

廣交會港企「新丁」攜文創拓市

學習內地社媒推廣引流 特色設計IP首參會「見客」

第133屆廣交會二期23日開幕，參展企業近1.2萬家，較疫情前增加約3,800家，展位數量亦比疫情前多兩成。廣交會主辦方透露，本屆首次在第二期設立進口展，吸引來自土耳其、印度、馬來西亞、香港4個國家和地區組團參展。在香港展區，有一批「新丁」參展商首次參展，香港參展商都十分雀躍，不少攜帶了最新展品產品，有的安排了公司十多人前來參展和採購，對打入內地市場充滿憧憬。

「香港創禮薈」香港展區以醒目的橙色作為主色調，集中展示香港設計師、文創領域等產品。熊貓抱枕、壽司主題桌遊、印有香港本土品牌的馬克杯、印有香港港鐵站名彩色馬賽克杯墊……「這些設計都是來自我們平台的香港設計師的，比較有香港特色。我們的平台目前已經有8,000多個港澳地區的設計師，很想帶着他們的設計作品打入內地市場。」創藝禮品（香港）有限公司負責人王嘉希告訴本報，公司第一次以參展商形式參加廣交會，在香港展區還設了3個展櫃，展示公司在原創設計、客製化產品、網絡平台和設計代理方面的新產品。

「我早在五六年前參加過廣交會，當時是以採購商的身份前來參加的，尋找與內地廠商的合作機會。這次首次轉換身份以參展商角色參展，可以向內地和海外客戶推銷香港設計，對我們來說機會廣了很多。我們帶來了多名同事同時參展和採購，在廣交會找產品、找資源。」王嘉希說，他們比較熟悉港澳及海外市場，做



■第133屆廣交會三期首次設立了香港展區，展區以「香港創禮薈」為主題。

Google、Fb推廣的同時能把設計帶到港澳及馬來西亞等海外地區，但同樣的策略無法直接複製到內地市場。「內地是一個相對獨立的市場，我們正努力學習小紅書、百度等推廣方式。這次希望透過廣交會提高曝光率。」

設計IP冀尋內地企業合作

一隻童話風格的手繪兔子，身穿唐裝、擺出太極拳的姿勢，其清新可愛的風格吸引了不少採購商前來問詢。這隻小兔子名為「紅棗」，英文名「Jujube」。

「其實整個設計概念是基於自己一個《首烏中醫館》的漫畫而衍生的，作品的小動物名字均以中藥名命名。在追求西方潮流文化的年代，想透過一群中醫館做兼職的小動物，將中國文化帶到年輕人的市場。」香港靈微創意總監林小姐告訴本報，她喜歡以小動物的形式去描繪當下年輕人的生存場景，比如在商場排隊、擠港鐵上班的香港青年等。

林小姐表示，這是她第一次參加廣交會，展位上擺放了多個她的作品及筆記本等衍生品。記者留意到，她現場展位上除了Fb和Ig的宣傳二維碼外，還貼了小紅書和微信號的二維碼。她笑言，自己也是初嘗試學習內地的社交媒體推廣方法，來到廣交會參展入鄉隨俗，希望能認識更多客戶。

香港LittleAngelAnnie品牌設計師白貴強帶來了特別有香港特色的設計IP到廣交會。「我們的設計形象是『天使媽媽』，主要想表達人與人之間的愛的主題。這個形象同時已經應用到雪花酥等零食包裝上，同時還有耳機、音響等電子產品上。我們希望帶動這種溫馨治癒的小天使形象，為品牌注入『人間有情』的形象。」白貴強表示，公司目前以香港客戶為主，但在生產開發上已與廣州、東莞、中山等地合作。「我們不希望市場僅局限在香港，為此藉着廣交會首次有這個展區，希望尋找機會與內地企業合作。」

海外採購商紛至「帶路」市場潛力大

廣交會二期開幕，不同展館之間人來人往，海外採購商的身影絡繹不絕。在B館和C館之間顯眼處的精品展位上，港商葉偉倫在忙碌之餘，還留心觀察着過路的海外採購商。3年不見，他發現金髮碧眼的臉孔少了，取而代之的是更多的中東及南美等「一帶一路」國家的採購商面孔。與他觀察相符的是，今年來自歐美的客戶訂單並無明顯的增長，而「一帶一路」及新興國家市場是增長潛力最大的區域。

「今年傳統歐美市場依然沒有太大起色。我們接觸到的西方客戶，很多拿貨從一個大貨櫃，變成只拿一個小貨

櫃。『大櫃變細櫃、細櫃變散貨』。」葉偉倫是港資企業廣東麥斯卡體育股份有限公司總經理，該公司主要銷售戶外運動、玩具等類目為主的產品。他認為，美國市場消費需求萎縮，與其花雙倍精力取得甚微的效果，不如集中力量開發新興市場和新領域的客戶。麥斯卡在本屆廣交會已經邀約了60多名海外客戶前來洽談。

葉偉倫表示，今年印尼、泰國等「一帶一路」地區的採購商較為豪爽，下訂單亦比較大方。針對於新興市場，「中國製造」的優勢越來越突出。「縱觀參展的20年，過去從來是國外客戶下

要求，給建議我們如何做產品。如今已經以我們為主導，為國外客戶提供自主研發的產品。」

過去有句話叫「出口轉內銷」，隨着內地消費升級，「內銷轉出口」也成為一種趨勢。「我們出口產品在質量和設計方面的進步，也多得內地市場的幫助。」葉偉倫說，目前公司內外銷比例為6:4。過去疫情3年開發內地市場後，針對內地消費者所生產的產品也特別受到海外採購商的歡迎。「內地消費者要求比較高，適合他們口味的產品同樣也能抓住海外採購商的心。」

福建艦展開動力測試繫泊試驗

4月23日是人民海軍成立74周年紀念日，中國完全自主設計建造的首艘彈射型航母福建艦也傳出好消息。央視22日披露，福建艦「動力測試、繫泊試驗順利展開」。報道稱，隨着福建艦進一步完成海試並最終形成戰鬥力，中國將真正邁進三航母時代。同時，隨着福建艦服役，固定翼艦載無人機、重型艦載戰鬥機以及固定翼艦載預警機等與之配套的多種新型艦載機，也將陸續揭開神秘面紗。專家認為，更多、更大、更優、更強的航母正在路上。

福建艦於去年6月下水，之後按計劃開展一系列裝備安裝和調試工作，相關試驗任務也在同步推進。央視披露，福建艦「動力測試、繫泊試驗順利展開」。據了解，繫泊試驗通常是在碼頭或者是錨泊狀態下，在艦艇靜止狀態下對船上各種裝備進行試驗，包括主機、舵機、發電設備等各種子系統等都需要在繫泊試驗中經過嚴格測試之後，才能開始後續的海試。

知名軍事專家宋忠平向本報指出，央視報道中提及動力測試和繫泊試驗，這表明福建艦在繫泊試驗中進行了部分動力測試，包括電路、氣路和油路測試等，這也證明福建艦已經為海試做好了充分準備。另外，要進行完整的動力測試，福建艦還需要離開港口到海上進行，因此預計福建艦今年下半年會進行海試。



■新疆烏魯木齊地窩堡國際機場。資料圖片

新疆直飛香港航線擬5·3開通

新疆烏魯木齊航空計劃5月3日起正式開通烏魯木齊—香港航線，這是新疆首條無經停直飛香港的定期客運航線。

該航線計劃每周三執行往返航班一班，由737—800型客機執飛。去程UQ2637航班10:15從烏魯木齊地窩堡國際機場起飛，15:35落地香港國際機場。返程航班UQ2638航班16:35從香港國際機場起飛，22:20抵達烏魯木齊地窩堡國際機場。

據了解，烏魯木齊直飛香港航線是結合旅客流向及出行需求，針對前期開通的烏魯木齊—鄭州—香港航線做出的優化調整。航線的開通為國內外遊客了解新疆、遊覽新疆提供了新的「空中橋樑」。來自香港的旅客乘坐航班抵達烏魯木齊後可以打卡大巴扎等烏魯木齊景區，也可以中轉通達喀什、和田等新疆地州城市，體驗新疆大美風光。

此外，烏魯木齊航空還推出開航大促特惠活動。烏魯木齊—香港單程票價1,500元（人民幣，下同）起，香港—烏魯木齊單程票價1,580元起。