

2024中国跨交会带着AI、品牌全球化上场抢C位了

产品名称	2024中国跨交会带着AI、品牌全球化上场抢C位了
公司名称	福建荟源文化发展集团有限公司
价格	1200.00/平方米
规格参数	
公司地址	福建省福州市鼓楼区五凤街道软件大道89号软件园A区22号楼
联系电话	15059400362

产品详情

一、展会介绍

展会名称：中国跨境电商交易会展会时间：2024年3月18-20日

展会地点：福州海峡国际会展中心

主办单位：福建省进出口商会

福建荟源国际展览有限公司

承办单位：福建荟源文化发展集团有限公司

福建米多多网络科技有限公司

二、2024是中国品牌大规模出海元年

随着春节假期的结束，中国品牌大规模出海的号角也吹响了。“不出海，就出局”，“2024是中国品牌大规模出海元年”已成共识。几十年间，中国企业在全球商业价值链上的生态不断上移。从ODM、OEM的繁花起步，到跨境电商兴起后的直面海外消费者，中国企业实现了从制造到贸易的整体跃迁。如今，品牌全球化大潮兴起，中国企业又将迈上从贸易到品牌的新征程。

与单纯卖货相比，打造品牌无疑需要考虑更多的维度。海外市场的政策法律、当地消费偏好、风土人情、媒介特点、知识产权保护等，任何一处短板都可能让品牌出海事倍功半，甚至半道崩殒。

花知晓Flower Knows、珂拉琪Colorkey等中国知名彩妆品牌出海日本的操盘人——MoldBreaking摩柯创始人&CEO郭兮若

表示，千万不要以中国市场的规模和速度套用在海外市场。他介绍，国人比较注重[投产比](#)

，想要立马见效，但是在日本，品牌需要将定性及定量并行来做，不能每次都定量，因为都定量的时候它不是个品牌，而是卖货的。本身先起量再优化，在某种角度上没有问题，但是在出海上就有毛病，因为你在一个更成熟的市场，先去搞定量的事情，不太合理。现在比较好的一点是中国商家对于品牌的思考提升了，不是一味的卖货。

“虽然大家现在觉得出海已经很拥挤了，但是实际上大量中国优秀产品并没有被海外消费者看到。”知名智能办公设备品牌——成者CZUR科技创始人&CEO周康也介绍，以往中国品牌主要是通过跨境电商等线上渠道，走入海外消费市场，线上竞争十分激烈，但大家还没大规模搭建线下渠道，品牌落地还不扎实。

为了协助中国出海品牌更高效地本土化、全球化，推动“品牌出海、产业带、跨境电商”三方联动，与全球商业资源高效合作，快速开拓全球商业版图，「中国跨境电商交易会」与「贸行四海」、「启传公关」合作，将在3月18日于福州举办“贸行四海·中国品牌全球化论坛”。