



会进入咖啡行业圈，并通过圈内人士推荐和朋友介绍，逐步扩大影响力，找到适合自己的代理商。同时，作为保山市的对口帮扶单位，上海市闵行区也给我们提供了不少展示咖啡产品和咖啡文化的机会和平台，帮助我们在上海打开销售渠道，得到了消费者的认可。

寻找客户、积累客户是一个长期艰苦的过程，不过咖啡的消费人群相对固定，且消费体量较大，只要进入圈内，并得到认可，可以实现一传十、十传百的效果。

记者：在探索小粒咖啡一二三产业融合发展方面，公司是如何做的？

**李丽红：**公司创立伊始，就按照有机的标准进行种植和加工产品。2013年，我们取得“基地有机认证证书”和“加工产品有机认证证书”。

我一直认为，咖啡不是一种单一的商品，在其背后，还有可深入挖

掘和展示的咖啡文化。因此，我们在做好一产种植和二产加工的同时，结合保山咖啡产业发展强劲的势头，开始探索向公众推介和传播保山咖啡文化。为此，我们在保山市中心建设了比顿咖啡文化馆，既可以向公众展示保山咖啡历史文化，又可以让其亲身体验咖啡从生豆到烘焙、研磨、萃取的整个过程。同时，文化馆还设有不同风格的咖啡主题屋，供消费者品尝咖啡、体验生活。

咖啡文化馆的投入使用，只是我们探索三产融合的第一步。2020年，为了让消费者近距离接触咖啡，达到更好的体验效果，我们在潞江坝咖啡基地建设了比顿咖啡产业文化园，这是全国首创的咖啡综合配套文化园。在文化园，消费者既可以深度体验咖啡产业和文化，又能举办聚会，体验当地特色民宿，甚至星空露营。

记者：与速溶咖啡相比，云南发