



晨报记者 徐妍斐

西班牙的金枪鱼、比利时的红啤梨、新西兰的鲜牛乳、美国的谷饲牛肉、智利的车厘子……“入世”二十年，中国消费者品尝过的进口食品越来越多；四届进博会，全球美食抵达中国厨房的速度越来越快。

有了往年的经验，众多参展商选择将年度新品安排在进博会诚意首发，各种预示着未来一年行业风向的尖端美食集体亮相 1.1、1.2 和 2.2 馆食品及农产品展区，共同带来一场美味、新潮、健康的饕餮盛宴。



首发荟萃， 全球“好吃”美食琳琅满目

走进“最好吃”的进博会展区，琳琅满目的全球美食令人看花了眼。

往届进博会上爆款频出的都乐展台，今年又带来了新奇水果：首次亮相中国的比利时红啤梨，因种植和储存难度高，产量十分有限。还有被称为“鸡尾酒番茄”的养慕紫色串收番茄，种子由欧洲荷兰进口，拥有独特的深紫色表皮和甜酸鲜美味道，颜值爆表，口感爽脆。

亿滋国际此次近百件展品中，50%为进博会首次亮相，70%体现“健康零食”的亮点。比如，TNCC 康巴茶减糖 25% 天然水果软糖，Olina's 健康饼干系列，这些都是中国首秀。还有像 Dairylea 奶酪这样的新品类和大量的份量控制包装零食。

去年提供植物肉“炸鸡块”试吃的嘉吉，今年又把非转基因大豆制成的植物基“鳕鱼”和“黄金小酥肉”新品带到了小厨房，不仅富含 DHA，且 0 反式脂肪酸，可使用各种烹饪方法轻松料理。

每年的开幕式都是进博会食品及农产品展区的重头戏，今年也不例外。光明食品集团旗下旗下上海水产集团今年采购了一条重达 353 公斤的“金枪鱼王”，体长近 3 米，是历史上进入上海最大的一条蓝鳍金枪鱼，也是历届进博会最大的一条，比首届进博会的蓝鳍金枪鱼重了 200 斤。

与其他只能“看”的展区不同，食品及农产品展区还很“好吃”。

在贝拉米展台，融入了有机奶粉的松饼看上去喷香诱人；在亿滋的试吃小站，工作人员会给你递一支美味的冰淇淋；在上好佳展台的“菲律宾马尼拉市唐人街”，做游戏打卡赢取缤纷大礼包；达能首次专设健康饮品体验专区，带来多款进博会定制健康饮品，例如植物基特调的燕麦拿铁、依云特配冷萃茶、拥有接近冰激凌口感的健康饮品等。

展品秒变商品， 进博同款馆外提前吃

四届进博会以来，通过这个世界级平台，“展品变商品”速度正在不断加快，海量国外美食源源不断进入中国厨房。

开馆首日，智利头部车厘子种植出口商 GarcésFruit 就与本土生鲜平台叮咚买菜签署采购协议，果实大颗又饱满的智利车厘子将从产地源头直采，经由

数字化的供应链直达国内，上海消费者点点手机，坐在家中就能尝到地球另一边的美味。

全球最大肉类供应商 JBS 与盒马在本届进博会上“牵手”，来自美国科罗拉多牧场的谷饲牛肉将直抵全国 300 多个门店。恒天然、盒马、南航跨境电商三方联手打造“新西兰鲜奶空运当日达”，纽仕兰与盒马联手研发的新西兰草饲纯牛奶，预计于明年 6 月上市。

泰国的虾、虾馄饨、榴莲、山竹、龙眼、大米、燕窝、泰式甜品……这些在往届进博会正大集团展台亮相过的展品都已经成功变身商品，通过卜蜂国际供应链、卜蜂莲花、正大优鲜以及代理商等多渠道陆续地进入到中国市场，受到了越来越多消费者的喜爱。

有趣的是，今年还有参展商别出心裁地举办品牌活动周，将进博会效应延展到场馆外，进博同款美味提前吃。

11 月 1 日至 7 日，BFC 外滩超市快闪活动每天上演，来自新西兰银蕨农场的进博会同款产品提前请消费者全方位品鉴。据悉，去年进博会首度亮相的零售包装牛肉产品，展后迅速登陆国内各大城市线下高端超市以及银蕨农场京东自营旗舰店。零售包装草饲法式羊排及精品羊肉块目前也已投入中国市场。

共赴“未来之约”， 加大投资深耕中国市场

本届进博会上，很多参展商将绿色低碳和可持续发展作为展台主题。

达能展台特设“脉动环进”空瓶智能回收专区，现场可体验空瓶投递参与饮料瓶回收，同时展示可再生塑料回收循环使用过程。据了解，达能工作人员身着的工作服就是由脉动饮料瓶回收再造而成，16 个瓶子即可制造一件外套。

值得一提的是，该展台诸多展品也在全球“碳中和”的探索中表现积极。依云率先实现了碳中和，可瑞康 Gold Plus+ 有

机婴幼儿配方奶粉将于明年获得碳中和认证。

恒天然同样选择将绿色低碳和可持续发展的理念贯穿在展台设计中，并将携手上下游客户签署多个可持续发展领域的合作协议和意向，以助力在 2060 年前实现碳中和的宏伟目标。

进博会的溢出效应，也促进了参展商变身投资商，深度融入中国的消费市场。

亿滋在此次进博会上展示了最新的饼干高速包装膜的可循环方案，这将帮助亿滋顺利完成塑料包装 100% 可循环的目标。据悉，亿滋计划在 2025 年实现塑料包装 100% 可循环，目前中国已完成 96.4%。

“这款炫迈劲醒冰萃咖啡味的无糖口香糖，过去是在东南亚生产的进口商品，去年广州生产基地新开了生产线，如今已经搬到了国内生产。”亿滋展台的参展人员介绍。

本次进博会上，泰森食品首次展示其在中国布局的“未来工厂”项目，与国内外行业领军企业签订战略合作框架协议，构建从软件到硬件的全套智能化、信息化平台系统。

目前，首个未来工厂已经落户湖北孝感并正式开工，而其他已经布局的泰森工厂也将同步进行智能化改造，实现在中国生产布局的全面升级。

在来到本届进博会食品及农产品展区的上千家企业，尤其是近 30 家世界 500 强及龙头企业中，许多是进博会的“四朝元老”。有的甚至还早早预定下了明年的进博会席位。

令人欣喜的是，越来越多的国际高端、新兴美食正将进博会作为全球新品首发地。对中国消费者来说，丰富多样的国外进口食品不再是远隔山海的奢侈品，而是商超随处可见，APP 下单速达到家的日常食品。

而通过进博会的平台，世界食品潮流的脉动也清晰地传向中国餐桌，绿色、低碳、健康食品不断“展品变商品”，助推“有机健康”概念深入人心。

绿色、低碳、健康食品不断「展品变商品」

进博会助力全球美食加速抵达中国厨房



图片 / 晨报记者 徐妍斐

受访者供图

制图 / 潘文健