

CHINA YIWU 2021



第16届中国义乌 文化和旅游产品交易博览会

THE 16TH CHINA YIWU CULTURAL AND TOURISM PRODUCTS TRADE FAIR

2021.9.25-27 义乌国际博览中心
YIWU INTERNATIONAL EXPO CENTER

展后报告



官方微信公众号



展会概况

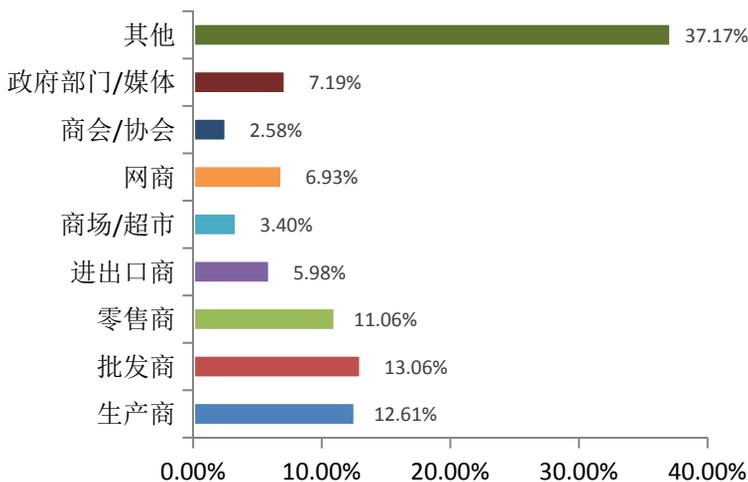
为期3天的第16届中国义乌文化和旅游产品交易博览会（简称“文化和旅游产品博览会”）于9月27日在义乌国际博览中心圆满落幕。展会吸引了35510人次采购商及观众参会，较上届增长179%。线上博览会平台及直播关注浏览量达1.027亿人次。

本届展会设主题馆、美丽中国馆、诗画浙江馆、创新设计馆、旅游装备馆、旅游商品馆、非遗体验馆、电竞动漫馆等8个馆，有来自全国26个省（市、区）的996家企业和机构参展，展览面积6万平方米，设标准展位3154个，其中特装企业（机构）2480个展位，约占总展位数的8成。

专业观众分析

本届展会吸引了除政府部门和媒体外的更多单位前来参观，其中批发商、零售商和生产商占比较高，符合展会需求。

第16届文化和旅游产品博览会公司业务性质占比图



本次参会的采购商的参会目的19.28%为采购产品，17.59%为了解行业发展，17.13%为了解新技术、新产品。专业买家占多数，参会目的以商业行为为主。

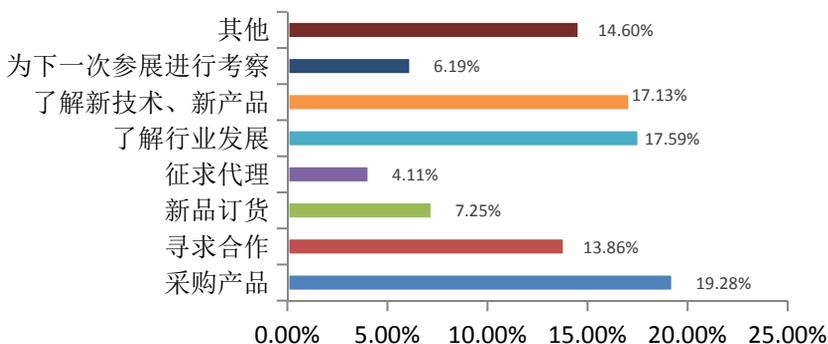
展会主题

共话百年

共享机遇

共同富裕

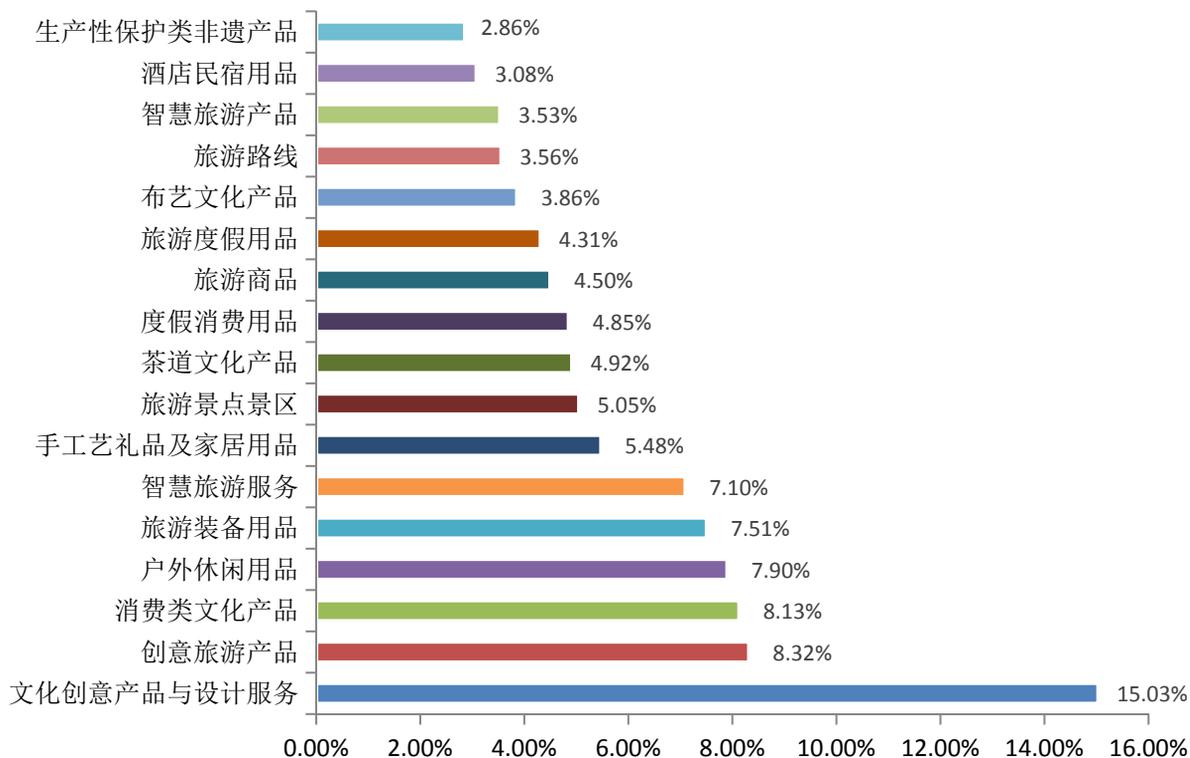
第16届文化和旅游产品博览会参会目的占比图



专业观众分析

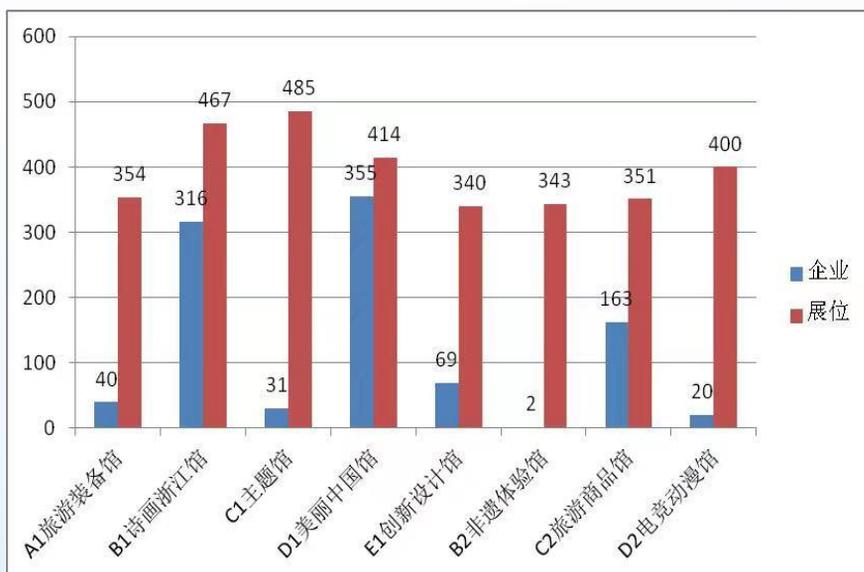
采购商感兴趣的行业中15.03%为文化创意产品与设计服务，8.32%为创意旅游产品，8.13%为消费类文化产品。

第16届文化和旅游产品博览会感兴趣的行业类别占比图



参展情况分析

8个馆中，企业数占总企业数比例最高的是D1美丽中国馆，占35.64%共355家企业；紧随其后的是B1诗画浙江馆，占31.73%共316家企业；而展位数占总展位数比例最高的是C1主题馆，占15.38%共485个展位，其次是B1诗画浙江馆，14.81%共467个展位。



参展商对展会的评价与成效

成效列举

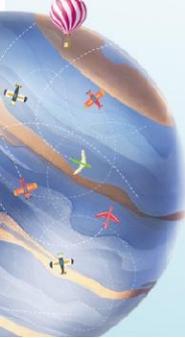
祖名豆制品有限公司为杭州组织的企业，宋韵杭州以“最杭州、雅生活、潮消费”为切入点，沉浸式展现杭州宋韵现代生活。复古式场景，配合《千里江山图》等宋代名画氛围营造，现在绿植造景点缀杭式风雅，给参展者仿佛置身大宋《清明上河图》的繁华宋韵杭州新市井生活。杭州展区设形象展示、宋韵杭式产品展卖、服务咨询、文旅活动展演四个区块。负责人表示今年交易成效显著，许多商家备货有所不足，许多商家多次补货，其中祖名豆制品有限公司成交额达5万余元。



新疆展团新疆文旅首次以“新疆礼物”品牌培育为统领，统一形象，整合资源，带动各区域公用品牌协同发展。目前和田礼物、哈密礼物、昌吉礼物、喀什礼物，以及新疆美食公用品牌“百县千味万香”等区域品牌已纳入体系。截至目前，“新疆礼物”累计对接企业已达到520多家，商品2000余件套。在本次展会上，伊犁紫苏丽人、和田神驰、青山牧人、福仁源、克拉玛依红果实等11家新疆礼物企业成员单位与义乌市副食品行业协会、浙江采购渠道达成7项疆内企业的意向采购协议，签约金额达3800余万元。其中，义乌市文具协会向新疆维吾尔自治区全域需要的地区捐赠价值100万的文具用品。



上海风之阁文化创意有限公司(驴妈妈)负责人表示在三天的展期里，他们收获满满，很多企业 with 政府部门对该公司设计产的目的地衍生品表示了认可，为他们的品牌创新升级与线下的文创产品相结合，以及为品牌推广做了很好的推动作用，他们对展会效果非常满意，表示明年会继续参展，展位面积增加现在的一倍，他们确信文化和旅游产品博览会是一个宣传品牌很好的平台，他们会一如既往的支持文旅会的发展和进步。



展会呈现六大亮点

本届博览会紧扣新发展阶段的新要求，做好顶层设计，为展会发展创造良好的营商环境，充分发挥数字潜能，推进线上线下办展新模式，提高产品和项目的供给质量，提高服务意识和水平，提高企业间合作共赢和区域协同分工效率，重点突出6个特色亮点。



突出百年红色

突出建党百年的时代背景，贯彻落实习近平总书记“七一”重要讲话精神，坚持“九个必须”，传承红色基因，弘扬红色文化，在主题馆内设置红色旅游展区，推出红色旅游精品线路和红色旅游景点景区，进一步发展红色旅游经济。以满足人民日益增长的美好生活需要为目标，展现国家层面的文旅产业创新发展的最新成果，集中展示具有时代特征和国际影响力的中华优秀文化品牌，以及运用数字化和创意设计等方式对中华优秀传统文化进行创造性转化、创新性发展的知名企业和品牌项目。



突出创新导向

紧扣义乌商贸优势，打造文旅产品创新孵化平台。一是设置各省（区、市）文化和旅游创意产品展示区，通过专题片播放，时尚设计、科技应用、投资基金、创意进景区（下乡）案例分享，淘宝、京东等平台上线仪式，自由洽谈等方式做好行业示范引领。二是布局传统工艺、博物馆文创商品展区，推进传统文化、博物馆美术馆文化的活化利用，以手工制作、互动、体验的形式向观众亮相，让观众感受传统工艺与现代生活、博物馆藏品研究与当代社会审美时尚的融合碰撞，促进馆藏资源“活化”、产品化。



突出数字赋能

紧扣义乌数字贸易优势，推进文旅产品市场贸易数字化转型。主题馆设置数字文旅展区，展示政府数字化、文旅信息化与智慧文旅的最新成果。电竞动漫馆，借助新型电子对抗竞技、动漫新产业互动，体验数字体育、数字动漫等数字文娱虚拟空间。开放线下活动同步直播，按需开通参展商直播权限。设立共享直播间，引入共享主播、网红主播、逛展直播等热场活动。



展会呈现六大亮点

突出共同富裕

以文旅产品供给和消费为切入点，落实先行示范的主要任务，切实带动各地红色旅游、研学旅游、展演旅游、康养旅游、亲子旅游等新型乡村文旅业态提质升级。展示定点地区文化旅游资源、农特产品以及旅游成果，展示民宿产品模式和生活方式，展示非遗手工制作、非遗表演互动等，推动农村非遗保护的“见人、见物、见生活”，精选优质乡村农特产品或民间非遗产品，进行现场直播带货和售卖，助推乡村振兴。



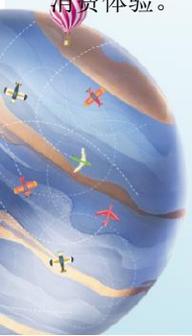
突出云上体验

紧扣产业数字化趋势，打造永不落幕的展会。2020年已完成线上平台开发，目前重点对线上展会平台视觉系统进行优化，平台实现的功能有：一是建立展贸交易渠道，充分发挥线上平台的展示、洽谈、销售作用；二是开设信息发布窗口，满足供求信息发布、智能匹配、预约洽谈、境内即时通讯、多点连线等需求；三是开放实时直播平台，开放线下活动同步直播，设立共享直播间，引入共享主播、网红主播、逛展直播等热场活动；四是引流线上平台资源，在抖音、快手、“央视+”等平台同步推送相关直播，并与百度、腾讯等第三方平台合作引流。



突出消费升级

举办系列节庆、比赛活动，营造浓厚的节庆氛围，拉动文旅消费。在展馆内布局自贸区的爱喜猫等进口跨境电商品牌和进口孵化区等购物旅游新零售超市，成为文旅消费者的“生活顾问”，推广全域文旅产品交易和休闲旅游。引进“啤酒节”活动，组织“畅游义乌，畅快购物”活动，在市内重要餐饮场所设置“百县千碗”等特色餐饮比重，丰富文旅消费业态，增强购物消费体验。



精彩回顾

开幕式

9月25日，第16届中国义乌文化和旅游产品交易博览会在义乌国际博览中心开幕。本届展会以文化产品和旅游商品展览交易为核心定位，努力打造成为展示全国文化和旅游发展成果的高端舞台和对接全球文化产品和旅游商品贸易的首选平台。充分发挥展会促进产品交易、项目展示、资源共享、信息互通的平台作用，推动线上线下联动，促进构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的发展新格局。



展会主题馆

今年是中国共产党成立100周年，走进博览会主题馆，红色主题让人眼前一亮。在“红色旅游传承精神”展区，中共一大会址主题设计展区、非遗传承人制作的红船船模、全国红色旅游创意产品等吸引观众驻足观看。此外，主题馆还以多种形式展示红色旅游、红色文创等领域的重要成果，让观众沉浸式体验红色文化。



数字文旅成为一大亮点，展现了科技赋能文化和旅游发展的重要成果。良业科技集团带来的“亮马河国际风情水岸”“夜上黄鹤楼”“奥林匹克公园中轴线空间光影秀”等一批优质夜游项目以视频形式进行展示，观众可通过语音、手势等交互技术与大屏进行互动，感受光影魅力。“我们希望为游客带来不一样的智慧旅游和夜间生活体验，也希望用光讲述更多城市的故事，讲好老百姓美好生活的故事。”良业科技集团副总裁冯小笛说。



非遗生活馆

由浙江省非遗中心组织的非遗生活馆也在本届博览会上精彩亮相，该馆以“百年遇鉴”为主题，以“百年匠心—百年传承—百年创新”为主线，围绕“科学保护、提高能力、弘扬价值、发展振兴”的要求，进一步融合跨界资源，用创意设计赋能传统手工艺，助力非遗创新发展。非遗生活馆重点突出了非遗保护成果转化利用，展示各地优秀非遗项目、传统工艺产品与现代生活相结合的场景等。五芳斋粽子制作技艺、老虎鞋制作技艺、锡器制作技艺……吃的、穿的、用的，各种非遗产品一应俱全，让观众目不暇接。



精彩回顾

9月25日，**2021中国旅游商品大赛**在浙江义乌国际博览中心隆重举行。本届大赛是在“第16届中国义乌文化和旅游产品交易博览会”期间，由中国旅游协会主办，浙江省文化和旅游厅、义乌市人民政府合作主办，浙江中国小商品城集团股份有限公司倾力支持，中国旅游协会旅游商品与装备分会和义乌市文化和广电旅游体育局承办，共有29个省市自治区文化和旅游厅（局）和新疆生产建设兵团文化体育广电和旅游局、8个副省级城市文化和旅游局、旅游协会、旅游商品协会（分会）选送且通过初审的423套，3651件参加比赛。大赛旨在为广大旅游者推荐出一批符合市场需求的健康生活文化创意日用旅游商品。



博览会序馆文创展区

此次博览会序馆的文创展区，由文化和旅游部资源开发司专门设置，通过“扮靓美好生活”“讲述中国故事”“传递奥运精神”三个主题，展示了文化创意产品的丰富精神内涵和多元社会功能。

博览会序馆文创展区位于C1主题馆，河南博物院的网红文创产品“失传的宝物”考古盲盒吸引了众多关注。河南博物院文创办工作人员刘维告诉中青报·中青网记者，大学生和小朋友都是考古盲盒的粉丝。这款盲盒自去年年底推出，至今已实现3000多万元销售额，此前直播带货期间，还一度卖到脱销。



文创展区的另一个明星产品——文创雪糕也让人趋之若鹜。圆明园荷花雪糕、敦煌九层楼雪糕、上海中心雪糕、西湖断桥雪糕……“每一个雪糕都代表一个标志性的景区，看到雪糕的时候，就可以想到那个地方。”文创雪糕的品牌总监张磊介绍说。文创雪糕不仅造型独特，适合拍照打卡，而且吃完后的雪糕棍还可以用作书签，因此捕获了众多吃货文艺青年的芳心。



创新设计馆

“上新了故宫”以前主要参加大城市的文化用品展，今年第一来参加文化和旅游产品博览会，带来了70多件作品，大部分都是展陈，销售类只有30%左右。”上新了·故宫展厅负责人范黎黎介绍，他们展位500多平方米，所带的展品小而精，备受年轻人欢迎，祥瑞系列便笺、纸雕灯、万年历等三大爆款齐现身。在现场，不少参观者对售价108元的纸雕灯以及售价48-68元的万年历都产生浓厚的兴趣。

