

粤澳名优商品展携手开拓新商机

——“2020 粤澳名优商品展”巡礼

文 / 枫行 顾海科



时下，新冠肺炎疫情席卷全球。在抗击疫情中，广东省及澳门特区彰显了多难兴邦精诚志，同心同德显担当，并取得可喜成效。

12月11日至13日，由广东省商务厅和澳门特区贸易投资促进局联合主办的“2020 粤澳名优商品展”，在澳门威尼斯人会展中心盛大举办，广东省商务厅厅长张劲松、澳门特别行政区经济财政司司长李伟农，以及海内外政要和客商近300人出席开幕礼。

“粤澳名优商品展”是粤澳两地携手合办、共同促进经贸交流的重要项目，更是澳门品牌展览之一，也是一个集贸易、文化交流、购物、休闲娱乐于一体的嘉年华活动。随着“粤澳名优商品展”影响力及成效不断提升，逐渐成为两地会展业合作、每年市民及旅客、海内外客商到访的年度盛会。



“2020 粵澳名优商品展” 開幕式嘉賓剪彩



“2020 粵澳名优商品展” 吸引众多参观者入场

粤港澳区域联动 带来更多新商机

“2020 粵澳名优商品展” 主办机构澳门贸促局表示，会展业是特区政府重点培育的产业之一，是经济适度多元发展的重要组成部分。今年，突如其来的新冠疫情给经济社会发展带来了困难和挑战，但粤澳两地的会展产业却在新形势下加快融合发展。“2020 粵澳名优商品展” 则为粤澳两地企业开拓粤港澳大湾区市场搭建平台，带来更多的新商机和机遇。

“2020 粵澳名优商品展” 承办方表示，为期几日的展会虽已圆满闭幕，但在线服务仍持续进行，所有参展商资料及商品图片均上传到网站，便于长期推广。展望未来，澳门将继续与业界朋友携手巩固并提升现有品牌展会成效，引进更多优质会展项目，积极推动会展业与其他产业联动发展，并在此基础上，透过粤港澳大湾区区域合作，扩大会展经济的发展空间。

粤澳政府携手合作 众多企业踊跃参展

广东省商务厅表示，同往届相比，“2020 粵澳名优商品展” 的规模不减反增，展场面积由首届的 6000 平方米增至 9000 平方米，设有“澳门特色商品展区”、“广东省名优商品展区”、“‘一带一路’展区”、“青创力量展区”、“广东省

国有企业展区”，以及今年特设的“粵澳美食频道展区”，展位数目近 400 个，参展商近 340 个。

其中“澳门特色商品展区” 设有 146 个展位，与上一届相比，约六成是新参展企业，展出产品类别包括食品及饮品类、酒类及咖啡类、消费品类、日用品类、葡语国家产品、珠宝首饰、青创、科创等，以“澳门制造”、“澳门品牌”、“澳门设计”、澳门文创产品及澳门企业代理的葡语国家商品为主，彰显澳门品牌及商品特色。

据奥纳贸易有限公司市场营销代表透露，借助展会已收到电商平台公司的查询，并开始产品洽谈，相信有利于产品“走出去”。澳门到家有限公司董事兼营运总监表示，展会期间公司的生活服务 APP 已成功吸引不少本地市民及旅客的关注，参展成效令人满意。

Raymond 是香港人，6 年前开始对澳门特区消费市场进行考察。他说，“在粤港澳大湾区区域中，澳门是一个很有消费潜质的城市。2 年前，我在澳门成立了美捷生活有限公司，成为了澳门商人。”

几年来，Raymond 通过参加“粵澳名优商品展”，积累了丰富的经验，并以展销会为主要营销手段，主打家电、厨具产品。今年，Raymond 在“2020 粵澳名优商品展” 推出了从韩国进口的 Upright Seat 矫正坐垫。该产品使用坚韧物料配合舒适的泡棉坐垫，深受欢迎。他说，“粵澳名优

商品展”是一个很好的展销平台，本届展销会取得了很好的销售额。

在疫情防控取得重大战略成果后，广东省商务厅首次组织企业出境参展。“广东省名优商品展区”设有 178 个展位，与上一届相比，约七成是新参展企业，参展商分别来自广州、深圳、珠海、佛山、韶关、河源、梅州、惠州、汕尾、东莞、江门、阳江、湛江、茂名、肇庆、清远、潮州、云浮等城市。展品包括食品、日用品、礼品、家电等，其中不少产品获得“中国名牌产品”、“中国著名商标”及“广东省名牌产品”等称号。

来自广东的参展商不仅有中华老字号，也有自然环境孕育的天然味道，比如来自罗定的腐竹和切粉，豆香浓郁、味道鲜美，受到了广泛好评。

罗定市源香食品有限公司负责人陈红玉表示，该公司产品特点皆因罗定环境好，水质好，且使用品质优良的黄豆制成的腐竹，豆香浓郁，煮制不烂，味道鲜美，不仅深得广东省内的居民喜欢，也得到了澳门居民的青睐。

在“广东省国有企业展区”，共设置 6 个展位，来自广州的鹰金钱食品集团有限公司，是广州轻工集团旗下食品板块重要企业之一。目前，该公司主营业务以罐头、饼干和酒三大板块为主，其中拳头产品“金奖豆豉鲮鱼”的工艺和技术在业内具有领先性。

据介绍，经过多年的发展和品牌经营，鹰金钱获得中国驰名商标、中华老字号等荣誉称号。本届参展的主打食品豆豉鲮鱼迎合了澳门人的口味，很多澳门市民慕名而来，销售情况出乎意料，十分理想。

广东燕塘乳业股份有限公司客户经理表示，展会期间成功与一家澳门外卖平台确定合作意向，相信可为公司每年增加 2 0 至 3 0 万澳门元收益。

另一间广州珠江啤酒股份有限公司营销中心海外部区域经理指出，这次主要推广新啤酒产品及做新品市场调研，新产品吸引了不少澳门市民关注，收到良好反响。

上届新增且广受赞誉的“青创力量展区”也载誉归来，设有 24 个展位，汇聚广东省及澳门特



广东省商务厅与澳门特区经济财政司等嘉宾巡馆



市民在“2020 粤澳名优商品展”买到“心头好”



郑远文叶志文精心制作“丰收大盘鱼”



粤澳美食频道展区

区的青创及科创企业，在加强交流合作、拓展商机的同时，亦为展会带来新鲜活力。

据了解，在疫情尚未完全消退的情况下，广东省参展商仍然积极参展，新的参展商占比约七成。参展商一致反映，澳门的防控措施非常成功，已经 250 多天没有出现新的确诊病例，可以放心前往澳门。

另一方面，广东省及澳门特区政府有关部门，为参展商提供了很多方便与贴心的服务，尤其是为食品的检验检疫提供了大量帮助，解除了参展商的后顾之忧，促进了企业参展的积极性。

广东德源食品厂已连续 4 年参展。该企业负责人表示，两地政府的贴心服务是他们坚持参展的动力。从报名参加展销会，到食品进入澳门的检验检疫、运输，再到剩余食品出关回内地，两地政府都给予了极大帮助。

据介绍，这家企业参展的食品以海味为主，进出关对海味都有严格的报关及检验检疫手续。公司所在的广州市政府有关部门均为企业办理好相关手续，还派专车将他们的食品运送澳门展场。对于剩余的食品，澳门方面也会为企业办理出关有关手续。

充分发挥澳门多元角色“一带一路”展区意义深远

“一带一路”展区设有 34 个展位，参展商主

要来自印尼、缅甸、马来西亚、泰国，客商带来的名优商品涵盖食品及饮品类、工艺品、珠宝首饰等。印度尼西亚驻华大使 Djauhari Oratmangun 与澳门印尼商会会长司徒迪林、澳门会展旅游业协会创会会长关伟霖到“一带一路”展区视察，了解参展商参展情况。

关伟霖表示，“粤澳名优商品展销会”举办多年以来，一直是粤澳两地企业展示特色产品的平台，更发挥了澳门作为“一带一路”和中葡商贸服务平台的多元平台角色。本次展览更展出了众多中国、葡萄牙和东南亚国家特色美食和产品，不同的产品和商务文化得以交流互动，拓展更多商机。

司徒迪林希望，澳门继续发挥会展平台的优势，成为国家“一带一路”战略和“中葡平台”发展的重要加速器，同时结合旅游业的优势，更好地带动本地产业和服务升级，在迈向经济适度多元发展之路上走得更快、更远。

澳门印尼商会秘书长指出，不少印尼企业对澳门的防疫措施有信心，因此通过商会的协助，把他们的产品带到展会展销。

新增“粤澳美食频道展区” 融多地美食文化人气爆棚

民以食为天，尤其在广东及港澳地区，居民对饮食的追求更高。“2020 粤澳名优商品展”将两地的食品、食材展示得淋漓尽致，尤其是特设

的“粤澳美食频道展区”，面积超过1000平方米，融合了中西文化建筑特色设计，将澳门的世界建筑文化遗产演绎得淋漓尽致，可谓秀色可餐。

在“粤澳美食频道展区”，不仅在这里可以品尝到澳门、广东美食，还有葡萄牙、印尼、泰国、缅甸等国家的特色小食。不少食客拿着“2020粤澳名优商品展”的展位地图按图索骥，前往寻找心仪美食。

李小姐就是其中的一位，她与朋友手拿展位地图，说自己是“粤澳名优商品展”热心观众，每届都有来。她与朋友对本届主题特别感兴趣，既对澳门和广东的美食充满期待，又想一饱口福国外的零食和小吃。

在“粤澳美食频道展区”最吸人眼球的莫过于顺德的味可道及大快活酒楼的展位。澳门与顺德同是“世界创意美食之都”，顺德政府十分重视及珍惜这次参展机会。

味可道行政总厨郑远文是顺德厨师协会副会长，大快活酒楼创始人叶志文与郑远文均是中国烹饪大师。两位搭档现场演绎及售卖特色美食“古法赖布鳝”和“顺德炒牛奶”，令消费者垂涎欲滴，大排长龙。此外，他们又以实物展示创新名菜“丰收大盘鱼”，向消费者宣传健康美食的理念。

“丰收大盘鱼”在顺德已推出了10多年，今年首次在澳门展出。继承与创新，传统的盘菜以肉类为主，在讲究养生、注重饮食健康的今天，顺德将盘菜改为以清淡的海鲜和蔬菜为主的搭配，迎合了顾客对饮食健康的需求，同时增添了鱼米之乡“南番顺”丰收好景的寓意。

叶志文与郑远文在制作现场表示，对于现代美食文化，传统美食文化的改良有一定的意义和价值。

延伸阅读：

首届“粤澳名优商品展”于2009年举办，至今已连续举办十二届。每年广东省及澳门均有众多商家参展，成为市民和两地中小企业商贸交流的首选大型消费嘉年华活动，凸显了粤澳区域合作的平台作用，促进经济双循环。

“2020粤澳名优商品展”原计划于2020年8月举办，因疫情原因延至12月，但规模不减往届，并继续秉承力求创新的办展理念，因应时代脉搏为活动注入新元素，致力提高办展水平；在展区的基础上，融合直播、走访，以及商品推介会三线并行，助力两地客商产品“走出去”，共拓商机。■

（本文作者系商务部中国外资杂志社新媒体中心主任 枫行、北京市科学技术研究院北京市辐射中心 顾海科）



市民争相试吃



满载而归