

■本报记者 徐晶卉 周渊

贝蕾很忙。
第七届中国国际进口博览会期间，她每天要在4个地点穿行——展馆内，在绿地全球贸易港和外高桥“全球汇”，这家东帝汶企业蒂摩国际各有一个展位，两边的生意都得到照顾；展馆外，在绿地全球商品贸易港和位于南京东路的进博集市城市会客厅，可以直面消费者采集最直接的反馈，贝蕾坚持每天在这里待上几小时，请路过的市民游客喝杯咖啡，聊聊东帝汶的风土人情。
这样的忙碌，是贝蕾觉得非常幸福的事情。她至今还会想到那个起点——2018年的首届进博会，中国为最不发达国家提供了免费展位，让东帝汶得以与所有参展商“共享未来”，也正是这次的“进博之旅”，为贝蕾打开了世界的大门。
过去6年来，从依靠免费展位到“拼”出9平方米最小展位，从有了自己的特装展位到有了工厂和仓库，再到技术反哺当地，进博会为东帝汶咖啡开辟了一条高速增长之路。
“以前我想也不敢想。”贝蕾说，这样一个基础设施落后的最不发达国家，如今能够有这么漂亮的产品呈现在中国市场和世界市场，“没有进博会这个平台，我们很难走到今天这一步。”

东帝汶咖啡飘香“四叶草”

今年“四叶草”内，东帝汶企业蒂摩国际的展格外漂亮。“终于有特装展位了，而且展品也是历届以来最漂亮的。”贝蕾说，第七年来到进博会，她的底气更足了。

展台上“上新”了一批新展品。手冲咖啡的香气氤氲，吸引着各地采购团驻足、品尝。贝蕾指着一排展品说，今年东帝汶咖啡在进博会首发“红珊瑚”“黑珍珠”两个系列的罐装咖啡豆，以及高山阿拉比卡挂耳咖啡，还有了自己的品牌“猫典咖啡”，并赶在进博会前夕登陆天猫平台。

东帝汶是全球最大的有机咖啡产地，当地也出产稀有的野生麝香猫屎咖啡。“东帝汶高山阿拉比卡咖啡豆只采用当年5月底采自埃尔梅拉海拔1600至1800米的高山阿拉比卡铁皮咖啡树，与猫屎咖啡来自同一产区同一品种，咖啡生长过程不使用农药、化肥、杀虫剂，严格手工采摘，可最大程度保留咖啡豆的风味和口感……”推介起东帝汶咖啡，贝蕾滔滔不绝，“东帝汶产品是绿色、无污染的，符合中国消费者对健康生活的追求。”

但咖啡飘香也怕巷子幽深。在来沪参加进博会之前，东帝汶咖啡豆主要出口欧洲和美国，而在当地，咖啡豆则一般采用牛皮纸袋简单包装。结合前几年参展进博会得到的反馈和中国消费者对“颜值”的重视，贝蕾今年专门为“进博首发”设计了外包装、潜水、珊瑚、珍珠等代表了当地丰富的海洋资源，希望更好地向中国展现东帝汶特色。

“以前东帝汶的咖啡豆比较小众，来到进博会后，我们的全球知名度大大上升，今年这些产品都在现场爆单了！”贝蕾话中透露着兴奋，进博会开幕前两天，已经有大宗贸易商、来自全国各地的采购商向她抛来合作邀请，希望引入她的产品。

来自采购商的反馈只是第一步，贝蕾的进博日程中还有一项重要的工作：聆听中国消费者的意见。为此，她专门抽出一个下午“蹲”在南京东路“进博集市城市会客厅”，穿上东帝汶特色服饰，邀请市民和游客品尝新品咖啡。

“第一次尝试东帝汶咖啡，油脂丰富，非常浓郁。”现场，一对上海老夫子夫妇尝过后就购买了挂耳咖啡，得知能在天猫店补货，他们还计划网购一些送给亲友。

从免费“蹭”展位到订单千万

东帝汶企业在中国生意的红火，离不开进博会——中国向世界提供的、全球共享的国际公共产品之一。无论发达与否，开放的进博会为所有国家和地区提供了公平的展示机会。

2018年首届进博会时，贝蕾就跟随东帝汶来了，她仍记得当时进博会为包括东帝汶在内的最不发达国家提供了免费展位。那一年，东帝汶没有组织企业参加展销，只作了国家形象展示，但贝蕾从中看到了巨大的机会。

2019年第二届进博会，贝蕾作为东帝汶国家馆的运营方，试探性地展示了猫屎咖啡、野生蜂蜜、红酒和手工艺品等为数不多的特产。进博会的最小展位是9平方米，东帝汶的展位只有4.5平方米，即使是这样，贝蕾都觉得艰难，“因为没有东西可展示，还要加上很多装饰品，才能勉强凑够一个架子。”

但就是这样，一个很不起眼的朴素展位，迎来了商业契机。“当时我们做了试吃，发现很多客户的购买意愿很强烈。”贝蕾说，这促使她决定在上海注册贸易公司，以承接这巨

『没有进博会，我们很难取得今天的成就』

最不发达国家东帝汶咖啡企业借进博会平台赢得商机

大的溢出效应。同年12月，东帝汶国家馆成为第二届进博会后首个落户上海自贸区国别(地区)中心的国家馆。

令贝蕾意想不到的，在第三届进博会会上认识的北京采购商，在第三届进博会期间与她达成了一笔500万美元的超大订单。2021年3月，满载近20吨精品咖啡豆的集装箱从帝力港启航，数日后停靠在上海外高桥港。这是上海口岸首次迎来大宗贸易进口的一整柜东帝汶咖啡豆。

“从第三届进博会开始，我们就主动放弃了免费展位，希望靠自己的能力来做生意。”她说，从那时候起，贝蕾开始为东帝汶咖啡谋求更长远的路。

更大的契机出现在第六届进博会前后。去年10月，首届中国-葡语国家经贸博览会(澳门)举办了葡语国家咖啡豆评选比赛，贝蕾所在的蒂摩国际选送了两款东帝汶咖啡，在几十款咖啡里“杀出重围”，斩获头名。去年11月，第六届进博会一开幕，两家来自中国澳门的企业特地到进博会找到她，签署了战略合作协议，携手开发联名款咖啡产品和特色伴手礼。去年，她一共斩获3000万元人民币的订单。

去年进博会结束后，贝蕾在昆山综合保税区开设了专属东帝汶咖啡的烘焙基地，大仓里恒温恒湿，一袋袋原装的咖啡豆从东帝汶零关税进口后，在这里走上了产业化、品牌化的道路，搭上了中国经济高质



量发展的快车。

开发高端产品，反哺当地农业

东帝汶国土面积仅为1.48万平方公里，人口约130万，咖啡产业是其经济支柱之一。贝蕾在那里生活了很多年，深知当地咖啡种植户生活的不易。贝蕾介绍：“东帝汶的咖啡树长在山上，纯天然不打农药，但它的另一面也说明这里的生产力十分落后，村民只能去山上全手工采摘，初加工的利润也非常低。”

在中国的咖啡生意做起来之后，她一直想要改变这种局面。去年年底，蒂摩国际在东帝汶和中国分别注册了猫典咖啡品牌，迎合中国消费者的口味，开始做深加工的挂耳咖啡。原本，她打算在东帝汶填补高端产业链的空白，后来发现做不了，特别在深加工和包装设计方面跟不上消费者的需求。“比如我们想做铁罐，当地没有这种技术，也做不了漂亮的印刷。”她转而找到了中国的设计师和生产商，来匹配好咖啡的价值。

如今，“猫典咖啡”已经有了4款豆子、2款挂耳产品，咖啡产品两头“开花”。在东帝汶，它作为高端餐厅的咖啡用豆，呈现出当地的地域特色和文化内涵；而在中国，它通过进博会实现商贸往来，通过南京东路的进博集市打响知名度，走进千家万户。

在进博集市，因为太过忙碌，一批来自东帝汶的留学生也来帮忙了。留学生孔妮一下课就赶到南京东路，帮助贝蕾制作咖啡。看到家乡的咖啡变得如此时尚，受到那么多人的喜欢，她感到无比自豪。孔妮说，她2018年来到中国，在中国地质大学完成本科学业，所学专业正是国际贸易，如今又在上海攻读工商管理专业的研究生，学习之余，她说自己很开心见证东帝汶咖啡在中国产业化规模化：“我想亲身参与国际贸易的各个环节，未来能学以致用。”

而贝蕾显然思考得更多。在进博会展台上，她还带了来不及变成展品的创新性样品——可可粉巧克力工艺咖啡豆，给现场的采购方品尝。这是她们工厂自己研发的新品，里面是咖啡豆，外面裹了可可粉，有点像MM豆，适合在开车、运动等场合提神。她打算“弯道超车”，在明年进博会上做真正的“全球首秀”。

而今年进博会现场，贝蕾还意外地收到了卢旺达的邀约，希望共同加入咖啡的中国大市场，让美味咖啡飘香万里。

“进博会结束后，我打算再回去，升级当地的合作社和工厂，进一步把东帝汶咖啡做大做强。”采访的最后，她还特地补了一句：就连东帝汶这样的最不发达国家，也能在进博会闯出一番生意，这里太了不起了！



▲东帝汶的咖啡豆在历届进博会上备受采购商的青睐。
▼来自东帝汶的留学生孔妮正在向顾客介绍来自她祖国的咖啡豆。
均本报记者 张伊辰摄

第七届进博会贸易投资对接会落下帷幕——

“意外总能带来好事” 老外纷纷许诺“明年再来”

■本报记者 王宛艺 见习记者 郭凡熙

“意外总能带来好事。”这是一句法国谚语。临走前，从法国打飞的抵沪参加第七届进博会贸易对接会的丹布林(Dambrine)特意请专业志愿者翻译给在场的人听。大家闻言都笑了起来，许诺“明年再来”。

丹布林来自亚眠，这是一座位于法国北部索姆河畔的小城，历史悠久、水系丰沛，文旅产业成为当地经济发展的新增长点。他是当地酒店联盟的成员，横跨8000多公里只为找寻合作伙伴，共谋在中国推广境外旅行项目。

他本以为会空手而归，最初匹配的企业，并未达成共识。但就在他打算离开时，85后法语翻译志愿者徐琼斐用一句法语留住了他：“您千里迢迢赶来，能否再让我们重新为您匹配对接方？”

最终，桌长通过系统紧急匹配适合的企业，双方一拍即合、交换信息，约好进博会后立刻走访、对接。

第七届进博会贸易投资对接会现场洽谈环节昨天落下帷幕，现场这样“美丽的意外”不计其数。依托全面升级的进博会官网上供十余个国家的进口优选。海产丰富的委内瑞拉，正好弥补超市在水产品、冻品类上的缺失。

精准的速配，更是让刘涛赞不绝口：“桌长会根据需求，为我们事先对接大批优质企业，省去在场馆内来回转动的的时间，也避免错过相关参展商，提高对接效率。”

“我们很期待中国市场”

“意向书还有吗？这里还需要

一份。”现场，这样的询问声此起彼伏。

B6洽谈桌上，来自委内瑞拉的加纳比冷冻食品公司首席执行官贾罗尔·蒙达兰和山东新大东股份有限公司采购经理刘涛在一番热聊后，互换名片、邮箱，达成初步合作意向。

前者的鱼类产品主要出口市场包括美国、加拿大以及加勒比地区。“我们很期待中国市场。”考虑到中国消费者强大的消费能力以及对高质量海产品的需求，贾罗尔决定今年要进一步拓展市场。“山东新大东有高效的经销网络，并布局了广泛的超市系统。”这恰恰是贾罗尔最看重的，“我们的海产品可以直接在他们的商超销售，也能通过他们的经销网络，销售到中国其他区域”。

今年，中国与委内瑞拉签署委内瑞拉输华野生水产品检验检疫和卫生要求的议定书。贾罗尔很兴奋，这意味着委内瑞拉所有品种的野生水产品均获得输华准入，企业能够更便利地拓展在华业务。“我们带上产品，马不停蹄来参加进博会。”贾罗尔说。

“进博全勤生”刘涛也很满意：新大东跨境电商产业园园区内的六条洋场仓储超市，拥有来自十余个国家的进口优选。海产丰富的委内瑞拉，正好弥补超市在水产品、冻品类上的缺失。

精准的速配，更是让刘涛赞不绝口：“桌长会根据需求，为我们事先对接大批优质企业，省去在场馆内来回转动的的时间，也避免错过相关参展商，提高对接效率。”

乘兴而来，尽兴而归

“谈生意”，交谈是关键。本届进博会的专业翻译志愿者们更像润滑剂，在不疾不徐的交流间，助力展、客商间打破语言的隔阂，“让彼此更深入地认识对方”。

比如，对丹布林而言，英语水平有限，只能满足简单的沟通需求。徐琼斐加入交谈后，母语显然让他更为放松，愿意袒露自己对合作伙伴的需求和想法，“虽然我从事酒店行业，看起来类别单一，但我知道想要发展文旅行业，需要一位能够‘一站式’覆盖商旅文展的中方合作伙伴”。

尽管对接过程中，桌长和志愿者们都想促成双方接洽。但徐琼斐说，她会尽可能实现“信、达、雅”，少用形容词，多以客观事实描述，匹配真正契合彼此需求的双方。

现场，不少老外说，令他们印象深刻的，是对接方、桌长、志愿者们等的专业和热情。

95后专业翻译志愿者刘苗苗，典型I人，但面对落单的展商，她总是上前一步，主动耐心询问，“是国际友人的热情感染了我”。有个南非香料、速食展商，拎着装满展品的袋子，对自家的产品了如指掌。现场的桌长、志愿者们也竭尽全力，为其寻找中国代理商洽谈。最终，双方签下数十万美元的订单。

南非展商乘兴而来，尽兴而归。临走不忘邀请志愿者一起品尝爆米花等小零食：“你们尝尝，提提意见，我也想知道中国人的口味。”



本届进博会上的专业翻译志愿者们更像润滑剂，助力展、客商间打破语言的隔阂，“让彼此更深入地认识对方”。
(采访对象供图)



贸易投资对接会上，展、客商们积极交流。
本报记者 袁婧摄