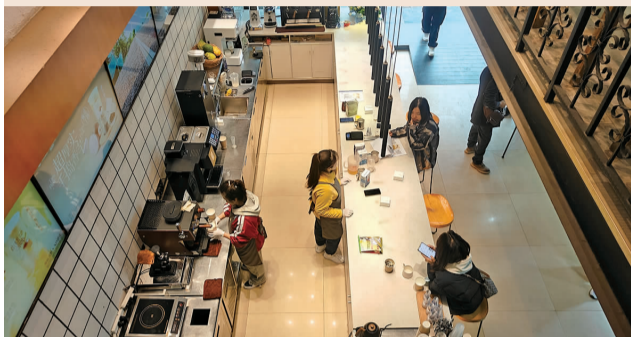


云南新嘉源茶酒副食品市场形成原料批发、技能培训、服务完备产业链 每年有上万名“小白”在这里成为达人

都市时报全媒体记者 刘巧红

在昆明经开区,有云南品类最齐全、业态最集中的烘焙原料批发市场——云南新嘉源茶酒副食品市场。11月18日,记者走访发现,市场里不仅有众多云南特色产品,还有完备的培训服务,每年培训咖啡、烘焙行业人员上万人次,许多人员经过培训后,从“小白”成为店铺主理人,经营起自己的咖啡店、烘焙店,在这里经营烘焙原料的企业,年产值能达到5000多万元。



市场内的咖啡技能培训实操现场



咖啡原料销售展示区



食品原料公司常组织烘焙业务研讨培训



“只有企业发展好了 我们的市场才会好”

昆明新嘉源工贸有限公司总经理吴梁玮介绍,云南新嘉源茶酒副食品市场于2006年建成,地处昆明经济开发区、呈贡新区与昆明老城区商业接点,昆石、昆玉、昆明东三环三条干道从此经过,交通十分便捷,周边还有众多业态成熟的市场,大家集合在一起形成了一个完备的产业链。目前,新嘉源市场内集茶业、酒类、烘焙、咖啡、饮料、食品原料添加剂等业态于一体,功能完备。市场内有300家企业入驻,很多企业都取得了很好的发展,其中从事咖啡、烘焙培训的企业,同时提供设备、原材料供应、开店扶持等一条龙服务,每年有上万人经过培训自己开店成为咖啡、烘焙店的主理人。

吴梁玮说:“只有企业发展好了,我们的市场才会好。所以,近20年来,我们认真做好企业的服务工作,让他们、快速发展。唯有如此,我们的市场才会充满活力,得到社会的认可,为社会的发展做出自己的贡献。”

咖啡培训企业 年培训学员上万人次

“我们可以为创业者提供从入门到开店的全流程服务。今年,公司培训的学员已突破万人,覆盖不同年龄和地域的创业者。”云南思源餐饮管理有限公司品牌主理人方珍珍介绍,作为一家集产品研发、物料供应、技术培训和品牌赋能于一体的综合性服务商,思源餐饮提供从差异化定位、网红视觉体系、景观打卡场景优化,到爆款产品研发、流量启动、运营指导,一站式搞定门店竞争力升级,每年举办2—3次新品发布会和客户交流

会,确保客户能够快速掌握开店技能并持续更新产品。

“随着国内咖啡市场的扩张,越来越多人步入咖啡行业。我们有70%的学员学习制作咖啡饮品,而且学员也越来越年轻。”方珍珍告诉记者,云南是咖啡主产地,公司大部分饮品的咖啡豆选自云南保山、普洱等核心产区。在咖啡、奶茶的产品研发方面,公司深度融合云南本土特色,根据四季变化和当地丰富的水果资源推出应季系列,让更多人喝到云南风味。目前,公司的业务覆盖全省及四川、重庆、贵州等地,并持续开拓东南亚市场。通过完整的供应链支持和本土化产品创新,思源餐饮正帮助更多创业者实现开店梦想。

烘焙原料企业 年产值达5000多万元

昆明坤辉食品原料公司是第一家入驻新嘉源市场的商家,仅仓库就有2000余平方米,年产值5000余万元,是云南多家知名糕点企业的原料供应商,业务范围遍布国内外。

“比如说,普通人想开一个蛋糕店,到我们这里就可以一站式解决,有烘焙原料、器具、包装、培训、运营等全链条服务。”昆明坤辉食品原料公司总经理杨凤坤说,自己从事烘焙行业36年,做烘焙原料也已经26年了,见证了云南烘焙行业的发展,随着国家食品安全法律法规的完备,公司多年来严格把好食品原料质量安全关,同时也深度参与到以云南特色原料制作的产品研发推广中,其中就有云南鲜花饼系列、咖啡类烘焙产品、松露、松茸野生菌系列产品的馅料及延伸产品的开发。

杨凤坤说:“云南特色产品成为我们创新的源泉,鲜花饼系列除食用玫瑰花外,百合、洛神花、菊花、茉莉花等也被融入产品。这

一系列中,我们还推出了大理牛奶云腿、核桃云腿,普者黑荷花饼等产品。野生菌系列如松露、松茸、牛肝菌、鸡枞菌、干巴菌等云南特色食材在烘焙食品中广泛应用,在药食同源方面,我们开发出天麻云腿、滇黄精螺旋藻等系列特色烘焙产品。公司产品研发团队里,具备10年以上经验的技术人员就有七八名。”

杨凤坤介绍,在电商浪潮下,公司还积极搭建电商平台,所有原料均实现线上平台上销售。目前主要客户在云南,部分原料出口到缅甸、老挝、越南,出口量逐年增加。因为市场所在的位置属于自贸区,所以公司做进出口贸易也方便,自贸区职能部门给了公司很多政策支持。

茶企经营10多年 拥有千余家稳定老客户

经过多方考察寻找,2012年,昆明经开区鹏程岁月留金茶庄将店面搬迁到了新嘉源市场内。13年来,这家主营冰岛、昔归等中高端普洱茶产品和百姓“口粮茶”的茶企,不仅拥有了千余家稳定的老客户,还通过市场方的运作,发展了不少新客户。

“就我们茶庄来说,滇红、普洱一直以来都是支柱性产品。其中,中高端的普洱茶产品以及私人收藏、私人订制类型的茶产品主要销往江浙、广东、香港等沿海地区,老百姓常喝的‘口粮茶’则主要进入各地的商超、便利店等进行销售。”茶庄店长赵亚娟告诉记者,近年来,市场方主动谋划,帮茶庄策划文案、拍摄宣传视频并在各个短视频平台发布,加之市场内相关业态较为齐全,对于大小型商超、便利店、小卖部来说,“柴米油盐酱醋茶”都可以一站式购齐,因此经常有客户慕名而来。