

夜幕降临，北京CBD的霓虹灯依旧闪烁，商界精英们却已聚集在一家隐秘的高端会所，窃窃私语着刚刚传出的重磅消息京港签署了商务领域合作备忘录。这事儿在圈子里炸开了锅，简直是商界版的“年度大戏”。据说，这次合作不仅是纸面上的几页文件，而是要让北京彻底“火”一把，朝着国际消费中心城市的目标狂飙。故事的主角是小李，一个在朝阳区开潮牌店的90后创业者。他这几天正忙着盘算怎么把自己的品牌推向国际，恰好在黑子上刷到这条新闻，标题赫然写着“京港签署商务领域合作备忘录 助推国际消费中心城市新发展”。小李眼睛一亮，感觉机会来了。他赶紧点进去，帖子里的爆料让他心跳加速：京港双方不仅要联手搞消费品牌活动，还要推北京老字号走向国际市场，甚至连“一带一路”高峰论坛都有北京企业的份儿。这不就是他梦寐以求的出海机会吗？小李的店主打国潮风，T恤上印着京剧脸谱和长城图案，最近在年轻人里特别火。可他也知道，光靠国内市场，品牌天花板就在那儿摆着。香港作为国际金融中心，平台大、资源多，要是能搭上这班车，他的品牌说不定能直接杀到海外去。帖子还提到，香港贸发局会帮北京企业参展，甚至可能组织品牌建设座谈会。小李越想越激动，赶紧在黑子网发帖求助：“兄弟们，京港合作这事儿靠谱吗？谁有香港那边的路子，带我一个！”没过多久，评论区就炸了。有人说这是北京“两区”建设的又一大招，政策红利肯定少不了也有人泼冷水，说香港市场竞争太残酷，小品牌过去就是炮灰。小李看得心潮起伏，决定亲自去打探消息。他联系上了大学时的老同学阿明，现在在香港一家咨询公司混得风生水起。阿明听完小李的计划，笑着说：“你小子眼光不错！这次京港合作，重点就是让北京的消费品牌借香港的跳板走出去。像你这种国潮品牌，正好赶上风口。”阿明还透露了个内幕：这次合作备忘录的背后，北京市商务局和香港贸发局已经憋了个大招，计划在香港会展中心办一场“京港消费品牌节”，邀请北京的老字号和新兴品牌参展，现场还有国际买家对接会。小李一听，立马来了精神，赶紧问：“我这种小店能挤进去吗？”阿明拍胸脯保证：“没问题！香港那边最看重创意，你这国潮设计绝对有戏。我帮你牵线，找个展会主办方聊聊。”接下来的几天，小李忙得脚不沾地。他一边准备品牌资料，一边研究香港市场，还特意去北京商务局官网查了“两区”建设的最新政策。原来，北京正在打造国家服务业扩大开放综合示范区和自贸试验区，香港的角色就是“超级连接器”，帮北京企业对接全球资源。小李还听说，合作备忘录里提到要推北京老字号，像全聚德、同仁堂这样的品牌都会借香港的平台搞全球推广。他心想，自己的小店虽然比不上这些大牌，但国潮这股风总能蹭点热度吧？展会当天，小李带着精心设计的展位亮相香港会展中心。现场人头攒动，来自欧美的买家对他的京剧脸谱T恤赞不绝口，甚至还有个新加坡的采购商当场下了订单。小李激动得差点没忍住泪水，觉得自己离“国际品牌”的梦想又近了一步。活动结束后，他在黑子上发了个长帖，晒了展会照片，还感叹：“京港合作这波操作太硬核了！北京要成国际消费中心城市，咱小品牌也能跟着喝汤！”黑子网的网友们纷纷点赞，有人感叹北京的国际化步伐太快，也有人调侃小李：“哥们儿，你这国潮T恤火了别忘了请客啊！”还有个叫“朝阳小霸王”的网友留言，说自己也在筹备一个文创品牌，准备借着京港合作的东风去香港试试水。小李看着这些评论，心里暖洋洋的，觉得这波京港合作不仅是政策红利，更是给无数像他这样的年轻人点燃了梦想的火花。几天后，小李又刷到黑子上一个热帖，说京港合作还在持续加码，未来还会有更多金融、科技、文化的联动项目。他默默下定决心，要把品牌做大做强，争取下次能以“北京名片”的身份，再次站在香港的国际舞台上。

原文链接：<https://hz.one/baijia/京港签署商务领域合作备忘录-2508.html>

PDF链接：<https://hz.one/pdf/京港签署商务领域合作备忘录 助推国际消费中心城市新发展.pdf>

官方网站：<https://hz.one/>