

## 食品

## 用全球食材丰富“上海味道”

德国的奶粉、新西兰的羊肉、加拿大的牛肉、美国的水果、日本的零食、奥地利的巧克力……“入世”二十年，中国人餐桌上的进口食品越来越多，从过去“浅尝辄止”的奢侈品，变成了随处可见的日常消费品。

得益于中国经济的快速发展，国民生活水平的不断提高，开放政策的支持以及贸易便利化措施的不断完善，越来越多的进口食品被端上百姓餐桌。据统计，2020年中国消费者已经“吃”掉了超过千亿美元的进口食品。

## “舌尖上的选择”更多了

品质食材、创意烹饪、全球口味……这两天，一条独一无二的“国际美食街”出现在第四届进博会上，其背后是光明食品集团的“The Smart Chain 全球食品集成分销平台”。

在老一辈上海人的心目中，“光明”既是大白兔奶糖、梅林午餐肉、光明棒冰等“小时候的味道”，也是崇明大米、地产蔬菜、爱森猪肉的新鲜供应商。“那时，进口食品尚是‘奢侈品’，如果吃上了一块进口酒心巧克力，是值得回味好几天的事情。”光明食品国际贸易(上海)有限公司总经理仲红松说。

在今年的进博会上，光明“The Smart Chain 全球食品集成分销平台”拿下了食品及农产品展区的

最大展位，以3565平方米的参展面积，展示来自澳大利亚、新西兰、以色列、西班牙、意大利、法国、加拿大、阿根廷、中国香港等国家和地区的超过400种不同品类的高品质食品。

光明变“洋气”的过程，恰恰是在中国“入世”之后。作为上海主副食品供应的坚强底板，进博会正是引入进口食材的最佳渠道之一，一大波首发新品快速上架，为“上海味道”引入更多全球食材。

## 海外业务营收超过35%

在第四届进博会期间，中国进口食品行业峰会将首发《2021中国进口食品行业报告》。报告指出，2020年，我国进口食品总额1077.3亿美元，同比增长18.6%。2010-2020年间复合增长率达到了

13.4%。除了肉类及制品、水海产及制品、乳品依然名列前三之外，粮食及制品、水果及制品首次进入进口额“百亿美元俱乐部”……

近年来，光明食品集团深耕进口食品“快车道”，聚焦高蛋白食品的采购和分销，满足国内市场的需求。“中国‘入世’后，打开了合作开放的大门。食品集团光明坚定地走出去，链接境外、境内两个市场两种资源，为中国消费者引入高蛋白食物，带来老百姓消费得起的进口食品。”近年来，借助进博会这个大平台，光明食品集团的海外业务收入占总营收比例超过35%，逐步成长为具有世界影响力的跨国食品产业集团。

本报记者 张钰芸

## 仲红松

光明食品国际贸易(上海)有限公司总经理

## 零售

## 上海的咖啡越来越好喝

一连做50杯咖啡，水、豆、奶、配比、温度等参数做相应改变，味道会有什么变化？虽然和儿子对于精品咖啡的理念有所出入，但仍旧成立了专门服务于咖啡创业者的“小傲娇”

项目组，为中国咖啡的多元发展提供创意支持。云南保山的咖啡豆品质上乘，正计划在保税仓做咖啡豆转口贸易，尽快和世界分享这杯中国咖啡。

在王力咖啡创办人王朱岑的内心深处，有一个用了20年的咖啡换算公式，“严格的品控+标准化生产=俘获90%的国人芳心”。1993年还是美国某上市公司亚太地区总裁的王朱岑来到了上海，目睹肯德基麦当劳等快餐巨头的试水，已经对这个城市抱有无限信心。1999年，随着星巴克在中国大陆开设了第一家零售店，专精于厨房设备的王朱岑毅然辞去工作，正式投入咖啡元年的怀抱。

彼时，中国咖啡市场占有率90%为速溶咖啡，其中70%来自于雀巢，另外10%为特供咖啡。上岛、名典、两岸等古早咖啡馆如星辰点点，开在了南京路、写字楼等黄金地段，“我经常去上岛，但不喝咖啡，喜欢果汁和蛋炒饭。”王朱岑不乏幽默地解释，那时售价25元一杯的咖啡对他来说，不贵但也不好喝，“咖啡豆杂质太多，没有系统性的咖啡冲泡教程，店里的环境更像带朋友打牙祭的娱乐休闲中心。”王朱岑的想

法很简单——既然没有专业做咖啡全产业链的，那我不妨来试试。当时，他的目标保守地停留在“只需20%的中国人能习惯喝现磨咖啡”。

现磨咖啡好不好喝很大程度上取决于咖啡豆的质量，21世纪初的中国去哪里找精品豆？自从2001年中国加入世贸组织后，各种贸易便利化措施颁布，有效加深了国际市场的经贸往来。受签署多边贸易协定和出具“原产地证”可减免关税等利好政策推动，进口咖啡豆的成本越来越低，再加上云南本地豆种植的崛起，精品咖啡豆不再“一豆难求”，特别是进博会举办的这几年，来自世界各地的优质咖啡豆搭上了驶向中国快车。据海关总署发布的数据显示，今年1至6月，咖啡豆进口量同比增长104.3%，达到6177万千克。其中，咖啡生豆进口量达到5448.3万千克，同比增长123.1%。焙炒咖啡进口量也呈逐年上涨趋势。以王力咖啡为例，

2018年至2020年公司进口咖啡豆保持在每年约100吨，2021年遭遇减产、物流运输等疫情影响，在咖啡生豆价格普涨40%的情况下，仍通过拼配、研磨、萃取等技术手段，维稳咖啡价格，达到数亿元的营业额。

“未来行业会有些艰难，但上海的咖啡越来越好喝了。”王朱岑对年轻人从事咖啡行业从来都是不吝赞美的，却唯独与儿子之间存在理念分歧，“我做的是让90%国人满意的咖啡，他是私人定制化的拥趸。”从消费者的性别、个人喜好、饮食习惯入手，只做个性化咖啡。上海有8300多家精品咖啡馆，中国消费理念的迭代升级迅猛。“咖啡豆的拼配、口味是无穷的排列组合，正如这20年来，愈加开放的中国市场让我看到了无限可能。”

本报记者 钱文婷

## 王朱岑

王力咖啡创办人

## 旅游

## 5本护照盖了40多个签证章

上个世纪80年代，年仅10岁的周卫红说出一个遥不可及的梦想——环游世界，如今5本因私护照已盖满40多个国家

和地区的签证公章。中国加入世界贸易组织20年间，越来越多旅游爱好者和周卫红一样，实现了说走就走的环游世界梦想。

## 出境旅游进入最美好时代

一直喜欢游山玩水、想去外面世界看看的周卫红如愿考入国际导游专业，成为上海第一批英语导游专业的大学生。然而，1993年大学毕业时，她却主动选择了某美国企业驻沪办一个翻译岗位。“当年，我并不看好旅游业的发展。”她直言，对于绝大多数中国人来说，出国旅游一次成为很多人一生的梦想。

彼时，除我国香港和澳门地区外，泰国成为出境旅游第一个目的地，中国公民出境旅游自此起步。“第一次出国是1996年，去泰国旅行一周。”回想第一次出国旅游经历，周卫红至今还些许兴奋。收到泰国合作伙伴的邀请函后，她立即请假办理了因私护照，报名参加了泰国游旅行团。第一站入住曼谷酒店，周卫红用英语和服务员打招呼，对方没有回复。原来，他们只会泰语，听不懂英语。语言不

通、没有通信工具，导游一再叮嘱：“旅行团统一进出、参观，任何人不得随意离团。”当境外朋友来看望时，他们只能选择在旅行团就餐的餐厅聊天。

加入世界贸易组织后，中国经济的持续增长、人均可支配收入的增加、交通的提升、签证环境的改善等因素使中国出境旅游业进入最美好的时代。

## “多地打卡”变为“一地多刷”

“当年，‘新马泰港澳十日游’是最豪出境游线路，因为一次可以打卡多座城市。”第二次出境旅游经历让周卫红记忆犹新，旅行团成员都很兴奋、好奇，每到一个景点，排队拍照，买纪念品。“泰国的芒果干、贝壳饰品，马来西亚的锡器牙签盒、辣巧克力，新加坡的饼干……”她笑道，那时，游客只惦记拍照和购物，还要为公司保安、保洁带点纪念品。

20年间，随着国人出境旅游频次的增加，越来越多地关注某地深度游或新兴目的地；从走马观花

看风景、拍照，到现在深度享受当地的美食、美景和独特的人文风情……这些变化渐渐成为中国游客出境游的“新常态”。

在高科技保驾护航之下，中国游客的出境游变得越来越智能、轻松。手机APP可随时预订酒店、机票、餐厅，出门用中文地图APP导航，智能科技的应用让出行变得简单。如今，每到一处旅行，周卫红都会同步通过朋友圈、视频号等网络社交媒体分享自己的旅行见闻、故事、感悟，吸引了众多旅游爱好者。

防疫进入常态化，出境旅游按下暂停键，周卫红和很多人一样，通过视频直播关注境外景区情况，通过跨境电商平台购买世界各地的特色纪念品等，以特别的方式继续追求“诗与远方”。

本报记者 杨玉红

## 周卫红

资深出境旅游爱好者