

外企持续参展消博会 彰显中国市场强大吸引力

■ 刘邓

“中国国际消费品博览会为拉普瑞斯带来了前所未有的活力，帮助我们快速打通了中国市场通路。”瑞士护肤品牌拉普瑞斯销售总监徐英俊分享了在第五届消博会上的收获。

拉普瑞斯是连续 3 年参加消博会的“老朋友”。借助消博会平台，拉普瑞斯加速进入中国市场，目前已从核心城市辐射到多元消费圈层，完成了从“破局”到“深耕”的跨越式发展。

本届消博会吸引了全球 70 多个国家和地区的 1700 余家企业、4100 余个品牌参展。其中，像拉普瑞斯这样连续多年参展的国外品牌和企业众多，他们看中了中国市场。

“中国市场拥有规模庞大且层次丰富的消费群体、潜力无限。对我们来说，消博会不只是展示产品和服务的舞台，更是深耕中国市场、引领消费趋势的前沿平台，这是我们连续 5 届积极参加消博会的关键原因。”加拿大艾纳诗集团中国区执行官李景明说。

2022 年，首次亮相消博会的新西兰家纺品牌太平洋羊驼家纺集团，持续看好中国睡眠市场，如今已在南昌、上海等城市建立线下体验空间，并同步开拓了线上渠道。

“我们集团始终将中国市场视为战略要地，积极拥抱中国‘睡眠经济’黄金机遇。”太平洋羊驼家纺集团区域总监梅根·肯尼说，“今年再次参展消博会，希望借此平台深化品牌在中国的本土化布局，进一步拓展华中、华南市场。”

新加坡按摩椅品牌傲胜连续 5 年参展消博会，在本届消博会上展示了新升级的养身椅系列产品和全新的米菲系列联名产品。“作为进入中国多年的品牌，我们高度重视也更了解中国消费者的需求。通过消博会这个世界级窗口，我们收获了超出预期的市场反响。”傲胜(中国)华东区总经理林晓慧说。

今年是中泰建交 50 周年，同样是消博会“老朋友”的泰国天丝集团不仅带来了面向中国市场的红牛功能饮料产品，也把泰国市场广受好评的产品组合带进展会现场，通过消博会的现场展示与品鉴，推动两国经贸往来和人文交流。

天丝集团首席执行官许肇雄认为，中国功能饮料行业正处于快速发展阶段，市场规模增长势头强劲。依托消博会平台，天丝集团实现了“展品”变“商品”、“参展商”变“投资商”的转变。

汽车、机器人、美妆、时装、珠宝、腕表、酒水饮料……5 年来，不同行业领域的外企在消博会扩大了“朋友圈”，找到了更多更好的商业伙伴，提升了品牌在中国消费者群体中的知名度。

时尚消费、科技消费、健康消费、服务消费等领域消费精品、新品层出不穷，参展企业数和品牌数屡创新高……5 年的消博会实践也充分证明，各方对中国市场充满信心，中国市场的澎湃活力吸引着国际品牌持续深耕中国市场，共享中国发展红利。

消博会 5 号馆精品名表展示区一角

王頔 摄

随着一场场高品质、国际化演出引爆市场，一年一度的消博会吸引全球目光，“来海南看演唱会、玩音乐节、逛品牌展”成为新风尚。今年是海南封关运作、扩大开放之年，海南正进一步释放政策红利，加快产业融合发展，以开放赋能推动消费升级，加速推进国际旅游消费中心建设。

政策红利释放消费潜力

走进全球最大的单体免税店——海口国际免税城，琳琅满目的国际品牌、令人心动的免税价格、舒适的购物环境让人身心愉悦，这里已成为绝大多数游客奔赴海口后的热门打卡点。

来自北京的游客王越第一次来到海南，特意到海口国际免税城体验免税购物乐趣。此行王越收获满满：一个心仪的手提包、一副太阳镜，以及近 4000 元的各种香化产品。

“海南免税购物的体验非常好，价格也很划算。”王越说，免税购物可以即购即提，十分方便。

离岛免税购物是海南自贸港核心政策之一，已成为海南旅游消费的“金字招牌”。离岛免税购物不仅丰富了游客在海南的旅游体验，

成都动漫产业崛起探秘

■ 黄博阳 董小红

截至 4 月 9 日，《哪吒 2》全球票房(含预售及海外)已破 156 亿。持续创下的票房神话，让成都数字文创产业的热度持续攀升，这座城市也被打上“动漫之城”的标签。

成都成为“动漫之城”，背后有着怎样的秘密？

“一杯咖啡的距离”串联起产业上下游

位于成都高新南区的天府长岛数字文创园(以下简称“天府长岛”)，总占地约 278 亩，相当于国家体育场“鸟巢”的大小。《哪吒》系列的出品制作公司可可豆动画、视效制作公司墨境天合、动画制作公司千鸟动画、科幻产业运营公司三体宇宙等 60 余家企业、6000 多从业人员在这里工作。

园区面积不小，但在这里流行一种说法：“‘一杯咖啡的距离’串联起动画产业的上下游。”成都千鸟文化传播有限公司负责人杨科在回忆《哪吒 2》的合作过程时表示，因为几家公司距离很近，相互之间经常散步过去当面沟通，兜里揣个硬盘带过去就传输了数据。

“可可豆有个执行制片人陈姐(可可豆动画执行制片人陈畅红)，是个大嗓门。她遇到棘手问题的时候，我在楼上就能听见她在下面喊‘杨科！在哪呢？！’就像邻居一样。”杨科说。

园区中“当面沟通”“硬盘直传”的协作已成常态。在邻里式的配合中，包括 IP 开发、动态分镜、特效加工、衍生品开发的全产业链快速集结。

如今，天府长岛的办公区成了游客们来成都的“打卡地”，让在这里工作的人有些不习惯；在天府国际动漫城，各类动漫主题活动轮番上阵，让这里挤满了前来游玩和“吃谷”的年轻人；在成都各相关产业园区中，担当动画项目的视觉创作团队在夜以继日地策划、更新产品。

“我们刚在成都成立分公司时并不在园区，是在一个写字楼里办公。”墨境天合成都公司总经理刘颖回忆，当时成都市政府方面与企业洽谈，拿出一整套扶持政策，于是墨境天合成都公司搬到了长岛数字文创园。“到了之后发现，这里不仅有动漫公司，还有影视特效公司、游戏公司、软件公司。大家都在一起，正好。”刘颖说。

内容创作人才紧俏

智联招聘发布的研报《中国城市人才吸引力排名：2024》显示，成都市在最具人才吸引力城市排名中位列第六，前五依次为北京、上海、深圳、广州、杭州。

成都星阑辰石文化发展有限公司创始人王磊说：“在成都可以过得很‘巴适’，这对创意人才很有吸引力。”目前，星阑辰石拥有《遮天》《那年那兔那些事儿》等动漫 IP 版权。据王磊回忆，公司在来成都创业初期，供应商来自全国各地，但现在的供应商绝大多数就在成都本地。

原力动画成都公司负责人认为，对动画制作企业来说，成都的人才资源优势十分突出，多所高校开设动画相关专业，每年培养出大量专业人才，提供了充足的人才储备。“成都生活节奏相对舒适，城市配套设施完善，能够为员工提供良好的生活环境，有助于吸引和留住人才。”该负责人说。

据统计，目前成都影视动画行业总从业人数超过 10 万人，在读影视专业学生达 22 万人。2023 年，成都应届生人才、硕士及以上人才流入占比均处全国前列，人才净流入占比较 2022 年上升 0.3 个百分点。

3 月 4 日，天府长岛举行的“立园满园·才



●成都天府长岛数字文创园

聚数创”2025 成都市产业园区人才洽谈对接会现场，发布了《成都市产业园区数字文创急需紧缺人才开发目录(2025)》(以下简称《目录》)，吸引许多求职者阅读。

翻阅《目录》可以发现，与动漫产业关系紧密的岗位中，年薪最高的岗位是编剧、角色模型师、技术美术工程师，其中编剧年薪最高可达 65 万元。

多位受访的业内人士认为，从包括动漫产业在内的整个数字文创领域来看，现在最稀缺的是能够拿出原创剧本、创意、美术设计、音乐等关键内容的人才。

“能够吸引观众走进影院，看完出来还能二刷、三刷，在国内火也好，走向世界也好，更多依靠的还是内容创作，比拼的是你有没有一个好的故事，高级的审美，高级的表达。”刘颖说。

“一豹战三龙”“人心中的成见是一座大山”“对嘛，没有什么是个点不能表达的”……当院线特效的极致冲击褪去，作品留给观众的是这些瞬间、台词、音乐和角色。

从替别人“打工”到现在孵化 IP

成都今日的热度与辉煌并非一朝而成，而是有迹可循。早在 20 年前，成都就开始在动漫产业领域持续布局。

2005 年，国家动漫游戏产业振兴基地落

华鼎奖全国观众最喜爱的电视剧作品奖。孙倩在该剧策划过程中，深入研究历史资料，同时结合现代观众的审美需求，对故事进行精心编排和呈现。通过精彩的剧情和精良的制作，将一个家喻户晓的历史人物以全新的面貌展现给观众，满足了观众对古装剧的期待，也为古装剧的创新发展提供了新思路。

除了在内容创作上的创新，孙倩在影视制作模式和商业模式上也不断探索。随着互联网技术的飞速发展，影视行业与互联网的融合日益紧密。孙倩敏锐地意识到这一趋势，积极推动公司与各大视频平台的合作，拓展影视内容的传播渠道。通过与爱奇艺、腾讯视频等平台的深度合作，公司的作品能够触达更广泛的观众群体，实现了内容价值的最大化。同时，孙倩注重利用大数据分析观众喜好和行为习惯，为影视创作提供数据支持。通过分析海量数据，精准把握观众的需求和趋势，从而在剧本创作、演员选角、剧情走向等方面做出更符合市场需求的决策。这种数据驱动的创作模式，大大提高了作品的成功率，也为

从题材到模式创新,孙倩如何解锁影视行业密码？



■ 吴慧芳

在竞争激烈且瞬息万变的影视行业，总有一些人凭借非凡的勇气和创新精神，打破传统，开辟出全新的发展道路。孙倩，北京森林影画文化传媒有限公司的掌舵人，便是其中的佼佼者。他以独特的视角、敏锐的市场洞察力和果敢的行动，引领公司为行业发展树立了又一标杆。

孙倩深知，在内容为王的时代，题材创新是吸引观众的关键。他敢于突破常规，挖掘那些被忽视但极具潜力的题材。当大多数影视

户成都。彼时，我国动漫产业地位弱势，国内制作团队主要为日、韩企业加工动画片段、制作三维特效，收取加工费用，充当全球动漫产业的“打工者”。数据显示，2004 年我国为其他国家代工生产的动漫长达 3 万多分钟，比同年国产动漫的时长还多。

和国内许多地方一样，成都在推进动漫产业的初期，面临着缺人才、缺资金、产业链不完善、制作多而原创少等现实问题。这些问题持续困扰整个行业，且非一朝一夕、一年两年就能扭转解决。

原力动画成都公司负责人表示，中国动画产业在近 20 年时间里，经历了显著的阶段性提升，其中 2015 年后的时间段是制作实力水平快速提升的关键期，2017 年起税收优惠和产业园区建设等支持措施的成效开始陆续显现，如《大圣归来》《哪吒》《凡人修仙传》《三体》等越来越多的动画影视 IP 被孵化出来。

二十年来，成都市为了培育包括动漫在内的数字文创产业，扶持政策和鼓励举措持续发力。

被业内人士认为尤其体现发展动漫产业雄心的是《成都市“十四五”世界文创名城建设规划》。规划鲜明提出，将把成都打造成为中国最适宜数字文创发展城市，在“十四五”时期要着力打造中国动漫名城，形成一批具有市场影响力的知名动漫 IP，并鼓励动漫企业整合产业上下游资源。

刘颖表示，成都的政府部门在与企业沟通需求之后，会持续跟进问题解决的进展，收集建议后进一步完善、回访，及时与企业同步解决问题的进度，还有哪些尚待落实等。

原力动画成都公司负责人也表示，成都作为我国西南地区重要的经济中心城市，消费市场庞大，对文化娱乐产品的需求旺盛。以成都为据点，可以更好地辐射西南地区的市场，拓展业务范围，同时也有利于接触到更多的潜在客户和合作机会。

2017 年时，成都市文化创意产业增加值 793 亿元，占全市 GDP 的 5.7%；到 2024 年，成都市文创产业增加值已达 2876 亿元，占全市 GDP 约 12.2%。爱企查平台统计显示，成都市涉及动漫、动画制作及开发的企业信息多达 37013 条。据统计，成都高新区目前已聚集数字文创相关企业 6000 余家，形成了超千亿元产业规模集群。(参与报道：黄晓芸 李梓豪)

影视行业的发展提供了新的思路。

在人才培养和团队建设方面，孙倩也展现出卓越的领导才能。他深知，人才是影视创新的核心。因此，他积极搭建人才培养平台，吸引了一批优秀的编剧、导演、演员和制作人员加入公司。在公司内部，营造宽松自由的创作氛围，鼓励团队成员发挥创意和想象力。定期组织内部培训和行业交流活动，邀请业内知名专家和学者分享经验和见解，提升团队成员的专业素养和创新能力。在孙倩的带领下，森林影画逐渐形成了一支富有创新精神和战斗力的团队，为公司的持续发展提供了坚实的保障。

孙倩的创新举措和卓越成就，得到了行业内外的广泛认可。他不仅为观众带来了众多优秀的影视作品，也为影视行业的发展做出了重要贡献。在未来的发展中，相信孙倩将继续以创新为引领，带领森林影画在影视行业的浪潮中乘风破浪，创造更多辉煌。他的成功经验，也将激励更多的影视从业者勇于创新，为推动中国影视行业的繁荣发展贡献力量。

以开放之姿书写消费新篇章

作为全球消费精品展示交易平台和亚太地区规模最大的消费精品展，第五届中国国际消费品博览会于 4 月 13 日至 18 日在海南举办。来自 70 多个国家和地区的 1700 余家消费企业携 4100 余个品牌参展，参展规模超过往届，消博会“朋友圈”越来越大。

本届消博会精彩纷呈，除了国际精品、国货潮品更加集聚，150 余艘海内外游艇将集中亮相三亚游艇展，结合国际婚纱中国首秀，打造“游艇+时尚”消费场景；海口骑楼老街将举办“舌尖上的相遇”活动，中华老字号餐饮企业、海南特色小吃与英伦风味共同搭建美食市集……

办好一个展，带活一座城。展会期间，海口、三亚将举办演唱会、音乐节、免税促销等一系列丰富的活动，进一步推动文旅商体展融合，多维度、全方面营造消博会文旅消费氛围。

五载耕耘，消博会带动海南免税购物、住宿餐饮、文娱旅游、体育健康等商旅文体健消费场景融合创新发展，并逐渐成为海南自由贸易港的一张亮丽名片。

海南省副省长顾刚表示，消博会是提振消费、扩大高水平开放、推动高质量发展的重要平台。消博会的举办，有利于海南自由贸易港核心政策加快落地，有利于带动海南消费创新升级，对于国际旅游消费中心建设具有非常重要的推动作用。

“看看消博会，观观游艇展，逛逛免税城，品品新琼菜，让我们一起来感受海南国际旅游消费中心不一样的魅力。”海南国际经济发展局局长唐华热情邀约。