

宝鸡土特产 飘香世界餐桌

本报记者 周淑丽

百姓
关注

甑糕和擀面皮摆进了美国的华人超市，岐山面条成为韩国人餐桌上的香饽饽，眉县猕猴桃在毛里求斯备受欢迎……近年来，宝鸡的土特产品出口额连年递增、品种越来越丰富。作为一个不沿边、不靠海的内陆城市，原本难出陕西的地方特色农食产品，何以赢得世界各国人民的青睐？近日，记者进行了采访。



海关人员到酒企监管指导出口产品生产



陕西代饽香伴食品有限公司的工人生产火锅面

易通道，让产于西秦大地的辣椒干，跨山越海摆上了马来西亚人的餐桌。

近年来，在世界各国人民的餐桌上，来自宝鸡的“美味元素”变得越来越丰富。除了红彤彤的辣椒干、酸甜可口的猕猴桃，还有甑糕、擀面皮、火锅面、橡子仁、青梅酒、西凤酒、苹果等20多个品种，出口的国家有加拿大、荷兰、美国、日本、韩国、新加坡等30多个。尤其是2023年，宝鸡海关共监管出境新鲜水果418批次，同比增长2.2倍，货值3517.9万元；检验监管出口食品1423批次，货值1.2亿元，同比分别增长86.9%、2.3%，数据创历史新高。农食产品出口，正在贡献越来越亮眼的业绩，也成为宝鸡外贸出口不可或缺的重要支撑。

“宝鸡土特产出口的历史有将近20年了。”一位在宝鸡从事外贸工作的业内人士告诉记者。

竞争力。

走进陕西代饽香伴食品有限公司加工厂，穿着蓝色工服的工人正在生产手工拉面，厂房外一排大字十分醒目：“让世界畅享陕西好面。”企业负责人李勇说，他们公司成立只有三四年时间，去年第一次把“火锅面”出口到韩国、日本、加拿大，目前一直比较稳定，每个月都有订单，而且订货量在逐年上升。过去有人调侃说臊子面“难出岐山”，意思是面食受地域限制十分严重，到了外地就很难吃到正宗的岐山面。而现在为何能把面条卖到国外市场？李勇说：“原汁原味的岐山面是最好的竞争力，我们通过传统的手工制作，保留了陕西面食原有的口感，并通过现代科技加工，解决了运输和保质的问题，应该说是好品质征服了世界人民的味蕾。”

在世界这个“大餐桌”上，可以从全球各地挑选食物，但也意味着竞争对手更多、难度更大。对于宝鸡不少做农食产品的外贸人而言，宝鸡的农食产品想要通过层层筛选，传统的好品质和物流保鲜技术的创新是最大的自信。

前不久，眉县发往加拿大的20吨猕猴桃在国外市场备受欢迎。面对来自各方的赞誉，眉县齐峰果业外贸负责人鲁文博却显得很淡定。他说：“眉县是全世界猕猴桃的最佳优生区之一，眉县猕猴桃通过了地理标志认证，就世界范围而言，想吃到好吃的猕猴桃，就要选眉县的，所以在世界市场上我们是有竞争力的。”齐峰猕猴桃的出口历史已有十余年时间，从最初的两年才做成一单外贸生意，到现在出口26个国家，每年出口7000多吨，这一发展历程是不少外贸企业的缩影。作为鲜食水果，在运输过程中实现长时间保鲜是关键，而随着技术进步，冷链物流解决了运输难题。去年，眉县联合西北农林科技大学，攻克了国产猕猴桃即食难关，解决了“硬着不能吃，软了吃不及”的问题，进一步提升了眉县猕猴桃市场占有率和美誉度。鲁文博说：“眉县猕猴桃酸甜可口，在各个国家还是比较受欢迎的，每年的外贸订单量都在增加。”

抢抓机遇拓新路

今年的政府工作报告提出，要大力发展开放型经济。不少业

内人士认为，我市还有很多优质的农食产品，都可以达到外贸出口标准，期待更多的企业能够转变思路，让更多的宝鸡土特产摆上世界各国人民的餐桌。

太白县绿蕾现代农业园区是我市最早的供港蔬菜基地之一，每年6月份到10月份，输送供港蔬菜1800吨。这些从太白县采摘的新鲜蔬菜，只需要48小时就可以摆上香港市民的餐桌。负责人艾科平从事外贸行业已经7年多，他说，生长在秦岭深山里的太白蔬菜，通过外贸销售，不仅提高了销量，价格也要比普通市场高出50%。现在他们正在做有机蔬菜认证，也计划进一步打开更多的出口市场。艾科平说，现在冷链物流非常方便，对外贸易的通道也越来越顺畅，他建议农业食品企业一定要有“两条腿”走路意识，尝试主动去对接全球市场，比如通过线上平台，或者一些展销会，积极推介，让世界各地的人都能品尝到宝鸡的优质农产品。

岐山“火锅面”顺利实现出口后，李勇对此感触良多。他说，企业在成立之初，为了打开销路做过很多努力，找过网红带货、跑过各种展会，后来不仅打开了国内市场，还敲开了外国市场的大门。“以前觉得把东西卖到国外很稀奇，现在发现做外贸越来越方便，宝鸡的好东西特别多，需要更多的推介平台让世界各国人民认识到宝鸡食品的优点。”李勇说，自从打开国际销路后，现在他们生产的面食产品销量越来越大。他建议我市能够多举办一些农食产品的推介活动，多宣传和展示宝鸡的优质农产品，也让更多的企业了解到做外贸出口的积极意义，这样才能有更多的优质食品出口到国外。

记者在采访中也了解到，由于开放型经济的不断发展，如今我市已经有一些名优食品生产企业开始转变思维，把目光投向海外市场，希望把更多特色农食产品推介到世界各国。为了帮助这些企业顺利实现外贸出口，市商务局联合海关、口岸、外汇、税务等部门对重点企业开展“一对一”跟踪服务，帮助企业规避技术性贸易壁垒，手把手教企业通过国际贸易单一窗口办理通关手续，推动稳外贸政策落实，以期促进更多的宝鸡土特产漂洋过海。

打好名优产品外贸这张牌

周淑丽

近年来，宝鸡名优产品飘香海外正在变得越来越普遍，由此产生的经济效益和社会价值也越来越凸现。名优产品的出口，让企业感受到被世界认可的自豪感，也增强了其对经济向好的信心。因此，打好名优产品外贸这张牌至关重要。

打好名优产品外贸这张牌，首先要有“卖全球”的意识和思维。俗话说：“心有多大，舞台就有多大。”记者在采访中发现，很多业内人士都表达过这样的观点，宝鸡从来不缺优质产品，只是缺乏“走出去”的思维。已经出口到国外的擀面皮、甑糕、青梅酒赢得了外国美食人士的喜爱。豆花泡馍、鹿糕馍等其他名优产品只要能够走出去，也会赢得市场。随着开放型经济不断发展，名优产品走出国门正是最好的时机。相关企业应迅速转变思维，积极对接海外市场，寻找一切可以“走出去”的机会，越是早一点打开海外销路，就能越早征服更多人的味蕾，扩大名优产品的销路。

打好名优产品外贸这张牌，还需政府搭台牵线，持续做好优化营商环境工作。虽然宝鸡名优产品出口额连年增长，但不可否认的是，宝鸡作为一个内陆城市，地域的限制让很多企业缺乏跨山越海的勇气。政府职能部门应当加大工作力度，多做“红娘”搭台牵线，让宝鸡的企业家多一些接触海外交易的机会和平台，达到开阔眼界、实现合作的目的。同时，还要进一步优化营商环境，吸引更多的高质量外贸企业进驻宝鸡，用他们的专业能力和商业嗅觉，来发掘更多可出口的名优产品，帮助更多隐藏在民间的优质食品走向海外市场，实现海外“掘金”的目的。

随着我国对外开放的进一步增强，名优产品在国际市场上的份额还会不断提高。提前布局、提早准备，全方位延长土特产产业链，名优产品外贸这张牌一定会打出特色和水平。

在他的记忆中，宝鸡人闯海外市场的意识比较早。作为水果生产大市，宝鸡曾经在十多年前建起过一批果汁厂，其中就有食品厂将浓缩果汁销售到了国外市场。如今最早一批做食品外贸的企业很多已经转型，但是宝鸡人跨山越海闯市场的好传统却保留了下来。近年来，随着外向型经济的发展，很多宝鸡人开始面向世界做生意，一方面拓展国内市场，一方面开发国际市场，尤其近十年来，苹果、猕猴桃等水果，成为出口量非常大的农食产品，在国际上的美誉度也越来越高。

坚守品质赢先机

人们对美食的追求，可以跨越国界，但不管食物来自哪里，品质、口感都是选择的重要因素。记者在采访中了解到，宝鸡的臊子面、擀面皮、醋粉、甑糕等特色农食产品，能摆在世界各国人民的餐桌上，除了外贸政策、开放通道等多方面的因素外，坚守好品质是最大的