

打造中国自己的咖啡品牌，是杨竹多年来的心愿。“我们想打造‘中咖’咖啡品牌，但这个品牌已被上海一家商贸公司注册。为了收购该品牌，我们与这家公司进行了长达一年的协商。”杨竹说，当时谈判一度陷入僵局，他便邀请该公司的负责人来他的咖啡种植加工基地考察。当看到保山小粒咖啡的发展优势和杨竹身上的拼劲后，该公司最终将“中咖”品牌转让给了杨竹。2013年，杨竹成立保山中咖食品有限公司。

同年，杨竹建设了集精品小粒咖啡种植、生产、电商销售及线下连锁体验于一体的全产业链。2014年，他拿到ISO9001国际质量管理体系认证，新建的200余亩精品有机咖啡种植基地通过有机食品国家认证。在商务部公布的“2015—2016年度电子商务示范企业”中，公司榜上有名。

### 带动发展谋未来

从2008年初识小粒咖啡，到2022年年销售额突破2.2亿元，杨竹的创业之路已走过15个年头，他对小粒咖啡的认识也发生了巨大变化：“刚开始创业时，就想着

赚点钱补贴学杂费，后来想如何让更多人认识小粒咖啡，现在我要把咖啡当成毕生追求的事业。”杨竹发现，在咖啡全产业链的打造中，还有很多事等着他去完成：提升种植端咖农的收益，增加他们种植高品质咖啡的积极性；提升粗加工的质量标准，让保山小粒咖啡拥有更强的市场竞争力……

如今，保山中咖食品有限公司拥有2000多亩咖啡种植基地，通过“电子商务+工厂+合作社+基地+农户”的模式，辐射带动1万余户农户种植3.5万亩咖啡。2022年，公司与云南省农科院热带亚热带经济作物研究所共同研发多年的“云咖一号”新品种培育成功，将极大地优化云南咖啡种植结构，促进云南咖啡品种优质化。

在线下，公司开起咖啡文化馆，在昆明、大理等城市布局精品咖啡店，通过重点打造的“中咖”“辛鹿”“黑钻”三张“王牌”，让消费者不仅有更加多样的选择，还有更全面丰富的味觉体验。

本刊记者 王学勇 / 文  
受访者供图



杨竹介绍公司的咖啡产品