

中国咖啡市场悄然生变

■ 本报记者 胡心媛

西风东渐以来,咖啡在中华大地“生根发芽”,继而经过百年的发酵,形成了今天的中国咖啡文化。当前,随着生活节奏的加快,许多年轻人习惯冲泡咖啡,商务人士则喜欢去咖啡馆谈工作。另外,有些创业者正在计划开一家属于自己的,充满情调、浪漫、温馨的咖啡馆。

悄然间,中国的咖啡文化和咖啡市场正在以惊人的速度崛起。目前刚刚结束的2017中国国际咖啡展云集了中外知名的饮品品牌、连锁招商品牌及餐饮行业众多服务商。本次展会以咖啡、烘焙等休闲餐饮业态为主题,对全球知名饮品品牌进行了集中展示,为观众呈现了中西方文化交融下的休闲餐饮业态。

咖啡原材设备品牌竞争激烈

记者在展会现场看到,不少咖啡原料产地国家竞相争夺持续快速增长的中国咖啡市场。来自越南、马来西亚、印度尼西亚、巴西、哥伦比亚、美国、波兰、印度、埃塞俄比亚等国家的展商纷纷亮相,印度尼西亚咖啡协会、马来西亚出口商会、哥伦比亚咖啡豆生产者协会等机构的主要负责人现身展会,强势推介本国产品。此外,云南咖啡豆作为中国咖啡产地的代表,品牌认可度正在大幅提高,从其展台前络绎不绝的咨询观众便可预见其广阔的发展前景。除咖啡豆外,现场更有莫林、达芬奇、Giffard、Pomona、蜜蒂尔等多款品牌糖浆争奇斗艳,创意饮品层出不穷。

相比原料,咖啡设备大多为欧洲品牌,尤其是意大利咖啡机市场占有率较高,SM、贝泽拉、玛吉斯特、FAEMA等知名品牌悉数亮相,现场更有来自巴西的Lilla及德国的Probat咖啡豆烘焙机。除商用设备外,LAVAZZA、Rialto等品牌也展示了时下最为流行的胶囊咖啡机,让咖啡爱好者在家里也能享受现磨咖啡的美味。

展会现场人流穿梭,场面热烈。该展会除覆盖咖啡行业整个产业链外,规模也进一步扩容到3万平方米。除往届老展商积极参展外,新展商也加入“咖啡秀”,企业数量多达350余家。

咖啡文化创新层出不穷

天气太热,睡眼惺忪、浑身疲惫的你该怎么办?咖啡展上“冰滴”受追捧,瞄准“低热量”人群的黑咖啡、分子饮品、不含酒精的鸡尾酒,各类琳琅满目的时尚饮品吸引了大量观众。

根据主办方的“咖啡大数据”分析显示,95%以上的年轻人都喝过速溶咖啡,但精品咖啡豆,雀巢、Lavazza等品牌的家用胶囊咖啡机等产品同样备受关注。记者看到,雀巢奈斯派索咖啡公司的胶囊咖啡机前围满了前来了解和品尝的观众。奈斯派索咖啡有限公司负责人曹慧告诉记者,胶囊式咖啡机是近年出现的新型咖啡机,定位于家用和办公室用。胶囊式咖啡机比之半自动咖啡机和全自动咖啡机操作大大简化,往往只需一个按钮就可以完成操作。另外,胶囊机因为其独到的工作方式也省却了全自动咖啡机的磨豆等部件,体积更轻巧,成本更低廉。

曹慧表示,胶囊式咖啡机最大的特点是不能磨豆、不能使用咖啡粉进行冲泡,只能使用专门的咖啡胶囊,也因此使它的推广受到极大的限制。尽管如此,人们在家制作意式咖啡的市场需求足以证明,不久的将来,精品咖啡依然会占据大部分咖啡消费市场。

躲进园艺展 感受慢生活

■ 本报记者 胡心媛 谢雷鸣

7月6日至9日,由中展集团主办、北京华港展览有限公司承办的第二届北京国际园艺及家庭装饰展览会(简称园艺展)在京举办。作为国内最具特色的家庭园艺资材展、国内最个性家庭配饰品展以及国内首家提供家庭露天阳台设计展区的国际展会,本届展会为观众提供了园艺产品、家居装饰品、绿植及多肉以及花园商店用品等全方位产品的展示。

园艺展还提供了绿植园艺新的衍生产品与设计平台,开放了加盟区与设计区,吸引了众多专业观众前来参与。展会期间,组委会还通过寓教于乐的活动形式让观众在参观展会的同时学到更多园艺及家庭装饰知识。

传统陶瓷工艺点亮家装业

在偌大的展厅内,各式各样精心设计的日用陶瓷让人应接不暇,这些瓷器不仅造型精美,而且功能多样。

其中,一件由盘子、汤盆、小菜碟、筷子架组合成官帽造型的餐具摆件尤为引人注目。“这一系列很适合都市白领使用,还有情侣款,两套合起来就是一个完整的圆球。”云水窑陶瓷有限公司总经理许庆水现场示范道,这样的组合不仅收纳方便,而且造型美观,既有实用功能,又可做家居摆设,可谓一瓷多用。

除了被大众所知悉的白瓷之外,还有一种小众化“柴烧”的陶瓷器具展台吸引了前来参观观众的眼球。据介绍,现代柴烧并不仅仅像字面上看到的只是“用柴烧制”这么简单,这个概念源于日本的寂侘美学,烧成的器具多用于茶酒具或是室内陈设。因为柴烧出的作品往往平和、自然,可以很好地烘托出宁静平和的雅致氛围,所以已经在日式生活中流行了很长时间。

该展台负责人陈星照告诉记者,柴烧是一种古老的烧制方法,木材是烧窑最主要的燃料,柴窑烧陶

时,完全燃烧的灰烬极轻,随着热气流飘散。当温度高达1200℃以上时,木灰开始熔融,木灰中的铁则使陶坯中的铁形成釉,呈现不同的色彩变化。这种方式形成的釉被称为“自然落灰釉”,乍看不甚起眼,但越看越耐看,是柴烧作品的迷人之处。草木灰算是形成柴烧特色的最大助手,因此在烧制前往窑内放置的材料如土、树枝、花草等等,都是促成柴烧的不定因素。

“功能植物”回归植物本色

展会现场还通过多角平台展示,将“家庭”这一概念进行了延伸扩展,将其重新定义为“家”和“庭”空间的完美结合。同时,一批新锐设计师提供了对室内、阳台、屋顶、庭院空间的改建与设计灵感,令观众享受到网络时代下的植物栽培和家居装饰体验平台。

淡泊宁静、劳逸结合、有张有弛,既是慢生活的真谛,也是园林园



艺的精髓和灵魂。由于多肉植物渐受大众喜爱,组委会还设置了专门的展台。记者走访看到,很多观众捧起展品仔细端详,兴趣盎然,极为兴奋。一些年轻人表示,想将这些可爱的“多肉”摆放到办公场所,增添生活乐趣。

展会现场还开展了手工DIY活动等各种丰富多彩的主题活动,让人们通过自己的思维创意想象,亲身参与到个性家装改造中去。展会的论坛讲堂则让人们认识到家庭园艺植物的作用和价值,懂得怎样享受园艺之美和园艺之妙。

本届展览会规模为4335平方米,共有130家厂商参展,观众数量达1.5万人次。

◆ 信息集结号

“香港设计事情”展在苏州开幕

本报讯 近日,由香港设计总会主办的动态博览会“20……43香港设计事情”在苏州拉开序幕。展会旨在从文化设计的角度表现香港与内地的合作,阐述一些关于现在和将来、成就和愿景的“事”和“情”,从而连接香港和内地、人和城市、设计和企业。

总策展人刘小康介绍,“20……43”这一表述方式是根据香港回归祖国20周年纪念主题“同心创前路,掌握新机遇”设计的。其中,“20”寓意香港回归20周年,“43”代表本次博览会的43个精选设计案例,“20……43”体现了香港与内地之间持续合作的无限可能性。本次博览会将通过串联展览、论坛、创意导赏交流团、工作坊等文化交流活动,诠释“创新”融合“演绎”三个概念。

据介绍,“20……43香港设计事情”展将在苏州、深圳、上海、杭州、武汉五个城市展览,从7月持续到11月。首站苏州共展出22个展品。(孟旭)

山西文博会8月启幕

本报讯 近日,山西省政府新闻办召开新闻发布会,介绍了第三届山西文化产业博览交易会的筹备情况。据悉,第三届山西文化产业博览交易会将于8月24日至8月28日在中国(太原)煤炭交易中心举行,会期5天。

本届文博会将围绕“五个文化”(炎帝农耕文化、尧舜德孝文化、关公忠义文化、能吏廉政文化、晋商诚信文化),搭建由传统到现代的山西文化发展脉络,通过组织优秀文化企业展示山西省文物精品、现代文创产品、原创IP开发、VR虚拟技术等优秀文化产业项目,集中反映山西文化从保护传承走向开放创新的发展历程。本届文博会将加强与观众的交流互动和参与体验,将在展区开展现场寻宝、微信平台评选等形式多样的活动。

(柳飞)

陕汽重卡

德龙新M3000 2017款牵引车

荣于心 耀于质

荣耀动力/荣耀随型/荣耀价值/荣耀服务

驾享极致舒适——四气囊悬置+横向减震器+车门双密封

核心优势

最长10万公里换油周期

同类产品马力最大——430/440PS

行业超宽卧铺——840mm

自重低于8.05吨



陕西重型汽车有限公司
SHAANXI HEAVY DUTY AUTOMOBILE CO., LTD

地址: 西安市经济技术开发区泾渭新城陕汽大道 邮编: 710200
贴心服务热线: 400-8809818 健康热线: 400-8809812

传真: 029-86955000 销售电话: 029-86956769 配件销售电话: 029-86955817/18
招商电话: 029-86956889 陕汽官网: http://www.sxqc.com

