

青田咖啡制作规程正式发布

本报讯（记者 舒旭影）近日，《青田咖啡 现磨浓缩咖啡制作规程》（以下简称青田咖啡制作规程）在浙江省咖啡师职业技能竞赛开幕式上正式发布。这一规程由县委县政府、浙江旅游职业学院、相关行业协会及多位咖啡行业专家联合制定。

该规程是我县首个针对咖啡制作的标准文件，严格依照国家标准进行编写，覆盖了从原料选择、设备要求、制作工艺到感官特征的全流程规范，既保持了浓缩咖啡的专业性，又注重结合青田本地的特色风味。

在原料选择上，规程推荐使用经过中深度烘焙的拼配咖啡豆，特别是阿拉比卡和罗布斯塔的搭配，以确保咖啡口味的多样性和稳定性。这种选择既符合青田当地消费者的口味偏好，又能够提升咖啡的香气和回甘，满足市场对高品质咖啡的需求。

在设备的选择上，规程明确了咖啡机和研磨机的技术要求，如咖啡机的水泵压力需达到9 bar以上，水温控制在92℃至96℃之间，以确保咖啡萃取过程的精准控制。这些规定有助于咖啡师在操作中实现稳定出品，控

本报讯（记者 叶春苑 余自强 章晨阳）11月17日上午，第六届华侨进口商品博览会暨青田进口葡萄酒交易会、第四届国际咖啡博览会成果发布会举行。县领导潘伟、周雄、陈如库、杨军伟、朱秀雄、周贇、王海伟出席发布会。

发布会上，先后举行了最佳红金奖、最佳白金奖、最佳起泡酒奖、最佳特殊品类酒奖、评委大奖等Qwine百款精品葡萄酒大赛葡萄酒大奖颁奖，以及优秀参展企业奖、最佳人气奖、最受欢迎品牌奖、最佳展位组织奖、最佳贡献奖等侨博会表彰颁奖。

颁奖仪式结束后，侨博会执委会相关负责人发布了第六届侨博会成果。本届侨博会深入践行国家“一带一路”倡议，响应省委省政府“浙商回归”号召，积极融入高能级开放强省建设，以“侨见世界 博览美好”为主题，以“出国去休闲不如来青田”为口号，以“开门办会、创新

融合、提能升级”为要求，经各主办、协办单位通力合作，规模、影响、成果都实现预期目标，取得了丰硕成果。

展会交易取得“新突破”。展会期间，一方面持续深耕进口商贸业，重点聚集品牌代理，共签订进口品牌授权代理542个，近212家外国酒庄、76家咖啡企业签约入驻，向全国范围邀请112家商协会、5500家专业采购商。另一方面首次涉足出口领域，在首发经济和青田贸易集聚平台上重点发力，助力优质农产品、优势制造业扬帆出海。本届侨博会达成的合作项目，在数量上、领域上、合作形式上有较大的拓展，实现了“全球买、全国卖”进口首达在青田，“全国买、全球卖”出海首发在青田的双向奔赴。

展会活动突出“新体验”。本届侨博会突出活动的丰富性、内容的多样性，精心安排了会务活动、专业活动和配套活动三大类20多项子活动。一是围绕特色侨贸产业，持续举办TOP100精品葡萄酒大赛、浙江省咖啡师职业技能竞赛，邀请世界级和国家级的西餐师、西点师、品酒师和咖啡师现场展示。二是在青田生活方式展、侨博市集、“西餐大师”沙龙品鉴、侨博之夜等群众喜闻乐见的活动的基础上，新增了轻甜国际消费季和人才活动。三是推动“线上+线下”双向延展，在夯实线下采购交易的同时，全面提升线上“全景展示、对接洽谈、即时交易”功能，促进“展客商”精准匹配、长期对接。

展会内容开启“新赛道”。本届侨博会将目光转向了更广阔的进出口贸易领域，不仅继续引进全球优质的进口商品，同时积极鼓励青田乃至全国的名优好物“走出去”，集中安排了农产品国际贸易合作创新中心授牌、出口首发展示、全球好物线上线下展销等活动，首次开设青田制造名优展示版块，设置1500㎡的展区，宣传国货产品，助力本地产品出海。同时创新推出集产品展示、采购、信息交互等功能于一体的“青田贸易集聚平台”以侨为“桥”，积极链接国内海外“两个市场、两种资源”，全力打响“中国好物、青田出海”品牌。

展会品牌呈现“新气象”。本届侨博会得到了社会各界的一致好评，全国唯一以“侨”为主题的展会品牌形象初步建立，据抽样调查，93.6%的参展商超过或基本达到参展预期，观众满意度达96.7%。展会期间，50多家国内外知名新闻媒体记者走进侨博会，进行全面、立体、集中采访报道。通过人民日报、新华社、央视新闻、中新社、浙江日报、浙江广电集团、丽水传媒集团等上级主流媒体、各类专业媒体推送相关信息400多条，抖音、微信视频号等平台推送短视频1500多个，各类新闻平台及微博话题累计阅读量超过1.2亿次。

“侨”连世界 “桥”通青田

□ 记者 黄玲晓 张爱微 叶肖忠

瓯江之畔，万众瞩目。第六届华侨进口商品博览会暨青田进口葡萄酒交易会、第四届国际咖啡博览会于近日落幕，这座江南之城新老朋友齐欢聚，开启一场机遇与梦想的盛宴。

在侨博会的广阔舞台上，青田华侨华人的身影尤为生动。他们怀揣着对

响在世界的每个角落。

青田欧侨商贸有限公司负责人周勇已经连续六年带着他的进口葡萄酒亮相侨博会。作为第一批入驻侨乡进口商品城的青田籍华侨，在他看来，侨博会是一座连接世界的桥梁，让不同国家的文化、理念和情感在这里交汇、碰撞，激发出无限的可能。

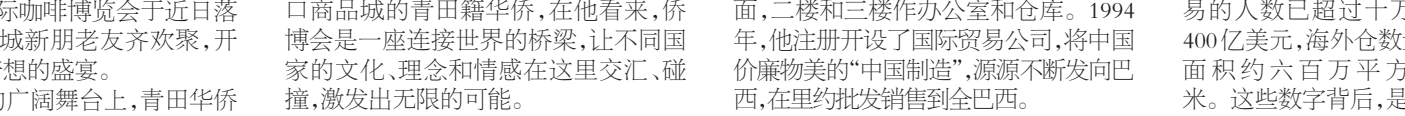
青田华侨毛燕伟就凭借着务农苦

1993年，青田华侨陈小贤在巴西里约热内卢租了一个店面开办百货公司，生意兴隆。接着，他在这个城市中心的极佳地段购置了一座三层小楼，地面一层作店面，二楼和三楼作办公室和仓库。1994年，他注册开设了国际贸易公司，将中国价廉物美的“中国制造”，源源不断发向巴西，在里约批发销售到全巴西。

在意大利米兰，青田华侨经营的最

了青田与“一带一路”沿线国家和地区的经贸合作，更促进了不同文化之间的交流与融合。

目前，青田籍华侨华人从事国际贸易的人数已超过十万，年贸易额高达400亿美元，海外仓数量超过一千个，总面积约六百万平方米。这些数字背后，是青田华侨用汗水与智



中化集团

制作工艺方面,规程涵盖了准备、磨粉、布粉填压、放水、萃取、出品和清洁等七个步骤,每个步骤都设置了详细的操作规范。例如,磨粉量需控制在10至12克之间,咖啡粉的粒径应在100至300微米之间,以确保每一杯青田现磨浓缩咖啡都能呈现出醇厚的口感和浓郁的香气。

此外,规程还对青田咖啡的感官特征进行了明确描述,包括琥珀色的油脂、不低于2毫米的厚度、香气四溢、风味中带有淡淡的坚果香、甜苦平衡以及醇厚顺滑的口感。这些要求旨在为消费者提供更优雅而独特的味觉体验,进一步提升青田咖啡的品牌形象。

青田咖啡制作规程的发布,不仅是对制作工艺的规范,更是对青田咖啡品牌的一次重要提升。同时,这份规程也将为咖啡从业者提供有力的指导,推动青田咖啡产业不断向前发展。