

品红酒,喝咖啡,吃哈蒙,试靓妆……

青田侨博会,线上线下一嗨翻了!

本报记者 孙少锋 高乔

侨界关注

第三届华侨进口商品博览会开幕前夜,浙江省丽水市青田县,瓯江两岸华灯璀璨。在江面搭起的大型水幕上,巨大的灯光投影标语“千杯·侨博”晶莹闪亮,一场关于美酒的盛宴如期而至。

11月14日至16日,第三届华侨进口商品博览会暨青田进口葡萄酒交易会(下文简称“侨博会”)、首届国际咖啡博览会(下文简称“咖博会”)在青田举办。这场已连续3年在中国国际进口

博览会结束后一周内举行的盛会,已成为浙江省承接进博会溢出效应的十大活动之一。

一座城,万款红酒,千式咖啡,百种风情。今年的侨博会除了主打海外纯酒庄进口葡萄酒产品,还推出咖啡、西班牙火腿哈蒙、美妆三大板块。美酒咖啡相伴,哈蒙美妆搭手,疫情之下的侨博会,规模效益均再创新高,青田这个“世界超市”,邀请全国宾客前来“买全球”。



千杯! 共饮全球美酒

侨博会落幕当晚,阿托雷进出口贸易有限公司董事长毛燕伟和同事开了一瓶半人高的27升阿尔索卡葡萄酒,庆祝今年侨博会的“丰收”。

“开这瓶酒,一是为了庆祝公司在侨博会上取得的丰硕成果,二是难得有这么多人齐聚一堂,这么一大瓶酒,要人够多才能喝完呀!”毛燕伟说起今年侨博会的收获,言语中满是笑意。虽然今年有新冠肺炎疫情的影响,但全国各地慕名而来的采购商更多了。他代理的西班牙知名酒庄葡萄酒,主打中高端市场。在今年侨博会上,他在国内的加盟商带领了许多客户前来参会。“很多客户在展会现场亲眼目睹、亲自品尝了我们的红酒,了解到我们的红酒质量好,有市场竞争力,有的人直接下单,有的人也想成为我们的代理商。”毛燕伟说。

在今年侨博会上,来自意大利、法国、西班牙等多国的酒庄展商齐聚首。侨博会设9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800家、咖啡类进口商企业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,规格和层次均超过往届。

“受疫情影响,今年很多展会都停

办或改为线上举办,青田侨博会是今年进口葡萄酒交易展中硕果仅存的线下展会之一。面对踊跃报名参展的企业,我们坚持优中选精,重点将优质且从未登陆中国市场的境外酒庄通过侨博会介绍给国内经销商和消费者。此外,我们与10多家国内知名葡萄酒专业机构合作,做好精准产销对接。在展会期间推出5大类20项特色经典活动,满足参展商与采购商在商业交流、产品推广、市场营销等方面的需求。”第三届侨博会暨青田进口葡萄酒交易会组委会常务副主任季泉告诉本报记者。

尝鲜! 感受品质生活

长刀在火腿表面轻巧来去,薄如蝉翼的切片肥瘦相间,瘦肉透亮,肥肉晶莹。展台上,哈蒙切片师的表演轻快自如;台下,观众一边欣赏切片表演,一边品尝哈蒙的独特风味。哈蒙专场活动上演了一场视觉和味觉的盛宴。

与往届不同,今年侨博会除进口葡萄酒的传统板块外,还新增了咖啡、哈蒙和美妆板块。日渐“丰满”的侨博会,为参展商、经销商和参展消费者提供了更多品质生活的购物选择。

在首届咖博会上,多家国际顶级名牌企业、20个咖啡豆生产国、近100家咖啡类企业汇聚青田。“初步统计,今年咖博会展示了100多种咖啡机、200多个咖啡豆品类。如果有人想开咖啡店,

在这里,可以找到一条龙服务。”季泉介绍,咖博会上还开展了咖啡拉花明星表演赛、2020中国咖啡冲煮大赛华东区域(青田)决赛,发布了“青咖”品牌和浙江省咖啡进机关服务标准,向全国展示青田咖啡的独特魅力。

“我们的品牌历史悠久,受众广泛。我们想借助侨博会这个平台进一步拓宽品牌的知名度。”在青田世界红酒中心二楼美妆轻奢展馆侨博会美妆展区,德国洋甘菊护手霜展商周萍觉得收获颇丰,“产品展出效果很不错,不管是采购商还是游客都对品牌产品感兴趣,洽谈过程也非常融洽。”今年,侨博会共汇聚了百余家美妆类进口企业,法国伊诗贝格、韩国蒂佳婷、日本城野医生等来自欧美、日韩的知名品牌纷纷带来各自的“拳头产品”。

尽兴! 云上全程参会

全球酒庄和珍稀葡萄酒拍卖会、哈蒙切片表演、“飘香青田”咖啡音乐节、美妆行业沙龙……打开“青田线上侨博会”微信小程序,本届侨博会的精彩内容及实时隔空传送到眼前。今年的侨博会,不仅有丰富的现场活动,也增加了许多云端参会方式——VR逛展、图文直播、云会议、云活动、云销售,微信小程序的各个功能板块,为因疫情无法前来现场的参展商、采购商和游客提供云参会的平台。

“线上侨博”的便利,与“线下侨博”的安全相辅相成。为做好侨博会期间的疫情防控工作,筹备组对人员、展品、场馆进行严格管控;对现场参会人员执行测温、检查健康码以及佩戴口罩的防疫要求;对所有进口展品开展检验检疫,对关键岗位人员进行核酸检测;展会采取全预约制、分展馆限流等措施,加强对参观人员的分流引导。严格的防疫措施,让侨博会更加安全,与会人员 and 青田民众更加安心。

在侨博会举办的3天内,侨博会线下参观人数达19.5万人次,线上观展人数超过43万人次,专业采购商达5000多人。展会期间举办的签约大会、“线上侨博”海外专场签约活动共签订进口品牌授权代理523个,167家国外酒庄签约入驻,累计意向成交29亿元,比上届侨博会增长16.6%。

“一年一度的侨博会,如今已是青田的金字招牌。”青田侨联工作人员告诉本报记者,“它不仅邀请全球知名的海外酒庄参展商来到青田,了解中国葡萄酒市场的广阔前景,也吸引全国各地的葡萄酒经销商、葡萄酒爱好者走近青田,感受青田的独特侨乡风貌,更让海外侨胞和国际友人看到青田,搭建起中外贸易和文化交流的窗口。”

图①:第三届华侨进口商品博览会主会场——青田体育馆。

图②:采购商在侨博会品尝红酒。

图③:侨博会上哈蒙切片表演。

本报记者 孙少锋 摄



第二十二届“蓝洽会”暨青岛国际人才创新创业高峰论坛成功举办



蓝洽会会场



蓝洽会上青岛市企事业单位与海外高层次人才开展项目“云对接”



重点引智成果引才项目签约

2020年11月9日,第二十二届“蓝洽会”暨青岛国际人才创新创业高峰论坛在青岛西海岸新区开幕。“蓝洽会”作为青岛市自主打造的具有国际影响力的引才活动品牌,自2001年起已经连续举办20届。20年来,“蓝洽会”累计发布海外人才岗位需求超过1.5万个,吸引超过10000名海外高层次人才报名,成功引进创新创业的海外高层次人才近3000名,活动还助推一批先进技术、高端项目落户青岛,有效丰富了青岛的人才、技术、智力要素供给。

本届“蓝洽会”以“聚才聚力、创赢未来”为主题,通过“云展示”“云洽谈”“云直播”的方式,设置人才项目洽谈、高峰论坛等板块,达成对接意向项目86个,涵盖新能源、新材料、生物医药等十余个“高精尖缺”专业领域,活动累计点击量突破700万。

本届“蓝洽会”采取线下、线上相结合的方式举办,继续聚焦高水平对外开放推动高质量发展,坚持全球化视野和平台化思维,多措并举推动高端人才项目精准对接。

聚焦城市“产业链”与国际“人才链”,畅通产业与人才精准对接渠道

本届“蓝洽会”向世界知名院校、科研机构的高层次人才发出邀请,共有20余个国家和地区150余名海外人才携项目与青岛市重点企事业单位在线洽谈。同时,“蓝洽会”还启动“万名海归精英聚青”行动,面向全球发布青岛新一代信息技术、医养健康等13个重点产业和国际客厅的3651个急需紧缺人才需求,邀请广大优秀海归人才来青创新创业。

构建“不打烊”的服务生态圈,打造涵盖人才全生命周期的服务体系

本届“蓝洽会”,青岛市坚持服务型思维,通过搭建“云平台”,延长服务链,推出“蓝创微云”服务生态圈,通过集成包括法务咨询、投融资、人力资源服务在内的二十余家单位,为“蓝洽会”、2020中国青岛留学人员创新创业大赛确定的拟落地青岛的人才项目提供落地创业、技术合作、风投融资等多维度、全链条的“一站式”服务,实现高层次人才与项目线上即时对接、线下顺畅落地,推动服务的全方位覆盖、全天候延伸,打造永不落幕的“中国·青岛蓝洽会”服务品牌。

通过“AI+区块链”技术,构筑人才创新创业平台地图

为实现“找平台、找政策、找项目、找资源、找岗位、找服务”一网集成、精准定位与可视化展示的目标,青岛市通过“AI+区块链”技术,倾力构筑了人才创新创业平台地图,搭建起人才和人才项目快速落地青岛的智能化可视平台,为人才创新创业提供全链条、全方位、全流程的平台解决方案。截至目前,平台地图共汇聚创新创业平台1440家、重点人才4000余人、双创机构1800家、技术成果1417项、载体空间资源面积190万平方米。

第20届“蓝洽会”的成功举办,为促进青岛的国际人才交流合作,汇聚海内外高端智力、技术、资本要素探索了路径、积累了经验。下一步,青岛将继续坚持国际化视野和开放性思维,聚焦高水平对外开放推动高质量发展,进一步凸显“蓝洽会”品牌效应,优化城市人才服务生态,多向发力,将青岛市打造成为海内外人才创新创业的热土。

数据来源:青岛市人力资源和社会保障局