首秀进博会，带来草本茶、乳香、葡萄酒和石斑鱼……

四国携本土好物寻找合作伙伴

在本国人人都喝的草本茶、可以用作精油原料的乳香、葡萄酒和国民级植物护肤品、石斑鱼及天然椰子护肤品……本届进博会，加蓬、索马里、摩尔多瓦、塞舌尔四个国家首次参展，带来各具特色的本土好物，希望通过进博会找到合作伙伴。这些好物也吸引不少观众品尝和体验。



加蓬：人人都喝的国民草本茶找中国合作伙伴

加蓬馆入口，观众纷纷试戴传统的舞帽，并与展馆工作人员合影留念。排队品尝葡萄酒、咖啡的观众也小有规模。

走进展馆，以独特的赤道雨林文化为主线，打造“MBOLO SAMBA”迎宾区、国家发展蓝图区、商务洽谈区和加蓬制造展示区四大特色展区，集中展现该国人文底蕴与经贸合作潜力。

展馆内，草本茶、啤酒、肥皂、咖啡等具有本国特色的产品琳琅满目，有多款是首次在进博会展示，甚至还没有正式在中国引进。

比如，一种多花过江藤草本茶，源自非洲“丛林茶”，也被当地称为“安抚身心的茶”，不含咖啡因。生产企业加蓬 SOVAPROAT 公司 CEO Loggin Warren Kambogo 介绍，这种茶的茶汤拥有柔和的柠檬草本香气，苦涩感低，是非洲流传已久的传统草本饮品，“我们的品牌在加蓬已经有 80 年历史，在当地，几乎人人都喝这种茶，它有多种功效，比如帮助消化、帮助产妇清洁身体等。”

据了解，这种茶有 6 种口味，盒装和杯装等不同包装，价格折合人民币 14 元至 22 元。Kambogo 先生介绍，这种草本茶在加蓬以外，目前只出口了摩洛哥和法国，还没有正式出口中国，“这是加蓬首次参加进博会，来进博会寻找草本茶的合作伙伴，是我此行最重要的目的。”

几天来，Kambogo 先生接触了多家贸易企业，其中一家位于上海的贸易投资企业和一位爱好茶的先生表达了浓厚的合作意向，“我们互留了联系方式，希望后续能促成合作。”这是 Kambogo 先生的第四次中国之行、第一次上海之行，他希望这一次，能达成合作。

除草本茶外，Minko 木槿花琥珀啤酒也是加蓬馆的特色产品，它是加蓬本土特色精酿，本届进博会之旅是它在中国的首秀。这种啤酒中添加了传统非洲木槿花，拥有独特红琥珀酒体，花果香气柔和，苦味低，麦芽甜香与草本果酸均衡，是融合非洲本土饮食文化的创新啤酒。据悉，这种酒也尚未正式出口中国。

此外，展馆内还有世界三大咖啡豆原种之一的罗布斯塔咖啡豆、以植物为原料的香皂、巧克力、啤酒等。现场的啤酒、咖啡、热巧克力品尝体验吸引了不少观众。木业也是加蓬很重要的产业，出产非洲花梨木。

索马里：会中文的小伙在门口吆喝乳香及没药

在 11 月 4 日的开馆仪式上，索马里驻华大使和丹说着一口流利的汉语，幽默回应媒体提问“介意大家对索马里的最深印象是海盗吗”，她表示：“没有问题，我能接受。但是大家要知道，现在海盗都上班了，索马里人民还是非常热爱和平的。”

大使的回答让首次参加进博会国家展的索马里展馆一下子火了。

来到展馆，操着流利中文的阿明热情地向观众介绍展品，他在中国留学时学会了汉语。

展台上，主要有乳香和没药。作为历史悠久的“香料之邦”，索马里盛产闻名世界的乳香与没药。

乳香是橄榄科植物卡氏乳香树或鲍达乳香树的干燥树脂，是一种常用的活血止痛药材，也可以用于制作精油、香水等。

没药是橄榄科没药属植物没药树及同属他种植物的树干皮部渗出的油胶树脂，主治跌打损伤、痈疽肿痛等，有活血化瘀的功效。

展馆里，还展示了骆驼奶、渔业以及诸多矿产资源。工作人员表示，希望借助进博会的舞台，让大家认识全新的索马里。



塞舌尔：去年约有 5300 名中国人去旅游

岛国塞舌尔被誉为“印度洋上的珍珠”，由 115 个岛屿组成，首次亮相本届进博会国家展，展馆以“塞舌尔群岛——另一个世界”为主题，集中展示多元产业与经贸机遇。

塞舌尔旅游局经理于森介绍，塞舌尔拥有丰富的海岛度假资源，不过，由于国土面积有限，旅游接待量有限，全国的住宿床位加起来，一年能够接待约 50 万人次。去年，前往塞舌尔旅游的中国人有 5300 人。目前，从上海去塞舌尔可以在迪拜、多哈、阿布扎比或者埃塞俄比亚首都亚的斯亚贝巴转机，全程约 21 小时。

在塞舌尔馆的 C 位，观众还能看到石斑鱼、血红笛鲷等深海野生鱼，渔业是塞舌尔的第二大产业。塞舌尔渔业企业 Marlu 经理 Ilya Kazakov 介绍，由于塞舌尔由一个个小岛组成，所以鱼类从海洋捕捞到上岸只需半小时左右，然后即刻进行加工，充分保证了新鲜度。

展馆内还有多款香水、护肤品、朗姆酒及包、衣服等手工艺品，以椰子为天然原料的护肤品别具特色。

在 2010 年上海世博会召开之际，塞舌尔曾向世博会捐赠过一对亚达伯拉象龟，目前生活在上海动物园内。亚达伯拉象龟是世界上最大、最长寿的陆龟品种之一，寿命可达 250 年，极其珍稀。来到上海的两只象龟，雄象龟当时重 80 公斤，雌象龟重 50 公斤，大约 30 多岁，算是象龟中的“小年轻”。

摩尔多瓦：展台几乎都是葡萄酒，全国有上千个酒庄

走进摩尔多瓦展馆，你会被各个品牌的葡萄酒包围。

米茨酒庄中国独家代理公司负责人肖哲介绍，别看摩尔多瓦只有海南岛那么大，人口不到 300 万，但葡萄园遍布，而且多为有机葡萄。全国有大大小小上千家酒庄，“米列什蒂·米茨”是该国唯一一个国营酒庄。

另一个葡萄酒展台的工作人员则介绍，展台上的酒都是他朋友从摩尔多瓦进货的，“我这位朋友本职工作是 IT 行业，多年前有机会品尝到摩尔多瓦的葡萄酒，觉得相当不错，便进货了一个集装箱开始在国内销售，行情还不错，又陆续进货了几个集装箱。”

肖哲介绍，本届进博会开幕以来，已经有来自内蒙古等多个省市的经销商前来展台洽谈，初步达成了合作意向。

除了葡萄酒，摩尔多瓦展馆另一大主要展品是其国民级植物护肤品牌 Viorica Cosmetic 的日化产品。此外，还有两款当地的果汁可以品尝。



采访手记

101%，来自加蓬的进博首秀期待

几天的进博会采访，我在偌大的“四叶草”展馆里，感受到了首次参展国家、企业101%的诚意。

这份感受，在采访加蓬草本茶企业的过程中特别强烈。11 月 8 日我第一次前往加蓬展馆探访时，企业负责人恰巧不在现场，展馆工作人员当即认真记下了我的联系方式。9 日回到新闻中心写稿时，展馆方面发来再去采访的邀约。采访当天，展馆工作人员还特意提前和我再次确认采访时间。一番细致对接，足以看出首次亮相进博会的加蓬，十分看重借助进博会平台、依托中国媒体的传播力量，把本国特色好物推向中国市场。

见到 SOVAPROAT 公司 CEO Loggin Warren Kambogo 时，他正守在商务沟通区，等待记者的到来。这是他第四次来到中国，却是第一次踏足上海。这款草本茶在加蓬家喻户晓、被称作“安抚身心的茶”，目前仅出口摩洛哥、法国，还未曾正式进入中国，寻找中国合作伙伴，是他此行最重要的目标。

采访中，他细致讲解草本茶的原料、口味与功用。他说，开展几日，他已经对接了多家国内贸易企业，互相留下联络方式。

一杯源自非洲的草本茶，跨越山海来到进博会。对加蓬这家老牌企业而言，进博会不只是一次参展，更是叩开中国大市场的机遇窗口。从展馆反复对接邀约媒体，到企业高管认真接受采访，这份热切，正是进博会联通全球、共享机遇最生动的缩影。

晨报记者 郁文艳 摄影报道