

责编:  
王传来(0451-84692714)  
执编/版式:滕 放  
美编:  
于海军(0451-84655238)

HTF

哈洽时间



欢迎客商前来品尝。



## 老字号争亮新形象

□本报记者 付宇

白发者驻足试吃台前细细咀嚼,年轻人举着手机追拍主播的即兴直播,展商们手捧样品穿梭于洽谈桌间。灯光、镜头、香气在此交织,而这场盛会的主角,正是那些“老字号”企业。

第三十四届哈尔滨国际经济贸易洽谈会现场,人头攒动,随处可见中华老字号,龙江老字号。为了更好展现黑土地上的国货精品,黑龙江省商务厅汇聚秋林、马迭尔、老鼎丰、大罗新等耳熟能详的国民品牌“组团”来袭,开设“老字号嘉年华·龙江好物精品展”,吸引无数目光。

展馆内,大罗新食品的试吃台前排起长队,两款新品引发关注。副总经理李晓男手持欧式香肠介绍:“这款牛肉肠含95%纯牛肉,用大豆蛋白替代部分动物脂肪,既保留肉感,又降低热量。”这一配方精准击中消费者对“高蛋白、低负担”的需求点,现玚试吃者频频点头。

佳木斯冬梅大豆食品已有60多年历史,1988年正式启动豆粉项目,并于1989年推出了第一代中老年豆粉,开创了全国豆粉生产的先河。在现代化健康浪潮中,作为龙江老字号的“冬梅”,通过多维创新实现传统食品的“轻”突围,其省级研发中心攻克淀粉复原难题,首创喷雾干燥绿豆粉专利技术,并推动豆粉跨界应用于冷饮、餐饮及液体饮料行业,打破传统产品边界。

同样深耕健康的还有老鼎丰。其改良版软列巴打破俄式面包“硬如砖”的刻板印象,绵软口感让老年消费者直呼“终于能放心吃”。而低甜油茶与茉莉花茶点系列,则通过工艺革新与口味迭代,将传统糕点融入低糖饮食潮流。一位年轻消费者感叹:“原来老字号也能这么‘轻盈’。”

老字号的创新不仅是产品升级,更是文化价值的重塑。老鼎丰的“百年方石”系列礼盒,将中央大街的方



老字号产品。

本版图片均由本报记者 刘心杨 苏强 杨惠暄摄

## 品质化、数字化、文化力成消费关键词

□本报记者 付宇

行走在第三十四届哈尔滨国际经济贸易洽谈会(以下简称“哈洽会”)展馆中,能清晰感受到一股澎湃的活力——品质化、数字化、文化力成为消费关键词。森林食品的精深加工、直播间里农民主播的叫卖、非遗技艺的创新传承……这些看似割裂的元素,正因消费趋势的演变而紧密交织。

在哈洽会的食品展区,“健康”与“功能”是被频繁提及的标签。伊春市三庆森林食品有限公司的白桦树汁产品矩阵,从原汁到酵素、蒸馏酒,覆盖了全年龄层需求。“过去我们的客户以中老年人为主,现在年轻人成了消费主力。”公司董事长段存庆坦言,这种转变的背后,是企业对原料的深度开发——通过发酵工艺推出4款新品,将传统森林资源转化为高附加值的功能性饮品。

消费升级的另一面,是“地域特产”向“全国品牌”的跨越。黑龙江雪灯笼沙棘生物科技有限公司推出的沙棘茶新品,将沙棘与大枣、茉莉花结合,用袋泡设计打入年轻人市场。“以便携包装满足年轻人‘即取即饮’需求,同时,融合丰富口感层次,让年轻人爱上沙棘。”创始人王鸿鹏认为,沙棘想要走出去,

一定要在口味上积极创新,才能将小众资源转化为普适性需求。

“这是非遗认证的鹤岗老白肠,品质有保障,非常适合主播带货。”在鹤岗展区龙鹤食品的展台前,总经理白玉正与家乡好物推介博主——“小城市不摆烂”洽谈合作。白玉表示,“企业发展不能被动等待,每一次跨界尝试都是打开新市场的钥匙。”这种“展会引流+线上破圈”的组合策略,正助力老字号突破地域限制。

不远处,双鸭山市宝宇合作社的展台被围得水泄不通。一口大锅中,自产双鸭山黑土地的黏糯玉米翻滚沸腾,负责人余丽手持直播设备,向网友展示玉米拉丝的质感:“家人们看好了,这是复购率99%的‘东北味道’,哈洽会现场免费试吃!”

过去依赖批发的黏糯玉米,因利润微薄难以带动农户增收。如今,合作社在抖音、快手等平台开展“多主播矩阵带货”,单场销售额峰值突破十万元。

“直播带货让农民显著增收。”余丽说。

“小城市不摆烂”创作者已经连续

两届参加哈洽会,创作者明显感受到市

场对新媒介的接受度跃升。去年,80%

的厂家对直播带货缺乏了解,甚至未开

设线上店铺;今年,多数企业已主动尝

试电商运营,沟通重点从“何为直播”转

向“如何推广”,不再过度关注主播粉丝量,而是聚焦产品特色与家乡文化的结合,展现出更成熟的合作心态。

新零售的核心在于缩短供应链。企业通过直播以“眼见为实”建立信任,再借展会的影响力吸引更多消费者,形成“线上引流—线下体验—全域销售”的闭环生态。

在双鸭山展区,赫哲族鱼皮制作技

艺传承人尤雪淞的展台前挤满了年轻

人。鱼皮制成的头饰、车挂件、手链等30余款文创产品,保留了天然纹理,却以明快色彩与现代设计颠覆传统认知。

尤雪淞告诉记者,“过去鱼皮主要

用于制作民族服饰,工艺复杂、价格高

昂,普通人根本用不上。”如今,她的团

队开发出的头饰、车挂件、手链等产品,

价格从几十元到数百元不等。

这些产品保留了鱼皮的天然纹理,通过脱脂、

脱腥工艺去除了传统制品的腥味,并以明快的扎染色彩适配现代穿搭,非常适

合现在的市场销售。

功能性食品、小包装设计持续走

俏,直播电商拓宽产销渠道,国潮与非

遗从“小众情怀”进阶为“大众消

费”……哈洽会的火热,正是国内消费

趋势的缩影——而哈洽会也成为企业

链接市场、展示创新的关键舞台。

# 巡馆一探究竟 揭秘消费亮点

首发经济点燃时尚新引擎

□本报记者 杨宁舒

5月17日清晨,哈尔滨市西城红场人流如织,热闹非凡。作为第三十四届哈洽会分会场,这里正在上演一场经贸、时尚与文化交融的多彩盛宴。围绕“首发经济”,西城红场分会场开展了一系列精彩纷呈的活动,涵盖时装首秀、新品首发、艺术首展等多项经贸与文化活动,并举行了“时尚产业创新首发联盟”签约仪式,全方位构建首发经济矩阵,打造集经贸合作、时尚展示、文化交流于一体的国际化平台,为本届哈洽会增添新亮点。

15时30分,“时尚产业创新首发联盟”签约仪式现场高



时装首秀。



市民带娃打卡哈洽会。

朋满座,哈尔滨市南岗区政府、

兴城市政府、黑龙江省服装鞋帽行业协会、辽宁省纺织服装协会、哈尔滨红博商业等单位,携手黑龙江大学艺术学院、哈尔滨师范大学美术学院、哈尔滨学院文化创意设计研究中心、哈尔滨华德学院艺术与传媒学院、黑龙江三江美术学院等高校,共同签署了《时尚产业创新首发联盟战略合作协议》,全场响起热烈的掌声。

据介绍,“时尚产业创新首发联盟”将以哈洽会为推广窗口,依托西城红场首发经济平台,打破地域与行业的壁垒,形成“创意设计、品牌孵化、产业制造、商业渠道、政策支持”的全链条区域经济合作生态,为创意人才提供广阔的就业空间,助力企业实现品牌与制造的双重升级。

时装首秀是本届哈洽会西城红场分会场的亮点之一。T台上,由国际设计师带来的最新时装设计作品,在西城红场打造的“粉沙碧海”唯美场景中闪亮登场,独特的剪裁、大胆的配色,每一套服装仿佛都在诉说一个时尚故事……

与此同时,辽宁葫芦岛泳装基地带来的新品首秀也毫不逊色,一件件极具创意的泳装服饰,将时尚与功能性完美结合,勾勒出时尚与创新交织的

绚丽画卷。此外,时装品牌秀和省内高校的毕业设计作品秀也纷纷登场,集中呈现龙江时尚品牌创意力量。观众席上,闪光灯此起彼伏,人们一边惊叹于服装的精美,一边用手机记录下精彩的瞬间。

在西城红场美术馆,知名艺术家高孝午创作的《共境·鹤影未来——雕塑的剧场实验首展》也吸引了大批观众驻足。通过独特的艺术形式和创新的展示手法,艺术家编织了一场人与科技、文明的对话,为参观者带来更加丰富的体验,也为本届哈洽会增添了浓厚的艺术氛围。

走进西城红场,精心打造的多个时尚场景成为市民们的热门打卡点。充满未来感的光影长廊、复古又时尚的潮流街区等,处处都能看到人们拍照留念的身影。西城红场分会场通过一系列活动,将经贸展览、时尚文化、商业消费相融合。

孕婴展区同样热闹非凡,汇聚了200多个孕婴品牌参展,全面展示孕婴童领域各类产品与服务。其中,飞鹤等40多个品牌进行了新品首展,许多展台前围满了前来了解新产品的消费者。“平时很难一次性看到这么多品牌的新品,这次哈洽会真是给我们提供了一个了解最新孕婴产品的好机会!”一位宝妈开心地说。

## 科技赋能绘就银发经济新图景

□本报记者 杨惠暄

截至2024年底,全省60岁以上人口达866万,占总人口28.6%。在这片“银发经济”新蓝海中,孕育着万亿级市场机遇,一个贯穿衣、食、住、行、娱、医的“老龄友好型社会”商业图谱正在加速成形。在第三十四届哈尔滨国际经济贸易洽谈会上,省民政厅亮出“民政牵头,守护夕阳”与“旅居康养、乐享龙江”双品牌战略,为全国银发经济高质量发展提供了一份“龙江样本”。

“真神奇!这AI机器人可以自助体检!”在智康新养展区,前来观展的退休老人张文秀正体验黑龙江福老汇养老服务有限公司的AI健康管理机器人,机器人通过热成像的方式对身体指标进行量化评估,引得围观人群举起手机记录。

“这款机器人具有体征测量、24小时视频医生问诊、疾病预防等功能,像社区养老服务、养老院、乡镇卫生院都可以应用。”黑龙江福老汇养老服务有限公司总经理刘金梅说。

展区内的搭载AI算法的自适应脚踏机、能监测老年人健康数据的机器人、可语音控制水温的卫浴系统等近200款适老化

产品集中亮相,让未来养老“触手可及”。

我们这些出行不便的老人。”现场展览展示的SOS呼叫便携式仪器,包括智能手环手表、携带式按钮、防滑摔倒设备、一键式呼叫电话等专业设备,可对居家端老年人实现远程安全守护。从数据互通到资源流转,让专业化、标准化、智慧化的康养医养服务渗透到每个家庭,“这些创新不是在替代亲情,而是为挂床设桥梁,让老年人居家独处时更安全,家属也更放心。”省民政厅老龄工作处处长王光宇说。

在展区最热闹的是“吃出来的康养”展区,国医集团推出的“藏红花狮子头”引起观众广泛关注,这道将狮子头与藏红花药材融合的养生料理,结合药膳元素,还原食物本味。工作人员介绍:“这是我们中国医谷的国



左图:展品区。右图:适老化产品。

医药膳系列产品,通过精准营养和健康干预,可以有效应对老年人的慢性病和常见病,帮助老年人稳固身体,延续活力。”

蓝莓压片糖果、冻干紫苏胶囊、富硒大米冰琪淋等黑土地“黑科技”产品琳琅满目,安徽采购商张松边品尝边说:“这些康养产品打开了银发经济新蓝海。”

“夏季避暑纳凉,冬季温泉疗养,龙江四季皆宜旅居。”在旅居康养展区,大屏上实时播放着五大连池火山温泉等12个康养基地的画面和短视频宣传。“借助哈洽会的平台,全省推出32条优质的旅居康养机构、10条康养线路,覆盖了13个地市,涵盖森林康养、温泉疗养、边境游,吸引全国老年朋友来到龙江。”省养老服务中心主任路娜说。