

“云南小红罐”为什么红

本报实习生 马艺菲 龚澄靖 本报记者 刘子语



随着咖啡文化和咖啡市场不断成长壮大，云南咖啡受到了更多咖啡爱好者的青睐。

2月21日，肯德基以云南保山小粒咖啡为原料的“云南小红罐”闪冲咖啡在昆明首发。“云南小红罐”的“红”，既体现在产品的新鲜创意，

更展现出云南咖啡推进品牌建设的探索与实践。

“云南小红罐”咖啡与彝族刺绣“小红罐潮包”

在传承中发展

“云南小红罐”闪冲咖啡以保山小粒咖啡为原料，采用中深烘焙和冻干技术加工，保留保山咖啡原有风味的时候，又便于携带、易于冲泡。

作为“云南小红罐”的咖啡豆供应方，联兴热带作物开发(云南)有限公司(以下简称“联兴公司”)董事长曹存礼介绍，前期，肯德基到保山进行了实地考察，联兴公司的咖啡豆在色香味等各方面得到了很高的评价。这次与肯德基联手，对提升保山咖啡

的知名度、产量和质量，都将有促进作用。

和肯德基合作是曹存礼为保山咖啡开拓市场的一次新尝试。曹存礼和咖啡打交道已有几十年。他的父亲曾在中国台湾地区种植咖啡，受父亲影响，他也进入了咖啡行业。2001年，曹存礼响应云南招商投资的政策，从台湾来到保山投资建厂。如今，虽然曹存礼已经年逾古稀，每到咖啡季，他还是习惯到保山的

咖啡基地看看。

曹存礼说，在云南投资的这些年，他们积极引进先进的设备和技术，着重提升咖啡品质，也让更多的国外客户了解了云南咖啡。希望保山咖啡朝着精致、高档、生态的方向发展。目前，联兴公司正在拓展高品质有机生产基地，同时引导合作农户提高种植标准和规范。原来农户会觉得要达到种植标准很麻烦，不愿意做，现在，通过实践以及市场销售的反馈，大家增强了品质意识。

> 观察

让云南咖啡更亮眼

肯德基推出了“云南小红罐”咖啡，与新产品同样亮眼的，是“云南咖啡”这个标签。

云南是中国的咖啡主产区。海拔高、纬度低、日照充足等自然条件，造就了云南咖啡的独特风味。但“云南咖啡的困境”却在业内不断被提及。

从产业链看，过去，云南咖啡主要以原料的方式供应给国内外厂商，云南本土咖啡品牌市场占有率不高，许多消费者即便喝到云南咖啡也不知道。咖啡产业链条较长，原料的价值在一杯咖啡中占比极低，“遍身罗绮者，不是养蚕人”，云南咖农在整个产业链的价值分享中处于被动和劣势地位。从生产环节来看，过去很长一段时间，由于缺乏现代生产理念和技术，咖啡种植、采摘、加工方式粗放，第一产业产出质量不稳定，二三产业也延伸不足，经济效益低。

可喜的是，随着消费市场倒逼和从业者意识觉醒，云南咖啡正逐步摆脱过去的模式。正如在采访中政府部门和企业代表谈到的，最开始推广新的种植技术和规范时，经常发生技术人员刚做完培训，咖农回到家便把这些技术、规范扔在一边的情况。但如今，许多咖农积极主动地提高标准，规范生产过程。电商让生产端可以直接对接到消费者，也刺激了产业升级，种植、生产、电商销售、旅游体验相互融合，帮助咖农分享到产业链中的更多价值。

重塑产业链让咖农、咖企直呼“真香”，市场、消费者也对云南咖啡的“香”有越来越深的感受。如今，无论是雀巢、星巴克、肯德基这样的国际品牌还是“三顿半”“邮局咖啡”等年轻人喜爱的潮流品牌，都在与云南探索更新颖的合作模式。云南本土咖啡品牌销量、影响力提高，“云咖”与文创、非遗“跨界”结合，为消费者带来更多惊喜。

市场对云南咖啡的热情已经被点燃，更加考验云南咖啡在产品研发、供应链、营销推广等方面的“内功”。大力发展咖啡精深加工，推动一二三产业融合发展，将产业发展延伸到高附加值领域。

刘子语

做精产品做响品牌

独特的地形和气候使得保山成为中国最优质的咖啡产区之一。这里种植的小粒咖啡颗粒小而匀称，味道醇香浓郁。

保山市商务局副局长赵兴芳说，此次合作，保山小粒咖啡将依托肯德基品牌影响力和遍布全国的门店网络资源优势，提升销量和产业知名度，让咖农、生产企业、销售企业都有收获。过去云南咖啡原料供给的模式，咖农收入低，产业无

法可持续发展。近年来，保山以提升咖啡品质和精深加工为方向，线上线下融合助推产业升级。除了在淘宝、天猫、京东、拼多多、抖音等平台进行营销，当地咖企也发挥积极性，依托电商渠道探索订单式生产的模式，出现了不少在市场上叫得响、卖得好的本土品牌。

据了解，保山咖啡产业发展的重点将继续放在“精品”上，生产精品豆，进

行高标准加工，做出更多深加工产品。同时，打造咖啡电商产业园，构建全产业链体系，引进高端企业和人才，继续借助国际化、连锁品牌提升影响力。此外，保山咖啡将追求产业集聚发展，并融合旅游等产业，让更多人了解咖啡怎么样从一粒咖啡变成一杯咖啡，体验咖啡采摘、制作、品饮等过程，感受保山独特的咖啡文化。

以创意展个性添新意

好成绩，宣传了云南咖啡。

作为一个经验丰富的从业者，潘玮对于云南咖啡的发展有自己的见解。他说，这两年云南咖啡越来越红，这是消费者对云南咖啡品质的肯定，也代表着年轻人对中国咖啡的认同。这次准备的“花式云南”饮品，也是希望呈现出云南咖啡的不同面，满足消费者对咖啡饮品

的多样性和个性化需求。“云南咖啡自身优良的品质，辅以先进的萃取冻干技术，口味得到丰富，云南咖啡的形象也可以得到提升。”潘玮充满期待地说，云南咖啡与像肯德基这样的平台合作，将进一步拓展国内市场，也会让越来越多业内人士和消费者将更多目光聚焦于云南咖啡。

出得去回得来

云南咖啡不断“走出去”，也让效益“走回来”。此次，非物质文化遗产彝族刺绣传承人、云南纳喜文化创意开发有限公司执行董事樊志勇与肯德基合作，以彝族刺绣“小红罐潮包”作为民族特色周边产品与“云南小红罐”一同售卖，支持非遗传承和当地百姓生活品质提升。

“小红罐”当红不让”的口号和我们彝族人民热情似火的精神十分契合。”樊志勇说，红色是彝族人民特别喜欢的颜色，这次与肯德基的合作产品“小红罐潮包”采用了红色马缨花花纹，这个花纹象征着坚强、勇敢的精神。樊志勇说，红色马缨花的元素加入到产品当中，正呼应了年轻人张扬个性、勇敢呈现真我的性格特点。

15年前，樊志勇大学毕业回到家乡楚雄创业，致力于彝族非遗文创开发，找到传统文化和现代生活的结合一直是她努力的方向。她说，团队里的设计师会到山野间生活，找寻灵感和

故事，再体现到产品上。对于当地的绣娘，他们则会进行技术和商业理念方面的培训。

樊志勇说，这次与肯德基合作是一次时尚、跳脱、好玩的新尝试。近年来，除了与餐饮品牌合作，他们还与家居、游戏等领域实现“破次元壁”的合作，并把彝族带到了纽约时装周，不断探索彝绣的更多可能性。樊志勇希望通过产业发展，帮助更多绣娘提升自我，共同传承彝绣文化，为乡村振兴赋能。

第三届大益国际文学写作营在昆开幕

本报讯(记者 李玲) 日前，大益文学院开办的第三届大益国际(拉美)文学写作营在昆明开幕。本次为期两天的写作营以“疫情影响下的文学写作”为主题，通过线上线下相结合的方式举行。

今年大益文学聚焦拉美地区，探寻拉美文学大爆发作为当下写作带来的启迪。大益文学院院长陈鹏表示：“举办本届写作营是希望将过去和现在的拉美文学和拉美作家再次推入中国文学现场，推到中国作家面前，深度探讨当今拉美文学与中国文学的关系，思考中国作家还能从丰厚的拉美文学身上汲取什么样的营养，产出什么样的文学作品。”在当天的作家对谈环节，诗人、小说作者巫昂表示，拉美本土诞生的充满生机、活力、想象力的魔幻现实主义作品，可为中国文学提供精神、技法、思维模式的补给。诗人、小说作家何小竹则认为自己从拉美文学看到新的写作方式。

本次活动由大益文学院、智利聂鲁达基金会、中国作家协会、昆明作家协会联合主办。此次写作营还邀请了帕丽斯·哈切、塔米姆·毛林、里卡多·苏马拉维亚、胡里安·赫伯特4位杰出的拉美作家，以及学群、杨葵、巫昂、何小竹4位优秀的中国作家共同参与。

故事

日销3000斤 伍扬杰把云南香水菠萝卖到全国

3月，云南香水菠萝陆续成熟，水果供应商好味道果业老板伍扬杰也忙碌了起来。

“今年我从3月8日开始收购云南香水菠萝，采收期大约可以持续到4月初。目前市场相对稳定，每斤菠萝的收购价格约在1元左右。”刚采购结束的伍扬杰说。

伍扬杰是湖南人，3年前，他还是一个普普通通的上班族。“我发现云南水果种类多，采收周期长，就选择来这边做水果供应商。”就这样，伍扬杰定居云南省红河哈尼族彝族自治州屏边苗族自治县，在这里开启了自己的“云果梦”。

“我们将供应信息发布出去，有购买需求的顾客找我们下订单，我们就根据订单量到果园里收购产品，然后发货。”伍扬杰介绍，经过3年的摸索，目前长期与好味道果业合作的商家约有20家至30家，他们大多是网店店主。同时，好味道果业

也实现了头天收到订单，第二天就能从产地发货。红河土壤肥沃，气候炎热，非常适宜菠萝生长，这里种植的菠萝味甜汁多、香气怡人，加之菠萝比其他地方成熟得早，根本不愁销路。现在，进入成熟期的香水菠萝，伍扬杰日均能销售3000斤。

除了菠萝，在伍扬杰的小店里，还供应云南红心木瓜。“云南是红心木瓜的优质产地之一，云南种植的红心木瓜不仅品质好，还能实现全年稳定供应。”伍扬杰说。

“菠萝酸甜适中，香味浓郁，值得购买。”“木瓜很好吃，物有所值。”“与描述一致，质量好，会回购。”凭借良好的信誉和口碑，好味道果业收获了大量好评。同时，好味道果业也凭借稳定的采收量、合理的采购价格，与超百家人水果种植户达成采收合作。

本报记者 姚程程



开放快报

云南蓝莓拓展国际市场



海关关员在蓝莓种植基地调研有害生物监测与防控
本报通讯员 何晓晗 摄

本报讯(记者 刘子语 通讯员 何晓晗) 近日，一批产自红河哈尼族彝族自治州蒙自市的蓝莓经蒙自海关检验检疫合格，通过海运出口到新加坡。这批蓝莓重4.7吨、货值5.3万美元，是今年红河州首批出口的蓝莓。

随着产业规模提升，不少红河企业希望扩大蓝莓销路，拓展国际市场。蒙自海关在日常调研中了解到企业出口需求后，积极指导企业开展出境水果果园和包装厂注册登记，并发挥专业优势，从农产品质量体系建

设、出口产品质量控制、出口国检验检疫标准等方面进行详细指导。“通过在属地申报，我们对照出口国家或地区检疫要求，提前为出口蓝莓进行把关，确保蓝莓顺利进入海外市场。”蒙自海关监管科科长罗艳飞介绍。由于蓝莓鲜果存储时间短，对通关和物流时限要求较高，蒙自海关组建了“促进外贸稳增长突击队”，指导企业运用单一窗口平台进行申报，为出口蓝莓开通快车道，做到随报随检，快速通关。

云南绿色食品香港市场受欢迎

本报讯(记者 刘子语 通讯员 郝晋伟 姜涛) 今年以来，截至3月7日，昆明海关共监管供香港蔬菜1.81万吨、贸易额2.71亿元，供港肉类0.21万吨、贸易额1.04亿元。云南出产的青绿南瓜、奶油小白菜、水果甘蓝和黑山羊、乌金猪等高原绿色农产品备受香港市场青睐。

为助推云南绿色食品进入香港市场，昆明海关引导企业从引种、育种到种植、养殖再到加工、包装，全周期全链

条规范生产；通过召开企业座谈会、主动上门指导等方式帮助企业完善内部管理制度，提高质量管控水平。昆明海关帮助企业健全食品安全监测网络，建立企业自检自控、海关查验监管、专项核查指导的“三合一”监管模式，强化源头管控和企业主体责任。此外，还为供港绿色食品开辟了绿色通道，依托海关实验室，实现随到随检、专车送样、优先检测，在保障安全的前提下持续加快通关放行速度。

滇缅代表建言有序恢复边境口岸通道物流

本报讯(记者 张莹琳) 3月10日，由昆明南亚东南亚国际物流研究院和缅甸国际货运代理协会共同主办的“恢复中缅边境口岸通道物流技术方案及政策商讨研讨会”在线上举行。

来自德宏傣族景颇族自治州、保山市、临沧市和缅甸木姐边贸商会、缅甸道路运输协会、缅甸集装箱拖车协会、缅甸友谊公司、缅甸南亚未来集团等中缅有关方面的代表相聚云端，共同参会。双方代表围绕疫情防

控、边贸通关等方面内容，就后疫情时期有序恢复中缅边境口岸通道物流技术方案和政策进行研讨。“疫情下，智慧口岸建设有利于促进中缅边贸稳定发展。”昆明南亚东南亚国际物流研究院院长刘金鑫重点向缅甸与会代表分享了云南省智慧口岸建设的新进展。“通过此次研讨会，我希望与中方企业、协会保持常态化沟通。”缅甸国际货运代理协会会长艾文博士表达了自己的期待。

中国(云南)自贸试验区技术性贸易措施研究评议基地在昆揭牌

本报讯(记者 韩成圆) 近日，中国(云南)自由贸易试验区技术性贸易措施研究评议基地在昆明揭牌。

揭牌仪式上，云南省商务厅、昆明海关签署《云南省商务厅昆明海关关于共同推进面向南亚东南亚辐射中心建设战略合作协议》和《中国(云南)自由贸易试验区技术性贸易措施研究评议基地共建协议》。

此次合作共建是省商务厅、昆明海关持续深化落实稳外贸稳外资相

关工作的创新举措，旨在助力构建新发展格局。通过开展国外技术性贸易措施信息收集、分析研判及合规应对等工作，持续提升对外贸易便利化水平，参与共建“一带一路”，服务辐射中心建设。同时，发挥技术性贸易措施倒逼作用推动相关产业转型升级，提高产品技术性贸易措施研究、应用水平，培育新形势下参与国际合作和竞争新优势，帮助企业有效破解国外技术性贸易措施壁垒，促进云南省相关产业健康发展。

异域风情

缅甸人力三轮车夫吴奥通



吴奥通

在缅甸仰光、曼德勒等城市的大街小巷，到处都可以看到来回穿梭的人力三轮车。孩子去上学、妇女去买菜、老人去看病……人们的生活都离不开人力三轮车，一大批车夫也靠它辛苦地谋生。

年近四十的吴奥通就是这些车夫中的一员。每天太阳升起，他从家门口蹬上车，便开启了一天的生活。每天出车途中，吴奥通的目光总在路边的花摊上搜索，寻找当天最心仪的那枝花。“我喜欢颜色亮丽的花，只要有红玫瑰，我每次都会买它。”

插好花后，吴奥通又按着响亮的铃铛，一路前行，去招揽生意。在所有客人中，有一位在当地工作会说缅甸语的中国青年最让他印象深刻。“他每次坐车，我

们都会聊天。”吴奥通回忆道，有一次，这位中国青年向他提问，为什么每天都在车头插一枝花？“我希望自己和乘客平平安安，生意红红火火。”吴奥通回答道，这是缅甸民众的传统习俗，大家总爱在大巴车、出租车、人力三轮车上挂上一串花或者插一枝花，表达着自己的美好愿望。

“不同于其他东南亚国家，我们的人力三轮车有着浓郁的缅甸特色。”走到车后，吴奥通指着后座介绍，这样设计的话，每辆车可以载客两名。一个乘客坐前面，另外一个乘客背对背地坐后面，这样可以有效地防止翻车。再转到车头，插在车头的鲜花仿佛也讲述着吴奥通对生活的热情和美好向往。 本报记者 张莹琳 文图 本版图片除署名外均为供图