

消博会,华商侨企“淘金”中国大市场

本报记者 李嘉宝

侨界关注

新品好物来亮相

在国际会展中心3号馆高端食品保健馆,坐着泰国正大集团300平方米的展位。休闲零食、泰国榴莲、泰国大虾、咖啡、茶叶、酒水、乳胶枕、香薰精油等各色产品琳琅满目。作为消博会的“老朋友”,正大集团实现三年“全勤”。

“展台面积增大,参展业务群增多,产品超过400种,我们希望把国内外优质产品展示给中国消费者。”正大集团农牧食品企业中国区资深副董事长薛增一告诉本报记者,“今年展馆还特别新增‘全产业链互动专区’,通过趣味答题形式,使观众能够直观了解我们的全产业链生产模式。”

德国豪彼拖挂房车、劳斯莱斯库里南、奔驰斯宾特、道奇霸王龙……在凯沃国际贸易(海南)有限公司的展位上,多款进口汽车集中亮相,格外引人注目。这些汽车有一个共同点——“零关税”。

“我们是一家海南零关税汽车为主营业务的平行汽车贸易企业,总部位于美国洛杉矶。”美国海南商贸总会副主席、凯沃国际贸易有限公司董事长李泽源向本报记者介绍,“我们已经连续三年‘打卡’消博会。每年,我们都会利用这个平台,向市场首发推出最新款的零关税车型和价格表。今年推出的这些明星车型,关注度都很高。”

美国寇非护肤品公司总裁蒋勇带来了公司的新款化妆品。“我们和国内一些科研机构开展合作,研发了几款适合亚洲人肤质的化妆品。针对当前中国医美行业发展迅速的现状,我们还特别推出了一些促进术后恢复的护肤品。”他说,随着中国调整疫情防控政策,公司上下对本届消博会都充满信心和期待。

由浙江青田侨乡进口商品城组织的16家进口企业,“组团”参与了消博会。200多平方米的展区声势浩大,上百款葡萄酒、咖啡、火腿、巧克力等进口优质产品集中展示,十分“吸睛”。

“这是我第三次参加消博会,每年都有不一样的体验。”西班牙华商、阿托雷进出口贸易有限公司市场部总监刘霞介绍,“今年,公司推出的主打产品是西班牙阿尔索卡酒庄的葡萄酒。前来咨询的采购商和代表团都十分专业,让我们对精准对接中国市场有了更多信心。”

比利时华商、高洛会集团董事长傅伯弟带来了精心挑选的近50种纯脂巧克力。去年11月,他设在浙江丽水经开区的巧克力加工厂举行开业典礼并投产。“此次参展的巧克力全部采用比利时原料和技术,由丽水工厂加工而成,是中西合璧的成果。”他说,“我们首次参加消博会,第一天就和一些采购商达成初步合作意向。这让我们非常惊喜。”

中国市场潜力大

展会是观察经济的一扇窗口。消博会传递了中国国内需求稳步恢复、市场潜力逐步释放的积极信号,令华商侨企备感振奋。

“展台客户络绎不绝,接单不断,收获满满。”每年参加消博会,李泽源都能深刻感受到中国消费市场的澎湃活力,“三年来,消博会已经成为全球消费精品的重要展示和交易平台,让各国企业能够共享中国市场机遇。”

消博会的溢出效应,让许多华商尝

4月10日至15日,第三届中国国际消费品博览会在海南省海口市举行。本届消博会是中国疫情防控平稳转段后举办的首场重大国际性展会,来自60多个国家和地区的3100余个

知名品牌参展。消博会上,活跃着不少海外华商和侨资企业的身影。他们相聚琼岛,感受到中国消费市场复苏的融融暖意,找到了更多合作伙伴和发展机遇。



▲泰国正大集团展馆。



▲凯沃国际贸易(海南)有限公司展出的德国豪彼拖挂房车。



▲阿托雷进出口贸易有限公司展出的西班牙葡萄酒。



▼傅伯弟站在高洛会集团展台前。

(本文照片均由受访者提供)

到了甜头。“中国进口葡萄酒市场前景可观。去年展会结束后,我们很快就发展了四家地方代理。今年的目标是再发展四、五家代理,尤其是要打开华北、西北地区的市场。”刘霞表示。

“透过消博会这扇窗口,我们欣喜地

看到中国超大规模的市场优势。”薛增一说,“中国14亿多人口的消费市场蕴含巨大潜力。当前,中国消费升级趋势明显,中国人对食品的安全性、多样性和便捷性都有了更高要求。我们一直致力于为消费者提供丰富多样、健康美

味的食品。得益于不断增长的市场需求和各类利好政策,公司发展迎来更多机遇。2022年,我们在中国区的营业额稳步增长至2000亿元人民币。”

2020年,《海南自由贸易港建设总体方案》出台。乘着自贸港建设的东风,李泽源成立了凯沃国际贸易(海南)有限公司。“海南经发局在税率、报关等方面积极协调,并引进进货渠道,给了我们很大帮助。”李泽源说,从完善海南全岛经营场地、拓展全国仓储物流,到开拓零关税可落地车型、设立东南亚分公司,再到建设北美改装厂、通过平行进口汽车试点企业全部资质审核……公司一步一个脚印,逐渐扎根中国市场。

“没有人会怀疑中国市场的潜力,这里是一片充满希望的田野。”蒋勇说,“随着中国人生活水平的提高,中国消费者要求化妆品不仅要效果好,还要符合绿色、健康、安全标准,这是今年公司产品的一个主打方向。目前,公司各个产品板块在中国市场的销售额已恢复至2019年同期水平。同时,我们还拓展了新的产品线和合作伙伴。”

抢抓机遇信心足

“将采取更加有力的措施促进消费”“深入实施扩大内需战略”“多渠道促进居民增收”……来自消博会开幕式上的声音,传递了中国坚定扩大内需、多措并举恢复和扩大消费的决心。

“消博会连续三年举办,海南自贸港建设加快推进,零关税交通工具政策落地等,中国持续释放出推进高水平对外开放的时代强音。这让我们侨资企业对未来信心十足。”李泽源表示,将进一步深耕零关税汽车市场,助力海南自贸港及国际旅游消费中心建设。

“消博会让更多更好的品牌集聚起来,为各国消费品进入中国市场搭建新平台,也为中国各地和各国消费品销往国际市场创造新商机,实现各方互利共赢。”薛增一说,“正大集团是中国改革开放的参与者、见证者、贡献者和受益者。我们长期看好中国经济发展前景,投资在中国、发展在中国的信心始终不变。接下来,我们将在实现农业数字化、智能化转型方面发力,同时全面布局饮品事业,大力发展物流及零售业,努力解决‘最后一公里’的配送难题等,争取把更多优质健康食品送上中国人的餐桌。”

从第二届进博会的采购商,到第三届、第五届进博会的参展商,再到第三届消博会的参展商,傅伯弟步履不停,干劲十足。最近,他和首都国际机场达成合作,将自己的巧克力摆上了机场航站楼自营商店的货架,获得了更多“曝光率”。“下一步,我们要积极扩展市场,增加销售渠道。除了利用大型展会推介、通过电商平台销售外,我们还计划与北京、上海、浙江等地的大型连锁超市开展合作,让我们的品牌在中国市场站稳脚跟。目前,这些洽谈都在顺利推进中。”他说。

筹备在国内设立研发中心、与海南免税店洽谈产品落地、与更多国内机构及企业开展合作……这段时间,蒋勇积极行动,深度布局中国市场。“海外华商是中外合作的桥梁纽带。我们已经把消博会、进博会等中国大型展会推介给了许多美国企业。我们计划在海南免税店建立美国产品馆和威斯康星州产品馆,把西洋参、阿拉斯加野生海参、葡萄酒、蔓越莓等更多优质产品带到中国市场。”

当前,中国出境游市场加速回暖,为全球旅游业复苏注入了新动能,海外华人旅游者也迎来发展新机遇。

做好准备迎接中国游客

近日,出境团队游恢复后首批赴新西兰的61名中国游客抵达奥克兰机场。这个“首发团”在新西兰的行程由当地老牌华人旅行社A华旅游集团安排。

“当日,奥克兰机场举行了隆重的欢迎仪式,用新西兰的美酒和传统的毛利战舞欢迎中国游客。”A华旅游集团董事长刘雪萍表示,这是新西兰ADS签证重启后首个获批签证的中国旅游团。他们做了充足准备,设计了优质的旅游线路,对工作人员进行了系统培训,同时在安全方面做好部署。

新西兰纽亚国际旅游集团成立于1999年,是当地老牌华人旅游公司之一。该集团董事长游有志表示,“期待越来越多中国游客来到新西兰。我们进行了人员结构调整,开发了适合中国游客的旅游产品,努力提升产品和服务质量,做好一切准备服务中国游客。”

华人旅游业仍面临挑战

“华人旅游行业正加速复苏,但也面临一些挑战。”游有志说,目前,新西兰的旅游成本有所上升,酒店、餐饮和车费大幅上涨,地接旅行社的利润空间压缩了不少。目前看来,来新西兰的游客没有想象中多,可能与费用太高有关系。

远海国际旅游集团市场规划部经理丁宁表示:“当前,无论是航班复航还是签证办理等都处于磨合期,旅游目的地的接待能力也有待恢复,华人旅游从业者可以开发新产品新线路、提升服务水平,同时通过批量采购或其他手段尽量把价格打下来,吸引更多游客。”

“中国出境游市场完全恢复还需要一个过程。受机票价格、旅游业从业者缺失等因素影响,目前赴泰国旅游的费用确实有所上涨。”泰国东合国际旅游集团总经理江森说,他们公司有3000余辆旅游大巴,并通过与一部分酒店、饭店、商铺和景点建立合作,尽量拿到比较有竞争力的价格。

调整产品适应新市场新需求

“如今越来越多的中国游客希望在旅游路线和目的地选择上有更多自主性。”游有志说,他们开发了很多碎片化线路和产品,包括目的地1—3日游和当地散拼团。这些产品性价比高,又能满足游客个性化需求。

游有志介绍:“我们还开发了一些特色旅游体验项目,比如海钓、赶海、潜水、抓龙虾和高尔夫等。另外,婚礼旅行也是我们的特色之一,我们可以为顾客定制新西兰蜜月旅行线路和完整婚礼方案。”

江森表示:“当前,落地散拼团的方式很受中国游客青睐。游客可以自行前往泰国后在当地成团。整个行程相对松散,想玩就玩,想停就停。”

他说:“除了传统热门目的地曼谷、清迈、普吉岛之外,我们还开发了一些碎片化旅游产品,比如曼谷到北碧府、曼谷到华欣、曼谷到大城府等线路,还拓展了一些小众旅游目的地,比如北部丛林游、南部岛屿游等。”

刘雪萍说:“我们有特色产品‘目的地集结’:游客自行购买机票来到新西兰,根据预算和喜好选择旅游团。这些团的游客来自世界各地,在游玩的同时还可以结交新朋友;我们也承接企业‘奖励团’‘团建团’,最多能接待几千人;还有量身定制游、婚纱摄影团、公务考察团等。”

“相信随着中国出境游进一步复苏,我们会有更多发展机遇。”刘雪萍说。

(据中新社电)

海外华人旅游业迎来新机遇

吴侃 龚正

广西柳州: 华侨农场采茶忙

刘俊聪 韦国政

4月10日,正逢春茶开采时节,在广西柳州市柳城县伏虎华侨管理区内,一望无际的碧绿茶园散发阵阵清香,多名茶农在这片“绿海”中劳作。他们手指灵巧,摘下枝头嫩叶装入袋中。

这些茶农中,不少人是华侨管理区内的归侨和侨眷。“这段时间我们非常忙,每天可采摘2公斤左右的芽茶。种茶、采茶是我们这些归侨坚守大半辈子的事业。”今年52岁的赵世莲说。

赵世莲是“侨二代”,也是一名“茶二代”。1978年,年幼的赵世莲跟随父母从越南归国,之后便安家于柳城县伏虎华侨管理区。当时,这片土地一片荒芜,只有几栋简易房屋供归侨们安身。在当地政府的帮助下,归侨们开始自力更生,种植茶叶和水果。

早年,越南归侨在归国前主要从事农业生产,归国后就要学习适应当

地的茶叶和水果种植技术。对于老一代归侨而言,这是不小的挑战。

“父母的种茶环境很辛苦,种植的是云南大叶种茶。由于当时种植和采摘技术的限制,炒制处理的茶叶质量不稳定,茶叶产业单一,收入也比较少。”赵世莲说。

经过多年发展,伏虎华侨管理区的茶叶产业已形成较大规模。近十年来,为带动当地归侨和侨眷增收,当地开始引进福鼎大毫、福云六号等茶叶品种,并结合茶叶现代技术和经营理念精制成高档茶,打入“高端市场”。

国营伏虎华侨农场茶厂已经走过50多年的历史。车间内,26岁的副厂长潘柏儒正在查看茶叶的烘干情况。随后,他将烘干后的茶叶倒入锅中,熟练地进行炒制。

“目前,茶厂已自主研发‘伏虎茗珍’‘伏虎绿雪’等十多个茶叶产品,

售价从每斤100元至2000元不等,不仅带动当地十余名归侨侨眷就业,大量茶农的茶叶收购价格也相应得到提高。”潘柏儒说。

他表示,如今,伏虎华侨农场茶厂生产的产品供不应求,每年大量销往广西南宁、梧州以及广东等地。2022年,该农场茶叶种植面积达3000亩,茶叶相关产业为当地1800余名归侨和侨眷增收数十万元。

“我承包了6亩的茶园,每年收入可达上万元。”赵世莲说。伏虎华侨农场2002年10月31日划归柳城县管理,2003年,经柳城县人民政府批准,成立“柳城县伏虎华侨经济园区”,保留“广西壮族自治区国营伏虎华侨农场”牌子。2015年,在广西国营伏虎华侨农场管理范围内,新设立柳城县伏虎华侨管理区。

(据中新网)



▲茶园航拍。汤晓潼摄
▲赵世莲在采茶。韦国政摄