

喝咖啡 品红酒 吃西餐 青田：侨乡风貌 别样山城

叶子 叶春笼 李俊新

东经120度、北纬28度，位于浙江东南部、瓯江中下游的青田，是丽水市对外开放的“东大门”。刚刚落幕的第五届华侨进口商品博览会暨青田进口葡萄酒交易会、第三届国际咖啡博览会，让青田再次“走红”。短短4天时间的展会，取得了丰硕的经贸成果——签约华侨产业、生活方式、制造出海三大类产业项目31个；签订进口品牌授权代理540个，近200家国外酒庄、27家咖啡企业签约入驻；面向全国范围邀请100家商(协)会、5500家专业采购商，意向成交金额突破32.6亿元，创下历史新高。

群山环抱的青田，被称作“小欧洲”，50多万户籍人口，有38.1万华侨华人分布在全球140多个国家和地区。这个小山城有着美酒般的甜蜜幸福，也有咖啡似的醇厚韵味，中西文化在此碰撞，创造出混搭但毫不违和的山城风貌与别样生活。



青田夜景

闻 满城尽飘香

“走，喝咖啡去。”在各大中小城市，喝一杯咖啡已是平常事，但像青田这样“含咖量”极高的小县城，在国内并不多见。

县城面积2477平方公里的青田，400多家咖啡馆遍布大街小巷，日均咖啡消费2万多杯，远高于全国平均水平，吸引年轻人到此“打卡”“种草”。

窝在一间有格调的小店，在曼妙的音乐节奏中，喝一杯“纯正的欧洲咖啡”，与友人谈天说地，如今已是青田人最为常见的休闲习惯。

来自江西的余恋珠在青田从事咖啡行业已有10余年，最早吸引她留在青田的原因便是当地人对咖啡的热爱。“早上咖啡馆一开门，就有很多顾客进来喝一杯意式咖啡。青田咖啡的货源也有相应优势，我们可以借助华侨的资源拿到进口的咖啡豆。”余恋珠说，现在，她不仅开咖啡馆，还成立了咖啡加工厂，根据顾客的需求定制个性化咖啡。

咖啡馆从发展之初传统的装修风格，到今天各种类型齐聚，那些“小而美”的咖啡馆，正成为这个小城人们幸福生活指数的体现。咖啡吧一条街，已成为侨乡青田一道独特的风景。

咖啡也唤醒了青田这座小城的活力，青田人已经把咖啡喝成了产业。近年来，青田高度重视咖啡产业发展，推进咖啡全产业链发展：“与非咖啡”率先成立了全县第一条拥有正规生产资质的咖啡豆生产线，实现在咖啡产业链条上的转型突破；以“与非”“洛洛”“托尔摩卡”为代表的咖啡豆和咖啡机设备系统服务商陆续涌现。

咖啡师的培养工程也在同步发力，

越来越多的年轻人愿意加入到这个充满活力的行业。如今，青田咖啡从业人员超过7000人，咖啡馆年营业额达到8000多万元。

此外，今年9月，青田与中咖(海南)文旅产业集团有限公司签订了合作框架协议，中咖(海南)文旅产业集团有限公司将投资或招引1家及以上精品咖啡烘焙企业落地青田，进一步完善青田精品咖啡产业链，带动青田精品咖啡产业升级，这标志着青田咖啡在打造“百亿产业”上又向前迈进了一大步。

去年以来，青田在咖啡产业发展的基础上，深耕咖啡文化，积极打造“书香咖啡·阅读之城”品牌，现已建成首批100余家“书香咖啡”阅读场所，并积极开展“咖啡飘香与书同行”“文化接力跨洋阅读”等阅读活动，更好地满足了人民群众的精神文化需求。

咖啡，已经成为青田的一个文化标识，也成为了解外界了解青田的一个重要窗口。

品 感受葡萄酒的奇妙

走进青田世界红酒中心，仿佛来到了葡萄酒的天堂。来自意大利、西班牙、法国等国家的葡萄酒一应俱全，清爽的

干白、芬芳的甜白、果味浓郁的干红等一系列葡萄酒整齐罗列，展馆几乎每个角落都透着葡萄酒的醇香。

据统计，青田侨乡进口商品城有两万多款葡萄酒，400多家国外酒庄入驻。葡萄酒作为一种古老而充满魅力的饮品，承载着丰富的文化和传统，它不仅是一种饮品，更是一种生活方式和艺术的体现。

作为华侨之乡，青田拥有悠久的历史红酒文化和品鉴传统。从上世纪八九十年代开始，青田华侨回国探亲的伴手礼中就出现了葡萄酒的身影，亲友聚会时，葡萄酒与黄酒、白酒一样早早登上了青田人的餐桌。

对青田人来说，品尝葡萄酒不是只有在吃西餐时才会体现出的“仪式感”，而是融入到了日常生活中。近年来，青田立足侨乡优势，利用华侨资源，将葡萄酒产业作为青田进口商贸中的支柱产业。从建设侨乡进口商品城、世界红酒中心，到开创“中国·青田进口葡萄酒指数”，再到连续举办省市县各级职业技能竞赛……为提升青田葡萄酒文化的辨识度和美誉度，做优扮靓侨乡经济，青田以实施“华侨要素回流工程”为抓手，在葡萄酒业态布局、品牌打造、技能人才培训上下功夫，为葡萄酒行业发展插上腾飞的翅膀。

本届侨博会也邀请到了国内外800家葡萄酒代理商参展，展示展销25个国家的近3万款进口葡萄酒，其中最知名的包括法国木桐、意大利西施佳雅、西班牙贝加西西里亚等，进一步打造全球进口葡萄酒的“金名片”。

同时，经过前四届的葡萄酒展会积累，青田葡萄酒交易会的专业度不断提升，特色越发鲜明。据侨博会主办方介绍，青田葡萄酒交易会以境外酒庄为主，规模大、品类多，而且对标国际展会运营模式，能为5000多家葡萄酒采购商举办专业的商务洽谈专场，整合共享优质商贸资源。

目前，在青田的整个进口商贸业态当中，有70多个国家和地区的10多万种商品，葡萄酒占比就达到了

65%—70%，葡萄酒年交易额突破30亿元。

在青田，不仅能为消费者提供“买买买”集中式的购买场所，同样还打造了沉浸式的体验舞台。在罗萨露拉世界·葡萄酒沉浸式体验中心，液晶屏以数字化的展示形式，再现了葡萄酒在田间地头、酿酒车间发酵陈酿、装备运输等场景，让消费者知道一颗葡萄从树上到餐桌酒杯中所经历的流程；还可以根据“查色、闻香、品鉴”，逐一体验葡萄酒专业品鉴步骤，通过色卡辨别葡萄酒的外观区别，通过香气感受不同品牌葡萄酒中间的细腻，通过分杯机一次性感受十余款葡萄酒在口中的美妙变化。

食 舌尖上的世界风味

来青田，还不能少了舌尖上的美味：西餐。青田的“西餐文化”，也成为了本届侨博会上的一抹动人的“色彩”。

走在青田的大街小巷，可以不出国门，就能尝遍世界美味。意面、汉堡、原切牛排、海鲜饭……各类规模不大的西餐厅，精心烹制欧洲各类特色美食，意式、法式等各国风味可以同时出现在一家西餐厅。

日渐繁荣的“西餐经济”，也带火了“西餐大师”这一劳务品牌。作为侨乡县域特色人才培养工程，青田面向全国招生，免费培训品酒师、西餐师、西点师、咖啡师、侍酒师、烈酒师、葡萄酒营销师、调酒师、火腿切片师等九大类侨乡特色人才，花大力气培养“西餐大师”。

根据产业发展需求，青田针对“西餐大师”开展精准教学，开设专门的网络“云课程”，实现线上线下培训两不误；推出“西餐大师”产业培育示范中心、世界红酒中心、青田咖啡之窗、青田职业技术学校、青田欧侨职业技能培训学校等七大“西餐大师”实训基地，让学员学真功夫，真学本领；还专设“西餐大师”发展办公室，负责制定全县“西餐大师”培训规划与政策制定，进一步促进青田“西餐大师”品牌化、产业化发展。

今年8月，首家青田“西餐大师”旗舰店在青田油竹街道正式营业。走进欧陆风情装修风格的大堂，专设的咖啡制作、红酒文化、西式糕点、哈蒙切片等活动体验区，吸引了众多客人沉浸式体验西餐文化。据青田“西餐大师”首家旗舰店董事长留洪华介绍，这里将用于打造集培训、学习和文化交流等功能于一体的综合平台，充分展示富有侨乡特色的西餐文化。

青田还制定《青田“西餐大师”旗舰店品牌店视觉形象系统规范》《青田“西餐大师”星级品牌店评定规范》《青田“西餐大师”统一运营规范》三大规范，旨在



在侨博会主展馆，参展商介绍进口葡萄酒。

规范青田“西餐大师”品牌门店的开设，打造专业一流的品牌形象，促进青田“西餐大师”全产业链发展。

同时，青田出台县外开店、门店装修、星级评定等三方面的激励政策，并围绕培训经济、沉浸式体验经济、西餐产业建设、西餐大师星级品牌店建设、西餐产品研发、拓展西餐大师实训基地建设等方面制定相关西餐产业发展扶持政策。

截至目前，青田已开办品酒师、咖啡师、火腿切片师等系列培训180多期，累

计培训3万多人次，促成4000多人学成就业。

穿行在青田的街头，所能感受的欧洲风不止来自欧式建筑，还藏在那些具体的生活方式中。

它可以具体到300多家咖啡馆中某款SOE豆子；具体到不输意大利本土餐厅的一道海鲜；具体到街头小店飘出的西班牙火腿香；具体到睡前床头喝一杯的红酒……如今，以西餐、咖啡、红酒等为特色的“青田时尚生活方式”正加速走出去。



在侨博会主展馆哈蒙展示区，参观观众品鉴哈蒙。



世界咖啡拉花艺术大赛中国区选拔赛浙江分赛区(青田)现场

(本版图片由青田县委宣传部提供)