

# 打造 **全球买 全国卖** 的 进口商品 世界超市

## 第四届世界华侨进口商品博览会暨青田进口葡萄酒交易会成果综述

文/叶江 叶春笼 图/朱家君

11月15日,第四届世界华侨进口商品博览会暨青田进口葡萄酒交易会(以下简称“侨博会”)圆满落幕,一个多月来,发往上海、江苏、天津等全国各省市的进口商品订单络绎不绝,而这些都是今年侨博会上的一部分订单,历时3天的侨博会,数千名专业采购商前来买买买,数百家进口葡萄酒企业在这里卖卖卖,进口葡萄酒通过青田“世界超市”流向了全国各地。

据了解,侨博会期间共签订进口品牌授权代理557个,186家国外酒庄签约入驻,一年意向成交金额28.6亿元,其中葡萄酒单笔成交额达2000万元,创历届侨博会最高纪录;全球名庄和珍稀葡萄酒拍卖会,汇聚了法国、西班牙、意大利等国的珍稀绝版葡萄酒,拍卖成交额达450.99万元。可以说,一届又一届的展会,见证了青田进口商贸业的发展壮大,这也成为促进行业交流、推动产业发展、助力开放合作、展现侨乡风采的重要平台,青田最靓丽的一张“金名片”。

青田县华侨经济文化合作试验区建设发展中心主任孙成岩表示,在当前疫情的冲击影响下,我们如期、安全、精彩举办了第四届侨博会,取得了丰硕成果。下一步,我们将坚持政府办会、市场办展的思路,进一步增强侨博会的平台集聚效应、文化品牌效应,溢出带动效应,加快打造侨乡进口商品城升级牌,切实将“展会经济”转化为“青田经济”。

### 规模层次明显提高 展会交易十分活跃

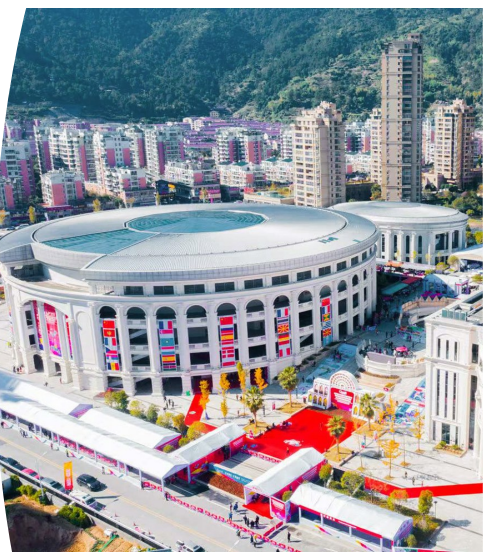
连日来,在青田世界红酒中心,罗萨露酒庄负责人周勇正忙着与上海、安徽等地的客户对接确认侨博会期间签订的订单发送情况。在今年的侨博会上,周勇斩获了800多万元的交易订单,如此丰硕的成果让他喜出望外。

相比往年,今年的专业客户更多,大部分意向客人都能成功完成每笔订单,质量非常高。周勇表示,本届侨博会受到了社会各界的广泛关注和参展商、采购商热烈响应。在当前疫情防控背景下,能有这样的成绩是青田上下共同努力的成果,来之不易。接下来,他将侨博会为契机,继续团结商户,进一步完善供应链系统,争取获得更多的进口商品代理权,打出更多的“拳头产品”,让青田洋货的竞争力更强,推动侨乡进口商品城从“聚起来”走向“强起来”。

自2018年首届上海进博会举办之年,青田便决定每年在进博会举办后的第一个周末举办侨博会,到今年已是第四届侨博会。展会规模越来越大,市场前景更加可期。据统计,历届展会已累计签约引进国外品牌代理2319个,吸引638家国外酒庄入驻。青田侨乡进口商品城已建成市场9万平方米,入驻侨资企业297家,70多个国家和地区的7万多种进口商品进场销售,开设县外门店426家,累计销售额超150亿元,世界红酒中心代理全球知名葡萄酒品牌450个,葡萄酒种类近3万款,已经成为全国最大的进口葡萄酒集散中心。

今年的侨博会恰逢建党100周年和“十四五”规划起步之年。作为浙江省承接中国进博会溢出效应的十大活动之一,在时间上仍然坚持在上海进博会结束后的一周内如期举行,充分显示了办好本届侨博会的信心和决心。大会设8大展区、1800个展位,展示展销总面积9万平方米,参展的国内外进口葡萄酒企业600家、咖啡类进口商企业100家、健康生活方式类进口企业100家、其他类进口商品企业500家,汇集来自70多个国家和地区的7万多种商品,规模和层次均超过往届,得到业内外广泛认可。

展会继续喊响“全球买,全国卖”口号,在疫情常态化防控下,充分考虑参展商、采购商及普通观众的需求,在引进客商和采购商对接上更加精准到位,取得了丰硕的经贸成果。展会期间共签订进口品牌授权代理557个,186家国外酒庄、23家咖啡签约入驻。与过去相比,本届侨博会达成的合作项目,不仅在数量上、领域上、合作形式上有较大的拓展,而且在水平、档次上也有新的提升。



### 活动内容更加丰富 品牌效应持续放大

本届侨博会突出活动的丰富性、内容的多样性,精心安排了2个会务活动、10个专业活动、7个配套活动。一是新设中东欧馆,塞尔维亚、捷克、斯洛伐克、匈牙利、黑山等16个中



欧国家的葡萄酒、水晶等特色产品,成为承接中国-中东欧国家博览会溢出效益的重要平台;二是打造欧洲健康生活方式展,汇聚来自新西兰、德国、南非、意大利、西班牙等国家的轻奢美妆、时尚家居、爱宠生活、潮流玩物等5大板块的进口商品,有力推动具有华侨文化特色的健康生活方式专业市场的建设发展。三是举办首届青田杯咖啡大师冠军赛、2021青田县咖啡产业发展论坛等活动,开展“满城尽飘咖啡香”专场活动,与丽水同步联动举办咖啡(西餐)文化节,向全国展示青田咖啡的独特魅力。

这次咖啡会的成功举办让青田咖啡在中国咖啡业界提高了知名度,因为来参加的不仅仅是一些咖啡豆商,或者是咖啡机商,也有来自于中国各区域的一些咖啡冠军和咖啡专家。通过这样的一个机会,让青田的一些咖啡企业和咖啡师选手有了更好的交流、学习平台。对于本届侨博会的感受,县餐饮协会会长滕亮表示,葡萄酒交易会取得成绩的同时,咖啡会的成

绩也十分亮眼,咖啡交易逆势增长,交易额增长了117.5%,23家咖啡企业签约入驻青田,还吸引了更多国内外顶级优秀咖啡师进驻青田。

展会期间,还举办了2021年百款精品葡萄酒评选大赛、全球名庄和珍稀葡萄酒拍卖会、百款最受喜爱进口消费品评选等系列活动。设立了新媒体电商产业孵化园、海外仓、青田梅山飞仓,成立了青田海外采购联盟、咖啡进机关联盟。青田葡萄酒协会成功加入中国葡萄酒行业协会联盟,成为全国唯一县级成员单位。

展会开办四年来,展销商品从最初的以进口葡萄酒为主,逐步向咖啡、哈蒙、美妆等品类拓展延伸,展会活动也更加丰富多元,涵盖了全球名庄和珍稀葡萄酒拍卖会、青田杯国家级咖啡冠军赛、哈蒙国际消费文化展、欧洲健康生活方式展等系列专场活动,有力带动了侨乡特色进口商贸业发展,世界红酒中心、哈蒙中心、咖啡中心、美妆中心助推了四大特色产品迅速集聚。

### 疫情防控精密到位 服务保障不断完善

在疫情防控常态化下,内防外控仍是今年大会各项工作的重中之重。为切实做好展会期间的疫情防控工作,有效预防和化解风险隐患,今年的侨博会采取了多项措施,层层把控,筑牢新冠肺炎疫情防控安全屏障。与第三届侨博会的7天内有效

核酸报告要求不同,今年的侨博会每次进馆前,核酸报告的有效期被缩短至48小时。展会期间,核酸检测点共为3143位省外来青人员进行了核酸检测。

侨博会疫情防控工作领导小组副组长徐冠华介绍,为确保展会期间的疫情防控落实到位,在人员管理方面,提出了三个参会必须准则,必须佩戴口罩,必须查验健康码和行程码,省外

来青人员必须提供48小时核酸检测。明确了两类禁止参会对象,即有疫情重点地区旅居史和有发热等症状的人员。同时,我们所有的参会对象还采取了智能化管理手段,所有参会人员都要扫码入场,我们的后台就能精准掌握参会人员的身份信息,实现精准溯源、精准闭环管控。此外,还在两大高速路口、动车站、参展商居住酒店和展会入口设置了核酸检测点,严格要求全县各重点场所实行二码联查,把好入青大门,守好场所小门。

在做好疫情防控的同时,展会期间的服务保障不断升级。展会专门设立欧洲健康生活方式体验街区,融入咖啡、宠物、电竞等多元文化潮流,成为展会最具人气的打卡点。同时,围绕嘉宾游客吃、住、行等方面,设立一站式服务台、侨博直通车等,组织各类志愿者近300名,服务水平全面升级。据抽样调查,92.3%的参展商超过或基本达到参展预期,观众满意度达95.6%。

