

增长超40%，TikTok 上的“辣味挑战”播放量超50亿次。在盐津铺子积极拓展国际市场的过程中，张学武发现，中国风味产品仍存在品牌溢价能力不足、国际标准化制定参与度低、关键生产要素受制于人、本土化运营能力滞后等发展瓶颈。

“当前全球市场格局深度调整，中国风味产业迎来关键窗口期。”张学武建议，要系统性推动中国风味从“产品出海”向“品牌出海”跨越，打造全球消费者品牌，引领全球风味创新浪潮。

影响力的产业集群。他建议，进一步深化香港“超级联络人”的角色，为有意“出海”的内地企业提供一站式服务，包括供应链管理、融资贸易、咨询及人才和企业培训等。

陈亨利认为，法国品牌梦特娇因赞助热播影视剧《繁花》，重新回到了大众视野。我们也可以以推动国潮服饰品牌、香港品牌植入影视作品，以提升品牌知名度，进一步推动品牌走向国际，增强国家软实力。