



## 外商点赞中东欧博览会

# 在宁波 打开中国市场的“大门”

“非常幸运能来到中东欧博览会，推广我们的产品。”

5月22日至25日，第四届中国—中东欧国家博览会暨国际消费品博览会（以下简称第四届中东欧博览会）在宁波举办。展会期间，匈牙利精品巧克力品牌 Hmmm 负责人 Csatai Laszlo 亲手操刀表演巧克力制作，并邀请观众免费试吃，赢得连连好评。

作为本届博览会的“重头戏”，中东欧展区集结了8000多种中东欧商品，现场外商云集。来自14个中东欧国家的参展商奔“甬”而来，叩响中国市场的大门。他们对宁波和中国有何印象？打算如何在中国开拓商机？记者采访了数名外商，聆听他们的“生意经”。



Diana Gergova(右)展示产品。记者 徐露清 摄



▲ Liakos Konstantinos 接受记者采访。记者 严瑾 摄

◀ Csatai Laszlo 现场表演巧克力制作。记者 严瑾 摄

## 1 在宁波开启“中国初体验”

在本届博览会的中东欧展上，记者“摇”到的外商，有不少都是第一次来中国，而宁波恰是他们的首站。

保加利亚品牌 Chimatech 公司展位上，摆满琳琅满目的玫瑰面霜、益生菌精华液、草本洗发水……吸引好奇的客商驻足试用。公司总经理 Diana Gergova 告诉记者，她是第一次来中国，希望通过参展让品牌从保加利亚走向世界。

“既然要开拓市场，为什么不选择人口最多的中国呢？”Diana 激动地说，她一直对中国市场很感兴趣，“我差点错过这次博览会，还好在报名截止前一周，及时在一家机构网站看到信息，便快马加鞭申请，总算及时赶上了！”

同样在宁波开启“中国初体验”的，还有匈牙利展商 Csatai Laszlo。他和宁波的缘分，始于今年4月在布达佩斯举办的中国—匈牙利贸易投资对接会。在宁波市商务局的组织下，58名宁波外贸人搭乘包机组团参加这场活动，也为他的生意牵上了线。

“在这场对接会上，我认识了张鹏。他把捷克的 Litovel 啤酒和巧克力带到中国市场，还和我一样在做自媒体，人也友善。我们聊得很投缘，很快达成合作意向。经他推荐，我来到中东欧博览会，看到这么多观众为我们的巧克力点赞，感觉真是来对了！”Laszlo 说。

## 2 在宁波领略“中国生意经”

在全球化浪潮下，本土化显得尤为重要。海外品牌进入中国，必须顺应中国的市场规模与消费习惯。这一点，不少中东欧的展商们了然于胸。

有人会问：中东欧国家的产能，能满足中国庞大的需求吗？Diana 的回答是，她已经做好为中国订单增加产能和人力的准备，并且所有产品的包装、香味、成分等，都可以针对中国调整定制。她希望尽快在中国找到代理商，帮她解决“水土不服”的痛点。

贸易咨询公司 Allrango Ltd. 的负责人 Fryderyk Fiodorowicz 给出同样的答案。他从2010年起就来到中国，目前生活在深圳，帮助波兰健康食品品牌拓展中国市场。本届博览会上，已有10多家企业向他表达合作意向。

“我对中国的消费市场充满信心。10年前的中国，可能没多少人喜欢喝威士忌、吃意大利香肠；如今，中国的年轻消费者更有国际视野，更开放包容、更注重健康饮食，这给我们带来了机遇。”Fryderyk 表示，他已做好随着市场拓展而增

加生产线的准备，希望对中国的出口规模越大越好。

而关于如何让品牌在中国“出圈”，这些中东欧的新老朋友，已对线上和线下渠道如数家珍。

来自希腊的展商 Liakos Konstantinos 于2014年来到深圳，在中国从事酒类贸易。自2018年以来，他已4次来宁波参加中东欧博览会。Liakos 分享他的“生意经”——“我们打的是‘组合拳’。一方面，我们入驻淘宝、京东等平台，几乎每天都有直播带货；另一方面，我们和本土经销商深度合作，组织各类品鉴活动，让产品进入餐馆和酒店，成功完成市场的培育。针对不同消费人群推出高性价比好物，定能取得成效。”

Laszlo 是一位拥有2.5万名粉丝的 TikTok “网红”博主，平时也为他的巧克力品牌拍摄创意短视频。他格外重视中国社交媒体的力量，“以后我打算注册小红书账号，把它当成中文版的‘TikTok’来运营，再通过合作伙伴张鹏的自媒体渠道，一起研究怎么在中国为中东欧‘带货’。” 记者 严瑾 徐露清

## 这场对接会 让“中国制造” 与世界市场相连

5月23日上午，在第四届中国—中东欧国家博览会暨国际消费品博览会（以下简称第四届中东欧博览会）的出口消费品展区，一场由商务部外贸发展事务局主办、宁波市商务局承办的优质外贸产品对接交流活动，正热火朝天地展开。

“这正是我们要的产品！来，加个微信，今天先来你们摊位，下次再来你们工厂……”现场，来自沙特阿拉伯的采购商 Mohammed Alnasser 和宁波博尔富泳池设备有限公司（以下简称博尔富）销售经理李昕宇相谈甚欢。

博尔富制造的“拳头产品”——泳池清洁设备，恰是 Mohammed 此番来中国最想采购的品类。双方迅速达成合作意向，期待再次在宁波相会。

本届中东欧博览会的出口消费品展区，是宁波携手全国外贸企业共同搭建的“卖全球”平台，吸引参展企业1000家，更有来自72个国家和地区超3000名境外采购商参与。

本次举办的对接交流活动，为45家境外采购商、120余家国内消费品企业搭建对接平台，其中不乏俄罗斯 X5 集团、印度信实集团、沃尔玛等大型采购商。

现场，多家宁波制造业企业表示，他们希望借助第四届中东欧博览会，开拓以中东欧、中东、俄罗斯为代表的共建“一带一路”市场。

“我们主营的个护电器产品，在波兰等中东欧国家均有销售。当地消费市场潜力大，追求高性价比的产品。”月立集团营销总监厉力众说，“如今，宁波的政府部门和企业越来越重视中东欧市场，开放包容的宁波正不断扩大‘朋友圈’，我们也愿意和中东欧的朋友互利共赢。”

“以前，我们都说‘中国制造’；未来，我们要说‘中国人制造’。无论在本土还是在海外，都有中国外贸人不断延伸的‘触角’。”厉力众说。

而前来出口消费品展区寻找商机的外商，同样表达“牵手”中国的信心和决心。

“我从事的是家居用品贸易，经常到中国义乌国际商贸城采购。这次，我刚结束在义乌的出差，就顺路来宁波旅游，参观天一广场和老外滩，觉得这座城市非常美丽！在旅游之余，我也来宁波参加展会寻找商机，觉得效果很不错。”芬兰客商 Jhonny Robayo 告诉记者。

Jhonny 说，他在本次对接交流活动中收到不少名片，比如宁波元炳家居用品有限公司，样品册里展示的拖鞋等家纺产品和他的采购需求较为匹配。这加深了他对宁波的印象，打算接下来的一周继续留在宁波，既能拜访工厂，又能深度游览这座“港通天下”的历史文化名城。

让“中国制造”与世界市场相连，正是宁波举办对接交流活动的意义。

记者 严瑾 尹幸芷 见习记者 林昱辰