来自中国的咖啡订单让村里人富起来

——东帝汶咖啡亮相第五届进博会

从东帝汶首都帝力出发，沿着狭窄的盘山公路，穿过茂密的咖啡林，来到东帝汶咖啡主产区埃尔梅拉。最近几年，由于来自中国的订单增多，当地咖啡种植户法蒂玛明显忙了起来。

“越来越多的中国买家开始关注我们的咖啡，来咖啡产区和附近工厂参观。”法蒂玛说，“来自中国的订单让村里人富了起来，很多人家里添置了新的家电。我们的日子越来越有盼头。”

“进博会带动东帝汶咖啡出口‘跑了起来’”

咖啡是东帝汶重要的经济作物和出口产品。该国高海拔地区气候独特、土壤肥沃，加上咖啡种植户采用湿制法加工新鲜采摘的果实，生产出来的咖啡品质优良。

前些年，东帝汶咖啡只是以小批量散装形式进入中国市场。进博会帮助东帝汶咖啡在中国市场拓展了销路，进入了更多消费者的视野。

在2019年举办的第二届进博会上，东帝汶咖啡首次参展便引发广泛关注。同年12月，东帝汶国家馆成为第二届进博会后首个落户上海自贸区国别（地区）中心的国家馆，以高效、便捷的方式对接推广东帝汶咖啡，开展有关咖啡文化的交流活动。在2020年举办的第三届进博会上，东帝汶咖啡获得价值500万美元的订单。去年第四届进博会，在东帝汶咖啡展台前，中国企业协助提供的机器人咖啡师冲泡出香气四溢的咖啡，吸引众多观众驻足品尝。

2021年3月，满载近20吨精品咖啡豆的集装箱从帝力港首航，历经数日后停靠在上海外高桥港。这是上海口岸首次迎来大宗贸易进口的整柜东帝汶咖啡。东帝汶国家统计局公布的数据显示，2021年，东帝汶对华出口咖啡豆348吨，同比增长1.4倍。东帝汶驻华大使桑托斯感叹：“进博会带动东帝汶咖啡出口‘跑了起来’。”

“通过进博会拓展销路后，我们工厂一直在增加咖啡豆收购”

作为东帝汶三大咖啡生产商之一，“帝汶环球”咖啡厂负责人波比对中国市场的潜力和活力深有感触。

“中国咖啡消费增长迅速，我们一直十分期待进入中国市场。”波比说，“通过进博会拓展销路后，我们工厂一直在增加咖啡豆收购，加工后销往中国。”

在“帝汶环球”咖啡厂，遇到来自中国的咖啡进口商林先生。在第二届进博会上，林先生被香醇的东帝汶咖啡吸引，随后决定从事东帝汶咖啡进口，目前已经采购了几吨咖啡豆。这次参观完咖啡种植园和加工厂后，他更加坚定了扩大采购的信心，并决定与“帝汶环球”咖啡厂签订长期采购合同。

北京亦庄国际文化科技中心有限公司副总经理雷雨晴至今仍清楚记得与东帝汶咖啡相遇、结缘的经历。

作为第三届进博会参展商，北京亦庄国际文化科技中心有限公司将“一带一路”沿线国家知名产品带进进博会展馆。“我们的展位与东帝汶国家馆展位虽然设在不同楼层，但我们都知道东帝汶咖啡是那届进博会的‘明星展品’。”雷雨晴表示。

让雷雨晴和她的同事至今难忘的是东帝汶咖啡的香气。“在不到10平方米的展位上，工作人员冲泡着一杯杯香气浓郁的咖啡，等待品尝的队伍足足排了几十米。”雷雨晴说。

借助进博会这一平台，北京亦庄国际文化科技中心有限公司成为东帝汶咖啡最大的经销商之一。从2021年1月签署贸易订单，到后来与东帝汶国家馆达成长期合作协议，全权负责东帝汶精品咖啡豆的烘焙加工和销售运营等，公司的咖啡业务进展顺利。

“去年，我们与东帝汶咖啡厂商携手亮相第四届进博会，并收获了新的合作伙伴。”雷雨晴说，通过进博会，更多中国消费者和企业了解了东帝汶咖啡，为我们的东帝汶咖啡贸易提供了极大的推动力。

“参展企业在进博会上收获满满，让我很难不心动”

6月21日，东帝汶加尼克食品公司经理亚历山大早早来到东帝汶国家馆设在帝力的办公室，对着电脑等待一场“云连线”。这是第五届进博会的一次筹备通报会暨签约仪式，与亚历山大一同参会的还有来自日本、新西兰、挪威等国的代表。“看到东帝汶参展企业在进博会上收获满满，让我很难不心动。”亚历山大说。

“每年的进博会，都是东帝汶咖啡工厂、农产品公司期待的盛会。在进博会上展出的东帝汶咖啡，都经过了参展商精挑细选。”东帝汶国家馆执行馆长贝蕾说，今年东帝汶企业在进博会食品及农产品展区有两个展位。除了咖啡的展示与品鉴，还将首次推介有机野生姜黄粉、野生黑胡椒、天然古法海盐等产品。同时，东帝汶手工业者数月前就开始赶制数十条“泰斯”，“‘泰斯’作为东帝汶传统手工纺织品，一般用来献给最尊贵的客人。这些‘泰斯’饱含着东帝汶人民对中国朋友的深情厚谊。”连续4次参加进博会的东帝汶斯达克贸易公司经理斯维亚说，东帝汶产品进入中国市场，这给东帝汶企业和民众带来更多发展机遇。

卢旺达的辣椒、阿富汗的手工羊毛地毯、叙利亚的古皂、赞比亚的蜂蜜、南苏丹的手工艺品……搭乘进博会的快车，越来越多发展中国家特色商品进入中国市场，受到中国消费者的青睐。利用“云招商”“云逛展”“云签约”等方式，带动最不发达国家对华出口，为这些国家更好地分享中国机遇提供便利。

“咖啡就像一座桥梁，把东帝汶和中国连接了起来，增进了两国人民的交流。”东帝汶总理鲁瓦克表示。东帝汶民主党主席萨比诺认为，中国经济发展不仅给本国人民带来了巨大福祉，也为世界创造了发展机遇。

陈尚文 孙广勇

作为吃货们的“天堂”，第五届进博会食品及农产品展区是六大展区中展商数量最多、来源地最广泛的一个。在这里，汇集了来自近百个国家的上千家企业，从乳制品、蔬果和农产品，到饮料和酒类，以及肉类、水产品和冷冻食品，一应俱全。

楼兴华/摄

食农展区“赛道” 比拼国际味道

厄瓜多尔的有机香蕉、法国的苹果、乌拉圭的牛羊肉、西班牙的伊比利亚火腿、波罗的海的啤酒……走进清新明亮的食品及农产品展区，各国美食让人目不暇接。空气中，烤肉的浓香、烘焙的清香和美酒的醇香杂糅，令人沉醉。

本届进博会上，食品及农产品展区再度成为人气最旺的“网红”展区。记者了解到，食品及农产品展区是六大展区中参展国别和企业最多的展区之一，有近百个国家、上千家企业参展。世界500强及龙头企业超30家，多款引领行业发展趋势和科技创新的食品在进博会全球首发、亚洲首秀和中国首展。

不仅要吃得好，更要吃得健康。“健康”二字如今已成为诸多参展企业的共识。在巴西，有一种名为“阿萨伊”的水果深受当地人们喜爱。“阿萨伊”又名“巴西莓”，自从在首届进博会亮相后，逐渐被越来越多的中国消费者了解。本届进博会，阿萨伊再次参展。作为巴西阿萨伊品牌King'sGel的中国经销商，上海金胶生物科技有限公司负责人蔡达峰告诉记者：“生长在亚马孙雨林里的巴西莓花青素含量是蓝莓的22倍，更富含多酚类等天然活性成分，在巴西被称为‘生命之果’，以其优秀的抗氧化能力深受健康饮食人士的推崇。”

一眼望去，“全勤”参与五届进博会的新西兰纽仕兰乳业展位满是绿色，“低碳生态牧场”被“搬”进展馆。而在另一侧，两大桶一米高的纯牛奶引人注目，这正是纽仕兰今年带来的全球首发新品、中国首款进口低碳植物基包装A2纯牛奶。

“低碳环保是它的主打特色。”纽仕兰展区负责人介绍，产品首创从牧场到工厂再到餐桌的全程低碳溯源供应链，在牧场奶源端减碳28%，工厂能源端减碳25%，牛奶外包装上“碳”足迹也降低约14%。

宫宇坤 侯雅洁

第五届中国国际进口博览会

国际粮商『购物车』里的新消费升级

在户外营地体验清烤乐趣、到美式餐厅畅享进口原切谷饲牛排、来DIY美食体验区变身“美食博主”……在泰森食品展区，沉浸式体验的新消费模式吸引观展嘉宾纷纷驻足。

“通过前两年进博会，‘泰森’在中国的知名度越来越大，销量也得到很大提升。往年我们展位面积都是108平方米，今年扩大到了216平方米。”泰森食品有限公司公共关系高级总监周权表示，这次泰森还带来了全球首发具有“中国传统卤味特色”的十翅一桶吮指卤辣风味鸡翅新品，在国民卤味工艺上调味创新，金桶大容量包装适用微波炉、空气炸锅等多种烹饪方式，可以一键解锁周末聚餐、夜宵经济、户外露营等全时段消费场景。

近年来，随着生活水平的提高和消费主体的迭代，我国消费市场正从大众化消费向个性化、多样化消费转变。如今，越来越多的新产品、新技术、新服务都选择在进博会上首发，这一东方盛会逐渐成为满足人们美好生活需求的窗口。

作为在全球经济一体化时代潮流中成长起来的中国国际粮商，“年年购不同”，持续扩容“购物车”、扩大“朋友圈”成了中粮集团的常态。进博会开展第二日，中粮集团便签下超百亿美元农产品采购大单，这是中粮集团第五次在进博会下单。

“今年，中粮的购物车里装入了与国人餐桌息息相关的粮、油、糖、肉、乳、酒等产品，也装进了国内食品加工企业、养殖企业所需的油脂油料、玉米、大麦、高粱、棉花等品类，把来自全球更多产区、不同口味的优质农粮产品引入国内市场。”中粮集团总裁栾日成说。

宫宇坤 侯雅洁

[动态]

挪威：海产局首次亮相带来“海洋馈赠”

三文鱼、青花鱼、北极鳕鱼、北极甜虾……在其展位上，八家挪威海产出口企业展出远道而来的“海洋馈赠”。官方数据显示，截至2022年10月，挪威对中国的海产品出口量达16万吨，同比增长6%，出口额约64亿挪威克朗，同比增长46%。“借助进博会所提供的深化合作、开拓机遇的平台，我相信挪中两国间的海产贸易以及双边合作将进一步提升。”挪威驻华大使白思娜表示。

丹麦：与中国联名推出白酒酒心巧克力

“我们已经连续报名参加五届进博会，并将继续报名申请第六届。本届进博会，我们将全球首发4款新品和多种专门为中国消费者定制的产品。”丹麦国际食品公司中国区总裁姜磊表示。4款首发新品均为House Mikkeller系列限量款精酿啤酒。为了更加适应中国的消费环境，丹麦经典品牌Anthon Berg爱顿博格酒心巧克力和中国知名白酒企业洋河、汾酒达成战略合作，联名推出白酒酒心巧克力，融合了高端白酒悠久文化和西方巧克力制造工艺。