

近年来，中法两国在农业食品领域的沟通更加密切——

中国餐桌上的法国美食更多了

本报记者 孔德晨

呷一口勃艮第葡萄酒，品味来自法国庄园的醇厚幽香；选购肉质鲜美的法国夏洛莱牛肉，为家人煎一道牛排；品尝法国软枣猕猴桃，“果盘子”更加丰富……近年来，中法两国在农业食品领域加强沟通，法国已成为中国在欧洲的主要农业食品供应商。

今年4月，法国总统马克龙对中国进行国事访问，期间中法双方达成一系列重大合作协定。其中在农业食品领域，两国决定加强农业、农食、兽医和植物检疫领域伙伴关系，中方愿同法方打造“从法国农场到中国餐桌”的全链条快速协同机制。

这意味着，将有更多法国美食跨越山海，摆上中国家庭的餐桌。



近日，第六届中国国际进口博览会推介会在法国巴黎成功举办，不少法国农业食品企业再次签约。图为去年举行的第五届中国国际进口博览会上，烘焙师在展示法式面包。

把更丰富、地道的法国美食加入货架

法国农产品进入中国，不仅向消费者提供更多元化的选择，也与中国农业展开合作、相互借鉴。

2020年进驻中国的法国牛奶品牌“诺芒底1905”，利用规模化、标准化的现代农业技术和管理理念，在科唐坦优质草场和优质奶牛产区建立起集规模化草场建设、原生态牧草、优质奶牛繁育、高品质牛奶为一体的现代化绿色生态产业链。该品牌负责人告诉记者，通过建立法式生态牧场，可改善传统奶业生产模式，在产品生产和消费过程中融入环保理念，提高奶产品品牌效应，驱动农村生态价值转化为经济价值。

法中交流促进会会长亚丁认为，完善的生态保障体系是发展牛奶产业的关键环节，“诺芒底1905”带来了从源头牧场生态到养殖、加工过程中先进的理念、技术和经验，助力中国牛奶市场的发展。“一方面，持续引进优质奶牛品种、优质草场饲料和精细化饲养技术；另一方面，通过建立法式生态牧场，助力中国农业发展。”亚丁说。

为确保消费者买到货真价实的法国农产品，中法相关机构还深化合作，完善产品认证溯源机制。早在首届进博会上，法国夏洛莱牛肉展包装就都贴上了认证溯源标签，用手机一扫标签上的二维码，产地、品种、品牌、产品特点、生产日期、保质期、净含量等信息立刻显示在手机屏幕上。“两国相关机构联合推出这项认证溯源后，中国消费者便能对法国牛肉产品的生产、流通过程一目了然。同时，经中国国家认证认可监督管理委员会认可的第三方独立认证机构，也参与了追溯过程的审核工作，以保证追溯的权威性和公正性。”法国猪业联盟和法国畜牧及肉类协会驻华副代表胡丹说。

近日，第六届中国国际进口博览会推介会在法国巴黎成功举办，不少法国农业食品企业再次签约，相约今年11月在上海见。

中国商务部部长王文涛表示，近年来在两国元首战略引领下，中法经贸关系实现稳定健康发展。法国政府和企业一直是进博会的常客，积极通过进博会平台开拓中国市场，扩大对华合作。法国已应邀担任2024年第七届进博会主宾国。欢迎法国企业积极参与进博会，把更多优质特色产品、技术和服 务推向中国 and 全球市场，共享中国发展机遇，共添全球发展动能。法国猪业联盟会长梅尔特表示，之前已连续5年参加进博会，期待将更多优质产品带到中国市场。京东、盒马等采购商已跃跃欲试，希望把更加丰富、地道的法国美食加入“货架”。

“中国是一个快速发展的大市场”

打开生鲜平台APP搜索法国食品，种类丰富的法国优质乳产品首先映入眼帘。“家里有个‘过敏宝宝’，听说转奶时喝羊奶粉比牛奶粉更容易适应，所以我们更倾向选择优质的进口羊奶粉，看中了一款法国产品。”育有一女的北京市民郭女士告诉记者，“法国乳制品在宝妈中口碑一直不错。”

就在3月底，来自法国的品牌达能宣布旗下全新婴幼儿配方羊奶粉系列“爱他美3卓伴”和“诺优能3诺优羊”全面上市。达能中国饮料总经理高月秋告诉记者，达能将孵化更多新品牌，丰富在华产品组合。

像达能这样深耕中国市场的法国食品企业不在少数。连续参加三届消博会的全球知名烈酒和葡萄酒集团保乐力加也是其一。“保乐力加拥有全球排名前100烈酒品牌中的17大品牌，覆盖了丰富的产品门类，并在全球160多个市场拥有超过240种高档品牌。”保乐力加有关负责人告诉记者，在中国，保乐力加是进口酒类国际集团中的翘楚。早在30多年前，一些主要品牌如芝华士、马爹利就已进入中国市场。

提起法国产品，很多人首先想到的是时装、香水等时尚产品。实际上，从出口占比看，农产品是法国对华出口产品中仅次于航空设备的第二大类别。

据介绍，法国是农业大国，尤以生产高品质的葡萄酒、奶酪而闻名。法国农业拥有先进的技术和设备，注重农业环境保护，是欧洲现代化农业模式的代表。作为欧洲农业第一大国，法国每年向全球各国出口大量的农产品，包括红酒、香槟、谷物和动物饲料等。

中国是全球最大的食品进口国。近年来，中法之间在农业食品领域的贸易往来更加频繁，谷物、烈酒、葡萄酒和美食产品等领域进出口非常活跃。采访中，多位法国食品企业驻华负责人表示，法国农产品以安全



法国著名葡萄酒企业保乐力加在海南省海口市海口国际免税城设立的全新精品类精品店。保乐力加供图

中欧班列是中法进出口贸易的重要桥梁。图为4月26日，为纪念成都国际班列十周年而开行的“法国邮政DPD专列”在四川省成都市青白江区国际铁路港首发。

白桂斌摄（人民视觉）

和高品质著称，符合中国消费者的期望和口味，对法国农业食品企业来说，“中国是一个快速发展的大市场”。

中法在农业食品领域合作持续深化

法国有哪些农产品在中国“吃香”？首先是葡萄酒。多年来，法国始终是中

国最大的瓶装静止葡萄酒和起泡酒供应国。根据中国进出口葡萄酒与烈酒协会（简称CAWS）的数据，2022年中国葡萄酒进口额约为14.3亿美元，进口量为33.53万升，其中法国、智利和意大利等3个国家占比近80%，深受消费者喜爱。2022年，法国对中国的葡萄酒出口总额达6.619亿美元。

法国对中国的烈酒出口额同样处于领先地位。根据CAWS数据，2022年法国向中国

出口的烈酒总额高达14.15亿元，占中国进口烈酒市场的一半以上，占比达62%。

法国的乳制品也深受中国消费者喜爱。法国农业食品委员会有关负责人介绍，法国拥有1500多种不同的乳制品，是世界上乳制品种类最多的国家之一。其中，作为法国标志性产品的奶酪就有1200种之多。目前，许多法国乳品企业在中国设立了分支机构，为中国消费者提供各种各样的乳制品，包括乳制



部分用户遇到泊位较少、定位失准等问题——

共享单车“还车难”如何解？

本报记者 汪文正

共享单车在提升居民出行便利度、推广绿色低碳生活方式等方面贡献良多。然而，近期有居民反映，归还共享单车时常面临着泊位较少、定位失准、动辄收取调度费等问题。

不少消费者表示，自己或家人上学、上班接驳通勤时，几乎离不开共享单车，但不时会遇到“用车五分钟，还车十分钟”的情况，有时因卫星定位不准，被系统判定为“规定区域外还车”，还要支付调度费。

共享单车“好借不好还”问题是否普遍？记者进行了体验。5月8日下午1时许，记者在北京市朝阳区金台西路用手机扫码解锁了一辆某品牌共享单车。微信小程序显示，距离最近的还车点位于金台路万惠

商场附近，并配有该还车点的实景照片。但当记者到达照片中的还车点并将车停在指定区域后，却因卫星定位判定单车“位于停车点外”而无法通过小程序结束行程、将车落锁。此后记者又骑行十几分钟、辗转多个指定停车点才顺利还车。

共享单车企业是否能随时解决这一问题？还车期间，由于单车配备了新型智能锁，无法手动开锁，记者尝试通过小程序、客服热线寻求解决问题，但因“人工客服繁忙”未果，只好暂先拍照上报了故障信息。当天晚些时候，记者发现故障信息已被通过，小程序显示记者获得了“报障激励”，可享受免单。

采访中，记者发现，多数

消费者通常能在后续维权时得到相应补偿，如免单、折扣、代金券等，但消费者在寻找其他还车点、联系客服、上报故障等过程中，仍然承担了时间成本，而节约时间恰恰是消费者租借共享单车的首要关切。

频繁遇到“还车难”，使一些消费者对共享单车望而却步。2022年有机构进行了调查，数据显示，在拒绝使用共享单车的消费者中，有64.8%是因为还车不方便而不愿使用。北京市民刘剑告诉笔者，自己8年前就是共享单车“常客”，习惯于购买相关年卡、月卡等，但随着“还车难”问题愈发严重，“现在几乎不敢骑了，浪费时间、金钱和精力，还生一肚子气。”

“还车难”根子出在哪儿？

从技术上看，卫星定位和还车导航不精准、个别泊位信号弱，让消费者陷入自证“已正确停放”的繁琐流程中。此外，受限于城市空间结构，相应配套设施没有跟上，泊位分布不均、距离太远，单个泊位承载量不足等，都使消费者受困于“还车难”。

聚焦用户痛点，改善服务水平，不少企业和地方已着手解决“还车难”。在北京，部分共享单车品牌在投放车辆中加快普及“北斗+GPS”双模块定位装置，提高卫星定位精度；在江西南昌，有关部门在共享单车泊位内安装了蓝牙道钉，使消费者在卫星定位之外，多了一名蓝牙“判定员”；还有企业从改善服务、优化规则上做文章，通过提升报障响应效率、增加错停豁免次数等，建立还车“报错”“容错”机制，提升用户体验。

专家表示，城市管理者和企业经营者要及时发现新业态中的新问题，在优化技术、规则和运营方式上下功夫，在共享单车解决城市通勤“最后一公里”之后，也要解决好共享单车实际使用中“最后一米”的问题。



江西省抚州市金溪县大力推行“水稻+油菜”轮作模式，提高农田利用率和综合效益，促进农业增效、农民增收。

近日，当地油菜籽全面成熟并进入收割期，农民加紧抢收油菜籽，确保及时轮作水稻。图为5月9日，农民在金溪县黄通乡河湾村优质油菜示范种植基地抢收油菜籽。

邓兴东摄（人民视觉）