

人气旺 成交好 品牌强 辐射远

淄博“食博会”展现品牌展会雏形

11月28日下午2点,伴随着最后一拨“满载而归”的市民走出展馆,为期5天的2023第三届中国(淄博)国际食品博览会暨进出口商品展在淄博国际会展中心圆满闭幕。本届展会共展出来自俄罗斯、越南、韩国、伊朗、巴基斯坦、津巴布韦等诸多国家和我国港澳台地区、国内各地以及淄博本土的3000多种展品,凸显四大亮点,展现了品牌展会的雏形。



淄博“食博会”人气火爆。

亮点一:人气持续火爆

人气旺,是一届展会成功的必要因素。

11月24日—28日举行的2023第三届中国(淄博)国际食品博览会暨进出口商品展(以下简称:第三届淄博“食博会”),有3天在工作日,且开展第一天气温是近段时间以来较低的一天,但依旧挡不住人们观展逛展的脚步。

11月24日,展会首日,吃过早饭,家住淄博中心城区张钢小区的郭先生和老伴就坐着2路公交车赶往展会举办地淄博国际会展中心主馆(昌国路88号)。

“前两届展会,我都参加过,这次想去买点海参和茶叶。”今年76岁的郭先生和老伴于9点10分到达展会现场,一到展馆,熙熙攘攘的客流让老两口不觉兴奋起来。吃纸皮核桃,尝新疆和田大枣,喝茉莉花茶,询问比较海参价格,一上午,郭先生和老伴转转看看,边看边吃,临近中午手中已是大包小包收获满满。

25日—26日,周末两天,展馆内人气持续暴涨。或三五好友,或全家出动,或集体组团,或商务观摩,展馆内人头攒动、摩肩接踵,品饮料、喝咖啡、吃美食,边走边吃,边逛边买,边走边交流,周末的展会俨然成了欢乐打卡地、购物目的地。

27日—28日,周一周二,展馆内人气火爆。特别是28日,早上一开馆,展会现场人气快速飙升,不到1小时,展馆内人气几乎达到了周末展馆内的客流量。

28日8点35分,第三届淄博“食博会”展馆外,家住淄博中心城区王舍小区的齐先生焦急地给朋友打电话:“快开馆了,赶紧来。”与朋友聚齐后,他们直奔目标,先是酱牛肉,后是铁皮石斛,再是山楂制品。

记者发现,展会期间,来自全国各地的车停满了展会举办地淄博国际会展中心主馆的停车区域。

第三届淄博“食博会”,以“品绿色食品 享健康未来”为主题,由山东大众报业集团鲁中传媒发展有限公司、山东鑫

航会展服务有限公司共同承办,并得到了淄博市市场监督管理局、中国国际贸易促进委员会淄博市委员会、淄博市供销合作社、世界易货贸易联合会、中朝互市贸易易货工作委员会、烟台市中小微企业联合会等相关部门单位的大力支持。

亮点二:收获超出预期

一届成功的展会,无疑为供需双方搭建了双向奔赴的平台。

康浪河面业的展位堪称本届展会人气最旺的展位之一。作为山东农业化省级重点龙头企业,以其高筋优质小麦生产基地生产的高筋优质小麦为原料,同时配置先进生产装备,采用先进加工工艺,康浪河面业凭借其高品质产品在展会上收获了众多拥趸。“我们带来的面粉、馒头、挂面、刀削面等产品很受市民欢迎,几乎每天都售罄。市民对我们的产品很认可,纷纷咨询展会结束后从哪能买到这些产品。”康浪河面业电商负责人王玥表示。

来自潍坊青州的风帆寨养蜂合作社的魏文国在本届展会上展出了野生老蜂巢、蜂花粉、龙眼蜜、雪脂莲蜜、蜂王浆、野生蜜、蓝莓蜜、槐花蜜等系列产品。“作为养蜂世家的第三代传承人,我每年都有6个月的时间到贵州、广东、四川、山东等地放蜂。蜜源好,才能保证蜂蜜的高品质。”魏文国介绍说,他是第三次参加淄博“食博会”,这次展会上老客户不仅一次性多买,更带来了周围的好朋友一起买,“我们蜂蜜的品质和价格,受到了更多淄博市民的肯定,展会上加了不少微信,及时满足客户需求。”

而来自云南的巴图鲁农业则深深感受到了淄博人的好奇与淄博市场的潜力。作为在全国文旅产业、绿色有机农产品领域有一席之地的巴图鲁农业,在本届展会上,不仅以图片形式展示仿野生石斛的生长环境,更展出了其提取物、石斛树等,让前来观展的市民耳目一新。“这次参展重在展示公司在仿野生石斛

方面的实力和取得的成绩,展会上我们不仅收获了十几个意向很强的合作,就连带到现场的几十斤石斛也是销售一空,收获满满,完全超出预期。”公司合伙人孙夕展会5天一直在现场,感受更为深刻。

展会上,烟台海鲜水饺大放异彩。山东鲁海农业集团展位,亦是本届展会上人气最旺的展位之一。“展会上我们带来的主要是胶东渤海湾地标性的美食——鲅鱼水饺,虽然是第一次来,但收获非常大,明年我们还会再来。”山东鲁海农业集团营销部梁汉凤表示。

与健康相关的艾产品,展会上颇受市民青睐。山东泽润艾绒有限公司在周村文昌湖区有100多亩艾草种植基地,建有加工车间,对艾草深加工,生产不同系列的艾制品,并辐射一批艾草种植户。“艾条、艾柱、艾草枕头、足浴包等产品很受顾客喜欢,很多顾客买了,第二天再来买,还介绍朋友来买。”公司负责人张艳红表示,“这次展会人气不错,不仅卖出了一批批的艾产品,更收获了一批客户。”

知名中华老字号“崔字牌”小磨香油备受市民欢迎。与机榨油不同,“崔字牌”小磨香油是选用优质芝麻为原料,采用传统的小石磨工艺生产,无机榨工序,无高压工序,无真空工序,最大限度地保留了小磨香油的自然工艺风味和特有的营养价值。“展会上我们推出了优惠促销,市民对我们的产品很认可,许多市民组团来买。”“崔字牌”小磨香油展位负责人表示。

亮点三:品牌成色提升

衡量一届展会的影响力如何,要看品牌企业、实力企业参展的数量。

来自临淄的山东众口福食品有限公司,展会上展出了香辣牛肉酱、麻辣鹅肉酱、葵花籽仁香辣酱、西红柿香辣酱、山楂红枣酱、香辣鸡肉酱等多种口味的辣椒酱。“公司秉承有机、绿色、环保的健康理念,打造低辣、低糖、低盐品质,保持植物的原色原味,唤

回小时候的味道。公司新推的辣椒酱旅行装——易拉罐样式辣椒酱,很受市民欢迎。”

山楂是青州市的特色农产品。青州市年产各类山楂系列制品15万吨,在全国山楂市场上,其中产品七成产自青州,山楂制品也已销往东南亚及日、韩、英、美等国家。

展会上,来自青州市的山楂新秀——山东儒牛食品有限公司带来了无蔗糖易拉罐山楂系列、袋装山楂系列,元气系列、酸奶系列、草莓系列等不同系列的产品。“儒牛食品首次亮相淄博食博会,即引来了广大市民的追捧。包括老式果丹皮、异形袋系列、儿童盒装系列和易拉罐系列在内都卖得非常火,顾客中既有年轻人,也有中老年群体。这次展会效果非常好,既宣传了公司品牌,又让更多淄博市民认识了儒牛不同系列山楂产品的品质,明年展会我们再来。”一场展会坚定了儒牛食品现场负责人的信心。

亮相本届展会的中国劲酒推出了红标系列产品、追风酒等产品,包括市场常见的125ml、258ml、520ml、1.5L等不同容量的中国劲酒以及多款礼盒装产品,“这次新品追风酒以及追风酒礼盒得到了消费者的追捧。”

作为山东省级非物质文化遗产,同时还是山东老字号和淄博地标美食,知味斋肴鸡和知味斋清香肉等产品在展会上大受欢迎。“知味斋食品在这次展会上收获满满,一方面让更多市民认识到了知味斋肴鸡、清香肉、香肠等系列产品,扩大了品牌的知名度,收获了一批意向客户,另一方面通过现场品尝,每天都有不错的销售业绩。同时附近众多知味斋肴鸡店的老顾客都慕名而来复购,对知味斋的产品赞不绝口。”山东知味斋食品科技有限公司销售总监贺宝生介绍。

本届展会,既吸引了以山东鲁海农业集团、山东东阿阿胶、儒牛食品等为代表的实力企业的参加,更吸引了淄博市以山东谷淦食品、阳春三月乳业、创丰农业、淄博益生康缘、浩斐生物、益膳堂中央厨房等为代表的品牌企业的参加。

亮点四:辐射范围外扩

淄博“食博会”的影响力越来越广、越来越深。

第三届淄博“食博会”自11月24日开展以来,以其丰富的展品、更高的性价比吸引了万千市民到场观展采购,更吸引了诸多来自北京、河南、河北、辽宁及省内多市的外地客商到场观摩洽谈。

11月24日,开展首日,来自河北邯郸的郑先生就赶到了展会现场。“今年5月份和家人来了趟淄博,吃了烧烤,逛了八大局,看了海岱楼钟书阁,对淄博的印象格外好。”郑先生在邯郸做商超供应链,在展会现场转了一圈,令他十分惊喜,“展会上既有不少产品品质不错的实力企业,这里面有饮品企业、面业企业、调味品企业、山楂制品企业,也有健康类企业,产品也很适合我们的客户,展会结束后,准备去企业参观并确定下相关细节。”

一届展会办得如何,既要看现场客流及成交,更要看辐射半径内外地城市专业人员前来观摩的数量及洽谈。

11月25日,开展第二天,来自甘肃兰州的孟先生及其团队来到展会现场。孟先生在兰州经营调味品,展会一圈转下来,来自中国花椒之乡——山东莱芜的济南市莱芜花椒协会会长、山东合盛农产品有限公司总经理吴连军带来了不同系列的花椒和深加工样品,深深吸引了孟先生一行人。“这种香很特异。”拿着莱芜花椒品种——小红袍,孟先生不停赞许着。该公司产品已通过美国FDA认证,遍布亚洲、欧洲、非洲等国家和地区,“加了微信,下步进一步谈谈。”

来自济南的张先生及其公司负责人27日上午到达展会现场后,为展馆内众多品牌实力企业展位点赞。张先生所在公司为一家农场公司,主要生产经营菌类产品。“这次主要是来观摩和考察,开拓企业渠道,中午在鲁海农业集团展位前品尝了海鲜饺子,下步准备详细谈一谈。”

展会刚刚落幕,展商与展商间,展商与客户间的齿轮转动便已开始。

大众日报淄博融媒体中心记者李进军 张欣



扫描二维码查看精彩视频