



优衣库的北后有着宁波申洲国际的身影。记者 严瑾 摄

进博会上大牌纷呈 宁波制造何时能从幕后走向台前?

记者 严瑾

核心提示

11月5日至10日，第三届中国国际进口博览会在上海举行，宁波交易团共有3887家企业奔赴现场，数量居全省第一。这场盛会彰显了中国坚定不移扩大对外开放的决心，也给了许多国际品牌亮相中国市场的机会，宁波企业也因此觅得“买全球”“卖全球”的商机。

特斯拉的酷炫Model3、优衣库的羽绒服、宜家的环保理念……当这些全球知名的大牌吸引客商驻足，一个老生常谈的问题又摆在了宁波面前。这些品牌背后，都不乏宁波制造的默默耕耘，但在这个“酒香也怕巷子深”的时代，宁波何时才能从幕后走向台前，通过品牌打造和终端延伸实现“C位”出道？



这些“大牌”由宁波销往全国

疫情期间，人们对健康美好的追求催生了进口商品的走俏，殊不知许多耳熟能详的“爆款”，都由宁波企业拿下中国总代理。进博会上，不少实力雄厚的宁波进口商都铆足了劲，为自家进口好物热情“打call”。

“火鸡面，选三养，现场挑战三倍辣，等你来逛展试吃！”在本届进博会的食品馆，宁波跨境进口电商的龙头企业——宁兴优贝借助进博会的东风，联合韩国三养集团拿下108平方米的展位，为公司总代理的三养火鸡面架起了4个煮面台，成了全场最“吸粉”的打卡地。

“经过多年的推广，如今三养火鸡面已经不再是昙花一现的‘网红’，而是商超和电商平台的常规品。今年的进博会，观众大多是贸易商、政府工作人员、媒体从业者，希望通过影响这些有影响力的专业人士，达到品牌宣传、对接合作的效果。”公司大贸事业部总监翁骏涛说。

翁骏涛告诉记者，今年疫情期间，方便面等速食反而因人们足不出户而更受欢迎，公司上半年业务量同比增长了约30%，排名稳居全网进口速食类商品第一。

就在宁兴优贝的小伙伴忙得“湿了好几只口罩”时，消费品馆的捷克欧若拉水晶展位也喜迎“开门红”——仅

6日上午就接到了上百个订单。这批货物由宁波保税区新捷晶进出口有限公司独家代理，还为大师作品打出“现场下单享八折”的优惠。

“今年因为疫情，许多展会都被迫取消，我们便把进博会当成了重头戏，专门为中国市场设计了百鸟朝凤、梅兰竹菊系列的大师作品。怕赶不上海运船期，还自掏腰包，把600公斤重的水晶空运过来。”这一天，公司总监郑瑶忙得午饭也顾不上吃，一边给客人列采购清单，一边和记者聊起了感受。

她相信，这些良苦用心非常值得，因为进博会的平台着实让更多人看到了宁波代理的捷克水晶。每当被客户问起有什么别的销售渠道，她都会一一答复：“可以上微信小程序，也可以来宁波进口商品中心的常年展。”而宁波的名字也将因此被更多贸易商铭记。

同样从宁波销往全网的“爆款”，还有波兰乳制品巨头Mlekovita的进口牛奶。去年进博会时，宁波帝加唯达商贸有限公司成为该公司的总代理，在一年之内便实现数以万计的全网月销量；今年，帝加唯达与6月“云洽会”上结识的保加利亚品牌Biofresh达成合作，为宁波企业拿下的海外总代理名单再次“扩容”。