



■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,居住在瑞丽的外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外籍人员进行交流。“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,就不需要往外冲!大家做好防护,居家隔离……”9月19日,曾莉带着两名外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。“在听到用缅语喊出的俏皮宣传语后,外籍务工人员都露出了会心的笑容。”她说。志愿者

中超过六成是外籍人士。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外籍人士。“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。”金大门跨境电商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