代，卖花也卖生活方式。

走出展馆，一位观众手里拎着刚淘的几盆绿植，笑着念叨：“以前觉得养花是中老年人的事，现在手机刷多了，总想给自己家里也添点亮色。”

从“种得好”到“卖得火”——当鲜花遇见电商，鲜花经济正在一方方小屏幕里，开出全新的模样。

“中国创新激励着集团全球发展”

——访泰佩思琦CEO高乔安

美国泰佩思琦集团首席执行官高乔安（英文名：约安妮·克雷斯沃伊斯拉特）日前在北京接受新华社记者专访时表示，中国市场是该集团的“全球灵感之源”，“中国创新激励着集团在全球的发展”。她告诉记者，中国在集团今后的全球布局中地位关键，蕴藏巨大机遇。

泰佩思琦集团2003年进入中国市场，旗下拥有奔驰、凯特·丝蓓等品牌，已在中国90多个城市开设超过350家门店。

高乔安告诉记者，泰佩思琦集团产品受到中国消费者认可，在华业务长期保持两位数增长。中国政策积极稳定、营商环境持续开放，集团对长期深耕中国市场充满信心。在她看来，中国二三线城市消费潜力正持续释放，年轻一代成为集团未来增长的关键。

“中国市场不仅是增长引擎，更是灵感之源。”高乔安强调，中国市场发展速度快、消费持续迭代升级，对集团的创新发展具有独特意义。

高乔安指出，泰佩思琦集团旗下品牌看好中国市场的创新能力和人才储备，希望以此推动全球业务增长。“希望充分利用中国的创新优势和速度，赋能集团在全球的发展。”

高乔安连续两年出席中国发展高层论坛。她说，去年与中国伙伴的交流取得良好成效，今年特意带领多位集团高管来中国，希望进一步开拓合作新机会。

谈及中国“十五五”规划的重要意义，高乔安表示，规划纲要明确提到“大力提振消费”，这让她倍感鼓舞。高乔安说，中国持续推动高质量发展，坚持对外开放、不断优化营商环境，为美资企业在华发展创造了有利条件。

“我们在市场中真切感受到，可以通过一位消费者、一次消费体验或一款产品，与人们建立真诚联结。”高乔安表示，希望业务的增长能够促进美中两国民众增进了解、加深交流，为进一步合作创造良好环境。

（新华社）

不只因油价，更因为品质 中国新能源车在墨尔本车展受青睐

新华社墨尔本4月12日电 已经退休的桑德拉10日上午开车3个小时来到墨尔本会展中心，参观2026年墨尔本车展。在极氪汽车的展位，她绕着一辆新款极氪X看了又看。来之前，她已经对这款纯电动车研究了很长时间。

“为什么要买电动车呢？是因为油价上涨了吗？”记者问她。

“我对油价不那么焦虑……我喜欢这款车的舒适性和配置。”

桑德拉的回答让记者有点意外，但极氪澳大利亚公司董事总经理李昕霖并不吃惊。

李昕霖说，此次中东战事爆发前，极氪已经感受到澳大利亚消费者对电动车不断升温的热情。他认为，电动车的吸引力不仅在价格和使用成本，还体现在自动驾驶、自动泊车等功能，以及超出同等价位油车的诸多驾乘体验。

当然，中东战事推高油价，更多消费者需求转向新能源车，也的确让李昕霖感觉到，新能源车在澳大利亚市场可能迎来加速拓展期。

在澳大利亚，普通汽油零售价格已从中东战事前的每升不到2澳元上涨到2.5澳元，柴油价格更是涨到每升3澳元以上。油价飙升引发消费者对新能源车的兴趣出现较大增长，在这一领域享有优势的中国品牌尤其受到关注。

在10日至12日举办的墨尔本车展上，记者看到中国品牌几乎占据了参展车企的半壁江山，大多数品牌都推出了新能源车型，涵盖紧凑型轿车、中型SUV、大型皮卡等多个门类，插电式混动、纯电等多种动力选择。墨尔本汽车爱好者彼得感慨，有如此多中国品牌的新能源车型可供选择，澳大利亚消费者被“宠坏了”！

澳大利亚联邦汽车工业商会最新数据显示，今年3月澳大利亚新能源车销



4月10日，人们参观澳大利亚墨尔本车展上的比亚迪汽车展台。新华社

量创下历史新高，其中比亚迪品牌表现突出。

“销售数据表明，澳大利亚消费者对中国品牌有很好的接受度。”比亚迪澳大利亚公司发言人保罗·埃利斯说。

一直以来，澳大利亚新能源汽车市场发展相对平稳。受地广人稀的条件限制，澳大利亚的充电桩基础设施建设不尽如人意。广汽国际副总经理王顺胜表示，从服务消费者的角度出发，中国新能源

车企不仅要在澳大利亚卖车，也要考虑把国内比较成熟的新能源生态布局移植到海外，比如车企与本地企业合作建设充电桩，以及开展光储充、快慢充结合，甚至换电项目等，打造多种解决方案，提升便利性，提供更好的消费体验。

长城汽车集团澳大利亚子公司总经理高振峰介绍，中国汽车品牌加速“出海”令人振奋，公司经过多年经营，在澳业务发展迅速。他表示，这只是第一步，

做好客户服务是深耕市场的重中之重，这包括完善销售服务网络，强化售后服务，消除消费者后顾之忧。

澳大利亚联邦汽车工业商会首席执行官托尼·韦伯接受新华社记者书面采访时表示，澳大利亚是全球最开放、竞争最激烈的汽车市场之一，“中国制造”在技术、价格、设计、安全等方面均具备竞争力，中国汽车品牌赢得越来越多消费者认可。

中央文明办 国家旅游局

文明旅游

每个人都是一道亮丽的风景线

