



锚定现代化 改革再深化

“技能义乌”磁场效应显现

前5月全市开展职业技能培训万余人次,新增高技能人才2000余人

■ 奋战二季度 拼抢上半场比赛

全媒体记者 林晓燕

匠心聚,百业兴。今年以来,我市精准聚焦产业发展和劳动者就业需求,清单化梳理技能培训项目,推动“岗位需求+技能培训+技能评价+就业服务”联动贯通,不断激活人才“新引擎”,“技能义乌”磁场效应显现。1至5月,义乌开展职业技能培训1万余人次,新增高技能人才2074人,居金华第一。

以技立业
让一技之长者有“一席之地”

就业是最大的民生。我市坚持将技能型社会建设作为促进高质量充分就业的重要抓手,大力推进“以技立业”技能型社会建设,持续提升劳动者就业能力和收入水平,破解“有活没人干”“有人没活干”难题,实现高素质劳动者队伍“量质齐升”。

根据我市产业发展特点和群众就业需求,我市将重点群体精准分类,由市人社局牵头,开展包括“新商人”“新匠人”“新农人”“新业人”在内的“四类人”培养计划。此举有效破解技能人才群体分类多、主管部门不清、服务不精准等难题,提升人才培育精准性。

为了让有实力的人被认可,让有需求的企业得人才,我市积极探索“学历+

技能”一体化培育新模式,通过深化产教合作共同培养技能型、实用型产业技能人才,努力实现以技立业。比如,相关部门与义乌工商职业技术学院合作成立义乌个体工商户发展学院,为全市商贸主体提供社会化技能培训。

在实现校企共育的同时,我市还聚焦传统产业、新兴行业技能认定空白领域,“量身定制”专项职业能力考核项目,开展短视频制作、物流配送等N个专项职业能力鉴定,形成商贸领域全链条标准化技能提升体系。

“我们鼓励引导企业建立体现技能价值激励导向的工资分配制度,让一技之长者有‘一席之地’,技高一筹者能‘薪高一档’。”市人社局负责人表示,当前我市正提速推进“技能义乌”建设,通过技能培育精准提升、技能要素价值释放、技能人才生态优化等举措,推动形成技能人才“上升有通道、政治有荣誉、社会有地位”的良好生态。

以技强企
积极打造“命运共同体”

近日,市人社局将一场技能培训送到浙江王斌装饰有限公司。首批参与培训的331名员工中,有267人顺利通过考核并取得了职业技能等级证书,实现由“工”到“匠”的转变。

在这之前开展的全市首次物流配送专项职业能力考核中,组织方直接将考场“搬进”了企业车间,对644名从事物流配送的职工进行技能实操考核。此举既高效利用企业现有场地和设备,又让企业职工可以就近参加集中考核,不出厂门就能提升技能。

当前,我市聚焦技能人才这一“关键要素”,积极开展百家“技能型企业”创建活动,通过构建“工人增技—企业增效—职工增收”价值链条,将企业和职工打造成共建、共享、共赢的“命运共同体”,激发企业高质量发展源动力。

企业专业员工技能水平如何,企业最有发言权。我市以政府的减法做企业的加法,将企业人才评价职能交由企业、行业,不设学历门槛,建立重能力、重业绩、重品德的企业技能人才自主评价标准,打通技能成才“成长通道”。据不完全统计,截至目前义乌市已有96家重点企业开展技能人才自主评价,完成企业自主认定技能人才超1.8万人,培养高技能人才1万余人。

与此同时,我市充分发挥技能大师和技能工作室在生产管理、技术革新和人才培养上的带动作用,采取名师带徒等方式加快培养高技能人才,以技反哺企业。

以技赋能
实现“家门口”就业增收

乡村振兴靠人才,人才成长靠技能。我市全域布局“30分钟职业技能培训圈”,充分挖掘乡村闲置祠堂、校舍等低效空间,改造建成集“教学—实训—

孵化”于一体的技能乡村单元。

比如,在大陈镇凤升塘就业创业基地,全力打造“吃、住、学、训、创”为一体的综合平台,探索技能赋能共富工坊试点。针对乡村闲散劳动力、留守妇女、返乡大学生等群体就业需求,量身定制来料加工与电商直播专项培育计划,提供培训补贴、创业担保贷款、供应链对接等组合服务。

除了立足义乌本地,我市还把“共富路”铺到了国外,开展“走出去”培训。上个月,义乌在摩洛哥开展了“跨境电商直播”专项职业能力考核。这是义乌“技能出海”行动的首场活动,也是国内首次把专项职业技能考核搬到国外,按“中国标准”培养国际技能人才,提升当地学员就业和创业能力。

相关统计表明,近年来我市依托共富工坊构建“技能培训—就业增收—创业致富”全链条服务体系,累计开展各类培训100余场,覆盖超6000人,辐射省内山区海岛县和东西部协作共富工坊,助力万名山区闲散劳动力及大学生实现“家门口”就业创业。

日前,浙江公布首批技能型社会建设专项激励地区名单,17个县(市、区)获得财政专项激励。义乌市榜上有名,并已获得2025年的下达资金。当前,我市正深入实施“家门口”就业创业行动,大力推进技能培训基地、站点市场和中心镇全覆盖的“30分钟职业技能培训圈”建设。同时,面向全市各职能部门、镇街征集项目制培训项目,用足、用好省专项激励资金助力“技能义乌”建设,促进保民生、稳就业工作。

■ 聚焦第19届中国义乌文化和旅游产品交易博览会

全媒体记者 吴峰宇

老朋友如约而至,新朋友纷至沓来,又是一年文旅之约。作为全国文化和旅游发展成果的重要展示平台之一,中国义乌文化和旅游产品交易博览会已成功举办18届,今年6月13日至15日,第19届中国义乌文化和旅游产品交易博览会(以下简称:义乌文旅博览会)将在义乌国际博览中心举行。

从首届展会起,义乌便以开放姿态向国内文旅界发出诚挚邀约,汇聚大江南北的文化精品与旅游资源,让各地特色在此交融互鉴,勾勒出中国文旅融合发展的生动图景。如今,义乌与全球文旅市场实现“双向奔赴”——开放格局持续拓展,合作层次不断深化,共享内涵日益丰富,共同绘就中国文旅从本土走向世界的立体画卷。

展览面积5万平方米
吸引1300多家企业参展

本届展会将紧贴市场需求,充分发挥义乌“小商品大市场”的独特优势,致力于增强文化和旅游产品的供需匹配能力。聚焦IP文创和户外旅游装备这两个新兴领域,以“创新驱动与文化赋能”为核心理念,探索“IP跨界融合与全产业链协同”的新模式,打造一个融合传统文化传承、文化创意创新、旅游体验升级与新兴业态培育的综合性文化和旅游产品展会。

从分享文旅市场的“大蛋糕”,到携手探索新质生产力的发展机遇,义乌文旅博览会不仅提升了国内文旅企业的竞争力,也为它们提供了更多链接世界的机会。展馆面积更大,参展企业更多,今年的义乌之约磁力更强。本届展会展览面积5万平方米,吸引1300多家企业参展,共设立标准展位2000余个,预计到会专业采购商及观众5万人次。

从全球文旅新品、前沿技术到创新服务,本届义乌文旅博览会新意更浓,设置了以下展馆:IP文创馆,聚焦IP潮流吸引年轻消费群体与泛娱乐企业,推动文化消费繁荣及产业创新交流;旅游商品装备馆,集中展示户外用品、体育用品领域的新产品、新装备、新技术;收藏品文创馆,搭建古玩经营者和收藏爱好者之间互联互通的平台,促进收藏品的流通,为文化产业发展提供新的动力;电竞动漫馆,集中展示体验电子竞技与动漫文化,为爱好者打造沉浸式互动体验、嘉宾演绎、品牌竞赛及动漫周边等活动的交流空间。

“我们扎实推进展会的市场化改革,按照‘一个品牌、多展联动、文旅融合、赋能产业’的办展方式,完成展会项目的市场化定位和优化,形成具有特色的展会子品牌培育模式。”义乌文旅博览会组委会相关负责人表示,本届展会通过“1+X”多展联动模式,强化主展品牌效应,精准对接产业链需求,依托义乌全球贸易优势,搭建跨文化贸易桥梁,推动中国文旅商品走向全球。

配套活动精彩纷呈 邀你共赴展会之约

一场精彩绝伦的展会,自然离不开丰富多元且趣味盎然的配套活动。本届义乌文旅博览会将举办以下配套活动:2025中国旅游商品大赛、2025浙江省文化和旅游梯度企业培训会、民族手工业融创品牌推介活动、2025金华市“浙派好礼”文创产品现场培训暨路演对接会、浙江省电子竞技大赛、2025义乌跨境电商发展论坛暨潮玩文创选品对接会、义乌第二届国际翻译采购节、各地文旅推介会、采购贸易洽谈会、2025“山海相连·义心童行”勐巴娜西公益演唱会、大陈露营节等活动。

一路走来,义乌文旅博览会不断焕“新”,但有些特质始终如一——义乌在与世界文旅开放融通、共谋发展中的决心和姿态始终如一。

参展商们表示,依托义乌全球小商品贸易枢纽的强大辐射力,通过场景化展位设计,可以全面展示融合地域文化与创新科技的文旅新产品,精准对接来自全球的文旅采购商。而在采购商们看来,在展会上与源头生产厂商直面沟通,凭借这种零距离的供需对接优势,能获取到更具市场竞争力的源头直采价格。

环境在变,初心不变;形式在变,信念不变;在变与不变之间,义乌文旅博览会的国际采购、投资促进、人文交流、开放合作作用愈加凸显,全球共享的文旅属性更加清晰。在开放中彼此成就,在合作中共创未来。这样一个互利共赢的约定,值得全球参展商、采购商与义乌年年奔赴。

赶一场家门口的“幸福市集”

全媒体记者 龚盈盈

本报讯 6月7日,稠城街道车站社区以“美好78·夏日市集”为主题,联动稠城街道总工会、小区业委会及多家爱心单位打造便民活动,为居民提供多元服务,关怀户外劳动者,丰富“15分钟社区生活圈”的内涵。

市集现场设有清凉补给、健康服务、文化公益等多个功能服务区域,不仅将便民服务送到了居民家门口,更搭建起邻里之间沟通的桥梁,成为创新社区治理的生动实践。活动伊始,“清凉补给站”便成为焦点,装满防暑物资的礼包被送到环卫工人、快递小哥等户外工作者手中。同时,小区爱心驿站也于当日正式启用,为户外劳动者提供休息、饮水、充电等常态化暖心服务。“这不仅是解渴的物品,更是社区对我们滚烫的关心。”一位外卖骑手擦着汗,笑容质朴地说。

互动区域人气火爆,优质品牌商户打造特色服务场景……“睦邻温度,是社区最珍贵的财富。”社区负责人表示,“此次活动是‘美好78’公益服务市集的延续,不仅是服务居民,更是社区党委、辖区单位和居民深化邻里情谊的机会。我们将继续办好市集,让‘近邻、友邻、睦邻’的社区文化成为基层治理的温暖底色。”

义东路互通枢纽立交进入沥青铺设

昨日,空中俯瞰省重点工程规划省道S214、S215义乌江东至赤岸段公路工程(江赤公路)一标段义东路互通建设现场,各类工程机械正在铺设匝道路面沥青,该互通枢纽建设进入后期冲刺阶段。

据了解,义东路互通是江赤公路重要组成部分,也是义乌市境内目前规模最大的枢纽互通式立交,主要由义东路互通主线桥、匝道桥、篁园路立交桥及地面辅道等组成。工程在保留原建设菱形互通的基础上,增加10条匝道,连接该工程项目主线和S310。同时,互通匝道进行适当改建,强化交通转换功能,增加城区向南方向的出入通道。

全媒体记者 吕斌 摄



加快战略转型 探寻出海路径

——访义乌市桑妮家居有限公司总经理龚翔翔

■ 品牌出海 义乌故事

全媒体记者 何彦婕

6月5日,义乌市桑妮家居有限公司(以下简称“桑妮家居”)展厅内,从古典雕花到现代简约风格,数百款形态各异、色彩缤纷的相框产品整齐陈列,公司总经理龚翔翔正在与工作人员沟通产品设计细节。

时间回溯到2006年,SANGNI品牌正式注册成立。创业初期,桑妮家居将全部精力聚焦在国内市场,专注于婚纱摄影相框产品的研发与生产,通过线下经销商将产品覆盖至全国市场。然而,随着时代发展和行业变革,传统婚纱摄影市场逐步经历优化调整。2019年,桑妮家居开始布局海外市场,在巩固原有业务的同时,为企业未来发展开拓新的增长曲线。

2023年7月,桑妮家居正式开启出海之旅,并将目光投向了东南亚、非洲和南美等新兴市场。然而,由于首次接触这些地区,缺乏对当地消费习惯和文化背景的深入了解,公司在初期便遭遇了挑战。

“我们完全不掌握当地消费者的审美偏好,首批生产的产品至今仍积压在仓库。”龚翔翔坦言,市场信息来源匮乏,使得企业难以精准把握目标客户的需求特点。

面对困境,桑妮家居决定主动出击,既然无法在办公室里等来答案,那就直接走进市场,向客户寻找答案。龚翔翔带领团队深入目标市场,走访当地批发市场、零售店铺,甚至街头摊位,与商家和消费者面对面交流。“喜欢什么风格的家居产品?”“哪些颜色

或图案在当地更受欢迎?”“有没有需要特别注意的文化禁忌?”

他们一边推销产品,一边收集反馈。地推、客户互荐、行业介绍……他们用最原始却也最有效的方式,逐步建立起自己的“情报网络”。在获取了第一批客户之后,他们也得到一些反馈,模糊的海外市场画像开始变得清晰。目前,桑妮家居的产品设计也随之调整,更加贴合当地消费者的实际需求。

今年年初,我市品牌发展促进会携手行业头部品牌,共同打造了“义乌好货品牌出海集合店”。桑妮家居作为首批入选企业之一,以自主品牌正式进军海外市场。借助这一平台,企业不仅有效扩大了品牌影响力,成功触达更多国际客户,还深入了解了海外市场的采购模式和商业生态,为后续全球化布局奠定了坚实基础。

品牌出海的成功,核心在于产品力的支撑。桑妮家居始终秉持“品质先行”的理念,以严格的生产标准和完善

的品控体系确保产品竞争力。在拓展海外市场的过程中,企业充分发挥相框产品的工艺属性优势,通过定制化服务形成差异化特色。同时,为满足不同市场的需求,桑妮家居持续丰富产品矩阵,在材质选择和样式设计上不断推陈出新。

龚翔翔告诉记者,以往客户以大额定制订单为主,而现在集合店的采购模式更偏向小批量现货交易。这一转变让企业意识到,原有的生产模式已无法适应新的市场需求。由于常规款备货不足,客户的选择空间受限,错过了不少商机。

“桑妮家居正在推动战略转型,多维度提升企业竞争力。”龚翔翔表示,在产品维度方面,公司正积极拓展文具等新品类,打造多元化产品矩阵。此外,桑妮家居将优化生产模式,全面布局线上渠道,在现有出海成果基础上,重点拓展共建“一带一路”国家市场,让品牌得以更广泛传播。