

进博会开幕！超2000家甬企觅商机



宁波兰途贸易有限公司工作人员“安利”大家“打卡”中东欧国家特色商品展区。

11月5日，为期5天的第七届中国国际进口博览会（以下简称进博会）在上海拉开帷幕。作为中国推动高水平对外开放的重要平台，进博会已成为全球客商共享中国机遇的大舞台。

宁波交易团的超2000家企业、超7000名供应商，正推着全球“购物车”，一边为自己“买进来”的好物大声吆喝，一边寻求连接上下游的商机。



保加利亚能量棒。

1 阿拉「购物车」上新了

每年的进博会上，“阿拉宁波”的“购物车”里都少不了中东欧元素。本届进博会上，宁波进口中心再次把“迷你版”的中东欧国家特色商品展“搬”入进博会，组织16家宁波的中东欧商品进口商“秀”出特色新品。

“今年，我们‘上新’的产品是保加利亚 Royal Bee 品牌的能量棒。去年进博会，我通过保加利亚大使馆牵线结识了这家‘百年老店’，尝完这款能量棒后当即拍板决定‘买它’。它不含糖、高蛋白、味道赞，能满足消费者对健康的追求。”宁波帝加唯达商贸有限公司总经理陈慧告诉记者。

为了把中东欧美味送达中国人的餐桌，陈慧花了不少心思。比如，这份能量棒要求15摄氏度恒温保存，陈慧便增加物流预算，订45英尺集装箱，将货物运到宁波。尽管路途曲折，但庞大的中国市场，仍坚定着陈慧

“进货”的决心。

“今年进博会，我不仅是保加利亚的‘推荐官’，还要到处逛逛，看看世界上还有哪些好产品可以‘买’回中国。”陈慧表示。

在本届进博会的中东欧国家特色商品展区，记者还看到不少今年首次进入中国的新品。比如，塞尔维亚的草甸蜂蜜，9月首次抵达中国，恰好享受中塞自贸协定生效的关税减让红利；再比如，波兰格但斯克面粉、塞尔维亚手工羊绒织物等，正通过宁波首次亮相进博会。

“目前，宁波正打造中东欧商品进入中国的首选之地。本届进博会期间，我们将在中东欧国家特色商品展区举办波兰面粉烘焙、中东欧花式调酒汇、美妆护肤体验、葡萄酒品鉴等活动，让现场客商体验中东欧商品的魅力。”宁波进口中心相关负责人表示。

2 从「搬运工」到「东道主」

今年是进博会举办的第七个年头。这些年，进博会见证了中国企业价值链的延伸，一批宁波的进口贸易商从“洋品牌”的“搬运工”，转型为代表海外品牌参展的“东道主”。

宁波保税区亚昇祥国际贸易有限公司总经理张鹏收购捷克水晶品牌波西米亚铂赫 Bohemia Hereditas 后，以品牌商的身份参加进博会。11月5日，他又作为一名斯洛伐克华侨，在斯洛伐克国家馆，和第二故乡的“父老乡亲”聊得不亦乐乎。

“我遇到了一位17年前的老朋友，他告诉我，他在销售一款无糖巧克力。我会把他留下的样品放到淘宝上‘试水’一下市场，如果卖得好就持续推广；还有一位精通汉语的饮料经销商，对宁波、温州等浙江城市如数家珍，我们会考虑后续的合作。”张鹏感到收获满满。

还有一家宁波制造商，从欧美大牌的“幕后”转战到“台前”，和客户共同登上进博会的舞台。

宁波的国家级制造业“单项冠军”企业——康赛妮集团有限公司创立于1999年，已成为全国最大的羊绒纱线出口商。该公司已连续4年参加进博会，今年的展览面积达500平方米，和众多国际奢侈品品牌如 LVMH、BURBERRY 等成为“邻居”。

“2005年，我们联手世界500强纺织服装企业——意大利凌励集团，合资打造康宝莱（宁波）织造有限公司，创建花式纱线品牌 TOPLINE，并于2011年100%收购该品牌股权。借助进博会，我们希望打造世界级的中国奢侈品品牌。”康赛妮集团相关负责人表示。

据悉，本届进博会期间，宁波还将举办2024宁波（上海）国际消费中心城市投资推介会暨老字号企业走进进博会、中国—中东欧国家数字贸易合作交流等活动，进一步扩大进口成交，推动与中东欧国家经贸合作，促进消费载体建设，加强招商引资，让宁波加快“出圈”的步伐。

记者 严瑾 孙宇卓
见习记者 赵煜 文/摄



第七届进博会现场。