小狄逛展馆

蓝莓味木耳干 美味又健康

在A区的蓝莓展台，你真的可以找到“蓝莓一切”。蓝莓果汁，酸甜适中；蓝莓果干，带着果香；蓝莓果酱，酱中包裹着货真价实的蓝莓果；蓝莓冰酒，口感甜润丰满浓郁。因为蓝莓的味道好，营养价值高，这里吸引了很多人前来选购。在众多蓝莓产品里，最吸引人的是蓝莓家族的新品种：蓝莓味木耳干。来自伊春的黑木耳与蓝莓完美结合，木耳清肺，蓝莓抗衰老，放在嘴里，脆脆的，甜中带酸，既有木耳的清新又有蓝莓的果香，吃货们怎么能忍心错过呢！

点评：

黑龙江忠芝集团谢忠民：

作为哈洽会的老朋友，一年年感受着展会影响力的不断增大，自己的展台也由曾经的小展位发展成现在的特装展位。来自伊春的蓝莓，绿色无污染，公司成立了基地，和当地百姓签好订单，按企业标准种植，同时保证了种植户的收入。蓝莓产业很有作为，特别是前不久习总书记到伊春调研，还特意看了蓝莓种植情况，按照总书记所说的，绿水青山就是金山银山，我们企业就要积极摸索，拓展产业发展路径。

神奇插座 通电不怕水

人人都知道，电千万不能遇水，否则会发生安全隐患。但在本届展会的A厅，神奇插座绝对让你大开眼界。在一排插座上方，五六条小水流像瀑布一样不停地流淌到插座上。可这并不影响插座上正在使用的电灯、电视。旁边的一个小水箱里，一个插座干脆直接沉入箱底，连接插座的节能灯闪闪发亮。就是这么神奇，这种采用“林世峰安全结构”的插座荣获了8项国际发明专利，获得了95个国家的专利保护，防泼水，防触电。

点评：

中科电工科技有限公司全振强：

在满足稳定供电的同时，防水插座还具备防泼水防触电功能。即使孩子在家里任意玩耍，也不会对孩子的安全造成任何威胁。这种产品将民用用电领域的安全提高到新高度。好马也需要伯乐，之所以选择来哈洽会，就是看中了它的规模大，国内外的很多客商都会来参加。希望借助此次展会扩大知名度，并在黑龙江建立长期的体验馆。

地砖组合碳纤维 保温效果杠杠地

碳纤维，新材料里的重要成员；地砖，普通的地面装饰材料。当碳纤维遇到地砖，冰冷的地砖立刻有了温度。在B厅，一块散发热量的地砖引来大家争相触摸，而背后的奥秘就是地砖里添加了碳纤维发电系统，碳纤维里的分子不规则运动，散发远红外波，通过电力并联发热。这种技术，电热转化力高达98%，能起到节能保温的效果。每个房间可以单独控制，通过调节达到用户理想温度，无辐射，使用寿命长。即使不小心打碎某片瓷砖，也不会影响其他瓷砖供热。

点评：

的卢科技杨川晔：

东北的冬天，大部分地区采取烧煤或烧气的水暖供热。烧煤会对空气造成污染，产生PM2.5，烧气浪费资源。在欧洲、北美等发达地区，电暖技术普及率较高。“十三五”期间，我国将实现电能替代1.3亿吨标煤。普通的电取暖，电阻丝有辐射，使用寿命短。而这种应用了碳纤维发电系统的地砖，无辐射，省电节能，使用寿命长。杨川晔说，东北的市场其实有很大的潜力，参加这次展会，来对了。

俄罗斯蜂蜜 200年椴树的馈赠

见过喷泉喷水，可你见过喷泉喷蜜吗？在A厅，一个三层的蜂蜜迷你喷泉，甜香四溢。来自俄罗斯锡霍特黑蜂椴树蜜，散发着光泽，一股股流淌下来。这些蜂蜜来自俄罗斯锡霍特山脉，椴树有200多年的树龄，寒地黑蜂每年7、8月份在海拔2000多米，零污染的深山采集花蜜。俄罗斯锡霍特蜂蜜的有益成分比其他产地蜂蜜含量高很多，葡萄糖含量40%，果糖含量30%，酶值高达20，还有多种维生素、无机盐，有机酸酶。记者尝了尝，口感绵软，回味浓郁，甜中带着椴树花的阵阵清香。

点评：

黑龙江为先时代经贸有限公司齐漫野：

随着蜂蜜的好处越来越被人们认可，蜂蜜市场上也充斥着很多假蜂蜜。这次参加展会，就是要把来自俄罗斯最好的蜂蜜带给大家。其实，辨别蜂蜜的真假有很多种，真蜂蜜在倾倒的过程中，落下有回弹，有拉丝，滴到纸上，像个小水珠一样不会透过去。锡霍特蜂蜜一年只采一次，保证了酿造时间的充足，天然放养，不喂蜂，不喂抗生素，是全家人青春的“秘蜜”！

铝合金 航母家族里的一员

在B厅，一个重达1.4吨，直径1.2米的大型铝合金锻铝让很多人合影拍照。这个“大家伙”为什么会引起众人的关注呢，原来它就是航母中某个零部件的毛坯。在重庆铝合金展区，一个个锻管、渐变管、锻环，看上去就是普通的金属，但其实都来头不小。它们有的应用于坦克，有的应用于炮弹，有的应用于高铁。当前，铝合金是应用最多的合金。有的抗拉、韧性强，有的硬度高，工业中应用特别广泛。

点评：

重庆东轻铝合金锻造有限公司郑鸿瑞：

铝合金在市场上有很广阔的前景，此次是第一次到哈尔滨参加展会，就是要把公司的技术理念宣传出去。现在铝合金可以用于航天航空、军工舰船、高压开关、车辆制造、起重设备制造、纺织设备、水力风力发电等行业。希望借助展会，在黑龙江开拓出更大的市场，找到更多的合作伙伴。

伊朗挂毯 国宝级的艺术品

花团锦簇的花瓶色彩艳丽，威武凶猛的老虎栩栩如生，美丽的少女与野兽亲密无间，疾驰的骏马仿佛要从画中奔腾出来。而这些就是伊朗挂毯带给人们的视觉盛宴。在A厅，伊朗挂毯绝对是人流最旺盛的展区。这些挂毯的价格从几百元到几万元不等，制作的时间最短的一个月，最长的要两年。挂毯的质地是羊毛，为了防蛀还添加了部分纤维，用手摸起来既厚重又舒适。不管你买或不买，它的艺术魅力，足以让人们的目光久久不能抽离开来。

点评：

伊朗萨德地毯织造公司罗运基：

伊朗的挂毯、地毯，有着很悠久的历史。很多传统的工匠一代代将手艺相传，织造出纯手工的美丽挂毯。因为是纯手工，有的甚至没有参照的图片，完全随工匠的临时灵感，因此这些挂毯很有收藏价值。精美绝伦的挂毯是展示伊朗民族文化的重要载体。手工工艺精良，原料选用考究，颜色搭配巧妙、图案新颖别致，此次来哈尔滨，就是希望让更多人了解和喜欢伊朗的传统手工艺品。

创业基地 180家生鲜店 必有一款适合你

天上不会掉馅饼，但天上可能会“掉下”生鲜店。在共享大厅的道里区创业展区，一个大牌子很是醒目：“实惠家生鲜”全新的创业模式。据介绍，这是代众东方创业基地发起的生鲜店活动。180个社区生鲜门店正等待着180位创业者的免费加盟。加盟后，不仅可以享有统一的供货系统，数字化的管理，而且还可以得到商务部的专属扶持基金呢。

点评：

代众东方创业基地穆金亮：

“实惠家”的创立者有过多年在菜市做批发商经历。手中掌握着进货渠道和菜品管理经验。现在正利用自身的优势，从菜农手中直接进货，把销售渠道延伸到社区，甩开层层批发商，真正地把菜园和餐桌联系起来，让菜农有利润，让百姓得实惠，是真真的“实惠价”。

文/本报记者 狄婕
摄/本报记者 刘心杨

杨廷制图

西班牙德兰索葡萄酒。

推介会现场美食。

拉美国家参会者与我省代表进行交流。

美酒美食加咖啡 龙江市场惹人醉

“拉美美食文化走进黑龙江”推介会侧记

□文/摄 本报记者 程瑶

15日下午，堪称本届哈洽会中最为别致的一场推介会在哈尔滨市创客咖啡俱乐部如期举行。这场“美酒加咖啡——拉美美食文化走进黑龙江”推介会的特别之处，不仅在于它的举办地点从高大上的会议室移到了颇有情调的咖啡馆，还在于云集于此的来自乌拉圭、阿根廷、巴西等国家的政企代表，是在咖啡的醇香与红酒的馥郁香气中，完成了颇为身心愉悦的推介与交流。

美食文化敲开对话之门

近年来，我国与拉美国家之间关系发展势头良好。国家级经贸的频繁互动也为我省发展对拉美贸易提供了机遇，借助哈洽会的平台，我省已先后举办多次拉美国家商务推介活动。

为何选择美酒与咖啡作为本次对话主题？省政府有关人士在推介会上解开了记者的疑问：目前，黑龙江人民对物质文化的需求更加多样化，以美酒加咖啡为主题，就是希望通过美食这个窗口，让黑龙江人民领略拉美风土人情，感受拉美美食文化的魅力。更希望通过此次活动能有更多的异域美食在黑龙江落地生根。“黑龙江正处在最好的发展机遇期，我们敞开怀抱广迎志同道合的朋友来感受大美龙江的独特魅力，体验中西合璧，充满欧陆风情的哈尔滨的美食和城市文化。”

龙江消费能力被看好

活动现场，阿根廷强能股份公司总裁、环球商协会联盟阿根廷国家委员会主席翁跃高对阿根廷葡萄酒进行了声情并茂的推介。这位在阿根廷居住了30多年的华人用已经不太流利的中文介绍说，人们总是用“舌尖上的探戈”来形容阿根廷葡萄酒的独特风味。每年四月门多萨国际葡萄节评比葡萄酒和葡萄节美女都会吸引大量国内外游客，希望不久的将来，在黑龙江也能尝到地道的阿根廷葡萄酒。

推介会现场，来宾们对来自西班牙布哈达酒庄的德兰索葡萄酒称赞不已。该品牌销售总监李晓明告诉记者，西班牙上里奥哈是与法国波尔多相同级别的葡萄酒产区，而布哈达酒庄是当地第一个拿到政府部门防伪认证的酒庄，旗下生产的200多种单品都是高品质葡萄酒而非国人常见的餐酒。去年年初德兰索进入中国市场后，他们发现黑龙江人日常消费的葡萄酒价位高，但好品质的酒却不多，于是在黑龙江成立东三省第一家分公司，使龙江人能品尝到真正高品质的西班牙美酒。

咖啡产业联盟正发挥更大动能

推介会举办地创客咖啡俱乐部创始人狄国臣为本次来宾们准备了目前全世界产销量最高的半日晒巴西喜拉多咖啡。手持暖水壶将热水缓缓通过三孔滤杯、无漂白原木浆滤纸冲出的喜拉多，让整个会场弥漫着坚果与焦糖混合的醇厚香气。在上一届哈洽会上，狄国臣召集全省200多家涵盖咖啡经营、加工、贸易及相关领域的企业成立了黑龙江国际商会咖啡产业联盟。经过8个多月的发展，如今联盟成员已达到300多家，并吸纳了青二创客社群、黑龙江代众创业孵化器等众多“双创”机构加入。“我们以咖啡为媒，志在通过整合资源发挥更大动能，为创客们特别是大学生创业者搭建起集创业指导、技术实践、市场拓展、项目对接的综合性创业服务平台。”

在推介会最后的企业交流洽谈环节，一家与咖啡有关的省内企业吸引了不少拉美参会代表的目光。这家用俄罗斯的白桦为原料生产咖啡搅拌棒、医用压舌板等各种食品级、医用级木制品的企业，每年出口到日本、东南亚、欧盟等国家的产品销售额达到两千多万。公司总经理戴显坤表示，该公司可根据客户需求制造不同尺寸的食品级木制品，更希望通过此次推介将产品销售到咖啡消费量巨大的拉美国家。