



2天清空3款红酒产品,家居产品一天卖4万多元——

外宾盛赞:“哈尔滨真好,明年还来!”

■本报记者 李木双/摄

展会首日,7.5万人次的入馆人数,让参展商们看到了冰城的市场潜力。44个国家和地区展商云集博览会,在哈尔滨国际会议展览体育中心C馆内,不管是澳大利亚的奶粉、法国的红酒展位前,还是克什米尔地毯、巴基斯坦的手工家具和玉石展位前,人们只要开口询问,都会听到不少外国参展商用流利的汉语回答问题。交流互动在增多,不少外国参展商已积攒出了回头客。

巴基斯坦小伙说“我太喜欢哈尔滨了,明年我还来”

“这是把铜片镶嵌在木头上,不会掉色的,很环保。”“这个架子2700元,你要是喜欢,价钱可以商量。”“那个已经卖了,你可以看看其他的。”19日,巴基斯坦小伙Faisal Rasheed一口流利的汉语,吸引了不少参展商和当地市民前来购买产品。而他对于哈尔滨也非常喜欢,已经连续七年参加展会。

“这个家居产品和旁边的玉石展位,还有服装展位都是我的。”Faisal Rasheed骄傲地展示着自己的展位。他告诉记者,连续参展给他带来了许多好处。“第一年来,我一句中文都不会说,没法交流。今年,我已经能跟顾客顺畅沟通。”当天的展会上,Faisal Rasheed还遇到了回头客,去年在他的店里选购价值6000多元人民币柜子的顾客,今年来选购同系列的家具。

Faisal Rasheed告诉记者,通过不断参加展会,他的产品已经遍布黑龙江、吉林、辽宁、北京、广东等地。他也给自己起了一个中文名,叫凡少。

谈到对哈尔滨的印象,Faisal Rasheed非常高兴,“我太喜欢哈尔滨了,前来参加展会的人非常多,我想多卖一点。而且这里的顾客很喜欢我的产品,是真的买。只用了1天,我的家具销售额就达4万元左右。”

2天清空3款产品,法国展商决定苦练汉语

在法国精品酒庄展位,前来品尝红酒的市民排起了长队。市民陈先生连续品尝了5

■本报记者 刘述波/摄

“一天不吃冷面,就感觉不带劲儿。”冷面之于鸡西人,是一种贯穿四季的习惯。作家鲁学民先生在散文《漫话鸡西冷面》中写道:不少鸡西人都有这样的感觉,个把月不吃冷面,就好像缺点什么。离家在外的鸡西人,只要一回鸡西,立刻奔向冷面馆……

在哈尔滨国际会展中心B馆鸡西展区,摆放鸡西大冷面、洞藏酸菜、糖蒜等特色食品的展位前人头攒动,过往宾客品尝各种特色食品,并纷纷竖起了大拇指。

“我们这次参展带来的地方特色食品,主要就是经过塑封包装的鸡西大冷面,和经过原生态工艺发酵的酸菜、糖蒜等地方特产。”鸡西市城子河区商务局工作人员张健告诉记者,鸡西大冷面,既是“面”又是“菜”,是主副食的统一称呼,也就是人们常说的“吃冷面离不开冷面菜”。“永红金正花”品牌是当地的特色冷面品牌之一。

吃着冷面辣菜长大的城子河区永红乡朝鲜族金金正花,从2005年一个不足百平方米的平房做起,开始了她的“永红金正花”品牌冷面创业之路。如今,她的厂房达到

■本报记者 刘希阳

此次参加展会,宁夏可谓掏“家底儿”,当地“六特”产品即葡萄酒、枸杞、牛奶、肉牛、滩羊、冷冻蔬菜产业“一齐出动”。借势展会平台,宁夏特色产品不仅受到公众喜爱,还成功吸引采购商瞩目——新品种高度葡萄酒已从展会找到商机,确定将走向国际;枸杞等产品,吸引采购商进行对接……

北纬37° 枸杞

参展企业提到“一大把”意向采购商

“独特的地理条件,让宁夏中宁县的枸杞种植业有得天独厚的天然优势。”在哈尔滨会展中心B展厅宁夏展区,宁夏中宁枸杞产业集团有限公司工作人员不断向客商介绍企业优势。

中宁县地处北纬37°黄金位置,是中国枸杞原产地自然分布区域的中心地带,造就了中宁枸杞“甘美异于他处”的独特品质。

“总结来说,春暖迟、夏热短、秋凉早、冬寒久,枸杞成为宁夏‘六特’产品之一。”中宁枸杞产业集团有限公司工作人员说。在做好种植的基础上,企业已经形成集枸杞种植、仓储、深加工、销售于一体的全链条产业。参展一天半,已经有十余家采购商与企业



法国展商推荐他的红酒。

款红酒后,购买了2瓶。“去年我在这里买了2瓶,觉得很不错。今年他们有新品,我特意过来尝尝。”记者发现,买酒的顾客中,有不少是回头客。

展位内,面对市民的咨询,腼腆的法国展商弗朗索瓦总是保持微笑,很少说话。“他还在努力学习中文。”弗朗索瓦的妻子刘雨鑫告诉记者,来中国12年,弗朗索瓦正在努力学习中文,而让他下定决心原因是此次参加展会。

“开展仅2天,我们带来的11款红酒,有3款已经售罄。在去年同样是3款酒售罄,用了4天时间。”刘雨鑫说,看到市场潜力释放,弗朗索瓦认识到了中国市场的重要性。

刘雨鑫说,他们已经连续10年参加展会,“哈尔滨的顾客对红酒的认知是有一定文化底蕴的,他们很能接受新品,购买力也不断提升。”在10年的参展过程中,他们结识了很多冰城的忠实顾客。每年展会,他们都会前来品尝和选购红酒。



说起他卖的特色家具,巴基斯坦小伙滔滔不绝。

今年参展的11款红酒中,有7款是新品首发,吸引了很多顾客。“一个老顾客直接买走了200瓶红酒,清空了我其中一款酒。”刘雨鑫说,这个顾客并不是酒品经销商,买酒只为了自己品尝和招待朋友。“在哈尔滨,

类似这样的回头客还有很多。还有不少客户会介绍朋友和生意伙伴,帮助我们拓展了销售渠道。”

交流、融合、发展,借力展会,越来越多的国际产品走入了本地人的生活。

面条塑封保原味 洞藏酸菜原生态

拒绝“科技与狠活”,鸡西“原味”大冷面来啦

1500多平方米,年产值数百万元。金正花告诉记者,“在创业伊始,我们就立志要打造以传统工艺为主的产品,没有‘科技与狠活儿’,从白菜品种、发酵方式到精盐等,都是经过精心选择。白菜是黄心品种,亲自种植。”她介绍,这种黄心白菜含糖量较高,为发酵提供了天然的营养。为了实现长时间高质量发酵,公司选择了万平方米的防空洞作为腌渍空间。这里冬夏恒温,常年保持在6摄氏度左右,发酵过程缓慢但却十分透彻,同时也不容易出现变质。

金正花说,这是她第三次来哈参展。通过展会,她不但将特色食品销往北京、三亚、广东等地,还与部分国外客商建立了联系。哈市文旅“出圈”了,为此她这次来哈参展之余,还专门考察了店面,“准备在哈投资,开一个上千平方米的特色餐饮店,到时候让更多的冰城市民和游客体验到正宗的鸡西大冷面等特色食品。”



鸡西大冷面、洞藏酸菜、糖蒜等特色食品的展位前人头攒动。

参展掏“家底儿”,针对需求定制新品——

以展为媒 宁夏“六特”挺进国际市场

对接。工作人员说,“通过展会,不仅拓展了国内市场,也给了企业产品走向国际市场的机会。”

40度葡萄酒

针对外司习惯开发,展会上找到采购商

宁夏葡萄酒种植与葡萄酒制造同样出彩。在贺兰山东麓产区,昼夜温差大,光照足,土壤适宜,适合种植葡萄种类中的赤霞珠、蛇龙珠、贵人香、霞多丽。“赤霞珠和蛇龙珠,适合制作干红。贵人香和霞多丽适合制作干白。”宁夏农垦酒业销售经理杨佳欣说,“今年我们还推出了马瑟兰干红,主要瞄准的是境外烈性酒消费市场。”“葡萄酒系列主要瞄准的是有烈性酒消费习惯的国家。”杨佳欣说,“这次来展会,已经找到采购商,新品种即将实现出口。”

盐池滩羊

“吃的是中草药,喝的是泉水”

不到宁夏展位,可能不会了解自然条件



宁夏特色产品吸引客商关注。

会给一个区域怎样的天然馈赠。作为宁夏唯一的畜牧县,盐池县境内草场资源、畜牧业资源丰富。

在干草原草场、荒漠草场、沙生植被草场、盐生植被草场4种草原类型上,盐池县草场内还生长着甘草、苦豆子等175种中草药和优质牧草。独特的自然气候条件和天然

草场植被,培育造就了“盐池滩羊”这一地方绵羊品种。用当地老百姓的话讲,盐池滩羊“吃的是中草药,喝的是泉水”,因而形成了滩羊肉独特的品质。

此次展会,宁夏越达农业发展有限公司带着“家底儿”到来,盐池滩羊通过展会走上更多东北人的餐桌。

挖掘龙江市场潜力 开拓“向北”新空间

深圳行业商会:越来越多鹏城企业愿意北上寻商机

■本报记者 李木双

开放、包容、合作,龙江巨大市场潜力吸引着来自国内外的参展商。在哈尔滨国际会展中心的深圳展厅,深圳电子商会的负责人表示,近年来,黑龙江不断向好的营商环境、联通国际的地理优势,以及不断释放的市场潜力,让越来越多的深圳企业愿意北上寻找合作机会。

“我们这一次参加展会的共有30余家企业,重点展示华为、创维、大族激光、亿道、京华、吉祥星等企业新产品。”深证电子商会负责人徐慧英表示,近年来,黑龙江相关的企业发展势头越来越好,新产品研发不断,吸引很多深圳企业的目光。本次参展的深圳企业,不少是专门北上对接龙江企业,加大投资、合作力度。深圳市商务部门工作人员表示,此次参加展会的企业中,有多家企业是带着合作项目参展,并与龙江企业完成对接。

深圳市益美成科技有限公司展位负责人告诉记者,企业是首次参加展会,目标就是布局北方市场。作为本土品牌,企业在美容产品的开发上不断投入,并针对北方气候环境特点,开发适合北方人护肤保养的产品。“随着北方经济发展,对美容的需求和消费能力不断提升。正是看到了这样巨大的市场消费潜力,我们公司计划每个月推出一款新产品,快速对接黑龙江的美容行业,抢占市场。并希望通过立足北方市场,拓展海外市场。”

推广龙江和牛 宣传特色旅游

元盛食品推介产自齐齐哈尔的牛肉

■本报记者 李佳琪

都说齐齐哈尔的烤肉好吃,究竟有多好吃?从展会上试吃的空盘就能看出来。在齐齐哈尔展区里,无论是交流区还是产品展示、销售区,龙江元盛食品有限公司展位始终人流不断。该公司业务部副经理郑金龙告诉记者,这是公司首次参加展会,希望借助此次展会平台,不仅将公司品牌、产品推得更远,也让没去过齐齐哈尔的人尝尝齐齐哈尔的肉有多鲜嫩、多美味。

“和牛吃得,产出的雪花肉才更好。”郑金龙介绍,经有关部门批准,2012年、2013年“龙江元盛”从新西兰和澳大利亚分两批引进活体带纯种母牛和公牛进行养殖、繁育。相关项目落地于北纬47°黄金牧场地带,配套种植2万亩紫花苜蓿草场,满足饲养需求,打造“龙江和牛”品牌。这次展会,公司带来了和牛原料肉类、预制菜类、开袋即食类等37类产品。“虽然公司的合作伙伴已包括百胜、海底捞、吉野家等多个知名连锁餐厅,但我们希望让‘龙江和牛’走得更广、更远。”

郑金龙成了展区的“大忙人”,不仅要和参展商介绍公司产品,进行交流合作,还要向与会客商、市民推介齐齐哈尔旅游。“上一个冰雪旅游季哈尔滨火了,也带动了黑龙江其他城市的旅游,这次展会我也要借‘烤肉的名义’,让更多人知道齐齐哈尔烤肉好吃,齐齐哈尔的风景也很美。”

尚志“独立展位” 展现产业活力

以白蓝为主色调的展厅,凸显了“雪都尚志、激情尚志、运动尚志”的形象



尚志独立展位前人头攒动。

本报讯(王逸轩 记者 王东文/摄)18日,在哈尔滨国际会展中心B馆主通道上,记者看到了尚志市的“城市展厅”。尚志市这座“赤诚之城”,成为哈市九区九县(市)唯一拥有“独立展位”的县级市,展示其独特的魅力。

尚志市的展区以白蓝为主色调,展示了“雪都尚志、激情尚志、运动尚志”的形象。在这里,人们可以看到尚志市冰雪运动装备、医疗器械等工业类产品,以及食用菌、小浆果、红小豆、刺五加、大榛子等林下经济产品。

尚志市位于“哈牡绥”交通线上的黄金分割点,是哈尔滨、牡丹江一小时经济圈的核心地带,高速公路、高速铁路贯穿全境,是全国唯一一个境内拥有5个高铁站的县级市。这一得天独厚的区位优势,为尚志市的经济腾飞提供了有力支持。

尚志市地处北纬45°优质农产品黄金带,是中国产粮大县、黑龙江重要液态奶生产基地、道地药材主要产区。这里的绿色有机食品和地理标志认证数量多达54个,进一步彰显了尚志市作为农业强市的地位。尚志市还是中国黑木耳之乡、中国红树莓之乡,大小景点星罗棋布,冰雪资源得天独厚。

如今,借助“哈亚雪”文旅轴线和哈尔滨火爆“出圈”契机,尚志市正积极发展文旅康养、创意设计、冰雪经济等产业,这些产业正迸发出前所未有的生机与活力。冰雪资源的独特优势与创意设计的结合,为尚志市的经济社会发展注入了新的动力。

尚志市还充分利用其地理优势和丰富的自然资源,大力发展绿色生态农业和健康产业,积极推动传统产业的转型升级,打造具有地域特色的现代化产业体系。

未来,随着市场需求的不断扩大和政策环境的逐步优化,尚志市将继续加大产业创新力度,优化产业布局,提高产品质量,为地方经济的发展作出更大的贡献,共同书写美好的未来。