

Павильон Поднебесной – ярко, интересно и вкусно

Экспозиции предприятий Китая на ИННОПРОМе-2023 пользуются особым вниманием

VII Российско-Китайское ЭКСПО на международной выставке ИННОПРОМ-2023 расположилось в павильоне №4, который среди посетителей и участников выставки так и именуется – китайский. Здесь на 10 тысячах квадратных метров представлены свыше 370 китайских компаний: сельское хозяйство, машиностроение, цифровая экономика, бытовая техника, продукты питания и другие отрасли. Все дни работы ИННОПРОМа-2023 обозреватель «ОГ» Михаил БАТУРИН изучает выставку с позиции простого посетителя. Сегодня речь о том, что необычного и удивительного можно испытать в китайском павильоне.

Чтобы попасть на китайскую экспозицию, нужно пройти через павильон №3, в котором представлены предприятия Свердловской области и Беларуси. Во второй день на ИННОПРОМе жизнь бурлит. По громкой связи объявляют о подписании очередных соглашений между предприятиями и/или регионами. В залах со стеклянными стенами проходят стратегические сессии, где обсуждаются насущные вопросы экономики, образования, международных отношений. На площадке у союзного государства идет демонстрация моделей дизайнерской одежды. Интересно, но нам сегодня – дальше.

Выставка Российско-Китайское ЭКСПО проводится после четырёхлетнего перерыва. И компании, что называется, расстарались. В китайском павильоне все яркое – цвета сочные, насыщенные – сверкает и светится. На каждом стенде у предприятий Китая обязательно на китайском и русском языках указаны не только отрасль, но и регион, где расположено производство, – Харбин, Муданьцзян, Хэйлунцзян, Хэсин, Дасиньань-



Посетителей на китайских экспозициях встречают радушно, всегда готовы чем-то угостить

лин и другие. Русскому слуху названия звучат непривычно, и это создает особый колорит.

На входе в павильон представлены большие регионы и крупные компании. На одном из стендов светится надпись: «Цзиси на кончике кисти идет в ногу с миром» (Цзиси – наименование одной из провинций Поднебесной). Такой чисто китайский философский подход к рекламе продукции. И это тоже создает атмосферу.

Посетителей в китайском павильоне много. Языковых проблем нет. На экспозициях либо работают переводчики, либо русскоговорящие сотрудники предприятий. Харбинский стенд представляет культурные и креативные продукты: в том числе работы художников, сувенирные изделия китайских мастеров, музыкальные инструменты. Провинция

Муданьцзян же привлекает дегустацией продуктов питания: напитки, чай, овощная и грибная консервация. По словам менеджера по продажам завода «Чжунлун» **Андрея Крылова**, который уже во второй раз приезжает на ИННОПРОМ, в этом году посетителей значительно больше. К выставке они серьезно готовились, даже изменили под российского потребителя вкусовые качества продуктов. Огурцы, например, теперь не сластят и больше не мягкие, а хрустящие. А один из видов грибов – вешенки степной – сделан специально без жгучего перца.

– Завод занимается производством консервированной продукции – грибы, маринованные огурцы, фунчеза, кимчи. Всё это уже поставляется на российский рынок, но пока только на территорию Дальневосточ-

ного федерального округа, – рассказывает Андрей Крылов. – Всю продукцию можно не только попробовать, но и приобрести.

Центральное место в китайском павильоне занимают стенды автомобильных компаний. Здесь очень оживленно. Сияющие седаны и кроссоверы на любой вкус и кошелек: семейные, представительские, молодежные, спортивные. Есть электромобили, есть с гибридными установками (где возможны и бензин, и электричество), есть и на привычном для российского потребителя виде топлива. Неслабый запах свежих кожаных салонов автомобилей. Яркая электроника на панелях управления. В каждой машине хочется посидеть за рулем. И такую возможность с охотой предоставляют всем желающим. Менеджер по продажам автомашин бренда **Марсель Миргалиев** гово-

рит, что в компании не ожидали такого интереса к их продукции на этом ИННОПРОМе.

– Моё мнение, что наш бренд, как и любой другой китайский на российском рынке, – это новинка. И люди пока присматриваются, изучают, знакомятся. Мнения разные: и восторженные, и критические. Но такого большого интереса мы не ожидали, – говорит **Марсель Миргалиев**.

С ним согласен и директор по маркетингу и PR бренда Чанган **Виктор Кобзев**. Предприятие больше готовилось к переговорам с потенциальными партнерами, а тут такой интерес простых посетителей.

– Люди интересуются активно. Мы не ожидали. Это мероприятие больше формата B2B – бизнес для бизнеса. А тут прямо как на автосалоне. Видимо, что больше востребовано, то и пользуется интересом, – считает **Виктор Кобзев**.

За автомобильными площадками открываются коридоры, где представлены небольшие экспозиции предприятий среднего и малого бизнеса. Здесь тоже много интересно: и изделия из бамбука, и канцелярские товары, и текстиль, и продукты питания. Многие тоже можно попробовать и приобрести. Некоторые продукты для нас неожиданны. Например, чай из гречки, сок из облепихи или джем из черноплодной рябины.

Поскольку здесь представлены уже не такие крупные компании, то переводчики или русскоговорящие сотрудники есть не везде. Но технологии помогают: голосовые онлайн-переводчики в смартфонах снимают все барьеры. Объясниться и договориться можно без проблем.

Возвращаясь из китайского павильона, проходим мимо белорусов. Дефиле окончено, идёт концерт легендарных «Песнярок». Жизнь на ИННОПРОМе так насыщена событиями, что даже и не знаешь: как же успеть всё увидеть.



Возможность посидеть за рулем автомашины стоимостью более 9 миллионов рублей есть у каждого посетителя ИННОПРОМа



Китайские консервированные грибы на выставке можно не только попробовать, но и приобрести

ПОЛИНА ЗИНОВЬЕВА

ПАВЕЛ ВОРОЖЦОВ

ПАВЕЛ ВОРОЖЦОВ