

关注第二届进博会

进博会成“无肉不欢”一族心头好

□□ 本报记者 吕珂昕 李慧斌

中国国际进口博览会，这一世界上首个以进口为主题的国家级博览会，正在成为各国肉类企业抢滩中国市场的“兵家必争之地”。走进第二届进博会食品及农产品展区，阿根廷的牛肉、新西兰的羊肉、德国的猪肉、西班牙的火腿纷纷亮相，并使出身解数，吸引参展客商与观众的注意力，希望能够成为他们的“心头肉”。

随着大厨轻巧的翻动，滋滋流汁的羊排散发出诱人肉香，引得众人食指大动。羊排还没有煎好，爱吃肉的参展客商与观众就早已排起了“长龙”。在新西兰银蕨农场展台前，记者看到了来自新西兰的丰富多样的牛肉、羊肉、鹿肉以及其他肉类制品。

据了解，目前，银蕨农场已经在中国建立了外商独资企业。“中国消费者享用我们美味的牛肉和羊肉有20多年了，尤其在过去12个月，中国消费者对我们产品的需求快速增长。我们看到，有更多的中国消费者和厨师对银蕨农场高端珍藏级别牛肉系列的肯定和喜爱。中国现

已成为我们全球最大的珍藏级别牛肉消费市场。”银蕨农场首席执行官西蒙·林默说。

第二届进博会上，阿根廷展区特别引人注目，不仅因为这个国家占有3个展位，带来了中国老百姓熟悉的足球、探戈舞和葡萄酒，还因为阿根廷今年带来了20家最强实力的牛肉出口企业，为推动牛肉在中国的销售开启“团队作战”模式。

近两年内，阿根廷牛肉输华表现异常抢眼，相比澳大利亚、巴西等国家，可以算是牛肉输华的“后起之秀”。2019年9月19日，官方消息发布称，阿根廷已新增8家牛肉输华准入工厂。至此，阿根廷牛肉输华准入工厂已累计增至35家。

“昨天有家企业告诉我，他们的牛肉已经卖光了！进博会引爆了阿根廷的牛肉销售。”阿根廷驻沪总领事馆领事罗艾缇说，今年是阿根廷第二年参加进博会，展区面积扩大了一倍，特别是牛肉展区，面积扩大了，洽谈也异常火爆，“采购商们都跟我说，简直不敢相信，没有见过这么大规模的采购。”

据介绍，截至今年9月底，阿根廷共向中国出口了近28万吨牛肉。目前，中

国是阿根廷牛肉最大的出口市场。因为进博会的火爆，阿根廷牛肉出口商信心满满，认为今年出口中国的牛肉总量可达到40万吨，进而成为中国第一大牛肉进口来源国。

“法国、乌拉圭、澳大利亚等国的牛肉质量都很高，在中国市场上的竞争力也很强。但是我们也拥有我们的秘诀。”阿根廷牛肉协会代表马利亚诺介绍，阿根廷牛肉具有口感鲜嫩多汁、肉质结实、脂肪含量少的特点，同时，种群种类多、价格适中，产品本身具有很强的竞争力和可选择性。另外，阿根廷还有中国人很熟悉的足球，通过文化的纽带两国人民不断拉近距离，增进了解，“中国消费者了解我们的文化，他们就更愿意接受我们的牛肉。”

欧洲是全球第二大猪肉生产和第一大猪肉出口地区。丹麦皇冠集团作为欧洲第一大猪肉生产商和全球第一大猪肉出口商，从养殖、屠宰、加工到销售，覆盖全产业链，每年屠宰生猪超过2000万头，其产品出口到全球100多个国家。在今年的进博会上，中粮集团与丹麦皇冠集团签订猪肉采购意向协议，将欧洲优质猪肉引入中国，补充我国肉类消费缺口。

与新西兰羊肉、阿根廷牛肉一样受到中国“吃货”热切关注的还有西班牙的伊比利亚火腿。

在首届进博会上，500公斤西班牙伊比利亚火腿全部售罄，创下了肉类销售

的订单奇迹。今年，这款最火的“试吃品”又来到进博会现场，多家西班牙火腿品牌经过升级，带来了更多种类的西班牙伊比利亚火腿。进博会期间，前来试吃和洽谈的客商让西班牙火腿展区门庭若市。

我国已经成为世界上肉类生产、消费和贸易第一大国。据国家统计局公报，2018年我国肉类总产量达8631万吨，其中猪肉产量5404万吨、牛肉产量644万吨、羊肉产量475万吨、禽肉产量1994万吨。然而，当前产量仍然无法满足国内不断增长的消费需求，海外采购成为重要补充方式之一。据国家海关总署公布的数据显示，2018年全国进口肉类400.79万吨，其中，猪肉213.95万吨、牛肉106.27万吨、羊肉30.49万吨、鸡肉50.08万吨。

“目前我国人均肉类消费量仍较低，以牛肉为例，人均年消费仅6公斤左右，而世界人均年消费超过8公斤，世界其他牛肉主产国人均牛肉消费均超过30公斤，肉类进口发展潜力仍较大。”第二届进博会配套活动“第十届中国国际肉类大会”上，商务部市场运行和消费促进司副司长王斌表示。

未来，随着进博会的推动，中国市场的大门将越开越大，相信会有更多来自全球的肉类企业为中国消费者所熟知，并与中国企业一起，为满足中国“无肉不欢”群众的味蕾而携手合作。

雀巢汇聚近200种产品亮相进博会

本报讯(记者 李慧斌)从跨越三大品牌的咖啡系列到个性化的全线母婴营养品阵容，从宠物食品到健康科学系列产品，雀巢集团汇聚瑞士、荷兰、英国、德国等全球15个国家的近200种畅销产品亮相第二届进口博览会，其中有16款产品属首次亮相中国市场，为消费者带来了一场精彩纷呈的跨国美味体验。

“雀巢以营养为核心，致力于使产品组合更美味、更健康，以实现‘提升生活

品质，贡献于更健康的未来’的目标。”雀巢大中华区董事长兼首席执行官罗士德表示，作为最早一批进入中国市场的外资企业之一，雀巢期待通过进口博览会，展示全球的营养健康美食，为中国消费者带来更多更好的营养健康解决方案。

本次雀巢展出主题为“优质食品，美好生活”，展出产品覆盖从婴儿到成人、从个体到家庭、从人到宠物等各类消费群体。



西班牙米其林星级大厨展示专业的火腿切片。

本报记者 吕珂昕 摄

壮丽70年·奋斗新时代——新中国峥嵘岁月

加入世界贸易组织

2001年11月10日，在卡塔尔多哈举行的世界贸易组织(WTO)第四届部长级会议通过了中国加入世界贸易组织法律文件，标志着我国终于成为世界贸易组织新成员，我国对外开放事业进入一个新的阶段。

1986年7月10日，中国正式提出关于恢复在关贸总协定缔约国地位的申请。1995年，世贸组织取代关贸总协定，中国复关谈判也转为入世谈判。1997年8月，中国与新西兰签署了世贸组织市场准入谈判的双边协议，新西兰成为第一个与中国结束双边谈判的西方国家。1999年11月，中美两国就中国加入世贸组织问题达成双边协议，这是中国进入WTO的关键性一步。2000年5月，中国与欧盟就中国加入世贸组织问题达成双边协议。2001年9月，中国与墨西哥结束

了关于中国加入世贸组织的双边谈判，至此全部完成了与世贸组织成员的双边市场准入谈判。

2001年11月10日，在卡塔尔多哈举行的世界贸易组织第四届部长级会议通过了中国加入世贸组织的法律文件，标志着经过15年的艰苦努力，中国终于成为世贸组织新成员。同年12月11日，我国正式加入世界贸易组织，成为其第143个成员。

加入世贸组织，充分展示了我国顺应经济全球化潮流，主动参与国际竞争与合作的积极姿态。加入世贸组织，为我国赢得了更加良好的国际环境，有力地促进了对外开放，促进了经济体制改革和经济结构的战略性调整，有利于增强我国经济发展活力和国际竞争力，总体上符合我国的利益需要。

新华社北京11月8日电

江苏射阳经济开发区陈洋街道：

农民画板上“绘”出创业增收路

本报讯(李达 记者 陈兵 李文博)“这支笔是勾线用的，这支笔是渲染用的……”20分钟左右时间，一幅以庆丰收为主题的画稿已初步完成，人物、场景惟妙惟肖。作画者顾乃秀是江苏射阳经济开发区陈洋街道的一位60岁普通农民，过去连画笔都没摸过的她，通过长期的农民画创作培训，现已成为地方小有名气的“高产画家”。

陈洋街道2016年6月23日遭受了有史以来最大的龙卷风冰雹袭击，村庄房屋损失严重。为了帮助受灾农民重拾信心，拓宽创业增收渠道，陈洋街道响应江苏省“双新双创”号召，联合盐城富成农业科技有限公司，以省非物质文化遗产农民画项目为载体，积极打造陈洋农民画特色文化创业街。

陈洋街道办事处副主任吴朝军说，发展农民画产业离不开广泛的群众基础和技术支撑，对此，街道和公司实施了一系列扶持措施，包括专门聘请农民画非遗传承人王复军长期进驻创业街，和多名美术专业人士一起，手把手教农民画画，两年多来已

组织培训班22期，培训农民3000多人次，其中培训低收入农户1000多人次、待业妇女1200多人次。目前，全街道已带动数百个农民从事农民画创作及其衍生产业。

经过培训的陈洋“农民画家们”已创作近千幅内涵丰富、乡土气息浓郁的农民画作品，先后参加了全国“二十四节气”农民画展、“中国精神·中国梦”全国农民画展、全国首届廉政农民画展等多个全国性农民画展，获奖作品16幅，其中金奖作品1幅。

促进市场化、延伸产业链是陈洋街道发展农民画产业的追求目标。近年来，街道深入挖掘农民画市场潜力，将农民画文化价值转化为商业价值，注册了“大爱陈洋”品牌商标，所有农民画均进行版权申报，先后开发了书签、水杯、背包、靠垫、丝巾、被套、服装、办公用品以及公益广告等多种文创衍生产品，实现了概念、订单、创作、生产等线上线下一条龙服务。2018年，陈洋农民画及衍生产品实现销售收入100多万元。

四川眉山：千年传承“泡”就百亿舌尖产业

四川省眉山市，千年的历史积淀，不仅孕育出苏洵、苏轼、苏辙等一大批具有影响力的文化名人，还孕育出了一种传承千年、香飘世界的奇妙美食——东坡泡菜。从古至今，东坡故里，几乎家家户户，都能制作美味的泡菜。

一碟下饭小泡菜，究竟有多大潜力？眉山干成了46万亩标准化泡菜原料基地、几十家规模以上泡菜企业、180亿元的泡菜年销售收入，泡菜市场份额占全国1/3、全省1/2以上，一个聚集上下游龙头企业，汇集加工、包装、冷链、物流的泡菜产业集群已经形成。

11月13日至17日，第十七届中国食品安全年会暨第十一届中国泡菜食品国际博览会(以下简称“食安年会暨泡博会”)将在眉山市举行。作为全国规模最大、规格最高的泡菜食品专业性展会，东道主眉山市将通过此次盛会，再次展示泡菜产业发展的速度、力度和热度，让“中国泡菜看四川，四川泡菜看眉山”成为所有人的共识，让全国乃至全球顶尖的泡菜技术、产业、人才在这里荟萃、竞相追逐。

更专业，小泡菜成就大产业

本届食安年会暨泡博会展馆总面积约3万平方米。展馆所在的中国泡菜城规划面积13.61平方公里。虽然是座小城，却是一个集泡菜原材料种植、加工生产、产品研发、商品销售、文化体验为一体的二三产互动的综合型产业景区。

2017年，中国泡菜城成功创4A级景区，成为中国泡菜美食文化休闲旅游目的地；2018年，位于中国泡菜城内的眉山会展中心落成投入使用，彻底结束了历届眉山泡菜展示展销无固定场所的历史，对眉山泡菜产业走向世界，助推眉山经济、文化、体育和

扩大对外开放再上新台阶起到重要支撑作用。2018年底，以“中国泡菜城”为核心的产业园区成功创建首批“国家现代农业产业园”。

中国泡菜城不断升级的背后，是眉山泡菜产业的不断做大做强。10年来，每一届泡菜博览会都能看到眉山泡菜产业的变化。2009年，眉山市专门出台《强力推进泡菜产业发展的决定》，成立东坡泡菜产业推进领导小组，先后设立市泡菜产业推进办公室、中国泡菜城管理委员会；2010年，眉山市东坡区正式成立泡菜产业局，集中力量推进产业发展；2012年7月，我国目前唯一以泡菜为主题的专业性博物馆——中国泡菜博物馆正式开馆，成为眉山新地标；2013年，眉山市“东坡泡菜”产业销售收入达104.92亿元，成为全国第一个泡菜产业销售收入突破百亿元的城市；2014年，眉山成为中国泡菜展销会永久举办地；2016年，眉山建成全国第一个泡菜检测中心……

如今，眉山全市共有标准化泡菜原料基地46万亩，泡菜企业64家，其中国产级龙头企业3家，亿元以上企业12家，聚集上下游龙头企业，形成泡菜加工与包装、冷链、物流产业集群，实现泡菜销售收入181.5亿元，预计2019年将突破200亿元。

更国际，领头泡出“世界味”

走出去海阔天空，请进来如虎添翼。第十七届中国食品安全年会暨第十一届中国泡菜食品国际博览会吸引天下宾客，300多家泡菜食品企业集中展销，境外参展企业占参展企业的20%左右，国际化程度大大提升。

从寻常百姓餐桌上走出来的眉山“东坡泡菜”，穿越历史时空，见证沧海桑田，散发出悠远的清香和光芒。1991年，东坡泡菜首次走出国门，成为眉山连

接世界的桥梁之一。随着改革开放的不断深入以及跨地区、跨国经贸往来的常态化，眉山开始抢滩海外市场，越来越多的泡菜企业开始走出去。

“东坡泡菜”李记酸菜鱼调料产销量居全国之首，李记“乐宝”已成为中国调味品市场的知名品牌。2015年，李记集团首次走出国门，在美国纽约成立分公司，2016年又在洛杉矶成立分公司，直接对接美国市场，同时辐射北美、南美、欧洲市场，让以东坡泡菜为主的眉山味道走上国际餐桌。吉香居携手韩国最大食品集团希杰(CJ)集团，成立合资公司，在泡菜市场上双方由竞争对手变成合作伙伴。韩方对东坡泡菜进行技术指导和市场营销策划，帮助拓展东亚市场，双方共赢。

2018年，眉山市开始启动实施“味在眉山·香飘世界”行动计划，推进外向拓展，构建海外营销网络。眉山成功申报国家外贸转型升级基地，吉香居、川南、李记等本土公司成为全国首批自营进出口贸易泡菜企业。眉山泡菜跨出国门，远销100多个国家和地区，境外销售收入超2亿元。

更健康，用科技改造传统工艺

从2013年开始，为了从源头上建立起泡菜产业的标准化机制，东坡泡菜产业带动全区15.5万农户统一种植原料蔬菜，在源头对泡菜品质进行管控。凭借着原产地的规模化形成，全国首个泡菜检测中心、全国首个泡菜产业技术研究院先后在眉山成立，标志着眉山泡菜产业从规模扩张的粗放式发展走上科技创新驱动的集约式发展道路。

2016年5月，由四川省吉香居食品有限公司、四川东坡中国泡菜产业技术研究院联合申报的“基于泡菜优势微生物及其生物反应器连续自控技术示



四川省眉山泡菜产品展示

范”项目顺利通过了省级科技成果鉴定，并获得四川省科技进步一等奖。经过吉香居公司的应用显示，与传统发酵工艺相比，该技术可使泡菜发酵周期缩短80%左右，用盐量减少40%-75%。既提高了生产效率，又避免了传统生产工艺高盐废水多、处理成本高的问题，突破了四川传统泡菜工艺大规模、高产量工业化生产的技术瓶颈。

此外，眉山在全国率先制定第一个泡菜行业标

准，主导制定《泡菜(盐渍发酵蔬菜)规范和试验方法》国际标准，多项科研成果填补国内外空白，领先国际水平。

业内人士表示，中国食品安全年会连续两届在东坡故里四川眉山举办，与中国泡菜食品国际博览会牵手，这是对“东坡泡菜”品质的绝对认可，更是对眉山坚持“民以食为天，食以安为先”做法的高度肯定。(文图由眉山市委外宣办提供)



四川省眉山市城区鸟瞰图