



■本期聚焦

瑞丽从封城到解封的七天——

他们用行动诠释中缅胞波情谊

从9月14日晚封城到9月21日晚解封，7天时间里，居住在瑞丽的缅籍人员积极配合瑞丽当地实施防疫政策，部分人员还以自身优势协助瑞丽抗疫，用实际行动诠释了深厚的中缅胞波情谊。

9月13日，瑞丽确诊两名输入性病例。9月14日晚上，瑞丽宣布采取紧急措施，包括全城市民居家隔离7天、开展城区全员免费核酸检测。9月19日10:30，所有287254份样本检测完毕，检测结果均为阴性。9月21日晚22时，瑞丽解除城区居家隔离。

此次瑞丽发生疫情，缅甸姑娘凯素温一直在一线做缅语翻译志愿者，帮助疫情防控工作人员和缅籍人员进行交流。“中国和缅甸是紧密相连的好邻居，是命运共同体，相信中缅不断加强合作，一定可以取得抗疫胜利。”经历此次瑞丽疫情，凯素温对中缅命运共同体有了更深的理解。

和凯素温一样，24岁的缅甸华侨曾莉也是一名翻译志愿者。自瑞丽封城后，曾莉就依托自己在瑞丽开办的中缅双语培训机构，组建了“胞波志愿服务队”，在网上招募了30名掌握多种语言的志愿者，帮助宣传瑞丽疫情防控措施。



▲志愿者在填写核酸检测卡片 云南发布供图

“家里只要有一根葱，就不要往外冲！大家做好防护，居家隔离……”9月19日，曾莉带着两名缅籍华人志愿者来到瑞丽市芒喊村，轮流用汉语和缅甸语进行疫情防控宣传。“在听到用缅甸语喊出的俏皮宣传语后，缅籍务工人员都露出了会心的笑容。”她说。志愿者

中超过六成是缅籍人士。他们觉得这件事情很有意义，既能帮到现场的医护人员，也能为在瑞丽的缅甸同胞提供帮助。

在缅甸仰光，缅甸爱之屋公益负责人王伟健也一直在关注瑞丽疫情。“中国瑞丽市发生新冠肺炎疫情后，我时时刻刻挂念着那里的

朋友。”他说，瑞丽是自己人生道路上的一个重要起点。

2010年，高中毕业的王伟健背上行囊，从缅甸仰光来到了瑞丽工作。王伟健说，他之前很不善言谈，自从在瑞丽做了销售工作后，他获得了很大改变和进步。疫情期间，他了解到，瑞丽一如既往地秉持开放包容的城市精神，一视同仁地关心照顾缅籍人士。“看到缅甸同胞井然有序地排队、免费做核酸检测的场面，我感动得落泪了。”

“心相连，情相通，战‘疫’当中有‘胞波’。”缅甸牛油果种植协会副会长、曼德勒牛油果种植协会会长吴谬纽说，在瑞丽的这场抗疫战中，他感受到了温暖的“胞波”情。他相信，瑞丽在确保做好防疫工作的同时，将会有序恢复两国边境贸易。

来自缅甸曼德勒李秋英已在瑞丽工作和生活了10年。她说，“我会关注缅甸疫情的情况，还会把自己在瑞丽学到的一些防疫知识教给亲人、朋友们。”李秋英说。“等疫情过去，我想和我的中国男朋友在瑞丽和曼德勒各办一场婚礼。”谈起疫情后的打算，李秋英一脸幸福。本刊综合

■走云南 看小康

买买买，全球好货家门购



编者按：几千年以来，实现“小康社会”一直是中国老百姓的向往和追求。今年是中国决胜全面建成小康社会的收官之年，从本期开始，本刊讲述云南人民奔小康的故事。

日本馆、泰国馆、澳大利亚馆……9月21日，走进位于中国（云南）自贸试验区昆明片区的金大门国际购物广场跨境O2O自提示范中心，来自不同国家的畅销好货琳琅满目，消费者们这挑挑、那选选，仿佛在逛一个小型的“博览会”。

“依托‘1210’保税备货

模式，我们从世界各地为云南的消费者‘海淘’高品质商品，这些商品不仅保真，更有着极具竞争力的价格优势。”金大门跨境电子商务有限公司副总经理韦淑杰介绍，金大门国际购物广场跨境O2O自提示范中心由一般贸易区和跨境新零售保税展示区组成，是云南省唯一一家“跨境电商新零售+保税展示”线下体验店。

“我对比了几个购物平台，这款进口奶粉的价格比全网最低价还便宜20%，还有买6送1的活动，真是超值！”一名前

来扫货的消费者做足了功课。韦淑杰笑着说，由于没有附加关税，还能再比一般自贸区的产品便宜30%至70%，所以一些进口产品，如奶粉等，十分划算。

“很多商家把我们这里当作了批发中心，很多消费者在这里淘到了心仪的产品。作为跨境电商行业从业者，我们认为的小康就是让顾客不出国门，甚至不出家门就能以最低的价格和最快的速度买到全球好货。”她说。

货品好不好，顾客说了算。江苏游客魏女士在结束云南之行时特意到此选货。他们旅行团的返程集合点刚好在金大门附近，她经朋友推荐来到了店里，忍不住“剁手”。

“每个人心中的小康都不一样，在我看来，小康就是身体健康、工作顺利，还能开心‘买买买’。”她说，以前就来过云南，这次旅行既让她再次欣赏到云南的好山好水，又让她看到云南各地的新面貌，相信未来的日子会越来越美好。

记者 李恒强 / 文 王欢 李吒 / 图

■简讯

农产品成为云南第一大类出口商品

近几年来，云南着力打造的世界一流“绿色食品牌”取得明显成效，推动云南高原特色农产品产业实现质的飞跃。

今年上半年，在新冠肺炎疫情对中国进出口贸易带来严重冲击的大背景下，云南农产品特别是水果、蔬菜、花卉、茶叶等多个品种出口逆势增长，继续保持15.1%的增长势头。其中，水果出口总量和金额同比分别增长46.5%和53.3%，占农产品出口总额的40.5%；蔬菜出口总量和金额同比分别增长24.2%和16.8%，占农产品出口总额的30.1%。1月至6月，农产品出口占云南出口总值的35.4%，成为云南第一大类出口商品。

与此同时，云南农产品的内销需求也一路上扬。据阿里巴巴后台数据显示，2019年，云南农产品通过阿里平台销售额超过65亿元、同比增长22%，销往北京、上海、广东、浙江、江苏的增速接近60%，在高消费人群中的认可度快速提升。段毅 王淑娟