

中非数字展助力企业提升竞争力

■ 本报记者 兰馨

“在新冠肺炎疫情的重创下,出口企业要加快线上营销模式的建设。”河南尼罗河机械有限公司(以下简称河南尼罗河)负责人孙新峰表示,此次参加10月26日在线上开幕的中国—中东非(肯尼亚)国际贸易数字展览会(以下简称中非数字展)帮其拓展了2020年非洲市场的份额。

中非数字展由中国贸促会、中非发展基金有限公司(以下简称中非发展基金)共同主办,中国国际展览中心集团公司(以下简称中展集团)承办,通过“贸促云展”展示了涵盖农业、制造业、能源环保、建筑、交通运输、铁路运输、水上运输、航空运输、信息通讯、商务服务、卫生防疫等领域的产品。

此次中非数字展特别设置“非洲特色展品”与“东非工业园”展区,吸引了来自中国和非洲的1026家

企业参展。展会期间,中非数字展组委会还举办了以“疫情防控常态化时期的中非投资合作”为主题的中非投资合作论坛。

线上接单线下考察

“有几波客户通过线上视频了解河南尼罗河的产品后,到设在肯尼亚的工厂实地考察。”据孙新峰介绍,中非数字展开幕的第四天,询盘达到了200多次,其中一个80万美元的订单正在进一步沟通。此外,还有几家客户也进行了报价,将继续跟进。

孙新峰表示,疫情确实给出口带来沉重的打击,但转到线上营销后,在传统销售之外形成了线上直播的电商销售模式。

孙新峰透露,河南尼罗河拟将直播间设在工厂,以便于与境外客户洽谈时让对方直观看到生产过

程,从而提升信任度。

“非洲的客户习惯在达成合作后到工厂看产品。”深圳市优美环境治理有限公司(以下简称深圳优美)销售总监仇凡表示,公司目前已在非洲设立工厂,参加线上展是一个很好的方式,弥补了疫情下买卖双方无法面对面交流沟通的困境。买家在线上了解产品功能后再到工厂实地体验,这种方式成为疫情下理想的洽谈方式。

非洲采购需求强劲

“随着‘一带一路’建设的推进,中企走出去的市场空间越来越大。”仇凡表示,近年来,随着参加中国贸促会在非洲主办的展会,深圳优美不仅打开了非洲市场,也实现了在非洲布局的发展目标。

“此前没有想过将工厂开到非洲。”孙新峰告诉记者,河南尼罗河

于2019年在肯尼亚设立工厂的直接动力,源于2018年第一次参加由中国贸促会主办的展会。2018年首次参展就达成了一份500多万美元的订单,这让河南尼罗河负责人感到惊喜。意识到非洲市场庞大的需求和巨大潜力后,相关负责人没有按照既定行程回国,而是改签了机票,开始进一步考察这一市场。

孙新峰介绍说,经过考察后,河南尼罗河拟定了设立工厂的计划。此次参加线上中非数字展,为了方便客户在线了解新产品,河南尼罗河提前制作了视频,还要求技术人员在线与客户沟通,让客户对中国制造更加信任,对中国合作方的服务也更加满意。

提升“中国制造”竞争力

“疫情导致今年出口同比下降了二至三成。”江西博仕通国际贸易有限

公司有关人员表示,此次参加线上展,是疫情下无法出境参展的一个很好的弥补方式,对日后双方合作将起到促进作用。

该人员表示,非洲客户对中国产品的信任度非常高,加深其对疫情下中国供应商的现状了解是非常必要的,至少让客户明白,在全球范围内,中国供应商率先复工复产,货源将有很好的保障。

“中国贸促会在非洲主办的多个展会,为企业走进非洲市场搭建了一个交流和洽谈的平台。”孙新峰表示,如果前几年不去参加非洲的展会,真不知道中国制造在非洲市场的影响力这么大,非洲客户对中国的信任度这么高。此次参加中非数字展,进一步加深了非洲客户对中国信息化的认知和了解,在提升“中国制造”形象的同时,也进一步提升了中国企业的竞争力。

中国防水展:企业注重研发推新品

■ 本报记者 谢雷鸣

近日,由中国建筑防水协会主办的2020年中国国际屋面和建筑防水技术展览会(以下简称中国防水展)在北京国家会议中心举办。作为新冠肺炎疫情发生以来,今年中国防水行业第一场线下重大经贸活动,本届中国防水展以“把握新机遇,迎接新未来”为主题,内容涵盖防水行业全产业链,展会规模达25000平方米,260余家展商集中展示了800多种防水产品和系统。

记者在展会现场看到,许多企业推出了新产品。一些防水材料生产厂家和防水工程系统服务商表示,一直在防水材料研发方面发力,致力于新产品的研发,为消费者提供更加优质的服务,以此来获取更大的市场份额。

奥佳防水集团此次展出了从

产品设计理念到产品生产和产品应用施工等全方位内容,向观众展示了防水设计和材料组合的重要性。此外,奥佳防水集团还向观众介绍了“零隐患防水系统”概念,就零隐患防水系统如何解决建筑漏水难题作了详细说明。

奥佳防水集团安徽基地生产总经理陆子明表示,企业靠技术创新才能解决难题,只有坚持脚踏实地、精耕细作,才能开拓市场,找到新的机遇。本届中国防水展既为行业交流、资源共享提供了一个良好的环境,也为合作洽谈提供了重要契机,还为防水企业与上下游产业链之间开展合作创造了有利条件。

北京远大洪雨防水材料有限责任公司(以下简称远大洪雨)的展区较为独特。该展区突出“体

验”,整体造型结合了公路、隧道、楼宇等现实场景,展示了各类建筑防水施工部位,让观众近距离观察各类建筑防水结构。

据远大洪雨相关负责人介绍,整个展区以系统服务为中心、以合理应用为目标,重点体现“没有完美的防水材料,只有适合的防水系统”理念,重新梳理各类防水材料

及组合系统的特点,根据其应用特点对应适用的建筑防水部位,为项目选择更加适合的防水解决方案。记者看到,展区的城市剪影墙颇具特色,用远大洪雨的防水材料裁切成小方块,粘贴在楼宇剪影上,通过双色凸显万家灯火;时间隧道两侧以防水材料做底装饰,配以远大洪雨的历史、荣誉及经典案例图片,观众踩着沙滩影像走过,便能看到远大洪雨近30年的发展

历程。

卓宝科技在现场搭建了一座“卓宝之城”,应用了水泥元素,展示优质的防水产品和系统,为行业提供绿色节能的防水系统解决方案。卓宝科技主要展示了S-CLF强力交叉层压膜自粘防水卷材。

记者了解到,S-CLF强力交叉层压膜自粘防水卷材是由进口超强交叉层压膜、高性能配方的自粘橡胶沥青胶料、隔离膜组合而成,是一种抗拉、延伸率和抗撕裂能力更强的无胎自粘防水卷材,具有优良的耐紫外线和稳定性。

北新防水集团也注重展示新产品和新技术。北新防水集团展区整体围绕“一体两翼,全球布局”战略规划,设有集品牌形象、新品发布、施工演示等多元化于一体的360°全方位展示区。记者了解到,

北新防水集团推出两款自主创新开发的高分子防水涂料新产品,即聚天门冬氨酸酯与水性聚氨酯防水涂料。

据介绍,聚天门冬氨酸酯防水涂料高固含量,极低VOC、涂层坚韧致密,耐久、耐溶剂、耐酸碱,对混凝土、塑料及金属等基材有较好附着性,适用于防水性能较高要求的民用与工业建筑屋面、地下工程、市政、水坝等防水工程。水性聚氨酯防水涂料无毒无味,具有良好的粘结和不透水性,对砂浆水泥基面和石材、金属制品都有很强的粘附力,防水效果好。

北新防水集团副总裁陈立华表示,北新防水集团坚持品质领先、客户服务领先,注重提升生产、研发、环保等关键点,以此打造行业标杆企业。

亮好贸易牌 扩大朋友圈 推进双循环

第六届中国(泉州)海上丝绸之路国际品牌博览会圆满闭幕



中国石狮国际食品城抢占全球市场

10月29日,由中国副食流通协会、中国食品土畜进出口商会、福建省贸促会、泉州市政府主办的中国食品行业国际竞争力高峰论坛暨市场采购贸易助力预包装食品出口推介会在中国石狮隆重举行。

本次活动作为第六届海丝品博会的重要组成部分,旨在借助石狮市作为全国首个预包装食品出口试点的优势和契机,聚焦食品产业热点,关注行业发展动态,助力泉州的食品产业香飘“一带一路”,抢占全

球食品市场。

业内人士指出,今年以来,受新冠肺炎疫情影响,全球经济遭受重创,宏观经济下行对食品行业的影响同样不小,特别是食品出口企业在申报、查验等环节都面临着前所未有的严苛遭遇。在此背景下,举办这次活动更具现实意义。

论坛上,中国贸促会分别授予长乐区贸促会“中国国际贸易促进委员会福建省福州市长乐区贸促会原产地签证点”;南安市贸促会“中

国国际贸易促进委员会福建省泉州市南安市贸促会原产地签证点”;石狮市贸促会“中国国际贸易促进委员会福建省泉州市石狮市贸促会原产地签证点”;永安市贸促会“中国国际贸易促进委员会福建省三明市永安市贸促会原产地签证点”。

现场还进行了三场集体签约仪式,分别为生产投资类项目集体签约、海外省外供货商代表集体签约和商贸服务和电商直播平台集体签约。

双线会展携手直播电商 创新会展经济新模式

石狮现有海西电商园、青创城、双奇电商园等三大网批市场,良性活跃网络经营者超过4万家,电子商务从业人员15万人,线上销售超亿元的企业50多家,连续五年被阿里研究院评为“阿里县域电商全国10强县”,此次展会,石狮着力推动“线上展会”,突出“双线会展”和“直播电商”网红带货的新模式。

据泉州市贸促会相关负责人介绍,本届展会首次尝试“双线会展”模式,将线下“海丝品博会”进行“云上延伸”,搭建线上展会平台,线上配对接线下洽谈,线下行为线上数字化,线上服务线下有形化。大家在“云展场”就能在线洽谈、接单。对展商而言,这样更省钱、省事、省力;对采购商而言,他们足不出户就可以打开手机观展、一键浏览展品,对接展商,线上采购、洽谈合作。

展会以主播带货直播、商家自主直播等多种方式展示企业、推介产品,帮助商家抢占线上商机,促成销售贸易。今年以来,石狮国际食品城采取引进直播机构、举办直播节等多种创新举措,全面拥抱当下最火的电商直播经济,不但丰富了食品产业链的直播电商属性,也提升了食品企业的品牌效应和产品变现能力。

据国际食品城负责人介绍,石狮国际食品城引进的直播孵化基地是专业性“直播+商户”的运营平台机构,其首要任务是推动食品产业与新型电商融合发展,将重点引入具备专业能力的直播电商服务机构入驻食品城,全力推动“食品直播”。



链接全球30多个国家 打造“海丝”门户新城市

据泉州市贸促会相关负责人介绍,与往届比,今年展会规模扩大到2.6万平方米,折合1650个国际标准展位,有来自30多个国家和地区的400多家企业参展,展出商品逾万种。展会设置泉州馆、国内馆、境外馆、酒类馆及服贸馆等,全力打造专业化和品质化的交流平台。

泉州馆是开幕式后来宾参观的第一站展馆,占据重要的位置。今年泉州馆中轴展区规划了一条“海丝”走廊体验区和主题视频展播区,利用多媒体展示方式向来宾介绍泉州概况;两侧从海丝古迹、商品流通、技艺传承、多元信仰四大方面,展开介绍泉州多元文化及悠久的历史海

外通商史。

国内馆规划有闽西南协同发展区、宁夏特色馆、石狮伴手礼区等。闽西南协同发展区精选8家品牌企业进行展览展示,涵盖农业、食品饮料、家居日用等产业,通过把这些优势产业整合起来、推介出去,形成强强联合、优势互补、齐头并进的紧密型区域合作局面。

境外馆为保障国外贸易商参展,邀请了一批国内代理商通过代理的形式协助国外商品参展,展出“海丝”沿线国家和地区的上千种特色食品,充分体现各地的食品特色。其中,主宾国马来西亚共组织8家优质代表企业参展,展品包括咖

啡、燕窝、零食小吃等。

酒类馆共吸引30家进口酒企,他们来自厦门自贸区、福州马尾自贸区、山东临沂综合保税区等,酒款包括意大利、法国、西班牙、葡萄牙、智利等新旧产区的酒庄酒,均为原品原装进口,为满足消费者的不同购酒需求提供全面的指南。

服贸馆是首次设置的展馆,共有8家企业参展,涵盖运输服务、分销服务、商业性服务等服务贸易重点领域。服贸馆通过深入食品行业的中上下游对接需求,打通资源全服务链条,为推动食品业在服务贸易领域的交流合作提供新的契机。