

早餐喝杯新西兰鲜牛奶，中午来碗泰国香米外加越南火龙果，晚上再吃个澳大利亚烤牛排。这些中国吃货们津津乐道的“爆款”，全部来自于“原产地直供”。

现在，中国日益庞大的中产阶级群体正前所未有地延长他们“吃的半径”。一条智利三文鱼的“中国之旅”，充分展现了食物全球化的背景下，充满无限想象力的商业空间。这种趋势和潮流之下，暗藏着哪些机会？

中国中产阶级强大的消费能力，令全世界为之垂涎。对于国外的贸易商而言，任何能够拓展中国市场的机会，都是阳关大道。大使站台，政府背书。来自智利、新西兰、加拿大的生鲜，正在捕捉互联网时代的全球化商机，全力撬开中国市场的大门。

在中国，当阿里这样的跨境电商出现后，传统的贸易方式被颠覆，给消费者带来的是从购物方式到生活方式的改变。那么，这样一个生鲜全球化通道是如何打通的？

国际化的电商又打开一扇机遇之窗

全球争抢中国吃货



11月5日，在中国国际渔业博览会上，智利新任驻华大使何乔治(中)亲自站台，推介智利贻贝。(由智利大使馆供片)

本报记者 姜宁 实习生 满莉

从35天到48小时

忙活了一天的李鑫晚上回到家中，琢磨起了周末大餐。

点开天猫商城，上面正在举行的外国美食团购会让李鑫这样的“吃货”眼花缭乱。挪威新鲜三文鱼、澳大利亚雪花牛排、加拿大五斤重的帝王蟹……在天猫商城上，这样的外国美食团购几乎每周都有两三次。

生活在胶州的李鑫供职于一家贸易公司，在胶州有房有车有稳定的收入，算是“中产”了。工作之余，他经常会通过购物网站买一些新鲜美食。这次，阿里巴巴上市后的第一个“双11”居然玩起了“全球购”，当季捕捞的阿拉斯加黑鳕鱼、来自亚丁湾的野生冰鲜，关键词是“全球直采”。

这让李鑫大开眼界，这种C2B模式，真的让世界变小了。自他从网上下单开始，太平洋的那一端，蝴蝶的翅膀已经开始颤动了。

每天早晨7点钟，一条从智利复活节岛海岸边捕捉上来的新鲜三文鱼，经过简易包装，通常一条约8公斤的三文鱼被分割成4到5部分，迅速登上从圣地亚哥飞往上海或者北京的航班，经过18个小时运输后，暂时存放在中国物流公司的仓库中。就在一天前，来自全国各地的“吃货军团”们已经从天猫、京东拍下了这款来自于智利的新鲜三文鱼。

随后，三文鱼从北京上海的物流公司仓库中取出，分装、登机、运输、配送，登上中国吃货们的餐桌。这款三文鱼在天猫商城的团购价每斤只需要30多元，几乎是商场价格的一半。

此时此刻，距离智利三文鱼被捕捞上岸，尚不满48小时。

而在两年前，智利的三文鱼来到中国需要一个月以上。经销商把捕捞来的三文鱼统一装船，经过35天的大西洋、太平洋航行，来到北京或者香港的经销处，然后再派送到在中国的一二级分销商处，最后被中国顾客看

中，买走。因为路途遥远，三文鱼在海运过程中，一般都是通过冷藏保存的。

来自加拿大魁北克的渔业公司负责人史密森先生在接受本报记者采访时说，正是这种C2B预售模式，让他们这类国外经销商能够精准地寻找到客户。加拿大的渔民在捕捞三文鱼的同时，就已经接到中国的订单，从而省去了诸多中间分销环节。此前，也只有欧美消费者才能享用这样的鲜货。

史密森的公司在今年春节期间参加了加拿大政府在天猫上的展销活动，不到一天的功夫，卖出了几千只龙虾，如果放在普通的加拿大中型超市售卖，恐怕需要几年时间才能消化掉。这种两三斤重的龙虾出产于大西洋海域，在天猫商城上的单只售价不到200元，而同类产品在中国境内的普通超市，价格要在300元以上。

大使站台 政府背书

在这场对中国吃货们的争夺战中，来自政府背景的“超级促销员”充当了排头兵。这份长长的“超级促销员”名单上，有拿着帝王蟹的爱尔兰总理、举着龙虾的加拿大领事，推荐大米和榴莲的泰国商业部部长……

11月5日，中国国际渔业博览会在青岛拉开帷幕。目前，出口到中国的海产品一半以上通过青岛口岸集散，这场博览会也吸引了来自美国、加拿大、挪威、智利、阿根廷等全球几十个国家的代表团出席。

开馆没多久，智利新任驻华大使何乔治已经开始对各路中国经销商推荐贻贝。何乔治伸手拿起贻贝尝上一口，然后伸出大拇指，说着不算流利的汉语，“这个，很好吃”。

就在去年的11月25日，智利前任驻华大使路易斯·施密特·蒙特斯在天猫商城首秀智利水果。在安第斯山脉和复活节岛背景下，路易斯·施密特·蒙特斯笑容满面地为中国买家介绍空运来华的智利樱桃和蓝莓，希望中国人民能够“感受来自南半球的暖冬甜蜜”。作为冬季中国市场上樱桃和蓝莓的唯一供货方，2011年，智利樱桃占据了中国

75%的进口樱桃市场份额。

其实，这场针对中国市场的“樱桃大战”早已开锣。2013年7月2日，美国西北部的车厘子空降沃尔玛，时任美国大使骆家辉亲临北京亦庄山姆会员店，当起促销员。

就在2013年夏天，天猫、京东、我买网、本来生活，几乎所有卖食品的电商都打出“海外直采”的旗号开卖美国车厘子，原本超市里八九十元一斤的贵族水果，被电商们打到了四五十元一斤。仅仅几天的时间，美国车厘子通过电商渠道销售168吨，这是一个普通的中型超市要卖9年时间才能达到的销量。

在成功搞定美国贸易商之后，天猫把目光对准了智利，通过政府渠道接触到了智利驻华大使馆。双方商定好合作细节后，一架满载着各种美食和销售商的航班从智利首都圣地亚哥飞往上海。路易斯·施密特·蒙特斯大使为这次天猫平台上的“智利美食推荐”足足准备了三个小时演讲稿，从智利的自然风光到人文地貌。刚刚演讲了十来分钟，天猫商城就发来通知，从智利运来的生鲜产品已经被中国买家抢购一空。

智利的销售商震惊了，可中国吃货们仍惦记着新一轮国外美食的到来。中国中产的购买力到底有多强？根据中投顾问发布的《2014-2018年中国进口食品市场投资分析及前景预测报告》，中国80后和90后甚至00后出生的独生子女群将在未来10年内成为消费市场的主流力量，他们受西方文化和生活方式的影响将促进中国的进口食品市场带来高速的发展。

到2018年，中国将成为全球最大的进口食品消费国，中国大陆进口食品市场规模将高达4800亿人民币。

无国界的“双11”

在阿里巴巴，一个完整的全球品牌直采流程是指：天猫国际甄选全球时令货品后，与海外品牌商询价，随后将商品引进给平台商家，商家进货入仓，完成全球直采。

通过电商渠道销售国外进口美食这

一方式在天猫大获成功，一号店、京东商城多效仿，但是通过电商平台来做外国美食这种业务不是可以简单复制的。这其中，从货物通关到物流配送，每一环节上都是一场时间与速度的较量。

以阿里巴巴为例，它在杭州跨境贸易电子商务产业园的一栋保税仓库大楼里租下了一整层，面积大约有2万平方米，作为天猫国际进口商品的人关通道。今年“双11”天猫玩“全球购”，其物流链路明显加长。能否及时拿到货，成为消费者最关心的问题。

美国农业部驻上海贸易办公室主任石耐劳曾协助组织一些农产品和海鲜在天猫进行销售。当时阿里巴巴与美国政府合作，将来自华盛顿州的樱桃拿到天猫销售。在接到订单后，华盛顿州雅基玛谷Sage水果公司的工人开始从树上摘下樱桃，随后运往加工厂，对樱桃进行分拣和清洗，随后装箱发往中国。

Sage公司的老板彼得·维尔布鲁格在晚上接到天猫的订单，其中包括精确的发货要求，即产品发往何处，比如上海、广州，还是北京。第二天一早，数吨樱桃就被装上前往西雅图塔科马国际机场的货车上。在去年樱桃大丰收后，来自中国的大量需求能够帮助维尔布鲁格消化库存。

这些生鲜产品到达中国后，通过三种方式到达中国消费者手中，速度最快的是保税备货模式，海外商家根据对货品可能的销量提前向保税仓库备货，提前完成海关备案、检验检疫、预包装等环节。消费者下单并通过支付宝付款后，订单信息会实时同步给海关系统，随后快速清关发货。今年“双11”将有半数以上的进口商品通过这种方式送达消费者手中。像杭州这样的保税仓库，天猫国际在宁波、广州等地也有复制。

另一种方式是传统的海外直邮模式，本身拥有完整的跨境链路的海外品牌商户会选择直接发货，空运效率更高；而一些中小品牌则会采用集货模式运输，即先将订单商品集中运输到菜鸟物流在当地建设的海外仓库，再整体运回国。

(下转B03版)