



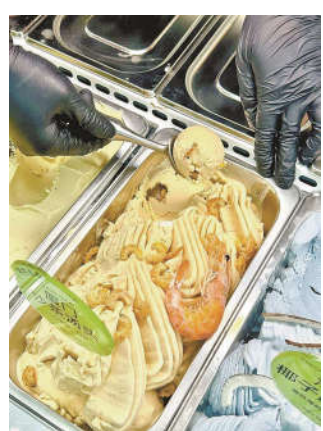
冰淇淋配虾干

意式手工冰淇淋混搭闽南风味

随着夏季气温的升高, Gelato(意式手工冰淇淋)逐渐成为夏日冰品里崭露头角的“新贵”——在厦门, 常能看到不少市民走进店面, 手捧一小杯色彩缤纷、口味奇特的冰淇淋, 拍上一张打卡照。Gelato 口味丰富, 但单价并不便宜。

常能看见 Gelato 因为口味丰富、色彩“出片”, 成为旅游攻略清单中的必打卡项。

在营运十年的时间里, 先后总计推出了 300 多种口味。为什么会有这么多猎奇的味道? 厦门 Gelato 品牌“kimo”创始人张俊表示: “因为手工冰淇淋依赖新鲜食材, 所以许多商家、生产人员常常主动寻找不同的食材, 因此产生了更多丰富口味。”



沙茶味冰淇淋 来源: 厦门日报

口味出奇
除了常规口味, 还有煎茶酱油等创新口味

口味多而奇特, 是 Gelato 最大的特点之一。许多店铺里有 10 种以上的味道: 除了牛奶、抹茶、水果、巧克力等常规口味, 还有泰式奶茶、美龄粥、煎茶酱油等创新口味, 还有商家从闽南特色元素中汲取灵感, 将沙茶汤、闽南花生贡糖、凤梨酥等风味元素组合搭配, 甚至将冰淇淋与四果汤组合在一起, 做成 Gelato 四果汤。

价格较高
是市售品牌冰淇淋的 5 倍至 10 倍

不过, Gelato 的价格并不便宜。在相同克重的情况下, 与市售品牌冰淇淋相比, 大多数 Gelato 的价格是 5 倍至 10 倍, “一口就是 10 元钱!” 有网友评论。

期短、损耗高等原因, 都推高了成本和售价。“Gelato 不加香精、色素、防腐剂, 从做出来到食用完毕, 需控制在一到两周以内。”张俊表示, 由于价格因素影响, 大部分消费者是奔着打卡尝鲜而来的, 暂未形成消费习惯。

(赵张昀 来源: 厦门日报)

冰淇淋配虾干, 起名“沙茶汤头”——这样独特的冰淇淋产品, 出现在鼓浪屿的一间店铺中, 让食客们感叹: “口味太猎奇了!” 入夏以来, 类似的 Gelato 冰淇淋逐渐成为夏日里的“顶流”之一。在厦门的商场、街巷里, Gelato 店面越来越多; 同时, 在小红书等网络平台, 也

厦门的一间 Gelato 店铺

“金砖专线”

出口包裹数突破千万件

7月31日, 13.6 万件装有鞋服、生活用品等商品的跨境电商包裹搭乘国内首条金砖城市跨境电商空运专线“中国厦门-巴西圣保罗”(以下简称“金砖专线”)出口至金砖国家巴西, 随着该批货物的出口, 金砖专线今年出口包裹数突破 1000 万件, 达到 1005.65 万件。

得益于中国、巴西两国不断增长的跨境电子商务需求与较强的经贸往来互补性, 金砖专线自 2023 年 2 月 10 日开通以来深受企业欢迎。截至今年 7 月 30 日, 厦门海关监管往返航班 160 架次, 进出口货运量 1.13 万吨。其中, 出口载货率达 100%, 以鞋帽服饰及生活用品等为主; 进口 4029.99 吨, 以生鲜产品为主。

为更好地保障中国与巴西两国“空中走廊”稳定运行, 厦门海关组建“专家服务队”, 通过“进千企、解千题”等活动, 为企业在报关、知识产权保护等方面提供辅导, 降低企业出口时面临的知识产权、认证认可、注册备案等方面风险。

(沈彦彦 来源: 厦门日报)

泰、马、越三国争夺中国“榴莲 C 位”

在榴莲香气飘向中国越来越多城市商超背后, 东南亚多个榴莲生产国都在全方位发力, 争取在中国占领更大的市场份额。



14 亿人市场的吸引力

东南亚对华榴莲贸易目前呈“三足鼎立”格局: 泰国一家独大, 越南占据一定优势, 马来西亚奋起直追。国内在售的榴莲多进口自泰国, 品种主要是金枕、青尼等。

比较大, 管理也规范, 品质普遍不错。越南榴莲虽然品质稍弱, 但因为产地离中国比较近, 价格颇具竞争力, 最近几年在国内发展势头非常猛。

其榴莲树难养护, 产量不高, 因此猫山王价格较高。

卖 5 块钱 1 斤左右。冯学杰预计, 5 年之后中国进口榴莲会达到每年 300 万吨。

中国人吃榴莲的时间不算长, 泰国榴莲比较淡爽的口感, 较适合榴莲“入门者”食用。泰国榴莲产量比较高, 种植面积

马来西亚榴莲是高端榴莲代表, 以猫山王、黑刺为主。其中猫山王榴莲的味道非常浓郁, 甚至回味带点苦, 是榴莲“进阶者”喜欢食用的品种。但

“榴莲不是天生就这么贵, 是中国市场将榴莲价格捧起来的!” 海南省农业科学院热带果树研究所所长冯学杰是国内最早一批研究榴莲的专家, 他在今年年初去泰国开会同业内人士交流时了解到, 如果没有来自中国的需求, 当地榴莲也就

“当一个日益富裕、有 14 亿人口的市场对某种东西产生兴趣时, 整个亚洲地区都会为满足这种需求而重塑。”《纽约时报》称, 东南亚多国对华榴莲出口激增, 反映出中国消费者在全球经济中的影响力。

泰国越南竞争激烈

中国是全球最大的榴莲进口国和消费国。随着中国对新鲜榴莲的需求持续增长, 越来越多的东南亚国家正战略性地瞄准这个利润丰厚的市场。

越南也从中国市场看到了更大的机会。据泰国《民族报》报道, 来自越南农业和农村发展部的统计数据显示, 2023 年, 越南用于种植榴莲的面积估计已达到 11 万公顷, 比上一年增加 24%。

示, 在中国市场, 越南榴莲对泰国榴莲造成压力是市场竞争的结果, “我们应该致力于在榴莲品种、质量检测 and 监控、物流运输效率方面不断优化和提升”。

元, 对于拥有 14 亿人口的中国来说, 还有很大的成长空间。

2003 年, 泰国成为首个获得中国海关总署批准向中国直接出口新鲜榴莲的国家。2022 年以后, 越南等其他东盟国家也开始对华出口鲜榴莲, 不同产区的榴莲满足了不同季节的市场需求。中国海关总署的数据显示, 2022 年中国进口鲜榴莲 82.5 万吨, 其中近 95% 来自泰国。2023 年, 中国进口 142.6 万吨鲜榴莲, 其中 92.9 万吨来自泰国, 49.3 万吨来自越南。

越南《人民报》报道称, 2024 年第一季度, 中国自越南进口鲜榴莲增长势头迅猛, 达 3.5 万吨, 价值约 12.8 亿元人民币。据越通社报道, 今年前两个月越南榴莲对中国出口量 3.27 吨, 超过泰国。

为更好地解决榴莲因运输时间长导致品质不佳的问题, 有企业开始支持空运泰国榴莲供应中国北方市场。泰国商界也纷纷建言通过丰富榴莲产品进一步抢占中国市场。

泰国力推榴莲入华的背后, 是榴莲种植业在该国民生发展和经济产业中扮演着的重要角色。榴莲种植业为泰国大量农民和相关从业者提供了就业机会, 从种植、采摘、加工到销售, 整个产业链条上都有大量的就业岗位; 榴莲种植也带动了产地交通、物流、冷链设施的发展。

在泰国最大的榴莲市场尖竹汶府能颂市场, 摊贩帕农已经在那里经营了数十年榴莲生意, 他说, 榴莲热销带来的收益不断造福当地, 尖竹汶地区的道路状况越来越好。

马来西亚成“生力军”?

近日, 中国海关总署发布 2024 年第 72 号《关于进口马来西亚鲜食榴莲植物检疫要求的公告》。从今年开始, 在中国海关总署注册并获批准的马来西亚榴莲种植者, 将可以在遵守协议规定条件的基础上, 向中国出口新鲜榴莲。自此, 马来西亚成为继泰国、越南、菲律宾之后的第四个可以向中国

进口鲜榴莲的东盟国家。总部位于新加坡、主营马来西亚榴莲产品的优佳(上海)进出口贸易有限公司中国区销售经理表示, 中国是马来西亚榴莲的主要出口市场。近年来, 不仅是猫山王榴莲, 红虾、黑刺等品种也开始被消费者所了解, 马来西亚对华榴莲产品出

口呈增长态势。

2011 年, 马来西亚开始向中国出口冷冻榴莲果肉, 此后中国又批准进口整果冷冻榴莲, 如今鲜果榴莲也获批, 市场空间正进一步扩大。

的榴莲种植地, 以扩大榴莲的种植面积。

东南亚国家与中国之间的榴莲贸易持续扩大是多方共赢的结果。中国消费者在购买心仪水果的同时, 榴莲种植户也能够增加经济收入, 成为中国和东南亚国家合作促进互利共赢的有力见证。(杨沙沙 来源: 环球时报)

消暑甜品在厦热销

夏日炎炎, 一碗冰冰凉凉的甜品成为市民消暑的心头好。厦门消暑甜品销售额远超 6 月, 迎来了销售旺季。

店内爆款都是半分钟出品, 一个小时就能售出近百杯。中山路附近, 一家仙草蜜店店长介绍, 7 月份比 6 月份销量上涨了 30%, 预计 8 月份会迎来销售高峰。升平路一家四果汤店的生意同样火爆, 随着暑假的到来, 四果汤销量大增, 门店每天都能售出近两百碗四果汤。

医生表示, 消暑甜品虽好, 但不宜多吃, 也不适合所有人, 胃肠道功能不好的群体以及有基础病的老年群体尽量避免吃寒凉食物。

(薛尧 来源: 厦门日报)

厦门国际啤酒节缤纷登场

海风晚霞、美酒音乐, 8 月 2 日至 4 日, 厦门国际啤酒节厦门自贸片区分会场活动在海上世界三层观景平台重磅亮相, 为市民呈现一场“美酒 + 美食 + 美景”的醉美海上之夜。

作为厦门国际啤酒节的分会场, 厦门自贸片区将为市民打造独一无二的“海上酒市”, 不仅为市民提供知名高端进口美酒, 更有热门的两岸美食。

西班牙、德国、荷兰、比利时、美国……市民不出国门, 就可以品尝到不同品牌的高端进口啤酒, 现场将邀请百威英博、超级波克等 40 家酒商参展, 带来 350 款以上啤酒品牌和 150 款其他酒类品牌。

美酒少不了美食。现场的 20 个美食展位不仅有土笋冻、海蛎饼、醋肉、五香、芋枣、四果汤等闽南传统小吃, 还设立了台湾美食专区, 绵绵冰、鸡排、肉串、香肠、章鱼烧等台湾地道美食, 将让市民游客尽享宝岛美食。(吴晓菁 来源: 厦门日报)