

【编者按】

俗话说得好：“困难困难，困在家里就都是难；出路出路，走出去了才会有路。”

当下，宁波企业正在找新出路。他们中，有的前往消博会、广交会、中国家电及消费电子博览会(AWE)等展会结交新客户；有的利用新技术、新模式开辟新赛道；有的通过品牌出海、跨国经营开拓新市场；有的研发新产品、利用新平台搭建新渠道。

这些践行“四千精神”的勇敢者值得许多同路人借鉴学习。今天起，本报推出“拓市记”栏目，去看看那些乘着“上升气流”的企业开拓进取的鲜活实践，去感受中国经济最真实、最积极的复苏图景。

借助国家级展会推广商品、文旅产品

宁波企业成为 中东欧“推荐官”



第三届中国国际消费品博览会宁波展区

拓市记

眼下，琳琅满目的中东欧商品，正成为宁波的“洋特产”。但从全国来说，中东欧好物进入国内时间不长，尚在推广阶段。目前，有一批宁波进口商成为中东欧商品进入中国的“推荐官”，正借助消博会等国家级展会的平台进行推广。他们通过B站直播、小红书推广等途径，试水合资并购等新渠道，助力宁波打造中东欧商品进入中国的首选之地。

1 直播引流，带火「宝藏国家」

“常言道，‘无酒不成席’。这款塞尔维亚的低度果酒，可以‘闭眼入’，更有299元钱4瓶的专属优惠，假一赔十，快冲吧！”4月12日，“中东欧之家”负责人周越在第三届中国国际消费品博览会展馆变身直播达人，在B站上热情带货。

周越多年从事宁波与中东欧国家的商贸往来。如今，在他和同事们的经营下，B站的“塞尔维亚国家馆”直播间，已成为中国“Z世代”青年了解塞尔维亚商品和文化的重要渠道，吸引了成千上万的网友点赞。

“以前，我们以为只有老一辈人才对塞尔维亚有情结，没想到最近年轻人得知‘塞铁’和中国的友谊后，纷纷主动研究这个‘宝藏国家’，甚至能在评论区说出‘塞尔维亚人用咖啡渣占卜’的文化，真是后生可畏。”周越感叹道。

中国青年对“塞铁”的关注，以及塞尔维亚总统武契奇的“出圈”，让周越的中东欧商品推广之路越来越顺。今年，他们打算在全国开设60家“中东欧之家”线下门店，集商品展销、旅游推介、文化体验于一身，让中东欧的概念走进千家万户。

2 定制新品，借展会「一炮而红」

“这是百年品牌欧若拉水晶，现场下单8折，满2000元送水晶红酒杯套装，顺丰包邮到家……”在第三届消博会宁波展区，宁波保税区新捷晶进出口有限公司推广其独家代理的来自中东欧国家的水晶。

这是新捷晶公司在消博会上的“首秀”。三年前，新捷晶公司代理的欧若拉水晶，通过进博会“一炮而红”，一上午就收获上百个订单，成功向天南海北的客户“种草”。本届消博会，新捷晶公司结识了福建的茶叶贸易商，并萌生联合对方推广水晶茶具的想法。

“国家级展会是我们拓市场、树品牌的重要渠道。”新捷晶公司总监郑瑶告诉记者，她和同事们致力于为舶来品增添中国元素，如运用退火工艺让水晶获得耐高温的“新技能”，从威士忌酒杯“变身”中国茶具，以赢得本土市场的青睐。

在参加展会的同时，新捷晶公司还不忘把产品美图发到小红书、抖音等社交媒体，实现“线上+线下”全方位营销。“这些年，中国消费者对品质生活的追求，将提升我们的产品在家装饰、餐饮聚会中的‘出镜率’。”郑瑶说。

3 合力推广，实现「你中有我」

在推广商品之余，一些宁波企业还与中东欧的合作伙伴成立合资公司，从国际贸易走向跨国经营，在产品设计、物流运输、文化推广等方面发力。

宁波波加唯达商贸有限公司是保加利亚美妆护肤品牌Biofresh的中国总代理。双方“牵手”近三年，Biofresh在中国的“朋友圈”扩展至上海、杭州、重庆等多座城市，奠定进一步合作的基础。

“Biofresh打算和我们一起在中国成立公司，建立其商品进入中国后的物流集散中心，而宁波正是首选之地。这里不光有中国—中东欧博览会，还有得天独厚的港口优势。”该公司总经理陈慧说，“保加利亚的天然精油和宁波发达的轻工业很契合，肯定能擦出耀眼的火花。”

周越则筹划在宁波落地中东欧体育交流基地，让体育大国塞尔维亚的教练常驻“奥运冠军之城”宁波，为中小學生提供训练和研学机会，“我们特意注册了‘塞铁’双语篮球的商标，希望在全国组织赛事，服务‘体育强国’建设。”周越说。 记者 严瑾

Nbdg 宁波牛奶集团 | 涌优 YOYOU

农业产业化国家重点龙头企业

多喝鲜奶身体棒!

正在招商：诚招各区域（直销、团购）代理加盟商



加盟/订奶热线：0574-87501717 87506818（奶站）