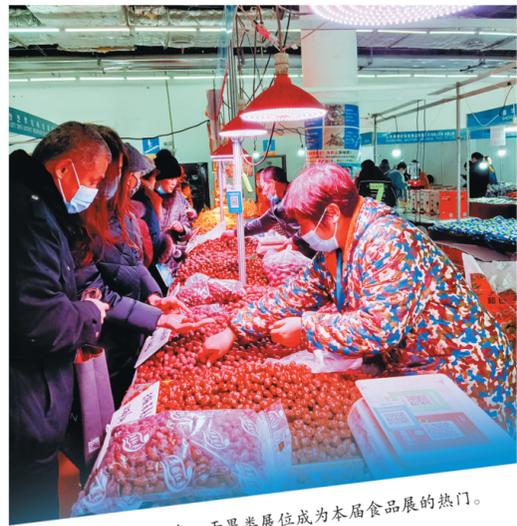




展馆内琳琅满目的商品以其超高的性价比,吸引了越来越多的人来逛展。



12月17日,逛展的市民提着大包小袋开心地走出展馆。



市民在购买大枣。干果类展位成为本届食品展的热门。



展馆内人头攒动。

12月21日下午4点,展馆内响起了闭展的温馨提示。随着最后一批市民提着大包小包商品走出展馆,为期5天的中国(淄博)第二届国际食品展暨进出口商品展览会(以下简称“第二届国际食品展”)在淄博国际会展中心圆满落幕。

本届展会共展出来自德国、俄罗斯、日本、韩国、泰国、越南等20多个国家和国内各地以及淄博本土300多家企业的4000多种产品,展位近500个。据不完全统计,本届展会共接待7.8万人次观展,商场、超市、酒店类专业采购商逾190家,现场成交额约3100万元,意向签约额逾9300万元。展会凸显出四大亮点,开始有了品牌展会的雏形。



扫描“鲁中晨报”APP二维码,查看更多展会内容

大众日报淄博融媒体中心记者 李进军 张欣 高阳 王兵 通讯员 孙玉凤 王凯辉 第二届国际食品展自媒体拍摄团队

规模大 品牌强 成交旺

中国(淄博)国际食品展露出品牌展会尖尖角

亮点一 人气旺旺 持续不减

在业界,很少有人把消费类展会放在12月份举行,特别是12月中下旬,因为天气寒冷,如果再遇雨雪,会对展会形成不利影响。

12月17日-21日举行的第二届国际食品展,尽管每天的最低气温均在零摄氏度以下,且展会第二天下午下了雪,增加了出行难度,但依旧挡不住人们观展逛展的脚步。

12月17日,展会首日,家住齐林家园的林女士和老伴上午8点半就来到了现场。等了半个小时,一到9点开馆时间,她就和老伴进场了。“真是不错,规模比去年大多了,品类更丰富,我们买了一些茶树菇和核桃。”林女士说,2019年的首届展会他们就参加过,得知今年的举办时间后,一直期待着早点来逛展。

展会前两天虽然是工作日,但逛展的人依旧络绎不绝。18日下午下了一点雪,第二天早上,去往展馆的路面比较滑。出人意料的是,当天开馆后人气爆棚,许多人是全家出动,一起逛展。

为吸引人气,让市民有更多收获,组委会每天都送出15张每张价值1200元-1500元不等的贵宾健康体检卡。幸运抽得体检卡的李春荣女士,是在现场服务的淄博市微米阳光助困助学中心的志愿者。她表示,非常感谢主办方、承办方的用心与细心,她准备把这张体检卡送给家人使用。5天时间,组委会共送出了75份健康大礼,价值十万余元。

从17日开幕到21日闭幕,展馆里人头攒动,即便在闭展前那一刻,展馆里依然有不少还在选购商品的市民。诸多参展商坦言,相比今年的许多展会,本届展会的人气非常旺。

12月17日-21日,第二届国际食品展共接待7.8万人次观展。在深受疫情冲击的背景下,在12月中下旬举行展会,能有如此好的人气,堪称2020岁末会展业的一抹亮色。



免费品尝,是食品展的一大特色。



展会上,俄罗斯大列巴受到市民的青睐。

亮点二 适销对路 销售飘红

一场展会办得如何,关键要看参展商的销售额。从17日一早尚未开馆时等待的人群,到场馆内许多区域人挤人,走不动;从有的参展商卖断货提前返程,到一个个提着大包小袋,甚至用小推车推着所买货品的市民,我们似乎看到了销售额的飘红。

新疆大枣核桃展位、烟台独鳌一方食品有限公司展位、青州老李家酱牛肉驴肉展位、莱阳黄埠寨板栗食品展位、白老三余丸子展位、淄博叶藤商贸有限公司展位……许多展位成了第二届国际食品展的热门。

淄博叶藤商贸有限公司展位负责人滕女士介绍,她的展位主要销售俄罗斯产品和酒水,许多市民专程前来购买俄罗斯产品。展会第二天下午,俄罗斯大列巴就卖断了货,她随后又不断加货。

与叶藤商贸相似的,还有烟台独鳌一方食品有限公司展位。该展位推出了免费品尝鲑鱼水饺活动,冬天里,吃着热气腾腾的水饺,让人瞬间感觉温暖起来。上佳的口感,实惠的价格,让其鲑鱼水饺成为了展会上的网红食品。12月17日,一位老大爷买了两袋鲑鱼水饺,第二天紧接着又来购买了1000元的产品。两天半的时间,除了把带去的5000斤鲑鱼水饺、3000斤鲑鱼馅、2500袋鲑鱼滑全部销售一空外,该公司还收获了万余斤的订单及多名意向代理商。“19日下午,我们就提前返程回到烟台。明年我们要在这里做特展,以更大的展位、更多的产品、更实惠的价格,回馈淄博市民。”负责人表示。

山东白家食品有限公司展位前,每天都有不少市民围着买丸子。负责人白先生介绍,展会的效果远远超出他们的预期。

据不完全统计,本届展会现场成交额约3100万元。

亮点三 品牌更强 网红助力

第二届国际食品展获得了淄博市商务局、淄博市场监督管理局、淄博市供销社、淄博市文化馆(淄博市非物质文化遗产保护中心)等部门和单位的鼎力支持,在品牌参展商和专业采购商的邀约上,实现了较大突破。

相比首届展会,第二届国际食品展有更多品牌参展。

在众多品牌中,既有舟山渔业这样的国有大型企业带来的明珠品牌(浙江老字号)系列产品,也有东阿阿胶、德州扒鸡、马坡金谷(中国四大贡米之一)、青州隆盛糕点等数十家老字号品牌。

值得一提的是,本届展会的本土化更浓。参展的既有得益乳业、黄河龙、宝凤食品、云海面业、飞龙食品、康浪河面业、国梁烤鸡、白家食品、康都烤肉、千亩园葡萄酒庄、海都食品等数十家淄博本土品牌,还有来自临淄、淄川、沂源、高青、桓台等区县的种植专业合作社和农业公司,市派乡村振兴服务队、燕崖镇人民政府,市派(高青)“第一书记”带来的各类农产品。

同时,人们在展会上看到了许多网红主播的身影,他们手持稳定器,边走边播,扩大了展会影响力。仅京东(中国)特产·淄博馆网红直播中心,就直播推介了37种淄博原产地名优农产品,拓展了销售渠道。

本届展会的专业采购商超过190家,其中包括淄博商厦、淄博银座、山东新星、山东奥德隆、淄博茂业商厦、合家福超市、惠任佳、桓台县百货大楼、信誉楼、联华超市、喜乐佳超市、海悦餐饮等知名大牌商家。这些采购商以分散的形式,在不同时间到展会进行了参观洽谈。



京东(中国)特产·淄博馆网红直播中心的主播们正在推介淄博特产。



不少展位以直播的形式推介产品,招徕顾客。

亮点四 招商丰硕 大单频现

一场展会,是带来无限潜力的大舞台。一边在红红火火地销售,一边招商丰硕,大单频现。展会上质优价廉的农产品,受到了诸多采购商的青睐。

临淄的西红柿、西葫芦比较有名气,本次展会上,临淄万红种植专业合作社就遇到了一个潜在的合作客户。合作社负责人王爱国说,桓台一家企业给商超供货,正愁没有高品质的供应商,“他们刚给我打完电话,要去合作社看看,再洽谈一下。”

博山的淄博乐水生物科技有限公司,这次主推的是一种采用日本技术培养出的可生食的高品质鸡蛋。负责人表示,这次展会收获很大,淄博一家实力商家已与他们公司谈好合作,将在门店内销售其产品。同时,他也正与济南、青岛的客商谈着合作。

参展商淄博益生康缘生物科技有限公司负责人李先生告诉记者,这次他们参展主要目的是展示产品和寻找代理商,展会期间有多人来谈代理意向,另外,一个新的合作项目已基本谈成。

与淄博益生康缘生物科技有限公司相似的,还有东满升(山东)农业科技有限公司。

东满升(山东)农业科技有限公司主要展示的是五常大米,公司有关负责人说:“今后人们想吃五常大米时,能想起东满升这个品牌就够了。”下一步,他们将几个意向代理商商谈。

采购商代表山东新星集团有限公司采购部部长翟海鹏表示,展会首日,她在展馆内仔细逛展,发现了不少品质不错的产品。有两家参展商将于近期到集团与其洽谈,一家是加工面粉的,另一家是莱阳市黄埠寨板栗食品有限责任公司。

据不完全统计,本届展会上专业采购商与参展商意向签订180余单,意向签约额逾9300万元。

展会成功 相约下届

作为第二届国际食品展的招商方之一,山东鑫航会展服务有限公司总经理刘文胜表示,在今年疫情深度影响会展业的背景下,本届展会的人气不错,无论是规模还是展位组成,总体上上了一个台阶。他建议,下届展会要在搭建、现场管理方面进一步提升。

作为第二届国际食品展的支持单位,山东齐贸通网络科技有限公司总经理齐海涛表示,与诸多展会相比,本届展会的人气相当不错,展出4000多种产品,其中相当一部分产品品质上佳。临近年底,展会也成为许多市民置办年货的新平台。

作为主办方之一,淄博市商务局党组成员、市贸促会会长毛中强表示,今年的食品展作为一个刚起步,还处于培育期的展会,接地气、聚人气方面工作做得很好。不足的地方主办方在下届展会要克服困难,加以改进。具体来说,要突出四个侧重:一是侧重对国外展商、采购商的邀约力度,强化国际元素,把更多的国外特色食品 and 更专业的采购商招纳进来,让亮点更突出;二是在招商工作上,向淄博以外的更多商超侧重,加大展会的签约数量和签约率;三是招商工作上,向诚信经营、产品质量好、有实力的生产企业侧重,吸纳更多的好产品入场;四是在展位划分上,向科学、合理、有序侧重,杜绝同一类产品在不同展区展出的现象。他希望,通过四个侧重点的调整,逐步提升展会的国际化和正规化程度,吸引更多生产厂家和采购商参展参会,把食品展办成国际国内互通联动的贸易、交流合作共享平台。



展馆内人气火爆。

