



# 花头十足 干货多多 首场企业“相亲会”主打高端、健康牌

本报记者 单玉紫枫

昨天下午，泛太平洋酒店商贾云集。第二次中国—中东欧国家经贸促进部长级会议举行首场企业对接会。会议开场白一结束，来自全国各地及中东欧的100多位企业代表、经销商就按捺不住，各自奔向会场上心仪的参展台。展商则八仙过海、各显神通，拿出“练摊”的架势，只为“留住你流转的目光”。

## 原汁原味中东欧

海量商品中，如何凸显自己的特色？“罗欧国际”董事长张建军显然深谙此道。

展台上，各色罗马尼亚产品一字排开，两边易拉宝印着罗马尼亚最著名的巴纳特山脉，身着传统服装的罗马尼亚姑娘Andreea则和同伴站在前面，拿着最新推出的矿泉水平向众人推介，让人仿佛置身神秘的东欧国度。

作为罗马尼亚—中国双边工商会会长，张建军已深耕罗马尼亚市场20余年。他告诉记者，此前公司主营红酒，但随着双边贸易的发展，公司业务也随之拓展。今年展会，他特地推出了矿泉水、食品及药妆。“这些产品是首次与中国顾客见面。”他拿着一款矿泉水说，“比如这款水主打健康概念，水源在巴纳特山脉地区，那里的居民平均寿命93岁，相当于我们广西的长寿之乡巴马，而且它刚刚在布鲁塞尔获欧盟食品检测中心金奖。”

该矿泉水一瓶750毫升，定价为80元—90元。“现在明显感觉到国内顾客对产品的要求趋于高端、健康。”他笑称，不担心定价太高无人问津。

## 老外练摊推淘宝

比起其他展台前的琳琅满目，



罗马尼亚姑娘左手拿着“长寿水”，右手捧着奖章。

(单玉紫枫 摄)

来自匈牙利VIDEXIM公司的总监

Istvan Kralik淡定得多。他的桌子上只放着一种产品：宝宝便携式纸马桶，旁边则印着一个大大的二维码。

一有企业代表路过，这位白头发“帅大叔”就会热情地招呼大家“扫一扫”。他笑着说，产品走的是差异化、个性化的路线，直击受众痛点。这个纸马桶携带方便，市场反响很好，是公司的主打产品。

“你刚刚扫的那个，就是我

们开的淘宝店，销售情况很不

错。”他眯着眼睛，指着记者屏幕上16元的零售价，慧黠地说，

“我这里批发价只要9元哦，诚征

各地经销商。”

果然，“帅大叔”一番“王婆卖瓜”顿时起了效果。几张名片同时递了过来，其中一张来自郑州国际会展中心筹备组的一位女士。她说，今年10月，郑州准备召开类似的博览会，非常欢迎Kralik先生这样的外国厂商，希望帮他打开中部地区的广阔市场。

## 挑花眼的经销商

来自南京的恒昇昊公司的总经

理赵海军，背着背包，东瞧瞧西看

看，每个展台前都要坐下来聊上一阵。他告诉记者，公司在广东、浙江、上海、北京等地拥有30多家超市，每家面积超过2000平方米，主要经营进口的饮料、食品。这次来希望就一些健康的高端产品方面达成合作意向。

他说，现在各类产品趋于细分化，但中国的每类细分市场的受众对于中东欧国家来说，都是巨大的市场份额。“去年通过中国—中东欧博览会，我们试着下了30万美元的订单，后来销售非常火爆。今年我会继续在这里寻找合适的合作伙伴。”

## 浙洽会搭平台 “洋雷锋”接招忙

本报讯（记者周琼 通讯员任社）昨天，法国专家咨询协会的中国部部长菲利普·米歇尔先生匆匆赶到宁波，接下来的几天，他将“接招”宁波乃至浙江企业的具体需求，让协会中的专家“诊断开方”。

菲利普·米歇尔说，法国专家咨询协会和宁波结缘已有20余年。成员具有丰富的理论和实践经验，他们的服务领域包括农业、纺织、皮革、塑料等多个方面，成员提供服务不收取任何报酬。说起将法国的专家带到中国，菲利普·米歇尔一脸自豪，近年来他们每年都会帮助中国企业完成上百个引智项目。

象山不少养殖场的养鹅专业户就是“洋专家”引智项目的受益者。在法国专家咨询协会的牵线搭桥下，法国西南部阿勒比地区的农场主吉尼·皮埃尔接下了宁波发布的“专家征集令”。只身来到宁波后，皮埃尔前往象山多家农牧公司和种鹅基地进行考察，并有针对性地提出了许多技术指导意见。经他指导，初生小

鹅的存活率提高了两个百分点。皮埃尔还将法国肥鹅肝的相关技术带到了象山，帮助当地拉长养鹅的产业链。而请来这位“洋专家”，除了提供往返路费和食宿等必要费用外，养殖户们几乎没花钱。

同样是通过浙洽会平台，埃美柯有限公司聘请到了具有丰田公司生产现场管理经验的日籍专家青木干晴先生，使得企业生产现场的管理水平得到有效提升。

记者了解到，通过历届浙洽会平台，我省引进各类外国专家5700余人，解决企业的技术难题6600多项，其中宁波引进外国专家1500余人，解决了2000多项技术难题。市外国专家局的负责人告诉记者，这一平台所引入的大部分专家提供的志愿服务。

记者从组委会获悉，今天上午，来自美国、德国、法国等国家的24个外国专家组织和人才中介机构将在开元大酒店和我市、我省相关企业进行洽谈，企业配对寻求人才以破解各种管理和技术难题，更将为企业下一步引进国外人才、智力提供各种可能的方案。

## 布展



昨天下午，在国际会展中心中东欧博览会中东欧产品展区，参展商正在陈列捷克水晶。今天

记者 徐能 摄

# 架起中国—中东欧经贸合作新“桥梁” ——中东欧(宁波)贸易物流园落户宁波保税区一年间



今天，又一批中东欧国家特色馆开张。

宁波市民王小姐，下班后习惯到家门口的三江超市买一盒波兰进口牛奶。对她来说，波兰的牛奶不仅原料品质好，而且价格比德国、荷兰等同质量产品便宜20%以上。

为了加强中国与中东欧经贸往来，让中东欧国家的商品通过宁波口岸更加便捷地进入中国市场，2015年6月首届中东欧博览会期间，中东欧(宁波)贸易物流园落户宁波保税区。

一年来，中东欧(宁波)贸易物流园借助保税区贸易功能优势、物流产业优势、政策服务优势以及成熟的进口商品市场、完备高效的跨境电商服务平台，共集聚了中东欧贸易企业187家。2015年6月至2016年4月，保税区与中东欧国家贸易额达1.3亿美元。

## 常年展搭建起中东欧商品集散地

今天，又一批中东欧国家特色馆将在宁波进口商品展示交易中心集中亮相，包括匈牙利馆、罗马尼亚馆、塞尔维亚馆、波黑馆、拉脱维亚馆、马其顿馆、斯洛文尼亚馆以及波罗的海

馆。至此，宁波进口商品中心中东欧国家特色馆数量达到14个，展厅面积4000余平方米，搭建起全面展示中东欧特色商品、沟通中国与中东欧各国经贸往来的重要平台。

作为中国—中东欧国家投资贸易博览会的落地项目，中东欧国家特色商品常年展于2015年6月8日落户宁波进口商品中心。中东欧国家特色馆，是以中东欧十六国国别为单位、由各国政府相关机构或驻外使领馆授权企业打造的各个国家的主题特色展厅。这些企业一部分是宁波本土企业，还

有相当一部分是中东欧客商、归国华侨。国家特色馆主要分布于9号馆一楼及10号馆二楼。

此外，中东欧国家特色商品常年展还得到了市旅游局的大力支持，双方共同打造的中东欧旅游风情馆正在积极筹备中，建成后将成为游客了解中东欧风情的一个重要窗口。

## 线上线下搭建起中东欧商品内销网络

中东欧国家商品目前在中国市场相对影响力小、知名度低，通过宁波口岸进入中国后，更重要的是如何搭建起内销网络，从宁波辐射全国。园区依托宁波保税区进口商品市场和宁波进口商品展示交易中心的渠道资源优势，通过广告宣传、网上商城、组团参展和专场采购会等多种方式，借助北京、上海、青岛、武汉等地展会，开展中东欧商品专业对接推广活动；在全国20多家宁波保税区进口商品直销中心开辟中东欧商品专区；在市中心天一商圈、南塘老街商圈及余姚中心商圈等地开设中东欧商品展厅专区；与零售商对接，拓展零售渠道等，如波兰液态奶、麦片等优质产品已与浙江最大零售企业之一三江超市达成入场协议，覆盖其160多家门店。国内消费者对中东欧国家商品认知度和认可度正逐步提高。

在拓展线下销售渠道的同时，园区利用保税区跨境电商试点优势，在宁波跨境电商平台“跨境购”、淘宝、天猫、阿里巴巴1688等第三方电商平台，搭建中东欧网上商城，积极拓展线上渠道，探索线上线下融合互动，打造B2B、B2C、O2O多种模式，全力带动中东欧商品经保税区销往全国。近期，宁波保税区还将与网易考拉海购开展深度合作，充分发挥网易考拉海购的线上平台资源和品牌优势，在网易考拉海购上打造网上中

东欧国家特色商品常年展，实现双方优势资源互利互补。

## 物流平台、扶持政策等配套服务相继完善

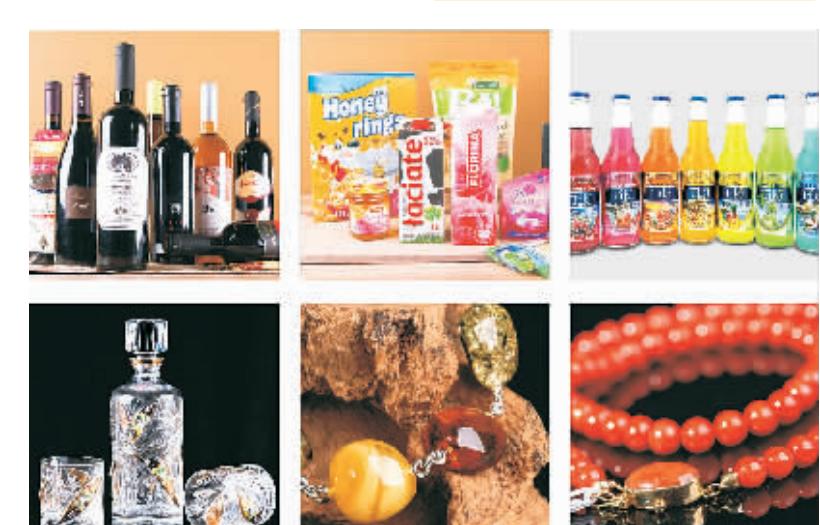
园区依托保税区仓储物流优势，为中东欧贸易企业提供从货运代理、保税仓储、简单加工，到分拨配送、国际采购等一条龙服务。今年还将特别针对中东欧进口贸易，建设一个高效物流支撑平台，该平台占地约4000平方米，规划建造高标准的仓储配送仓库约1万平方千米。

此外，园区还针对中东欧贸易量身定制了一系列优惠政策。其中包括：支持中东欧商品展示交易的展馆租金减免及装修补贴；支持企业做大做强中东欧商品进口业务的奖励；支持拓展中东欧商品营销渠道的专项补助；支持发展面向中东欧的跨境电商的专项补助和奖励；支持加大对中东欧贸易资源的招商引资，对企业出口中东欧给予政策优惠。今年园区还将根据一年的运作情况，进一步完善专项扶持政策。

(周红梅 俞永均)

## 愿景

经过一年的发展，中东欧(宁波)贸易物流园各项配套基本完善，双边贸易初具规模，发展成效初步显现，在巩固和提升宁波与中东欧国家的经贸合作关系，密切宁波、长三角乃至中西部地区与中东欧国家的经贸联系上起到了特殊作用。园区力争通过三至五年建设，集聚从事中东欧贸易的企业500家，年贸易额达10亿美元，成为中国—中东欧贸易物流合作先行示范区和宁波参与“一带一路”建设的重要功能区。



特色鲜明的中东欧商品受市民欢迎。