

火眼金睛的“买手”在进博现场选品 大家喜欢的,就是我们要选的

■ 劳动报记者 陆燕婷



第七届进博会现场,全球“买手”低调现身、现场选品,一双双“火眼金睛”扫描各大展台展品,将人气颇旺、大家喜欢的展品变为未来商超、卖场货架上的商品。

足不出沪“买全球”

“成为‘买手’已有两年,飞过很多地方。除了大家熟悉的欧洲或是东南亚地区外,我们还会飞到一些更为小众的地方,挖掘潜力商品。例如,我们去往俄罗斯找一些奶制品、面制品、牛肉,飞到波兰采买面包、鸡翅、鸡爪等商品。‘飞全球’,旨在寻找一些更为优质且优价的商品。”来自盒马国际海外直采团队、盒马海外寻源负责人何嫣悄然来到了进博会食品展区,开始她今年进博的“选品”任务。

“有了进博会的平台,我们不需要飞来飞去,能够一站式

和全球展商交流,在同一个展区认识世界商品。哪个展台人气旺,就是我们要格外留意的点位。”何嫣告诉记者,来到今年进博会没多久,她便留意到了来自俄罗斯的冰淇淋、乌兹别克斯坦的果干、坦桑尼亚的腰果等,而从现场人气来看,开心果口味可能是今年流行的方向,比如说有开心果口味冰淇淋和烘焙产品等。

在本届进博会现场,还开启了一场大型商超对接会,商超巨头麦德龙低调开启其现场对接。

“如今的消费者不论是购买习惯、还是消费观念都产生了些许变化。”麦德龙中国产品开发部总经理余俊贤介绍,消费者希望能在商超找到高品质、更健康的产品,而我们则要在进博会上,找到更完美的解决方案,通过“买手”选品,让产品更受消费者喜爱。

“我们与恒天然交流以及合作,引入更多高品质的乳制品。同时也把来自挪威干净水域、富有优质蛋白质的海产品

引入未来的商超货架。”余俊贤透露,本届进博会上,麦德龙将目光瞄准了乳制品和海产品。

“进博会是汇集全球好物的国际舞台,每年都有大量首秀、首展在此集聚,我们每年都会派出庞大的‘买手’团队参与进博会,探索全球优质品牌的合作机会。”唯品会“买手”束毅告诉记者,在进博大平台上,可以筛选出其中极具性价比的优质商品提供给消费者。

打通上下游供应链

“在进博会上现场选品的同时,我们也在争取打通上下游的全球供应链,真正实现将展品变为商品。”何嫣说,“买手”不单单是选品,在进博会现场看到的优质商品,会先采买部分样品,并与团队采购进行报价,尔后实现国际供应链的搭建,选择合适的贸易方式、物流渠道,货品未来完成“清关”后才会来到盒马仓库、最终实现上架。

“整个链路环环相扣,因此

必须格外谨慎。”何嫣透露,前两年的进博会上,俄罗斯国民冰淇淋品牌——斯味特拉就随着盒马进入国内市场,凭借其超浓郁的奶香逐渐成为最受消费者喜欢的冰淇淋品牌之一。盒马数据显示,今年截至目前,斯味特拉冰淇淋销售同比增长219%。

此外,诸如帝王蟹等平常在年节期间才热销的大海鲜,如今随着直采量的增加、供应链的成熟,已经成为国内消费者餐桌的常客。

“以麦德龙上海总部、麦德龙普陀店为例,商超内有8千余种SKU的单品。其中,进口和自有品牌的商品比例已超过了40%,未来有望突破50%。”余俊贤表示,通过进博会的平台,麦德龙的“买手”团队在不断为商超货架优化选品、采集更多全球佳品的同时,也在力求让产品具有“差异化”的竞争优势。“我们庞大的全球‘买手’团队都在努力精益求精,而进博会的平台价值,恰恰是给了消费者更加多元的选择。”



新时代共享未来

第七届进博会专题报道



伊朗中国友好协会驻华文旅代表何飞:

伊朗企业参展面积 7年扩大40倍

数百年前,产自波斯地区的矿物颜料苏麻离青沿着丝绸之路来到中国,赋予了青花瓷亮丽的色彩,百年后,这片青色成了进博会上伊朗国家馆的代表色。

展台上,比这青色更亮眼的,是用流利中文介绍苏麻离青与中国渊源的伊朗中国友好协会驻华文旅代表何飞:“今年我们以苏麻离青为主色调设计了伊朗国家馆,就是想要通过把以前的丝绸之路和现在的‘一带一路’、进博会联系在一起,展现伊朗与中国之间的友谊。”

怀着对中国的好奇,何飞在大学时选择了学习中文。

“上海交通便利,上海人非常热情,跟他们做生意非常靠谱。”何飞说,在中国生活了20多年,他觉得这里更像是自己的“第一故乡”。

何飞是进博会的“全勤生”。从第一届进博会起,他就组织伊朗企业参展。七年来,进博会对他来说已经不只是推广伊朗特



何飞为进博会点赞。

产、认识新伙伴的平台,也是和老友相聚的良机。

何飞回忆,开始时,伊朗企业还不了解进博会,于是他租下了75平方米的展位提供给伊朗企业。“他们来了以后觉得效果非常好!”因为效果好,所以展览面积越来越大,本届进博会上,伊朗国家馆和参展企业总面积达到了3000平方米,扩大了40倍。

何飞介绍,今年伊朗馆的主题是“健康之美”:“我们的抗癌药物是第一次在进博会亮相。希望通过进博会,找到中国和其他国家的合作伙伴,把我们的好产品带出去。”

■ 于玘珺 摄影 颜筱依

泰国箱包销售林慧姝:

学习上海的经济 发展经验 推广更多泰国产品

亮眼的泰国传统服装,热情灿烂的笑容,在第七届进博会的消费品馆,一个来自泰国的年轻身影不仅以其热情的态度吸引着过往的人群,更以深厚的文化底蕴和专业精神赢得了参展商与观众的一致好评。她就是林慧姝,一位刚刚来上海一年,正在同济大学攻读经济管理专业的留学生。

林慧姝与中国有着不解之缘。她的奶奶是中国人,从小便听祖母讲述中国的故事,对这片土地充满了无限的好奇与向往。因此,当有机会来到中国深造时,她毫不犹豫地选择了上海这座充满活力的城市作为自己的求学之地。

“上海的经济非常好,我希望可以在这里学到很多东西。”在同济大学的学习生活让林慧姝更加深入地了解了中国的经济发展和变迁。

进博会期间,林慧姝受邀担任一家泰国箱包展台的



林慧姝在介绍泰国箱包。

销售。本届进博会开幕至今,每天从早站到晚,但林慧姝却乐于享受这种节奏。“我们泰国有很多的特色产品,除了箱包,还有美味可口的水果、享誉世界的香米以及精美的手工艺品等。”

林慧姝说,泰国菜和泰国景点更是他们标志性的“产品”:“泰国有很多各种各样的美食,特别是冬阴功,大家一定都吃过,冬阴功不仅仅是一道菜,还代表了一种生活方式,一种对生活的态度。就像我们泰国人一样,无论遇到什么困难都能保持乐观积极的心态。”

■ 劳动报记者 王卫朋 文/摄