

用好進博會平台 緊抓「一帶一路」機遇 六年參展新西蘭企線上線下發展猛



香港文匯報訊（記者倪夢環上海報道）今年是「一帶一路」倡議提出十周年，眾多「一帶一路」共建國家於十年間實現了更緊密的合作與交流。在第六屆進博會的現場，不少參展企業正是來自「一帶一路」共建國家，他們借助進博會平台，結合「一帶一路」相關紅利，在中國市場取得了新拓展。在接受香港文匯報記者採訪時，他們表達了對於在中國市場發展的期待，更有企業早已擁抱「絲路電商」，抓住了中國飛速發展的互聯網機遇，線上線下同步發展。



◆新西蘭企業荷塔威展台收穫眾多觀眾關注。



香港文匯報記者倪夢環攝

◆參觀者對荷塔威展台新品表現出濃厚興趣。香港文匯報記者倪夢環攝

連續六年參展進博會的新西蘭企業荷塔威，不僅在進博會上收穫了不少合作夥伴，更成功推動了門店在內地落戶。從第一年參展的「懵懂」，到今年帶來針對本土化設計的新產品，讓荷塔威的進博舞台不斷地擴大。荷塔威中國區品牌經理呂玥蓉告訴香港文匯報記者：「在這六年間，我們通過進博會進一步了解了中國市場的需求，從最開始的普通裝蜂蜜，到後來的勺裝、便攜裝，再到如今的蜂蜜零食與健康食品，我們很多的創意靈感正是來源於與進博會客戶的不斷交流與探索。現在，我們的食物不僅僅展示在我們自己的展台，還展示在了通過進博會對接到的客戶的展台，我們的朋友圈正在成倍地擴大。」

通過進博已與多國知名企業合作

新西蘭是首個簽署「一帶一路」合作協議的西方發達國家，合作協議簽署次年，首屆進博會召開，雙重利好讓眾多新西蘭企業躍躍欲試，希望拓展中國市場。

「正是這些利好，讓我們有機會、有平台與更多『一帶一路』共建國家企業建立了聯繫，在進博會中，我們可以直

接和『一帶一路』共建國家的企業面對面進行交流對接，也促成了很多的合作。」

呂玥蓉表示，如今，公司已經通過進博會與中國、泰國等多個相關國家知名企業合作，「能夠順利推動這些合作，少不了進博會的溢出效應以及背書作用。」

在中國56城設據點 點位超千家

在中國市場上，呂玥蓉直言，公司的發展享受了「一帶一路」相關的政策優惠，尤其是在稅收以及跨境電商發展方面。

「得益於相關的政策優勢，我們在跨境方面沒有任何隔閡，所以，荷塔威不僅僅布局了線下門店，我們還在多個平台開設了線上旗艦店。」呂玥蓉這樣說道。

目前，荷塔威已經在中國56個城市設有據點，點位超過了1,000家，並在天貓、抖音等平台開設了線上旗艦店，這個品牌正在積極地擁抱「絲路電商」發展。

據了解，如今，該品牌在中國市場的年銷售量已經累計達到五億元人民幣，中國市場在公司全球銷量的佔比更是達



◆呂玥蓉

到了50%。

將借鑒電商經驗 參與線上「一帶一路」

今年進博會，荷塔威帶來了多款針對中國市場研發的新品，包括蜂王漿磷蝦油凝膠糖果以及蜂王漿壓片糖果等，這些新產品將於2024年在荷塔威門店和線上平台開啟銷售，不少專業觀眾也在現場對於這些產品表達了他們的採購興趣。

呂玥蓉說：「雖然我們線上起步比線下晚，但是借助『絲路電商』不斷發展的優勢，我們的線上業務發展是飛速的，未來可能也會借鑒在內地電商發展的經驗，成為線上『一帶一路』的參與者，在更多國家開設線上平台，促進銷售增長。」

敘利亞展商：進博為我們帶來通向明天的窗口

香港文匯報訊 據新華社報道，敘利亞古皂、玫瑰花茶、茉莉花精油、錦緞……拿起一件件展品，第六屆進博會綠地全球品質消費館敘利亞進口館展台產品經理穆罕納德·沙卡利如數家珍：「要把最有特色、最好的產品帶到中國。」

在2018年首屆進博會上，20餘家敘利亞企業攜當地特色優質產品亮相。自此，敘利亞和進博會結下不解之緣——大馬士革玫瑰花、橄欖油等製品從未缺席進博會，敘利亞特有的貝殼鑲嵌首飾盒、錦緞等產品，也在中國的私人定製市場打開聲名，收穫了不錯的銷量。

六年來，借助進博會的平台，敘利亞產品在中國市場的關注度和訂單量不斷提升，這也引起了更多敘利亞企業的興趣。每屆進博會都有新的敘利亞客商前來參展，希望打開並拓寬在中國市場的銷路。

今年是敘利亞商人艾依曼·薩利姆的首次進博會之旅。薩利姆主營敘利亞阿勒坡的古法精油皂，剛到展台沒多久已經有好幾批中國採購商前來問價諮詢。在中國拓展精油皂市場多年，薩利姆認為這項工作充滿了挑戰，卻也驚喜不斷。

「因為文化和生活習慣等差異，很多中國消費者起初並不是很習慣使用這類古法製造的產品。而借助各種展銷平台，這些純天然製品得到了越來越多消費者的認可，漸漸在中國市場打開了銷路。」薩利姆說。

一開館就已在展台忙碌的薩利姆滿懷期待：「希望通過這次進博會，能夠讓更多人喜歡上敘利亞精油皂。」

今年古皂訂單比往年同期增十倍

中國訂單給飽受戰亂之苦的敘利亞人帶去更多希望。敘利亞商人沙卡利介紹，最近三個月，敘利亞古皂的訂單量跟往年同期相比已有十倍左右的增長。以前古皂都是通過海運進口，現在沙卡利的公司開始採用空運進口的方式，並增加了電商客服的數量，以便更好滿足中國消費者的需求。

沙卡利十分感慨，這樣的銷量是在敘利亞國內市場想像不到的，「和我們合作的敘利亞當地工廠已經增加了生產線，也在僱用更多員工。」

首屆進博會後，敘利亞進口館落戶進博會「6天+365天」常年展示交易平台之一的上海綠地全球商品貿易港，如今更是在中國多個城市設有分館，展銷數百款敘利亞特色產品。

在敘利亞進口館館長董品岩看來，進博會是快速、全面把敘利亞產品展示給中國消費者的重要平台，更多的中國企業和消費者開始通過進博會深入了解敘利亞。

這次進博會後，沙卡利打算到其他中國城市更加深入地瞭解當地市場，他還計劃向中國企業推薦敘利亞的旅遊資源、基礎設施投資機會等，他說道，「進博會為我們帶來了通向明天的窗口。」

巴基斯坦珠寶店開到上海市中心



◆李龍（右二）為顧客講解WINZA珠寶特色。香港文匯報記者倪夢環攝



◆李龍帶來的融入進博會「四葉草」設計的珠寶。香港文匯報記者倪夢環攝

香港文匯報訊（記者倪夢環上海報道）在巴基斯坦珠寶品牌WINZA展台，珠寶愛好者們不斷湧入，小小的展台熱鬧非凡，被精美飾品吸引的專業觀眾在展台前形成了一堵「人牆」，「這個寶石好漂亮」、「你們家有中國專賣店嗎」、「我很喜歡你們的設計款式」……專業觀眾對珠寶展品的肯定，讓WINZA珠寶總裁李龍頗感興奮，觀眾肯定的話語也讓李龍對拓展中國市場有了更大的信心。

在進博會真正找到方向和信心

自2013年起在內地從事珠寶生意的巴基斯坦商人李龍，最開始的珠寶事業並非一帆風順，經歷過門店經營不善困境的李龍，一度為事業發展方向而苦惱。

「在參加進博會之前，我大概參加了全國200多場珠寶設計展、行業論壇和沙

龍，也收集了大量中國珠寶消費者的行為數據，希望能夠更好地理解中國市場，但在進博會，才讓我真正找到了方向和信心。」李龍這樣說道。

2019年，李龍抱著參加普通展會的心態參展了進博會，沒想到自己帶來的展品深受觀眾歡迎，這為李龍帶來了極大的信心。

第二年，李龍帶著品牌WINZA正式進入了進博會的現場，也正是在此次展會上，絡繹不絕的消費者讓李龍堅定了要在中國開設珠寶門店的決心。

此後，李龍在上海最著名的南京路步行街中的商場內，開設了WINZA專賣店，讓更多的本地消費者了解到了這個來自巴基斯坦的品牌，李龍的珠寶事業，也從此開啟了加速模式。

今年，李龍帶著特意融入

了進博會設計元素的珠寶，再度來到了進博會舞台，不少專業觀眾忍不住在現場就為心儀的設計物品下單。

「我非常感謝進博會給我們提供了這個舞台，進博會的舉辦不僅為巴基斯坦企業提供了進入中國市場的契機，也有助於推動中巴兩國之間的經貿合作。我非常期待在這裏能夠找到更多的發展機會，將品牌在更多的城市落地。」李龍這樣說道。

特稿

在今年進博會上，可持續發展的理念貫穿始終，彰顯了「零碳進博、零塑辦博」的環保承諾。眾多展商帶來綠色低碳、循環利用的技術，使得人們眼中的常規垃圾再次變得有用。其中包括將腐敗水果轉化為皮革的創新技術，可減少動物殺生。看似無用的廢料在進博會的舞台上煥發新生。這些變廢為寶的技術展示，將為全球供應鏈和消費市場提供新的環保選擇。

「水果變皮革」環保「黑科技」



◆壞水果通過與真菌菌絲的結合，並經過精心培育與發酵，便轉身變成了100%生物基的環保皮革。香港文匯報記者孔雯瓊攝

的是可以減少殺生。也表明了我們在可持續發展和環保領域的新突破。」

讓人耳目一新的還有松下公司在中國首次展出其旗下Kinari品牌的纖維生態材料，展現了廢棄物利用和材料創新的新趨勢。採用廢棄咖啡豆、杉木等植物資源，打造出一種新型可再生材料，能被用來製作多種日用品。雀巢在展台上展出了一系列創新再生產品，觀眾認識到用軟性包裝塑料轉化為設計精良的桌椅，及咖啡膠囊外殼回收提煉所得的再生鋁製成的滑板。香港文匯報記者孔雯瓊上海報道