进博会来了

宁波进口商“购物车”里的货物越来越丰富

11月5日至10日，第九届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）在上海举办。本届进博会汇聚162个国家、地区和国际组织，4142家境外企业参展，更有超过480件全球首发、亚洲首展、中国首秀的代表性展品，数量创下历年新高。

一批宁波外贸人已抵达“四叶草”（即国家会展中心）。他们有的是参展商，将海外品牌引进中国市场；有的是专业观众，带着“购物车”来“临市面”。截至10月底，宁波交易团已完成注册单位数超1500家，注册采购商超5000名。

那么，本届进博会上，宁波企业展示了哪些进口好物？又有哪些“新面孔”亮相？



观众在祥淼科技的展位领取礼品。

1 中东欧新品首发首秀

宁波是全国首个中国—中东欧国家经贸合作示范区。捷克水晶、保加利亚玫瑰水、塞尔维亚红酒……这些广为人知的中东欧商品，已成为宁波的“洋特产”。

今年，宁波进口商品中心再次把中东欧国家特色商品常年馆“搬”到进博会，统筹组织17家中东欧贸易商参展。它们纷纷带来首发首秀的新品，推出食品试吃、酒类品鉴、护肤品试用等互动体验活动，以“圈粉”更多专业观众。

“今年，我们带来全球首发的塞尔维亚Sofi系列美妆产品，还为小红书打卡互动的观众准备了1000份免费的伴手礼——塞尔维亚马膏，它能缓解久坐人士的腰部酸痛，传递健康生活的理念。”宁波祥淼科技有限公司总经理李燕芬告诉记者。

为了让塞尔维亚商品“出圈”，祥淼科技非常重视社交媒体推广。其运营的“塞尔维亚国家馆”B站账号已吸引了75万粉丝。“越来越多的人发现，‘塞铁’不仅是中国的‘老朋友’，还有咖啡、红酒、马膏等‘宝藏产品’，让我们深感欣慰。”李燕芬说。

在展位的另一头，“保加优格”品牌创始人周越化身“主厨”，为观众现场调制手工酸奶。它由保加利亚进口菌种发酵而成，配上各种水果切片作为“酸奶伴侣”，口感醇厚而美味。

“今年，我们还带来一款首次进入中国市场的捷克麦片枕，里面有香草夹心，兼具营养和口感，希望通过进博会结识更多经销商，在其他城市开设加盟店，把我们的产品和品牌推广出去。”周越告诉记者。

此外，保加利亚玫瑰护肤品牌Bio-fresh（柏芙诗），推出多款香型炫彩淡香水身体喷雾；捷克水晶饰品品牌“宝石奥沙”全球首秀，让观众感受波西米亚的美学魅力；希腊奥德赛研磨海盐、欧利维多酚特级初榨橄榄油，展示地中海畔的健康饮食方案……宁波进口商“购物车”里的品类，正日渐丰盛。

2 法国名鞋成“回头客”

进博会的展商中，既有每年赴约的“全勤生”，也有主动再来的“回头客”。

在本届进博会的消费品展区，法国知名鞋履品牌“MEPHISTO马飞仕图”第二次参展，传递服务健康中国的理念。马飞仕图中国区董事长黄逸亨是一位66岁的宁波“爷叔”，已做了近30年的鞋类生意。展台前，他一边招呼客人，一边讲起穿鞋的学问——“许多人都遇到过足部健康问题，却不知，问题可能就出在鞋上。一双高品质的休闲鞋，绝不是注塑一次成型的产物，而是会在鞋底里加上一层叫‘勾心’的钢板。它能起到支撑作用，让身形更挺拔，也让足部受力均匀，哪怕日行3万步也不觉得累。”

黄逸亨说，马飞仕图的每一双鞋，都坚持手工制作，把“勾心”作为“标配”，“哪怕许多消费者并不知晓这个部件，品牌依然坚持这么做，这就是匠心和良心”。他想借助进博会这个“世界超市”，让中国消费者了解这个“为人类足部健康做贡献”的法国品牌。

“这次，我们的参展面积比去年扩容了一倍，还会举办2027年春夏新品的全球首发活动。所有到场的观众，都将获赠一个手袋。”黄逸亨告诉记者，“我们还安排了3位同事在展位上做社交媒体直播，介绍天然环保鞋材的功能，铆足了劲卖力吆喝，将流量转化为销量。”

黄逸亨介绍，今年，马飞仕图的国内销量预计突破1亿元，同比增长约20%，他希望通过进博会结识更多经销商和合作伙伴。


马飞仕图的工作人员通过现场直播分享鞋类知识。


童安睿展示宁波养成的第160万条大西洋鲑鱼。

3 大西洋鲑鱼“游”进中国餐桌

如今，进口三文鱼正成为越来越多中国消费者的心头好。本届进博会上，挪威在华单体投资规模最大的农业项目——坐落于象山高塘岛的诺帝克水产（宁波）有限公司（以下简称“诺帝克”），带来最新陆基大西洋鲑鱼养殖技术的展示。

它是亚洲首个实现规模化商业运营的大西洋鲑陆基循环水养殖项目，由Nordic Aqua Partners AS、宁波海洋发展集团、象山海峡经济技术合作有限公司合资而成。

“我们从冰岛进口大西洋鲑鱼卵，再到宁波进行本地化的孵化和养殖，工厂一站式粗加工后，经冷链包装发往全国各地，最快5小时就能直达长三角食客的餐桌。”诺帝克总经理童安睿告诉记者，此次参加进博会，公司专门带来在宁波养成的第160万条大西洋鲑鱼，展示服务中国消费市场的实力。

如何“锁”住三文鱼的美味？童安睿说，秘诀在于全球领先的RAS循环水养殖系统，“我们通过精准调控水质、水温、氧气、水流，模拟大西洋鲑鱼成长的原生自然环境，同时彻底隔绝外界病原侵扰，确保品质安全，让中国本土养殖的鲑鱼，也能保持地道的进口风味。”

数据显示，2026年上半年，中国的三文鱼进口量同比增长37%。童安睿希望通过进博会结识更多合作伙伴，提升“诺谛臻鲑”品牌的知名度。

记者 严瑾 通讯员 傅春翌 文/摄