

普洱咖啡：扩大产业生态“朋友圈”

■ 本报记者 兰馨

日前，2020普洱国际精品咖啡博览会系列活动中国咖啡产业创新发展峰会在北京举行。峰会由商务部流通产业促进中心主办、云南国际咖啡交易中心承办、中国咖啡产业联盟（CCIA）和普洱咖啡协会协办。

受新冠肺炎疫情影响，原定每年3月在云南普洱举办的普洱国际精品咖啡博览会（以下简称普洱咖博会）被迫延期举办。为提振行业信心，此次峰会将构建产业扶贫长效机制，促进国内消费，推动云南咖啡走出去。

峰会期间，卢旺达共和国驻华大使与云南国际咖啡交易中心签订了合作备忘录。双方表示，将加快在普洱咖博会方面的经贸合作。

力推云南咖啡走出去

“当前，我国咖啡消费需求日

益旺盛，咖啡市场正处于蓬勃发展的新阶段且潜力巨大。”商务部流通产业促进中心副主任安宝军在会上介绍说，自2018年以来，商务部流通产业促进中心联合普洱市政府举办普洱咖博会，旨在发挥产区优势，推广云南咖啡品牌，促进咖农增收，进一步推动我国咖啡产业高质量发展。

安宝军表示，作为普洱咖博会系列活动之一，此次峰会继续为国内外咖啡行业搭建交流平台，提供创新发展支持。

“普洱加快打造中国最大的咖啡生产基地、亚洲最好的咖啡交易中心。”普洱市副市长、西盟县委书记杨宇表示，在以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局下，普洱将大力推动咖啡产业集群化、链条化、融合化发展，

构建咖啡产品质量全程可追溯体系，将普洱打造成世界优质咖啡豆原料供应基地。

咖啡豆产量排名世界前十

“目前，云南咖啡生产位居世界第9位。”雀巢（中国）咖啡有限公司有关负责人陈晔表示，雀巢在中国创建的高端子品牌“感CAFE”选用的就是云南小粒咖啡豆，年采购量为1万吨。

据云南国际咖啡交易中心总经理舒洋介绍，普洱目前建成了国内第一家为咖啡产品现货交易提供“一站式”交易配套服务的云南国际咖啡交易中心，发布了国内第一个咖啡价格指数—新华云南（普洱）咖啡价格指数，开展了国内第一批政策性咖啡价格保险、种植保险、目标价格保险。

按照“大产业+新主体+新平台”的思路，普洱培育咖啡企业73家、初加工厂584个、专业合作社220个，打造了一批集种植加工、休闲体验、观光旅游为一体的咖啡庄园和优质基地，建成了一批以国家咖啡重点实验室、农业部云南小粒种咖啡良种繁育基地、中国热科院云南分院、普洱市咖啡产品质量监督检验中心为代表的咖啡产品研发机构，构建了一个“优势互补、资源共享、合作共赢”的咖啡产业朋友圈。

咖啡市场增长快速

据外卖平台数据显示，疫情期间，我国咖啡外卖订单业务量同比增长50%，电商平台咖啡搜索热度较同期涨幅超80%，冲泡咖啡线上销售同比增长35%。多渠道数据表

明，我国咖啡消费市场正处于蓬勃发展的新阶段且未来潜力巨大。

“未来3至5年，云南咖啡将迎来难得的发展机遇和空间。”业界人士表示，以中国为核心的亚洲消费市场呈现快速发展趋势，目前全球公认的事实是亚洲将会是全球咖啡市场的核心，这为云南咖啡产业的发展提供了巨大的市场空间。

近年来，传统咖啡产区的哥伦比亚、巴西、肯尼亚、埃塞俄比亚等国，受气候、人工成本、政治环境等因素影响，咖啡豆面临减产、质量不稳定和价格上涨等趋势。近年来国际消费市场对咖啡风味、产品类型等的变化，也导致采购商开始关注以中国为代表的新兴咖啡产区。

上述业内人士表示，随着云南咖啡质量提升，国际社会对云南咖啡的认知度和接受度将不断提升。

第八届矿博会 开启『云』服务综合平台

■ 本报记者 胡心媛

日前，第八届中国（湖南）国际矿物宝石博览会（以下简称矿博会）在湖南郴州举办。矿博会开幕当天，中国（湖南）国际矿物宝石博览会“云”服务综合平台（简称“矿博云”）也同期上线。本届矿博会为期5天，由中国矿业联合会和郴州市发展投资集团有限公司共同主办。

记者了解到，矿博会是经国务院批准在湖南举办的中国唯一矿物宝石展览交易平台，自2015年起，矿博会的举办地永久落户郴州，每届都吸引了国内外许多企业参加，海外参展企业超过30%。

本届矿博会以“神奇的矿品·独特的银”为主题，采取的形式是线上线下融合互动。记者从主办方了解到，为做好今年的矿博会，郴州市努力克服新冠肺炎疫情影响，积极创新举办方式，融合数字经济，借力“矿博云”，赋予矿物宝石新内涵、新文化、新价值，拓展矿物宝石产业发展新机遇、新空间。

“云”游矿博会是本届矿博会最大的亮点。据介绍，线上展依托了“矿博云”平台，通过“5G+3D”全景、VR等新技术打造“虚拟展馆”，等比还原线下展馆，从多角度、立体化展示包括碧玺、菱锰矿、萤石、孔雀石、自然金、文石等极具收藏价值的精品展件。线上展在“矿博云”平台推出VR全景特装展位20个，标准展位500个，精品3D展件60件，上架交易产品5000件。线下展会设在郴州市体育中心的湖南矿物宝石中心博物馆，分为矿物区、宝石区、化石区、精品展示区、科技环幕区、珠宝售卖区等，共有藏品近万件。

记者了解到，线上矿博会吸引了美国时尚、美国阿肯斯通、巴基斯坦文沙矿晶、中国地质博物馆、湖南省地质博物馆、中国观赏石协会、西安仰仰矿晶等20多家知名展商报名参加。记者在线上展馆看到，展品包括世界级的珍稀标本菱锰矿、产自澳大利亚世界最大的欧泊之一蓝欧泊，以及目前最大块的海蓝宝等，郴州当地出产的车轮矿和萤石等各类矿石也引人注目。

“今年的展会，我们以郴州的车轮矿和萤石为主题来打造郴州的精品展示环节。”郴州国际矿物宝石博览有限公司总经理郑建蓉表示，郴州出产的绿色萤石和车轮矿品质上乘，在世界上也有一定名气，希望通过线上线下的展示让更多的人了解郴州的矿产。

福建参展商方先生在接受记者采访时表示，受新冠肺炎疫情的影响，他和他的同行没办法出差，线上线下相结合的这种模式圆了他今年的参展梦。本届矿博会不仅让矿物藏家们看到赏心悦目的矿物标本，还让各类矿物爱好者有了更多的选择。

记者了解到，本届展会除了线下和线上展览，还邀请世界各地的专家学者来郴州分享见解。英国帝国理工学院、伦敦自然历史博物馆、加拿大地质博物馆以及国内自然资源部门、高校的专家学者齐聚郴州，交流对矿物宝石行业的心得体会。



深圳探索电商行业新高度

■ 本报记者 胡心媛

日前，由中国贸促会商业行业委员会、深圳市亚东国际商业有限公司、亿邦动力主办的2020深圳（秋季）电子商务选择展和国际电子商务创新发展峰会（以下简称深圳电商选品展）在深圳国际会展中心（宝安新馆）举办。

本届深圳电商选品展致力于促进中国传统企业的品牌升级和技术飞跃，整合电子商务整个产业链的品牌，通过展会现场的互动营销，探讨跨境电子商务、国内电子商务产业布局、市场变化和智能商业模式的新高度。

记者从展会主办方了解到，本届展会打造了展览、论坛、赛事等多板块内容。作为今年下半年颇具规模的电子商务选择展，本届深圳电商选品展吸引了数百家参展商，汇聚了家居用品、科技电子、宠物与户外运动、母婴用品与玩具、珠宝首饰、节日礼品等八大主流类别。

展会现场专门设立了直播优质评选区，邀请国际电商卖家资源包括电商平台参与。同时，展会深入行业品牌、工厂、电商平台、运营商、支付平台、软件、培训机构、物流企业等跨境电商和国内电商的整个产业链，全面开放各港口，提供一站式电商解决方案。

中国国际商会商业行业商会会长曾亚非表示，2020深圳电商选品展致力于打造电商产业生态圈，利用展会为电商产业赋能，实现展会与电商两大商贸平台的完美对接。展会同期举办了2020国际电子商务创新发展峰会，聚焦国内外电子商务新趋势、新市场、新渠道、新业态，以新的内驱力潜力带动新一轮消费改革。

记者了解到，在此次众多展商中，除了有已经发展得非常好的老牌电商企业，也不乏有很多后起之秀的新电商品牌。

Shopline是一家专为亚洲商家而设的DIY网店平台。“我们提供功能齐全的品牌开店配套服务。”Shopline营销中心总监王艳丽对记者表示，店主不仅可在短时间内获得对应所有流动装置的独立网店，还可以同时拥有专业的订单管理系统、多元化的物流及支付网关、风格多样的店铺设计、在线实时客户服务与数据使用分析等后台管理工具。

王艳丽说，Shopline自2014年创办以来，已经有超过6万来自港台地区、东南亚等地的商家使用。受疫情影响，今年外贸行业出现了订单碎片化、线下渠道乏力和

零售出口挤压空间的局面，独立站已成为跨境电商发展的大势所趋。

“在跨境电商活跃的新趋势下，卖家抓住机遇尤为重要。与此同时，提高服务能力也是卖家不可忽视的一大要点。当前，海外仓爆仓、空运费高涨、海运缺柜及港口堵塞等方面都是跨境电商所面临的物流运力短缺的现状。”跨境电商物流百晓生创始人王永强表示，未来，跨境电商将会出现线上渗透率不断提高、物流运力持续短缺的现象，为此，电商卖家在选择物流商时，须以核心资源、稳定合作及长期导向作为重要参考。

来自全国各地的50支精英团队参加了2020年全国高校商务精英挑战赛“教学杯”决赛。他们模拟跨境电商企业身份，充分发挥专业特长和优势，从产品选择分析、市场开发、平台推广、英文视频等方面进行跨境电商创意策划和精彩展示，策划跨境电商产品选择和运营推广方案。

在业内人士看来，卖家要想在跨境电商的快速发展阶段获得更大的红利，必须紧抓跨境电商的发展机遇，认清跨境电商的发展趋势，从物流、设计、运营和供应链等多个角度实现创新。

信息集结号

河南长葛即将举办 顶墙装饰材料博览会

本报讯 12月26日至28日，由全国工商联家具装饰业商会、长葛市政府主办的2020中国（长葛）顶墙装饰材料博览会将在河南长葛举办。

长葛市大周产业集聚区是以废旧金属的回收、加工、销售为主导的产业，由此形成了再生铝、再生镁合金、再生不锈钢三大产业基地。集聚区已入驻100多家废旧金属回收再生企业。长葛现有铸轧生产线100多条，铸轧铝带年产能80万吨，2019年顶墙集成、全铝整装行业产值高达600亿元，销售额达900亿元，年均增幅超过30%。

当前，长葛铝制天花板行业处于飞速发展的关键阶段，借助原材料优势和区位优势，铝制天花板行业将成为长葛再生循环经济又一张响亮的名片。长葛目前拥有民营企业11932家，其中规模以上工业企业529家，年销售收入亿元以上企业205家、亿元以上企业4家，民营经济占生产总值的比重、对财政和就业的贡献率均达90%以上，是河南省为数不多的劳动力净输入型县（市），外来务工人员近11万人。（张浩）

湖南第十三届农资展 进入倒计时

本报讯 2020中国（湖南）国际农资展览会将于12月25日至26日在长沙举办。大会以“绿色 高效 智能 创新”为主题，由武汉鸿兴展览有限公司承办。

本次展会计划设立八大展区，包括肥料专业展区、农药专业展区、肥料、农药相关机械展区。参展商、参展机构包括农药、肥料管理部门，农技鉴定、推广、监理系统，军队系统使用单位，农垦、农场系统，肥料生产企业、经销企业、农资市场，农药肥料专业合作社、农资社会化服务组织、农资合作组织，专业大户、家庭农场、农民专业合作社、农业产业化龙头企业，农药肥料科研院所、高等学校等。

本届展会特别邀请境外农药肥料组织、农药肥料进出口商、农药肥料制造商、农药肥料经销商等与参展企业当面沟通交流。湖南是我国的农业大省，农业发展具有得天独厚的优势，全省正在积极发展绿色农业。（刘珂）

三亚目的地婚博会开幕

本报讯 12月21日，2020三亚目的地婚礼博览会在三亚举行。本届目的地婚博会设置开幕式、展览展示、2020CWIC中国结婚产业年会、2020全国新娘顾问大赛总决赛、2020中国结婚“金标奖”暨全国新娘顾问大赛颁奖礼等六大活动，以丰富的内容和创新的形式推动海南婚庆旅游产业发展。展会持续至23日。

2020三亚目的地婚博会已连续七年举办，是2020（第二十一届）海南国际旅游岛欢乐节三亚分会的主要活动之一。本届目的地婚博会希望推动海南“旅游+”经济高质量发展，助力海南国际旅游消费中心建设。

2020全国新娘顾问大赛为首次举办，赛事报名征集及初赛已在9月启动，报名人员覆盖了全国26个省份（直辖市、自治区），总决赛将在本届目的地婚博会现场举办。作为本届目的地婚博会的亮点活动之一，2020CWIC中国结婚产业年会邀请500余位相关行业人士到场交流，大家聚焦海南婚庆旅游产业，并为海南婚庆旅游产业发展建言献策。

据悉，本届目的地婚博会提供“一站式”婚礼采购服务，展示内容涵盖婚拍、婚纱、婚礼策划服务、度假酒店等婚庆相关行业。组委会联合“喜小雀”品牌共同推出联名款喜宴伴手礼，这也是目的地婚博会首次推出创意喜宴产品。（李艳玫）



2020外贸优品展在济南举办

最大化发掘内需市场潜力

■ 何进

12月18日至20日，2020外贸优品展览会暨外贸企业走好双循环之路研讨会山东济南国际会展中心举办。

中国贸促会副会长柯良栋、济南市副市长尹清忠、国务院国资委机械工业经济管理研究院院长徐东华、香港贸易发展局山东代表匡春晖出席了开幕式并致辞。

山东省贸促会会长于风贵在开幕式致辞中表示，举办2020外贸优品展，是山东省贸促系统贯彻党中央构建双循环新发展格局的重大决策，落实山东省委省政府工作部署的具体举措。

于风贵透露，此次办展的目的主要有三个，一是助力外贸企业在国内树立品牌形象，二是拓展外贸企业国内经销渠道，三是把真正优质的外贸商品带给广大观众，提振国内消费。

开幕式结束后，经济建设专家及政府、企业代表就双循环新发展格局下，外贸经济如何科学有效展开进行研讨对话。徐东华、中粮屯河番茄有限公司大区经理宗国强、中国工业经

济联合会专务刘欢、印度工商联合会执行董事阿都尔·达拉果地分别围绕“双循环经济格局对高端装备产业的影响”“利用好两个资源，做好两个市场”“适度把握，稳重应对，可持续发展”“双循环带来的多种益处”发表演讲，使观众受到一定启发。

刘欢认为，本届外贸优品展通过“以展促销、以会营商”的创新模式，将有效解决外贸内销行业资源对接问题，有助于外贸企业走好“双循环”发展道路，在重塑企业品牌形象的同时，最大化发掘内需市场潜力，为外贸企业开拓更多元、更务实、更便捷的产品营销渠道。

本届外贸优品展以“外贸优品品质生活”为主题，由山东省贸促会主办、山东国际商会承办，山东省16市贸促会联合承办。

记者了解到，参展参会企业共计500余家，展会规模达15000平方米，划分了生活日用商品、名优食品、颐养健康、服装服饰、进口商品、知名企业及跨境电商等六大展区，涵盖服装、食品、美妆、电子、母婴、

宠物用品等品类。

绿地（济南）全球商品贸易港作为组展商，共计展出了美洲、比利时、法国、日本、韩国等数十个主要进口国，以及伊朗工艺品、土耳其彩瓷、蒙古羊绒制品、阿塞拜疆红酒、哥伦比亚永生花等百余种商品。

在知名企业发展区，一家智慧移动能力公司凭借色彩缤纷的智能电动车，可以智联互动的平衡车等产品吸引了众多观众。该公司现场负责人介绍说，现阶段，该公司实行国内国外双向发展模式，在拉动内需的同时，增加国外的销售渠道。

除了耳熟能详的大型企业，一些定位于中国制造的优质代工厂产品也出现在展会上。这些企业将国外市场的优质产品带回中国，并努力将代工厂的小众自主品牌扶持成大众品牌，让更多国内消费者了解并接受这些精品。

一家宠物用品公司现场负责人王峰透露，该公司正在依靠国际品质的产品着力打造自主品牌。王峰说，公司以前主要出口德

国、英国等欧洲国家，生产方式主要是贴牌加工，今年受疫情影响，产值较去年有所下降。

“这次到展会上来，主要是寻求内销合作机会。这两年，国内的宠物市场也在壮大。”王峰说，希望以后也能推广自己的品牌。

阿里1688展区参展的工作人员介绍说，来参加此次展会一方面是为了吸引国内经销商，另一方面，