

我国市场为智利车厘子产业注入重要信心

智利马乌莱大区库里科省的一处车厘子种植庄园里，一棵棵树上挂着饱满剔透的红色果实。12月是智利车厘子收获最为集中的月份。近年来，产自智利的车厘子以及西梅、葡萄、梨等水果在中国市场越来越受欢迎。中国与智利不断扩大水果贸易合作，惠及两国民众。

通关加快，中国民众可在第一时间“尝鲜”

“员工们正在分拣车厘子，其中大部分都将运往中国。”在智利库里科省罗梅拉尔市的一家车厘子包装厂，智利姑娘丁雁鸣介绍着车厘子的分拣及包装流程。她是跨国水果贸易公司“谷鲜”在智利的出口销售经理，主要负责采购南美地区水果并出口到世界各地。

传送带上，一颗颗红色果实正按照既定步骤进行清洗、分拣、分级，直到装袋、装箱。员工们在一旁辅助操作，还有专人盯着电脑屏幕，可以及时发现并筛选出坏果。

丁雁鸣介绍，车厘子在采摘后的几小时内就需要经过水预冷处理，以延长保鲜周期，之后再通过步步筛选，才能被装箱出口，通过空运或海运抵达世界各地。“也正是因为这些严苛的步骤，智利出口的车厘子才能成为高品质水果。”

“今冬首批智利车厘子抵达青岛”“智利车厘子乘坐包机抵达合肥”“南美车厘子包机来郑州”……最近，中国不少地方的水果市场都在迎接今冬以来的首批智利进口车厘子。一些地方的海关部门还为车厘子开通“绿色通道”，保证通关高效顺畅。

智利驻华大使馆农业参赞勒菲弗尔日前表示，在双方共同努力下，智利车厘子在中国的人境点越来越多，通过加强与卫生检疫部门、海关等合作以简化检疫、清关程序等，智利水果正以更快速度到达中国各地，“更多中国民众可以在第一时间‘尝鲜’”。

2023年11月月底，智利主要港口圣安东尼奥港的一处码头，2023/2024年度的“智利车厘子出口季”活动启动，首艘“车厘子快线”起航前往中国。丁雁鸣表示，通常情况下智利到中国的海运时间约为30天，而“车厘子快线”只需22天。随着车厘子运输量快速增长，运输价格也将下降。

“中国是智利车厘子最重要的市场之一。”智利水果出口商协会主席马兰比奥表示，预计本季85%以上车厘子都将出口到中国，“中国市场为智利车厘子产业注入重要信心”。

市场增长，智利农户过上更殷实的生活

“中国是智利车厘子的主要出口目的地。”智利车厘子委员会经理索莱尔表示，过去几年智利车厘子对华出口量年均增长约29%。智利车厘子委员会致力于向中国市场提供优质产品，满足中国消费者需求，“中国市场具有巨大增长潜力，我们将继续对这一市场进行考察和开发。”

智利车厘子大批上市的季节，正值北半球的冬季。元旦、春节等节假日成为车厘子在中国热销的契机。“红色的车厘子颜色喜庆，是走亲访友表达美好祝愿的佳品。”勒菲弗尔认为，智利车厘子带给中国消费者更多选择，中国市场的快速增长也惠及众多智利农户。智利驻华大使乌尔塔多表示，得益于中国市场，智利很多地方的农户过上了更加殷实的生活。不少农户

纷纷扩大车厘子种植面积，促进了当地农业发展。

随着新种植区的投产，智利车厘子产量还将持续增长。根据智利农业研究和政策办公室的数据，智利车厘子种植面积已经从2000年的3241公顷快速增长到2022年的61559公顷。

2023年以来，马兰比奥已经走访了中国多个城市，他希望2024年对华业务能继续扩大。“智利已是中国温带水果的主要供应国之一。”马兰比奥表示，智利出口的车厘子、葡萄、蓝莓、猕猴桃、柑橘等水果符合中国消费者对水果品相、香甜度、新鲜度等的需求。“我们充分感受到中国消费者对智利水果的热情。智利水果出口商协会有信心继续开拓在中国各地的业务。”

合作深化，更多智利农产品将进入中国市场

2023年10月，中国多个城市举办“智利周”活动。智利出口促进总局率领企业代表团参加了近40场活动，这些企业来自葡萄酒、肉类、干果、冷冻水果、海鲜、坚果、蜂蜜等多个行业，覆盖了多数智利出口到中国的农产品。

“不仅是车厘子，智利新鲜西梅及西梅干对中国市场的出口也在快速增长。”智利西梅协会执行董事阿库尼亚表示，中国是智利新鲜西梅及西梅干最大的消费市场。2023年前6个月，智利西梅干对中国的出口总量超过5800吨，较2022年同期增长270%。

2023年10月，中国海关总署发布《关于进口智利鲜食核果植物检疫要求的公告》。2023年12月，海关总署更新了水果准入名单，智利油桃、桃、杏、李等鲜食核果正式获准进口。“这对我们相关地区的生产商来说是重要利好消息。”智利农业部长巴伦苏埃拉表示，鉴于中国市场对鲜食核果的巨大需求量，智利的主要桃、杏产区等将直接受益于相关市场准入，主要种植产

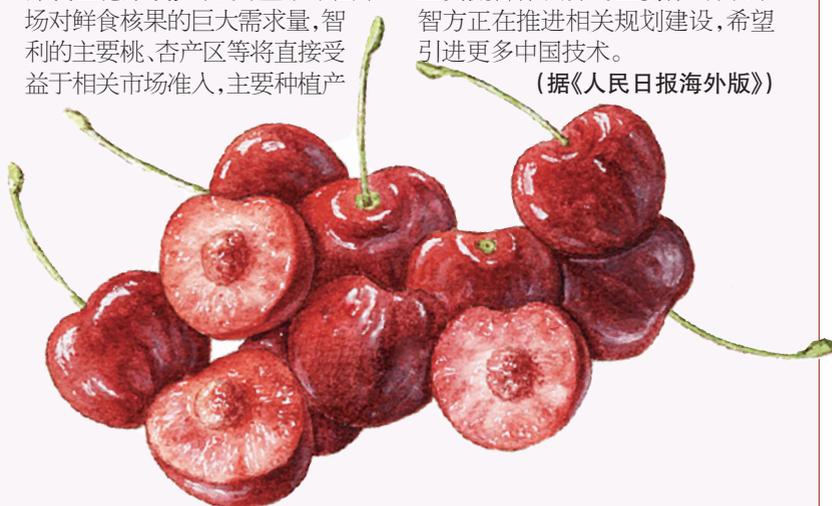
区将因此获得更大发展。智利水果出口商协会总经理卡纳拉一埃切维里亚表示：“这体现了两国不断拉紧的贸易纽带和深厚的友谊。”

智利驻华大使馆商务参赞科尔特斯表示，近年来智利对华农产品出口额快速增长，2022年就有超过53亿美元的智利农副产品出口到中国，葡萄酒、车厘子等增长尤为显著。“随着更多相关合作协议的签署，未来将有更多智利农产品进入中国市场。”

智利总统博里奇2023年10月对中国进行国事访问期间，中智双方签署并达成一系列协议和谅解备忘录。双方同意进一步深化农业合作，挖掘中智和智中示范农场合作潜力，推进其改进与建设进程。分析人士认为，中国与智利在农业领域的合作将愈加密切。

智利国家农业协会主席沃克高度肯定示范农场为两国加强农业交流合作发挥的重要作用，表示智方正在推进相关规划建设，希望引进更多中国技术。

(据《人民日报海外版》)



顺应咖啡“现磨”消费新趋势

国货咖啡机品牌迅速抢占市场

本报讯 2024年元旦假期期间，在广州几处大型购物中心的家电专区，有不少市民正在售卖咖啡机的柜台前驻足停留，向售货员咨询着咖啡机的相关功能。

“全家老小都很喜欢喝现磨咖啡，特别是上了大学的小孩，对咖啡有浓厚的兴趣，所以一直想入手一台咖啡机，就像使用豆浆机那样在家里现磨，以前海外品牌确实是占主流的地位，但是近年来国货品牌后来居上，同时综合性性价比更高，在购买时会优先选择国货品牌。”广州一位有意愿购买咖啡机的市民胡女士表示。

现磨咖啡市场“带旺”咖啡机需求

根据艾瑞咨询统计与预测，2019年至2023年，国内现磨咖啡市场规模从2019年的484亿元一路稳步攀升，预测国内现磨咖啡市场规模在2022年增至1191亿元，并在2023年达到1533亿元，行业增长强劲。根据Statista预测，2023年全球现磨咖啡市场规模有望达到580亿美元。

民生证券分析师汪海洋认为，“现磨咖啡的消费逐渐转为日常需求，家用咖啡机增长潜力巨大。在中国咖啡市场的细分领域，速溶和即饮咖啡的主导地位正在逐步减弱，咖啡消费日常化趋势显著，日常功能性需求重要性深化。”

“现磨咖啡市场已经越来越受大众的欢迎，半自动、意式、小型、便捷咖啡机成为焦点。不少咖啡爱好者已经不满足只在咖啡店购买咖啡，他们更多的希望从选咖啡豆开始就自己操作，这样的背景之下使得家用咖啡机需求非常旺盛，实质上目前咖啡机市场处于很好的培育发展期，有点像多年前豆浆机走进国内的千家万户一样。”主营咖啡机产品的广东联柏科技集团有限公司相关负责人谭先生表示。

根据魔镜数据，半自动式咖啡机市场份额则增长靓丽，淘系平台半自动式咖啡机2020年至2022年销售额占咖啡机总市场的比例分别为30%、38%、52%。民生证券统计，在价格趋势上，家用咖啡机高价位段增长靓丽，均价呈上升趋势，并呈现出低价位、高价位占比高，中价位占比低的趋势。同时，智能化成发展趋势，小型、便捷咖啡机增速较快。

汪海洋表示，中产阶级和Z世代为现磨咖啡主要消费人群。中产阶层对高端生活方式的追求不断推进了咖啡文化在中国的深度融入。与此同时，Z世代作为新兴的消费主力，他们对西式饮食习惯的认同特别是对咖啡的钟爱，也为行业注入了新鲜活力。面对现磨咖啡较高的定价与其日常需求的高频率，消费者日益倾向于通过购买家用咖啡机以达到成本与效益的最佳平衡。

国货品牌发展迅猛

据魔镜数据显示，过往市占率前十的品牌中主要以海外品牌为主导，如德龙、飞利浦等。不过，在2023年有许多表现亮眼的国产品牌后起之秀，例如以新宝股份(旗下咖啡机品牌百胜图)、柏翠、格米莱和小熊电器为代表的国产品牌增长快速。以百胜图、柏翠和格米莱为代表的国产品牌，2023年1—11月，在淘系平台此三个品牌的总市场占有率达到17%。

据悉，新宝股份旗下百胜图咖啡机，定位中高端市场，创新与颜值并举，靠拥有着独特创新和精致外观的中高端产品在家用咖啡机市场中抢占了一席之地。小熊电器、柏翠等国货品牌则主打性价比。

“从数据来看，国内家用咖啡机市场处于一超多强，国产品牌快速崛起的竞争格局，虽然意大利品牌德龙的市场占有率有所下滑，但仍然处于第一名；国货新兴品牌凭借特殊新颖的咖啡机理念赢得了消费者的青睐，进一步瓜分市场，呈现多个品牌百花齐放的格局。”汪海洋表示。

(据《证券日报》)