



追踪“宝藏德国展商”的进博会2.0之旅 从36m²到300m²的跃升

青年报记者 冷梅

本报讯 今年，第八届中国国际进口博览会消费品展区，记者惊喜地发现，去年被本报挖出“宝藏德国展商故事”的迈巴赫，今年在6.2馆内拥有了300平方米沉稳大气的独立展台，这是迈巴赫奢侈品有限公司的第二次进博之旅——相较于上一届卡着最后节点“挤”入的36平方米展位，如今迈巴赫的规模跃升近10倍，这不仅是物理空间的扩容，更是品牌扎根中国、布局亚太的战略宣言。而在这背后，一场东西方匠心共鸣的续篇也在悄然酝酿。

“今年参展，是迈巴赫奢侈品有限公司与中国市场深度绑定的重要一步。”德国迈巴赫奢侈品有限公司CEO沃夫冈·特伦(Wolfgang Thelen)于11月6日深夜11点抵达上海，7日上午便出现在了展台现场。他看到青年报记者时，热情地和“老朋友”打了招呼。一年后再见面，大家分外亲切。

他站在展台中央，目光扫过陈列有序的臻品矩阵，并对今年团队的布展情况、展厅的设计安排赞不绝口。今年，300平方米的迈巴赫展台被营造成为“匠艺博物馆”与“奢享体验场”：跟随品牌的百年传

承，来宾可亲手触摸真皮皮具的细腻纹理，感受镶钻钢笔的书写质感，甚至能现场下单带走心仪展品，实现“展品即商品”的即时兑现。

沃夫冈·特伦向记者展开了未来设想：进博会于迈巴赫而言，早已超越单纯的展会平台，亦成为百年工艺的展演台、商业合作的对接窗以及奢享体验的兑现现场。“上一届进博会，我们看到了中国消费者对高品质工艺的极致追求，也坚定了我们深耕亚太市场的决心。”沃夫冈·特伦坦言，首届参展的惊艳反馈，让品牌迅速将中国市场提升至全球战略核心位置，而今年的300平方米展台，正是这份决心的具象化表达。

沃夫冈·特伦说到自己去年参加进博会，是他第一次来上海，今年进博会是第四次，一年中间的其余两次都是为了中国新伙伴的合作而来。

沃夫冈·特伦说到的中国新伙伴，正是老凤祥。今年10月，两大国度的百年品牌达成深度合作，为迈巴赫的中国布局注入强劲动力，而这一切的缘起，正始于进博会。

创立于1848年的老凤祥，凭借世代相传的非遗工艺成为东方匠心的代名词，在全球近6000家网点构建起强大的渠道



今年迈巴赫展台。

青年报记者 冷梅 摄

网络；而迈巴赫奢侈品历经百年沉淀，以德国极致工艺在全球高端市场站稳脚跟，双方在“匠心传承”上的共同追求，促成了这场跨越国界的合作。

“进博会的魅力在于，它能让我们在短时间内链接全球资源，尤其是中国市

场的优质合作伙伴。”沃夫冈·特伦也感慨道，对于未来，他充满信心：“我们期待通过进博会这个平台，让更多中国消费者了解迈巴赫的百年匠心，也希望以中国为起点，让德国精工惠及更多亚太消费者。”

发青年之声 聚青春力量

2026年全年《青年报》开启征订

《青年报》国内统一连续出版物号CN31-0006邮发代号3-6

订阅方式：

- 持卡订户请扫描二维码，关注青年报官方微信，点击下方菜单“随申办”，进入“青年报订阅”，根据提示完成订阅。
- 其他订户请微信搜索“上海邮政掌上营业厅”点击报刊订阅，搜索《青年报》或邮发代号3-6开启订阅，亦可拨打11185咨询征订详情。
- 单位用户可致电：021-61177818或61173795咨询购卡事宜。



青年报 | 青春上海
Youth Shanghai