

消博会供需对接高效

客商直言「时间太短」

海南日报全媒体记者 刁晓迪



“就是时间短了点!”

4月15日下午,时尚奢品与服饰生活专场供需对接会上,在台上和一家巴基斯坦企业完成签约仪式后,湖南前瞻时代科技有限公司(以下简称前瞻时代)董事长刘国良匆匆走下台,三步并作两步,又回到了自己的洽谈桌上——一家潜在合作伙伴正在等着他继续商谈。商谈间隙,他看了看表,不禁向海南日报全媒体记者嘟囔。

前瞻时代经营电子产品、农产品、大宗贸易等业务。刘国良告诉记者,前瞻时代近日常和多家企业达成了初步合作意向,当天完成签约的巴基斯坦企业就是在本届消博会上相识,“对接效率很高”。

和刘国良一样,无忧传媒集团有限公司海南分公司总经理周金金也觉得时间不够用。当天她瞅准了供需对接会的机会,没到时间就赶到会场,精准对接自己的意向合作伙伴,其旗下的电商业务需要上新品,这也是她此次来到消博会的主要目标。

“产品进入中国了吗?中文说明书有吗?有产品的使用数据吗?……”洽谈桌上,周金金抛出一连串问题。对面的加拿大保健品品牌SINOVEDA品牌联合创始人努兹哈特·塔姆扎逐条详细回答,最终互留联系方式,约定会后进一步详谈。

这已是SINOVEDA品牌第3次参加消博会,前几天不但与海南本地某医院签署了协议,还和另一企业也确立了合作伙伴关系。“供需对接会为我们提供了详谈的场地,更方便了。”努兹哈特·塔姆扎曼笑着透露,“根据目前的对接情况来看,也许我们很快就会成为海南的常客。”

在对接会中,不时穿插着签约仪式,达成合作意向的供需双方轮番上台签约,将现场氛围烘托得更加火热。

在加拿大专场供需对接会上,阿梯柯(海口)国际贸易有限公司工作人员符春雨也在寻找潜在合作伙伴。作为一家拥有实体店贸易的企业,公司还需要寻找一个啤酒品牌供应商,以补齐啤酒品类的空缺。

“要进口的,有市场知名度的。”她的选择标准十分明确,这也是她选择通过消博会来寻找合作伙伴的原因。

来自加拿大的啤酒品牌Blind Enthusiasm Brewing Company很快吸引了她的注意:进口啤酒、曾荣获多项国际大奖、在加拿大和欧洲均有销售。“非常符合我们的需求。”符春雨说。

一番交谈下来,双方合作意向强烈,符春雨主动添加了其负责人格雷格·杰斯曲克的微信,约好在微信上进一步详谈。

格雷格·杰斯曲克告诉记者,公司计划进军中国市场,希望通过参加消博会打响“第一枪”。他得意地说,近日常有5家潜在合作伙伴找上门来详谈,并约定了后续继续沟通。为此他还专门注册了微信,“效果让人很满意。”

不到14时,免税与时尚生活方式专场供需对接会还没正式开始,场内就已经全部坐满,各类型的供需双方分坐在一张张桌子两侧,已经聊得火热。不少品牌的洽谈桌已经坐满,后来的观展商不得不站在一旁,见缝插针地进行问询。

对接会现场,观展的武商集团股份有限公司招商负责人姚娜,和参展商森宇控股集团有限公司销售总监王振,一个在找人驻产品,一个在找展销平台,双方在一问一答间,渐渐明晰了对方的需求。

姚娜告诉记者,该集团旗下有多个板块,此次来到消博会,就是为了寻找

① 4月15日,第六届消博会主宾国加拿大专场对接会在海口举行。加拿大馆携20多家企业出席,涵盖食品、保健品、零食等多元品类,多家企业达成意向合作。图为对接会现场。

海南日报全媒体记者 张茂 摄

② 第六届消博会现场,中外友人驻足交流。

海南日报全媒体记者 袁琛 摄

③ 4月14日,第六届消博会抖音电商全球购展馆内热闹非凡。多位主播推介各类全球好物。

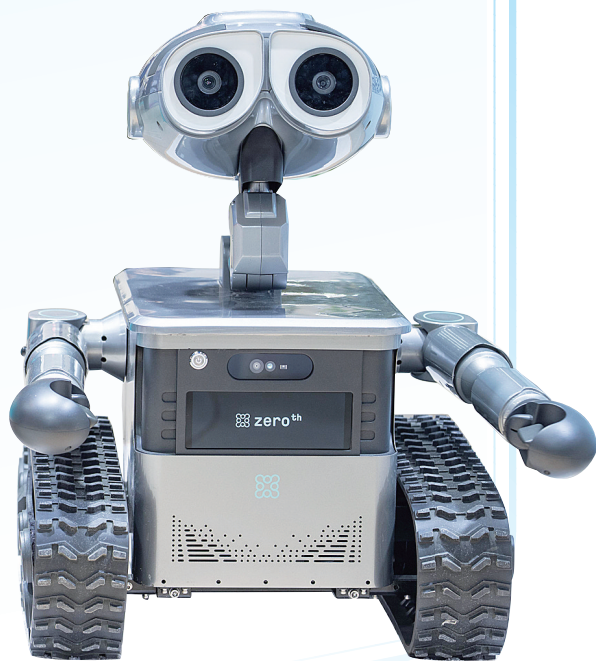
海南日报全媒体记者 陈元才 摄



新产品和新玩法,而供需对接会为供需双方提供了畅聊的场所,“大家坐下来,面对面专心畅聊,非常好。”

“消博会让我们遇见更多志同道合的商业伙伴。”姚娜说。

(本报海口4月15日讯)



4月14日,在消博会江苏馆,苏州乐享智能出品的看家机器人。

海南日报全媒体记者 袁琛 摄

老外逛消博

首次在消博会采购的巴基斯坦采购商:把全球好物带到巴基斯坦

海南日报全媒体记者 张琬茜

“他们带来了几款羊绒样品,我一摸,这品质太好了!聊了十几分钟后,很快就当场签了合约。”万禾握住段树义的手,脸上满是喜悦。这两人,前者是从从事电商业务的巴基斯坦采购商,后者是河北省清河县祝福含香绒毛有限公司经理。

跨越国界,两家企业为何短短十几分钟就牵手成功?答案就在第六届消博会精心搭建的供需对接平台。

4月15日下午4时许,时尚奢品与服饰生活专场供需对接活动上,万禾与同事早早来到现场,一心寻找适合巴基斯坦市场消费的特色好物。不一会儿,他的目光就锁定在段树义手里的5件男士羊绒大衣上。

现场交换名片后,两人坐下开始沟通诉求,洽谈合作。“我们特意带来了细度达到16微米以内的羊绒大衣,柔软又轻薄,你们摸摸看。”刚落座,段树义就递上样品,详细介绍。

虽然是第一次在中国采购羊绒服饰,但万禾显然识货,不停地追问各种细节。“你们的羊绒外套品质很好,后续的品控能不能一直保持?”“除了男款,还有其他款式吗?”……面对万禾抛来的各种问题,段树义耐心地逐一解答。

越聊越投机,一拍即合,两人当场便签下15万元人民币的采购订单。万禾希望在展会结束后前往河北的工厂实地考察,增加后续的合作体量。“我要把中国的高品质羊绒大衣卖到巴基斯坦,相信消费者们一定会喜欢!”

除此之外,从AI眼镜、AI养生椅到康养机器人,再到智能网联汽车和智能家居,一系列前沿科技产品也让万禾大开眼界,不禁对中国制造连连点赞。在他看来,海南自贸港的政策优势和消博会的平台效应,带来了无限商机,“期待在这里与更多展商达成合作,将全球好物带到巴基斯坦!”

(本报海口4月15日讯)

买手购物车

岛内居民日用消费品免税店买手“淘货记”选品 洽谈 建群 拉清单

海南日报全媒体记者 周晓梦

一张长桌,四张椅子,侧边展板上印着“意向采购品类”——食品、家居生活用品、母婴用品……在第六届中国国际消费品博览会采购商服务中心,有一处海南旺豪阳光实业有限公司(以下简称旺豪)的“专属”采购区域,不大,但目标明确。

“往年我们也参加消博会,但今年不同,除了一般贸易品类,还要对接免税渠道的资源。”4月15日上午9点,旺豪采购代表黄女士已来到专属区域。这几天,她和同事们在会场轮班,有的负责采购洽谈,有的负责逛选品。对这支采购团队而言,消博会是找合作的重要平台。

上午10点多,黄女士一边接电话一边直奔4号馆全球特色消费展区。她要见一位“老朋友”——广州迪慎贸易有限公司有关负责人梅丽虹。两人此前从未谋面,“我们之前是‘网友’,这次我也来消博会参展,终于见面了。”梅丽虹说。

没有寒暄,黄女士和梅丽虹两人坐下就开聊。马来西亚饼干、韩国饮料,在途订单怎么走,后续品类怎么对……一个多小时的对话里,每一句都落在货上。

时间很快过去,下午2点,“免税与时尚生活方式专场”供需对接会开场,现场的磋商洽

谈桌前,出现了黄女士和同事朱女士的身影。“你们有哪些品类商品?除了质检报告,有没有原产地证明”“商品能否在保税区过关”“能跑通交易端前置这个链路吗”……广州千寻进出口有限公司负责人陈滔刚落座,朱女士的话头就起了,干脆利落。

随后,双方微信一加,陈滔随即发来商品清单:乳酸菌牙膏、口气清新剂、洗衣液……长长的目录里,列着来自多国的家居洗护用品。

4月14日上午,韩国大韩贸易投资振兴公社广州办事处主任李峰柱来到采购商服务中心,直奔旺豪采购区,“前两天我到过你们的免税店,我还拍了照片。”他说。

这位韩国代表显然做足了功课,提前研究了解海南自由贸易港岛内居民消费的进境商品“零关税”政策,关注海南首批日用消费品免税店。现场聊完,一个多人的微信群当即建起。“我们可以考虑合作,引入韩国食品饮料等免税商品。”李峰柱说。

从马来西亚的饼干到韩国的饮料,从泰国的生鲜到日本的家居洗护,旺豪采购团队的洽谈桌上,来自世界各地的商品信息不断汇聚。黄女士和同事们,在一张张洽谈桌前,在一次次交换联系方式时,将寻找合适商品的触角延伸到世界各地。

(本报海口4月15日讯)

主播购物车

“云上”铺设“第二展厅”

海南日报全媒体记者 王赫

“今天我们在消博会现场给大家带来福利价,一定不要错过了这波优惠……”4月15日下午,消博会3号馆一品展厅内,“90后”主播陈璐在聚光灯下,手持产品对着镜头侃侃而谈。

“我们品牌从最早单一的线下展示,到第四届消博会试水直播,再到今年线上曝光量不断增长,直播的影响力在不断提升。”陈璐拿出手机给记者展示了购物车里的26款商品,“淘宝、京东等平台每场直播曝光量均突破3万。”

“直播屏幕不停地滚动,一笔笔订单交易不断生成,直播间就是品牌的‘第二展厅’。”陈璐展示的后台订单数据显示,消博会第三天直播销量已经是首日的两倍以上。

下午4点45分,陈璐对着镜头挥手:

“家人们,今天的直播马上结束啦,明天见!”下播后,陈璐告诉记者,团队每天从上午9点直播到下午临近闭馆,日均直播时长达7小时,“虽然累,但看着订单量噌噌往上涨,很值!”

记者看到,在消博会上,很多展位辟出专属直播区,补光灯、背景板、产品展示台组成“迷你直播间”;流动主播们则手持云台穿梭于各展馆,在展位前介绍商品或用镜头实时捕捉展商与观众的互动瞬间。打开淘宝、抖音等平台,搜索“消博会直播”,相关直播间有数百个,涵盖美妆、家电、食品等几十个品类。

从固定展台到移动直播,从线下体验到线上成交,消博会正通过直播间架起全球好物与消费者的“数字桥梁”。随着消博会公众开放日到来,这场“线上线下融合”的消费盛宴还将释放更多潜力。

(本报海口4月15日讯)

消博小贴士 2、3馆 体验品质生活

2号馆时尚潮流展区汇聚了珠宝首饰、美妆香化、高档酒水、家居用品、鞋履箱包等多个品类。周大福将展出缙丝藏宝官扇、多宝阁工艺漆器等融合非遗技艺的作品;老凤祥的展品《繁花秘境》曾斩获百鹤金鼎奖,《凤舞九天·金凤冠》也在巴黎时装周中广受关注;周大生打造的黄金版《千里江山图》在全息投影技术加持下更加夺目。

3号馆健康消费展区展品囊括了保健品、膳食

补充、健康食品、肉制品、乳制品等品类。英国科兰将进行全新研发胶原三肽功能营养素的全球首发,美国品牌MegaGold将推出高纯EPA系列新品,德国品牌Mom's Garden也将发布“任我行骨胶原”新品。此外,法国优璞善(UPSA)展厅将打造1:1还原的巴黎街角药房场景,德国HA大药房设置了“情绪·压力·睡眠”主题互动区,供观众体验。

(整理/刁晓迪)



第六届消博会上展示的唐马摆件。新华社记者 郭程 摄