

融·含文旅 创·新时代 美·好生活

义乌展会:疫情之下见功夫

全媒体记者 金烨

义乌国际博览中心综合服务中心大门前,工作人员手持引导牌,采购商、参展商有序排着队,等待测体温和身份信息核验后参加博览会。义乌国际博览中心各个出入口,工作人员提醒大家佩戴口罩,出示有效身份证、健康绿码,测体温,核验后通行。11月8日,为期3天的第15届中国义乌文化和旅游产品交易博览会顺利举行。至此,义乌今年已成功举办18场大型博览会。

演练·积聚疫情防控能力

义乌会展业因义乌市场的繁荣而快速发展,义乌已进入世界知名会展城市行列。通过系列会展活动,义乌搭建起一个对外开放、招商引资、产业对接的平台,向国际社会发出更响亮的义乌好声音。

受新冠疫情影响,今年义乌会展业原有的节奏被打乱。随着义乌疫情防控形势稳定向好,义乌中国小商品城全面复市迎客,市场商户纷纷近开复工复产步伐,为今年6月6日首场大型展会“第23届建码特购APP家装博览会”打下基础。

为进一步确保疫情期间展会安全有序进行,做好展会期间疫情防控工作,保障广大参展商和采购商的健康与安全,根据国务院《关于做好新冠肺炎疫情常态化防控工作指导意见》精神,义乌国际博览中心于6月2日举行展会期间突发事件处置流程预案演练。

义乌先期已成立疫情防控应急领导小组,建立疫情防控工作机制,结合实际形成“一展一会一方案”的疫情防控方案,将工作人员分为疫情应急防控指挥部、联勤应急处置组、后勤联络保障组、卫生防疫消杀组、车辆管控应急处置组等多个小组,分角色分场景参与演练。

参加演练的义乌市有关部门分别对人场指引、门禁管理,人员限流、测温系统、报到处和服务点设置的隔离设施、隔离区、门禁系统、消毒、餐饮服务筹备等工作进行检查,提出建设性的改进措施,确保展会安全、稳妥、顺利举办。

演练还模拟展会期间馆内采购商密集、馆内发现疑似病人、发生以暴力威胁等方法拒不配合等情况的应急处置流程,完善细化岗位工作职责,有效提升应急处置能力。

演练严格按照方案规定流程进行,分工明确,反应迅速,向外界展示了义乌国际博览中心突发事件处置能力和协同作战的战斗力。

全媒体记者 龚艳

本报讯 东西方文化的交融,东西方文明的碰撞,艺术品正是极好的“见证者”。

在第15届中国义乌文化和旅游产品交易博览会中欧文化交流艺术展上,2000余件以欧洲国家为主的特色风格家具和艺术品对外展出,把参观者带回了19世纪中叶至20世纪初的经典岁月。

走进展馆,首先被两匹英俊潇洒的“宝马”给震撼了。拿破仑时代是法国鼎盛时期,他个人又推崇奢华之风,于是工匠按1:1比例打造“宝马”,使用鎏金

10月21日至25日举行的第26届中国义乌国际小商品(标准)博览会,是今年全国首个疫情防控常态化形势下线上线下结合的外贸大型综合展会,是义乌纳入自贸区、推出双循环和发展服务贸易“五个千亿、五个百亿”十大行动时代背景下的盛会。展会同期举办浙江省第七届省外市场采购浙货对接会、行业和境外采购专场、国家标准专题新闻发布会、企业标准化万人培训等一系列活动。来自世界各地的2000余家企业、5万余名专业客商云集义乌。

义博会是中国对外贸易和对外开放的重要平台,是中国外贸的“晴雨表”和“风向标”。本届义博会可谓负重前行,既要确保疫情防控百无一失,又要确保展会顺利举行,压力之大可想而知。

功夫不负有心人,抗压前行的义乌交出了亮眼的义博会成绩单:累计到场参观10.6万人次,线上博览会平台及直播关注浏览量达1.6亿人次,举办英国、马来西亚、智利等境外线上对接会7场次,意向成交额466万美元。

在注重拓展国际市场的同时,着力开拓国内市场,报名登记到场的国内专业采购商4.2万人,同比增长8%。亮标率达50%以上,覆盖全部十大参展行业。国家市场监督管理总局在义乌发布了《生态纺织品技术要求》等20项国家标准。

专设消费扶贫展位19个,12家参展企业现场直接及意向订单1300余万元,为扶贫车间产品拓宽了国内外销售渠道。

义博会是义乌在确保防疫安全前提下如期举办的全球贸易盛会,得到各方踊跃参与,展览规模大、展区设置优、展商质量高,体现了“中国同世界分享市场机遇、推动世界经济复苏的

实战:疫情防控百无一失

义乌市委市政府对此高度重视,按照中央、省市的指令要求对各方面做了周密安排。义乌成立了由市领导任组长,市府办、市委宣传部、市卫健局等10多个部门负责人为成员的疫情防控指挥部;制定了国际博览中心《大型展会防控工作方案》《疫情期间展会防控应急预案》《疫情期间展会防控消杀操作方案》《疫情期间展会用餐工作方案》《疫情期间各岗位定点巡查保卫方案》,守住全球采购“安全门”。

展会前,义乌商城展览公司通过各媒体平台发布预登记二维码,向有意参加展会的人提示需提前扫二维码,填写相关信息,凭健康码绿码和身份证进入展馆;没有提前预登记的人需要到现场填写承诺书,再凭身份证、健康码绿码、工作证等相关证件

成效:彰显疫情防控实力

真诚愿望”。

义博会取得的成效更多体现在中外客商对疫情防控的点赞上。

随着义乌中国小商品城全面复市,义乌出台了《关于外籍采购商来义采购的奖励办法》,这是目前国内专门针对采购商量身定制的奖励,也是疫情后义乌出台的纾困惠企政策之一,体现了义乌在培育和集聚优质采购商,全力打造国际一流营商环境的决心和力度,外籍采购商叫好声不断。

义博会前两天,来自41个国家和地区的245名海外客商从广州乘机抵达义乌机场,义乌工作人员全程提供一站式服务。来自巴基斯坦的哈里说:“义乌防控工作做得很到位,我们很有安全感。尽管受到疫情影响,义乌依然是一座充满活力和商机的城市。”

义博会前一天,义乌商城展览公司将参展商和参观商人员的资料发给公安局审核,发现5位参观商有青岛过境史。工作人员立即进行电话核实,要求他们提供阴性核酸检测报告。

进馆。严格落实人员准入机制,特别是排除疫情高风险地区人员,坚决守好第一道防线。

展会期间,采购商人流量采取单馆控制方法,采购商人数达到一定人次时,进行初次提醒或二次提醒,降低人员放行频次。馆内对采购商和参展商实行“金字塔型”逐级网格化管理,按照三级网格分工,明确管理区块,落实防控责任。实行“最小单元管控”,一旦发现异常情况,及时有效地对区域内的参展商进行管控。发现采购商有异常情况的,则对其馆内行为轨迹进行追溯,对涉及的相关人员进行安全管控。

义博会是在特殊时期举办的,义乌市委市政府攻坚克难,就是要把义博会办成一届安全、精彩、富有成效的博览会,推动世界经济复苏。

其中,两位答复有,一位联系不到,一位说不能来了,一位则对工作人员发火,认为通知的太迟了。听完工作人员耐心地解释后,这位客商带着笑意表示,尽早提供检测报告参加义博会。

义博会第一天,埃塞俄比亚客商阿布拉汉姆就下了50多万美元的订单。他一直往返于非洲和广州之间,由于疫情影响,秋季广交会继续拓展线上展会新模式,他很着急。义乌商城展览公司工作组赴广州、深圳招商,他立即报名。他说,想不到义乌市场的商品质量这么好,更想不到的是防疫工作做得好,真让人放心。

在第三届中国国际进口博览会开幕式上的主旨演讲中,国家主席习近平强调,让中国市场成为世界的市场、共享的市场、大家的市场。义乌人民为之欢欣鼓舞。义乌国际博览中心工作人员表示,到今年12月底,义乌还将举办5场大型展会,他们一定不辜负义乌人民的期望,以实际行动,确保每场展会顺利安全举行,为国际社会注入更多正能量。

东西方文化的“对话”

技术,以达到金碧辉煌的艺术效果。

19世纪的欧洲艺术品中,会发现许多中国文化的印记。此次展出的明治时期日本顶级工艺七宝烧,最开始的的就是中国景泰蓝,后逐渐形成自己的加工工艺,制成花瓶、罐子、香炉等多种器皿,并用珐琅色呈现亮丽多彩之姿,深受欧洲国家欢迎。很有意思的是,这批藏品学自中国,产自日本、用自欧洲,最后流回中国。七宝烧旁的“猴子”茶几同样制于日本,由第六位德文郡公爵收藏,现为1851年第一届世界博览会唯一藏品。

清代广州十三行伍秉鉴家族藏品

则讲述了一段历史故事。乾隆二十二年(1757年),清廷仅保留了广州一地作为对外通商港口。位于广州城郊西南角,珠江边码头的十三行,便成了彼时唯一可以合法进行外贸生意的商家。伍秉鉴就是官府指定、特许可从事外贸生意的垄断商人,其独立创建的怡和洋行后来发展成跨国财团,投资遍及美国、欧洲、印度和新加坡。透过藏品,参观者能深深感受到中国文化艺术的博大精深。

穿梭于各个展厅,置身于各国不同时期的生活场景,参观者仿佛回到了那个年代,与过去的西洋文明进行一场场“对话”。比如英国齐宾代尔风

格,既从中国园林和明式家具中获得灵感,又从哥特家具中吸收设计养分,把中国的装饰特点与英国的家具形式完美结合。西班牙狩猎风格以明亮的颜色、高技巧木头雕刻和定制镶嵌而闻名,家中装饰着野兔、鹿、野猪、鸟、狗等狩猎战利品。德国黑森林风格厚重、高贵、大气,雕工精美。摩登风格则集众家之长,线条简洁明晰,装饰优雅得体,传达了单纯、休闲、有组织、多功能的设计思想,等等。

除欧洲艺术品展览外,包括油画、银器、餐具、烛台等1000多件二手藏品在欧洲跳蚤市集销售,感兴趣的参观者还能一淘其乐。

文旅会亮点



金华婺剧亮相非遗展区。



保利展区内的VR虚拟摩托车。



陕西澄城刺绣工艺亮相文博会。



河南浚县非遗泥咕咕玩具吸引客商。



武汉非遗剪纸亮相文博会。

全媒体记者 吴峰宇 摄

逛市场 观商情

牛年系列产品旺销 义乌节庆用品“红”遍全球

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 红彤彤的大灯笼、造型各异的卡通牛、工艺精巧的福字……随着牛年春节步步临近,义乌国际商贸城五区节庆用品行业洋溢着浓浓的节日氛围,迎来了久违的热闹场景。批发、零售,每天红灿灿的节庆用品销往全国,甚至漂洋过海,为远在海外的华侨华人带去新春祝福。

“义乌是全球小商品的风向标,也是节庆用品的桥头堡,眼下正是节庆用品的采销旺季,大家采购商品的意愿十分迫切。”11月8日上午,由商城集团国际商贸城第五分公司、义乌市节庆用品行业协会主办的五区市场年终大促暨节庆用品新品发布会举行,这背后再次体现了商城集团国际商贸城第五分公司以“党建+战时状态”,为市场积极

拼抢,于危机中育新机,在变局中开新局,充分利用国内国际两大市场、两种资源,助力市场商户国内国际双循环和促进市场繁荣的决心。

据介绍,节庆用品行业从2013年入驻五区,至今已有7年,行业规模从66家经营主体发展至如今的168家,商位数量从66个扩展至333个,行业主营产品包括节庆装饰(爆竹、红辣椒等)、灯笼、中国结、婚庆道具、婚庆装饰等婚庆及节庆用品,产品种类齐全,款式丰富。

活动当天上午,经营户们喜迎八方宾客。在祥得福摊位内,老板娘陆丽萍正热情接待前来采购牛年系列等节庆用品的采购商,并介绍自家的主打产品。“明年是牛年,我们新设计研发了新品70余款,其中福字挂件是黄色与金色搭配,富贵而喜庆。”陆丽萍说,下半年是节庆用品采购的高峰期,连日来到店的客商明显增多,新品发布

会的举办搭建了经商户与采购商的平台,实现双方合作共赢。

“随着国内疫情防控的稳定,前期被抑制的婚庆采购季被释放,整个行业订货量超过去年同期。”义乌市节庆用品行业协会会长冯潮云介绍,经过多年培育和发展,五区市场节庆用品行业已具有较高的影响力和知名度,婚庆用品一站式采购优势也得到了采购商的认可。

“今年4月15日,义乌市场官方网站Chinagoods上线,众多商户纷纷‘触网’进行直播和线上交易,取得不错效果。”冯潮云说,受疫情影响,不少客户不能来义下单,通过Chinagoods直播平台,定向邀请采购商线上看样,实现线上下单,避免了不必要的接触。此外,在线上交易金额超过2万元,平台还提供门到门的短驳物流服务,打通了城市间配送“最后一公里”。

全媒体记者 吴峰宇

本报讯 浦江潮涌,世界瞩目。11月5日,第三届中国国际进口博览会如约而至,商城集团携“带你到中国”展厅亮相进博会。

据介绍,商城集团“带你到中国”展厅位于主会场——国家会展中心(上海)的8.2H服务贸易馆,展位面积486平方米。展厅内围绕贸易全链路,展现商城集团作为义乌市场创新发展道路的探索者和实践者,在参与构筑“双循环”和建设“重要窗口”方面发挥重要作用。展厅内主要展示商城集团进口贸易相关的服务及产品,始于“带你到中国”海外贸易服务中心,经过环球义达国际物流板块、供应链金融商流板块到达中国义乌,最终进入商品分销

板块(包含线上Chinagoods平台、线下综合保税区和爱喜猫进口生活超市)。

海外贸易板块,商城集团在海外已设有迪拜、德国、西班牙、捷克、日本、韩国、卢旺达7个贸易服务中心,“环球义达”物流专线覆盖全球50个国家。依托自营海外仓及专线海外仓资源,以技术赋能进口物流生态,为企业提供更方便、安全、高效的供应链金融服务及解决方案,从而促进“产融结合、贸融结合、商融结合”。

自营贸易板块,“义乌好货”优选义乌市场200多万种源头好货,引领义乌小商品实现品牌化、品质化升级;“爱喜猫”甄选10万种优质进口商品,形成集进口生活超市、保税展示中心、线上旗舰店、专营店为一体的线上线下分

销体系。“义乌好货”与“爱喜猫”以高效集约的供应链服务,为市场注入全新活力。

数字贸易板块,今年10月正式上线的义乌市场官方网站“义乌小商品城”Chinagoods平台打造“市场主体+业务平台+服务平台+基础设施”框架体系,服务产业链上游200万家中小微企业,旨在推进义乌市场线上线下无缝对接,开启义乌市场贸易数字化转型的新篇章。

进口贸易板块,基于市场线上线下融合背景,商城集团进一步探索数字贸易规则,推动综保区建设与eWTP联动,为全球商品在中国的展示、交易、贸易提供“义乌方案”。位于综保区核心区域的义乌中国进口商品城孵化区,承载“境内关外”改革试验功能,成为升级建设义乌第六代新型市场的有益探索。