

4天累计成交额逾10亿元,到会客商超6万人次

第15届森博会:打造绿色低碳共富新样板

何贤君 骆红婷 陈健贤

11月8日,为期4天的第15届中国义乌国际森林产品博览会(简称“森博会”)圆满落下帷幕。在做好疫情常态化防控的前提下,4天累计实现成交额10.28亿元,其中外贸额2.46亿元,占总成交额的24%;到会客商6.1万人次,来自也门、巴基斯坦、阿富汗、埃及、俄罗斯等20个国家和地区的境外客商到会采购;专业采购团队8个,其中境外采购团队3个。

本届森博会线上线下联动,搭建双重贸易平台;通过拓宽“两山”转化通道,以绿色理念引领高质量发展,助力“双碳”战略,为发展绿色经济、促进共同富裕提供义乌经验。



浙江省优质林产品公用品牌“浙山珍”发布会现场 杨歌 摄

“线下+线上”云享森博



森博会上颇具特色的衢州展馆 吕斌 摄

参展气氛,提升购物体验,集聚人气,第15届中国义乌国际森林产品博览会推出线上“森博会欢乐购物节”。线上森博会结合“义乌小商品城Chinagoods.com”平台旗下的“样品中心”和“犇犇找货”两大应用,提供线上样品展示和快速匹配精准货源服务,为有需求的中小企业们提供多元化、联动式、高效化的专业对接,实现线上森博会展商平台交易常态化,全力打造“永不落幕”的云上森博会。

市民打开“义乌小商品城Chinagoods.com”平台即可进入线上专区。为进一步增强互动效果,该专区在去年基础上进行了升级,和线下展一样有逛头、有看点。页面上方罗列了线下展会最为热门的十大类林业产品,如家具及配饰、木竹装修材料、木竹工艺品、森林食品、森林户外装备与配件等。采购商可以线上查询商品信息,通过客服洽谈、购买。此外,网页上还设有美丽中国馆、金华馆、温州馆、宁波馆等十个名品馆,里面包含了当地优质参展企业的林业精品。据悉,线上森博会有800余家企业参展。

“我们是做家具的企业,每年都来参加义乌森博会,但是家具体积大,受限于线下展位的大小,每次参展我们只能带一小部分展品。线上森博会就完全没有这个困扰。”参展商张先生表示,线上森博会在空间、时间方面不受限,我们可以通过图片、视频等形式,全方面展示我们的产品,让采购商尽可能多地了解我们的产品,增强品牌影响力。

“线下+线上”的云办展模式,通过克服时间和空间的跨度,成为疫情下衍生出的新模式。

本届展会尽管受多种因素影响,招商招展有很多困难,但仍有18个省(直辖市、自治区)的1331家企业参展,设国际标准展位2075个,展览面积5万平方米,汇聚家具及配饰、木竹装修材料、木竹工艺品、木竹日用品、森林食品、茶相关产品、森林康养产品、花卉园艺、林业装备与科技、森林户外装备与配件等十大行业10万余种商品。设立共同富裕展、山海协作展、森林户外装备展、森林康养特色展、第14届台湾农林精品展、木(竹)雕产品精品展、林草装备精品展、木本粮油展、林下地道中药材精品展、茶产品精品展等10个特色展区。

此外,“云”上展销,“线”上看展,线上“森博会欢乐购物节”同样受青睐。为活跃



森博会“大陈小集秋收市集” 傅丽萍 摄

拓宽“两山”转化通道

本届森博会通过挖掘更多生态价值,提供更多生态产品,拓宽“两山”转化通道,推动林产品高质量发展,进一步推动共同富裕。

竹木产业作为龙泉的“草根产业”,发展迅速,全市共有竹木加工企业600余家,产品远销北美、欧洲、澳洲等50多个国家和地区。

此次森博会上,龙泉竹木通过专属展位和新品发布会的形式,向社会各界展示龙泉竹木的新兴活力。本次在龙泉竹木特装馆陈列的8款全新单品,出自阿里巴巴设计师的倾力打造和龙泉优质工厂的生产打磨。无论是休闲小憩场景还是居家露营场景,都带来一种轻松惬意舒适氛围。每一款新品都印制了“龙尚竹”品牌的专属系列标签,代表着对产品品质的保障与承诺。除了本次上市的8款新品,还有龙泉本地其他10余款优质竹木产品参展;同时,举办品牌战略合作签约仪式和圆桌会议,以科技创新、竹旅融合,走出竹木产业转型升级之路,共同为山区富民的竹产业升级之路贡献品牌力量。

此外,着眼浙江省内山区26县高质量发展,本届展会还组织了“山海协作展”,助力山区县更多林产品“走出大山”。

相较往年,本届森博对浙江省结对帮扶地区给予了更大的支持,在“共同富裕展”中给予每个结对帮扶县(市、区)免费展位2

个,为他们提供更多机会。

“来,请喝一杯巴州杜仲茯茶,增加机体免疫力,具有保健作用。”森博会首日,受邀参展的四川省巴中市巴州区企业展位前围满了采购商和专业观众。他们争先品尝当地的农特优产品,直夸茶叶好、牛肉香、蜂蜜甜。

去年6月,四川省巴中市巴州区与义乌市全面开展东西部协作帮扶工作,一段跨越1800公里的情谊就此展开。本次“森博会”共有8家巴州区企业受邀参展,带来了黑玉米、黑木耳、牛肉制品、杜仲茯茶、土蜂蜜等当地农特优产品,义乌不仅为参展企业提供免费展位,还对展位进行统一设计、统一搭建,提供诸多帮助,助力“川味出川”。

“我是首次参展,很不容易。感谢义乌巴州两地的党委政府‘牵线搭桥’,才能亮相‘森博会’大舞台,推介我们的农特优产品。”巴中野蕊蜜源蜂业有限公司负责人陈桂均笑着说。

打响区域公共品牌

通过共建共享,充分发挥群体优势,以产业集群为依托,以较强生产能力、较高市场占有率和影响力,推进实施浙江省林业产业品牌发展战略,也是本届森博会的一大亮点。

活动期间,浙江省优质林产品公用品牌“浙山珍”首次向社会发布。

“浙山珍”是经国家商标总局注册的集体商标类区域公共品牌,由浙江省林业产业联合会持有,是浙江优质食用类林产品的标签。为确保“浙山珍”区域公共品牌产品的品质,浙江专门制定了《浙江省优质林产品公用品牌管理办法》作为品牌运行架构,规范品牌的授权管理;同时建立了“浙山珍”二维码溯源系统,对授权产品进行严格管理,产品信息、授权证书、主要关键指标信息、产品质量承诺以及企业信息等均可扫码追溯。

发布会上,省林业局相关负责人公布了首批获得授权的10家企业的18个产品,主要包括山核桃、香榧、油茶、竹笋、林下中药材等5个大类。

作为义乌最大的农产品区域公共品牌,“大陈小集”携手磐安农产品区域公共品牌“富羊羊”,带着超过200种农副产品的亮相森博会。自2019年以来,“大陈小集”每年都会在森博会上亮相,独特的市集“模式”成了森博会上的一大亮点。

今年5月以来,义乌市大陈镇与磐安县双峰乡结对共建,并联合举办“陈双成对”共富党建联建活动,“大陈小集”与“富羊羊”成为“合作伙伴”。大陈镇毫无保留地分享了品牌打造经验,与双峰乡积极对接资源,两个区域公共品牌进行联创,激发“特色效应”,双方在非遗文化、产业文化化、IP形象等方面完成整合,在“大陈小集”线下展示中心设立了“富羊羊体验店”,展销双峰乡特色农产品。此次森博会,“大陈小集”携手“富羊羊”亮相,全面展示农

业转型、乡村振兴的丰硕成果。

“目前,双峰乡的农产品大多都是初级农产品。接下去,我们将通过‘共富工坊’加强区域农产品品牌融合,加快农产品精加工,研发出更多的产品,并通过产品搭配更好地满足市场需求。”大陈镇党委委员龚双鹏说。

如今,这样的区域公共品牌,在义乌还有很多。

义乌市稠江街道与磐安县尖山镇开展结对共建,双方成立了区域共富党建联合体,双方群策群力,共立优势资源,成立稠江·尖山“共富之窗”,挖掘双方电商快递、农业项目等方面的合作潜力,通过“共富之窗”,让当地特色农副产品走得更远,使两地产业有“交集”,发展“蛋糕”越做越大。

义乌市佛堂镇与磐安县尖山镇开展结对共建,双方从经济、农业、文化等各方面开展合作,深挖辖区内资源优势,将共建优势转化为共富优势。位于佛堂镇的中国计量大学茭白博士科研团队在尖山镇成立茭白研究工作站,双方共促茭白产业发展……



四川省巴州区参展商正在直播 吴峰宇 摄



一款名为“朋克昆虫”的工艺品,因造型融合了科技机理与自然设计,成为本届森博会一大亮点。 吕斌 摄

