

新鲜! 昆明老板将花店搬到武汉 汉交会成为众多新品首发平台

长江日报记者曹心蕊 冯霞 汗文汉 通讯员刘春 周剑桥

11月20日,2025武汉(汉口北)商品交易会(以下简称汉交会)将在汉口北国际贸易城开幕。

连续举办16年,这场展会年年吸引万商聚汉:有人已连续参展八次,在这里创办大型超市;有人将昆明花店迁至武汉,焕发新生;还有人从宋代簪花技艺中汲取灵感,融入咖啡创作……

以前是来“卖货”,现在是新品“T台”

“这是我们第五次来汉交会了。你看这展台里的开关、照明、卫浴新品,都是今年流行的款式。”11月18日上午,汉交会开幕前夕,飞雕电器湖北市场相关负责人董建龙正在抓紧布置展台。

作为1987年成立的老牌企业,飞雕电器旗下产品从早期的开关,一路拓展到照明、水暖、卫浴全品类。抱着“把品牌做得更响”的目标,企业多次报名参加汉交会。“在我看来,这里是最好的形象展示窗口。”董建龙表示,企业一直想打开知名度,而汉交会的辐射力正好能帮他们“打开一道口”。

每次参会,企业都收获满满。“上一届就有好几家做卫浴、灯饰的商户,觉得我们产品全、品牌靠谱,回去就特意新建了飞雕品牌展示

区。”他表示,能通过展会锁定的意向客户,品牌网点越铺越多,“销量提升了近30%”。

连续参与五届汉交会的武汉景田伊尚商贸有限公司总经理姜正行,也有了不小改变。

“以前参会,我们想的是如何把商品卖出去。”姜正行发现,不少对汉派女装了解有限的广州、杭州客商,因汉交会对企业更加了解,甚至专程赴厂考察,这样的“大顾客”越来越多。

这次他将一次性展出近30款新品,直接在展台“首发”。“在汉交会这个汇聚全国采购商的平台上,我们既要展示汉派服饰特色,更要主动寻找电商合作新可能。”姜正行表示,期待在汉交会上发现那些“自己都不知道、不了解的行业新品”,实现服装行业的创新结合。

以前是来“看热闹”,现在是“找门道”

因展结缘的,还有武汉唐吉珂德咖啡创始人高峰。

“今年是我们第三次参展。这个国际级的平台,给我们品牌做了很好的宣传,带来的长尾效应是实实在在的。”谈及前两届的收获,高峰的语气中充满肯定。

他清晰地记得:第一年,面向家庭消费者的零售几乎无人问津;去年第二次参展过后,家庭客户、本地餐厅、企业乃至服装零售店都通过汉交会找上门来,成为其合作伙伴。“今年销售额整体增加了50%。”他说。

改变还体现在业态的拓展与模式的升级。高峰介绍,此前业务以咖啡原料为主,借助汉交会,他的“全案服务”也快速发展。“很多投资者不知道咖啡豆运营该怎么做。我

们可以提供从产品打造到出品流程的完整策划,帮助客户将店铺落地。”

已经成立11年的武汉栖梦蝶服饰有限公司则通过汉交会焕发了“新生”。

这家设计生产中青年女性汉派服装的企业,曾以线下批发为主要销售模式,如今遇到了瓶颈——一年生产服装20多万件,线下销量仅达四五成。

3年前,总经理吕文华通过汉交会接触到电商销售模式。“展区就有很多主播直接现场带货,这让我打开了新思路。”通过线下布展,他认识不少小有名气的线上主播,由此开启了电商转型之路。

如今,企业线上业务稳步发展,线上销量与实体批发量逐步持平。

以前是来“打卡”,现在是落户扎根

走进汉口北鲜花小镇,水桶里浸泡的玫瑰、百合含苞待放,空气中弥漫着沁人心脾的花香——这些来自全球的鲜切花,都将在2025年汉交会期间惊艳亮相。

“这是我第三次参加汉交会。”程飞告诉长江日报记者,2022年受汉口北邀请首次参展,他便结下了不解之缘,把花店从云南昆明搬到汉口北鲜花小镇。

如今,他经营的1500平方米的卖场,既有国产的玫瑰、百合、洋桔梗等传统花卉,也有来自厄瓜多尔的玫瑰、荷兰的郁金香、南非的帝王花等进口名贵花材,全年销售约500种鲜花,根据季节轮换上新。

汉交会让不少“汉交人”嗅到新商机,今年连续第九次参展的王家涛是其中之一。

曾在企业就职的他往返于汉川

与武汉,负责将农场生产的醋、酱油、腊八豆等农产品销往武汉大型商超和大专院校。后来,他创立了武汉骑骥贸易有限公司,代理糖果和食品类品牌。

“自2017年开始参加汉交会,我的一些理念发生了改变。”王家涛介绍说,那时企业规模很小,没什么名气。通过汉交会,他认识了很多食品品牌厂家,也结交了很多朋友,如今已拿下徐福记、金丝猴、三只松鼠等几十家知名品牌的代理。

尝到了汉交会的甜头,每年王家涛都打卡参会。他展出的食品类商品,在汉交会上很受欢迎,每年都会签订上千万购销合同。随着业务不断拓展,王家涛的创业版图持续扩大,除了经营企业,他还在汉口北开设卓尔大集批发超市,2024年销售额突破1亿元。



市民在汉交会鲜花展区观赏、购买鲜花。

长江日报记者周超 摄



汉交会上外国企业代表选购商品。

长江日报记者胡冬冬 摄



市民逛汉交会。

新体验

机器人与咖啡师同台竞技

长江日报(记者郝天娇 通讯员黄宣)11月19日上午9时,2025武汉(汉口北)商品交易会(以下简称汉交会)将在黄陂区的汉口北国际贸易城盛大启幕。这场已连续举办16年的商贸盛会,今年将变身为一个充满未来感的“超级展会”。

长江日报记者提前探访发现,从主展馆到九大特色市场展区,各类机器人、AI应用与数字技术将密集亮相,让市民近距离感受“可逛、可玩、可体验”的跨界消费新场景。

在汉交会主展馆,机器人炒菜、机器狗舞狮等场景将接连上演,观众到场可以品尝到机器人精心烹饪的美食。

在咖啡展区,一场“人机拉花比拼大赛”已准备就绪。记者看到,有关人员已准备好机械臂,咖啡师将与机械臂同台竞技,看谁能拉出更精美、更具创意的图案。汉口北负责人说:“活动将在11月21日下午举办,咖啡爱好者可以积极参与,我们准备了丰厚礼品。”

在药食同源健康养生展区,市民将能亲身体验机器人带来的“AI智能面诊”服务。只需在机器人前拍摄照片,系统便能通过面部与舌象识别,快速判断体质状况,并提供个性化的饮食及调理建议。

“这台机器由合肥云诊信息科技有限公司提供,通过舌诊、面诊、脉诊、闻诊及问诊,可以10秒完成健康状态体检、未病预测及亚健康检测,涵盖数百种健康状态检测服务。”汉口北负责人介绍。

在鲜花展区,将有“数字人主播”全天候直播带货,虚拟主播不仅能详细介绍各类花材,还能与线上观众实时互动。

此外,本届汉交会还专门设立了人工智能、低空经济等新兴产业展区。观众不仅可以近距离接触各类智能机器人,还能通过VR设备沉浸式体验虚拟世界。

“我们希望通过‘会展+数字经济’的模式,让汉交会不仅是一场经贸盛会,更成为一个面向未来的科技体验场。”汉口北集团相关负责人表示,众多“机器人”元素的加入,将为市民和采购商带来全新体验。

新展区

AI机器人为观众面诊

长江日报(记者郝天娇 通讯员黄宣)2025武汉(汉口北)商品交易会(以下简称汉交会)首次迎来一个特别的展区——“药食同源健康养生展”。

该展区位于新成立的中医药华中交易中心内,面积超过1万平方米,设有300余个展位,覆盖中草药、药食同源、健康养生三大板块,汇聚中药材、保健品、药妆、理疗设备等20类细分业态,成为本届汉交会中融合传统养生与现代消费的一大亮点。

11月18日,长江日报记者走进正在布展的药食同源展区,空气中已隐约飘来淡淡药香。来自亳州的黄芪、蕲春的艾草、恩施的藤茶等道地药材整齐陈列;而另一边,药食同源类产品更是琳琅满目,从人参茶、枸杞原浆到清凉补,吸引不少预参观的市民驻足询问。

“这不只是一次展览,更是一个能让市民‘走进来、尝一尝、试一试’的健康市集。”展区负责人介绍。19日起,现场将设置多个互动专区:专业中医师提供免费义诊,推拿师为观众缓解肩颈疲劳;市民可以一起动手制作中药香包。

负责人告诉记者,他们还准备了3台具备AI智能面诊功能的机器人。市民只需在机器人前静坐片刻,拍摄面部与舌象照片,系统便能通过图像识别与大数据分析,快速判断体质类型,并生成包含饮食调理、生活习惯建议在内的个性化健康报告。

“我们希望通过科技手段让中医‘望闻问切’中的‘望诊’更贴近现代人的生活节奏。”技术人员表示,“AI面诊并非替代医生,而是作为一种便捷的初步自筛与健康提醒。”

值得一提的是,展区内所有产品均依托汉口北成熟的商贸物流与供应链体系,实现从产地到展柜的全程溯源。

“汉口北不仅搭建起实体展销平台,更构建了一条‘放心消费’的供应链。”展区负责人强调,“消费者在这里买得明白、用得安心。”

讲文明 树新风
长江日报公益广告

敢为人先 追求卓越

