黄陂企业组团来汉交会

木兰好物抱团“出圈”

“刚炸好的蘑菇，趁热尝尝！”汉交会现场，木兰好物展区飘出阵阵香气。一旁的油锅里，蘑菇经过高温油炸，很快变得金黄酥脆，工作人员捞起一份递给顾客。展馆内，蜂蜜、黄陂三鲜、肉肠、热敷仪器等产品也吸引着参观者驻足了解。

11月19日，2026武汉商品交易会启幕。木兰好物展馆内汇集了15家黄陂企业，从特色农产品到健康产品，带来了各自的拿手好物。对这些企业来说，这不仅是一次集中展示，也是借助汉交会拓展市场、寻找新机会的一次尝试。

展区里，蘑菇部落有机农业（武汉）有限公司的油炸锅格外忙碌。工作人员一边照看锅里的蘑菇，一边将炸好的产品递给顾客。热气和香味从展台边散开，路过的人很容易被吸引过来。

“这是我们第八次参加汉交会了。”负责人余亮介绍，此次公司带来了8个品类的产品。和单纯把包装好的商品摆在展台上不同，这次他们特意把油炸设备也搬到了现场，让顾客能够直接品尝。

“光靠摆在展台上介绍，顾客不一定能了解产品，尝过之后，喜不喜欢，自己就有判断了。”余亮说。

顾客尝过之后，如果想再买，还能通过线上渠道下单。余亮介绍，公司已经入驻“汉口北”小程序交易平台，市民领取平台发放的“满50减20”等消费券后，可以在线上选购产品。

“现场尝过觉得不错，回去也能接着买。”余亮说。

与农产品展台不同，武汉柏凯生物科技有限公司带来的是一排排冷敷、热敷及术后恢复类产品仪器。负责人陈英豪邀请顾客上前体验，向大家介绍不同产品的使用方式。一位阿姨把热敷仪器贴在肩上，试了几分钟，放下仪器，问道：“这个平时在家用方便吗？”陈英豪接过话，从使用场景讲到适用人群，讲得仔细。

陈英豪介绍，此次带来了公司十几类产品，业务主要面向海外市场，平时很少直接做零售，在墨西哥也设有工厂。

“这次来参加汉交会，是希望借助展会接触更多国内消费者和潜在合作伙伴。”陈英豪说，海外市场做得久了，也想看看国内消费者对这类健康产品的接受度，“汉交会把华中地区的人流聚到了一起，这个机会平时不太好找”。

展区另一边，武汉乐神三宝蜂业有限公司也带来了自家的蜂产品。谈起这次参展，公司销售部经理蔡柳英提到了一个词：“抱团”。

“别人都说抱团取暖，我们是要一起抱团出圈！”她说，单个企业参展，展示的主要是自家的产品。15家黄陂企业集中亮相，消费者一次就能看到更多木兰好物，不同企业也能借着集体展示，让更多人认识自己的产品。

“一个人摆摊和一群人搭台，效果不一样。顾客冲着木兰好物这块牌子走过来，每家都能多被看一眼。”蔡柳英说。 **记者张雨欣**

爆款电脑借汉交会开拓出海新赛道

走进2026汉交会跨境电商展区，灯带闪烁的机箱依次排开，不少观众直接上手体验电脑性能。有人点开大型设计软件测试加载速度，有人坐到高性能主机前试玩游戏，盯着律动的灯带和实时监测面板仔细比对。攀升科技副总裁唐小景穿梭在人群当中，逐项介绍当家热款产品。

唐小景介绍，展位上这款商用小主机是常青爆款，适配政务窗口、酒店前台、企业办公等集采场景，可流畅处理日常办公任务，内置AI助手提升办公效率，目前已在政务场景投入使用；另一旁的高性能定制主机引来不少海外采购商上手试玩，它出自攀升国家级工业设计中心，灯带可随音效、游戏画面联动。“这几款机箱是我们的当家产品。”

作为国内定制化电脑赛道的头部品牌，攀升的多款产品早已在海内外市场打响名气。即便已是热款，唐小景依旧选择带着主力机型亮相汉交会，他认为，成熟爆款同样需要寻找新的增量机会。

在他看来，单纯把电脑装箱出海，这条路的不确定性越来越多。多次出海走访后他发现，海外主流品牌大多是固定规格产品，留给用户个性化定制的空间很小，“很多酒店都希望能在前台的电脑背面印上自己的商标，但海外很多厂商都不提供定制化服务，这恰恰是我们的优势”。

“商品出海只是第一步，品牌和能力出海，才是我们想要走的路。”唐小景说，这次亮相汉交会，就是抓住海内外客商汇聚的契机，为已经走红的产品寻找新赛道，寻找理念契合的海外合作伙伴，在当地搭建起需求对接、产品定制、终端销售的链路，让海外消费者也能便捷拿到定制化电脑。

记者雷心蕊 通讯员赵燕



攀升展示多款电脑产品。 记者苗剑 摄

把一枚标签玩出花样

科创企业来汉交会不靠价格拼“专精”

一台巴掌大小的标签打印机，通过蓝牙与手机连接，用户在手机App内上传图片、编辑文案，按下打印按钮，5秒内，打印口就会“吐”出一张黑白灰复古照片。这不是照相馆的专业设备，而是武汉精臣智慧标识科技有限公司展台上的人气单品。从工业生产标识到日常生活美学，一枚小小的标签，被玩出了各种花样。

11月19日，在2026武汉商品交易会精臣标识展区，面对品类丰富的标签打印机与耗材，不少逛展客商很好奇：产品线这么广，成本和运营这笔账怎么算？

“武汉的枢纽区位优势，给了我们很大助力。”公司政务负责人朱清介绍，作为土生土长的武汉本土科创企业，精臣的生产工厂、仓储物流体系全部落地本地。九省通衢的地理禀赋，让企业天然具备辐射全国的配送能力，从武汉发往全国任一省份，运输半径都不会“拉得过长”。从武汉出发，企业既能通过陆路快速覆盖华中、华东、华南等核心市场，又能借助航空干线对接全球，综合物流成本更具竞争力。

“精臣的核心用户以年轻一代为主，他们热衷个性化表达，喜欢自己动手设计标签、定制便签，从手账装饰到居家收纳，从店铺价签到礼品包装，创意五花八门。”企业相关负责人说，而创意一旦生成，用户往往希望尽快看到实物成品，“在线等”成为热门留言。武汉的物流禀赋，让企业接住了这股消费新趋势，回应了消费者的热切期待。

凭借内部供应链的高效协同与区域物流加持，精臣的个性化定制产品最快可实现48小时内发货，远超行业平均水平。

把品类做精，精臣的优势就在于面对大量终端客户，“千方百计满足客户需求”。 **（栾嘉雯）**