

“买全球，卖全球” 义乌打造世界小商品之都

2020中国义乌进口商品博览会举办



本报记者 叶德宝 □ 马佳丽

11月13日—16日，2020中国义乌进口商品博览会(以下简称“进口展”)在义乌国际博览中心举办。

展会将围绕“一带一路”国家发展战略，紧抓义乌建设自贸区新一轮改革发展的重大历史性、战略性机遇，以专业化、国际化、市场化、信息化为导向，创新办展办会模式，加强与国内外专业机构合作，致力将进口展打造成为中国进口日用消费品展会首选品牌，以及义乌构建“双循环”格局的一扇重要窗口。

据了解，本届展会以“百万商聚义乌，共享自贸新时代”为主题，共设国际标准展位2020个，五大主题展馆展览面积超5万平方米，共吸引了来自78个国家和地区的近1000家企业参展。

展会同期举办浙江省国际友城交流展、进口商品对接会、商贸采购洽谈会等系列活动，必将促成更多国际贸易与交流合作。

同时，展会充分承接放大上海进博会溢出效应，超过90家上海进博会参展企业参展。

亮点一 吉祥物“进进”首次亮相 全力打造进口展品牌IP

吉祥物“进进”是本届进口展宣传的视觉醒目标点，这也是第一个拥有吉祥物的本土展会。

由进口展创意设计大赛诞生而来的吉祥物“进进”是一个活泼可爱，富有时代科技感的小白鹅，充满了勃勃生机的卡通形象与进口展的热情、多样性相得益彰，进口展的辨识度必将进一步增强。

同时，吉祥物的衍生品也完成了大货制作，卫衣、保温杯、礼品盒、礼品袋、红包、贴纸产品已到货。

亮点二 进博会参展企业集中亮相 展会朋友圈不断扩大

受疫情影响，本届进口展延期至11月在上海进博会后举行，这也是在考虑了为充分承接和放大进博会溢出效应作出的举措，将为义乌带来更多互利共赢的机会。

其中，上海进博会参展商报名本届展会的数量为93家，远超过上届26家，展会的质量将进一步提升。

重要的官方组团机构有大韩民国驻上海总领事馆、越南社会主义共和国驻上海总领事馆、乌拉圭东岸共和国驻上海总领事馆、英中贸易协会、加拿大国际贸易促进会、西澳大利亚州贸易投资促进会等。

采购商团队包括黑龙江连锁经营协会、浙江省连锁经营协会、山东拓界文化传媒有限公司等13个优质采购商团队，与会报名人数近2000人。

展会现场还将举办2场采洽会，采购商范围涵盖国内商超、进口商品代理商、零售商等，预计将有60家采购商、300家供应商参会。

亮点三 “三新”品牌集聚 参展商品更加丰富



本届展会的展品来自全球78个国家和地区，包括俄罗斯、波兰、希腊、罗马尼亚、乌克兰、土耳其、印度、马来西亚、泰国、伊朗、阿富汗、斯里兰卡、亚美尼亚等41个一带一路合作倡议沿线国家和地区。

展会的新企业、新产品、新品牌集聚，除带来国内畅销爆款、网红进口单品外，不乏有许多首次亮相的明星品牌及产品。

来自俄罗斯西玛兰德公司带来的源自西伯利亚森林的蜂蜜与产自黑海的葵花籽油。

来自丹麦第二大黄油曲奇生产商杰克布森烘焙公司将带来符合中国消费者口味甜度的新鲜烘焙食品。

以草药世家起源、在德国享有盛誉的简斯拉国际有限公司携高品质碱性身体护理和有机超级食品重磅亮相，旨在将可持续的“内在美”研发宗旨传递给国内观众。

西澳大利亚州贸易投资促进会携手多家知名澳企，带来了诸多有别于以往的新产品，俗称液体黄金的红桉柳药膏、西澳金伯利纯净海域味道独特的尖吻鲈等。

欧莱雅集团于以色列创立NSB死海矿物科技护肤品牌拥有者-广州麦和日用品有限公司，展会上亦将掀起东方市场全新护肤风潮。

亮点四 展会主宾国热力四射 全方位展示俄罗斯风情

作为本届进口展主宾国的俄罗斯，邀约了以俄罗斯农业集团为代表的30多家优质企业，俄罗斯驻上海领事馆、俄罗斯北京文化交流中心、俄罗斯国家出口中心等驻华官方机构代表亦将与会出席，展会现场围绕经贸往



来、文化艺术交流及美食品鉴等主题，参展规模创历年之最。

活动方面，不仅将举办俄罗斯产品推介会、精准匹配的专场B2B洽谈会及俄罗斯顶级大厨现场美食分享会，展台每天还会上演丰富多彩的俄罗斯民族歌舞，展示绚丽多姿的斯拉夫民族文化。将全方位展示俄罗斯风情。

亮点五 新设两大主题生活馆 行业展区实现优化升级

今年展会新增了两大大不同主题的品质生活馆，行业展区进一步扩大。其中在A1馆，有超百家业内知名的葡萄酒和咖啡展商。

在葡萄酒展区，将由原来粗放模式转为精英展区，上海酒消费信息中心协同WINE100葡萄酒大赛及TOPWINE国际葡萄酒博览会三大行业标杆机构，带

领了50余家优质展商联袂巨献。

展会现场同步举行TOP50全球精品葡萄酒评选大赛、2020中国高校葡萄酒侍酒师大赛总决赛，以及大师班等六大专业活动赛事，届时将为观众带来一场更加极致的葡萄酒盛宴。

咖啡展区作为首次出现在进口展的行业展区，除了分类细致的展品外，还可以一站式满足专业观众采购及咖啡爱好者购买需求，致力打造咖啡全产业链展示和交易的重要展示平台。

在E1馆专设家居建材展区，汇聚了进口家居建材类的诸多品牌，精选了目前在义乌中国进口商品城孵化区入驻的商户。其中有来自美国的摩恩卫浴、日本的日立空调、松下集成家电以及德国的汉斯格雅等国际一线家居建材品牌，百余个展位的集中展示不仅吹响了家居集结号，也是为扩大进口展行业的有益补充。

义乌谱写“双循环”格局下的进口新篇章

本报记者 叶德宝 □ 马佳丽

2020中国义乌进口商品博览会在义乌国际博览中心开幕。现场展出了来自

全球78个国家和地区的商品，不乏首次亮相中国市场的明星品牌及产品，折射出了疫情之下，海外品牌加速“叩开”中国市场之门的热情。

进博会优质参展企业汇聚义乌进口展，既折射出义乌进口展的品质升级，也展现了义乌对全球优质进口商品的吸引力。

据展会组委会统计，受疫情影响，本届展会与会人数较之上届略有下降，但参观者、采购商累计仍达8万人次，其中专业采购商29807人。

现场举办各类线下采购洽谈会，到会采购商58家，参会供应商100家，助力成交效果明显。

参展企业纷纷表示收获颇丰

本届进口展参展企业和机构中有三分之一为新增参展主体。

新企业、新产品、新品牌“三新”集聚，除带来国内畅销爆款、网红进口单品外，还有许多首次亮相的明星品牌及产品。

“我带来了加拿大萨省的蜂蜜、麦片、亚麻籽油等特色农产品，在展会上接到了不少来自江浙沪地区的意向订单。”张宗建是义乌进口展加拿大萨省展位负责人，在参加完第三届中国国际进口博览会后，直奔义乌进口展，这也是他第一次来义乌参展。

在欧洲享有盛誉的简斯拉国际公司也是今年义乌进口展的参展商之一，“我们在进博会上卖的最畅销的是头皮护理系列、复合果蔬粉和茶，产品反馈都很好。结合产品特性，我们认为走线下渠道打开市场效果会更好。”

在该展位负责人沈雨荷看来，义乌有很多机会，更想借此对接B端，并借助代理商和经销商全渠道铺开。

对于参展商来说，中国市场不仅拥有庞大的消费群体，更有着强劲的购买力，海外品牌积极拥抱国内市场。

“义乌进口展为我们企业，以及产品进入国内市场提供了打通渠道的平台，我感觉在这次进口展中感觉收获颇丰。”张宗建表示。

今年是麦和首次参加义乌进口展，作为一家专注于全球领先日用品研发、管理、营销的企业，在业内赢得了极高的

声誉。

广州麦和实业市场渠道总监李舒溶介绍，其带来了拜耳的杀蟑胶饵和欧莱雅创立的以色列科技护肤品牌产品，“开展第一天，产品就已经销售一空。”李舒溶表示，麦和的产品涵盖家居清洁、个人防护、宠物用品等领域，并立志打造中国版的“联合利华”，建造一个日化帝国。

延续进博会参展效应

乖萌形象的爱喜猫以其可爱的形象及其优质的产品，吸引了大批粉丝驻足选购。

据了解，今年的义乌进口展，爱喜猫以参展商和采购商的“双重身份”前来参展，显而易见地，在现场的爱喜猫进口生活超市收获满满。

展位负责人袁颖介绍，目前，爱喜猫进口生活超市已经与全球100多个国家和地区建立进口商品合作关系，涉及近1000个进口品牌，经营10000多种优质进口商品。

“通过义乌进口展的平台，对接专业采购商，拓宽营销渠道，也更希望我们能够承接进博溢出效应，以及延续进博会的参展效果。”袁颖透露，其采购团队也在寻找好的资源，希望能跟同场的优质参展商达成合作，优化其供应链。

据了解，喜爱猫直接采购海外源头商品、新品爆品、潜力商品和海外创牌自营商品，另外，喜爱猫还寻求成为优质海外产品国内品牌总代理、品牌授权经销、直营代理商(含品牌单个产品系列的代理)，重点寻找国外新兴品牌、知名品牌的子品牌、有意开拓中国市场的品牌以及进口城经营主体感兴趣的品种。

除此之外，喜爱猫还利用欧洲、日韩合作方及品牌方资源，在日化、美妆、家居等行业，创建自有品牌收购现有品牌，利用合作的海外中小型生产企业产能，进行OEM贴牌生产。

据悉，此次义乌进口展共有93家参展商参加过第三届中国国际进口博览会，远超过上届的26家。

义乌进口展组委会工作人员介绍，



这次义乌进口展不仅承接和放大了进博会的溢出效应，也充分彰显了义乌进口市场的吸引力。

孵化区打造“日不落”服务

近年来，随着义乌进出口贸易的快速发展扩大，越来越多的商家选择在义乌走向全球，也有越来越多的海外品牌通过义乌进入中国市场。

在此大背景下，义乌中国进口商品城孵化区，依托义乌的贸易与海量外商优势，通过加强市场信息化建设，创新市场业态与功能，引入网红直播、轻餐饮和休闲娱乐体验等，成为义乌全渠道进口商品贸易中心。

去年11月，义乌中国进口商品城孵化区正式开业，并迎来了首批入驻企业。而这些人入驻企业，也都纷纷参与了本届进口展。

“这是我们第一次以联盟的形式参展，一方面希望宣传产品，找到更多经销商，另一方面以孵化区的整体形象亮相，也是希望将孵化区的品牌推广出去，吸

引更多的源头企业入驻。”澳洲考拉有限公司负责人金博文表示。

为充分利用进博会和义乌进口展契机，让参展商、采购商进一步了解义乌进口环境，本届展会共组织了6385人赴进口商品城孵化区参观并作相关宣传推介，推动展馆与市场密切联动。

义乌小商品城集团副总经理张奇真表示，义乌进口的发展离不开进口主体的培育和壮大，“我们积极推动企业的落地工作，为全球中小企业做实‘6+4+365’进口商品常年展示交易平台，即进博会6天，义乌进口展4天，孵化区再为落地企业、品牌提供365天常年交易服务，为义乌市场的发展增添更多活力。”

值得一提的是，自去年以来，网红直播带货风头愈演愈烈，成为各行业在电商平台新的发展增长点。

目前，中国进口商品城孵化区开展了“网红直播暖春”行动，致力为孵化区商户提供新的、有效的带货、销货渠道，受到商品城经营户的青睐。