

《“中国菜”体系建设纲要指导意见》发布 开拓菜系发展空间

本报讯 2019“中国菜”艺术节暨川菜产业创新发展大会29日在四川眉山市举行,中国烹饪协会现场发布了《“中国菜”体系建设指导意见》(以下简称《意见》),从“中国菜”的地域菜系体系、民族菜体系和品类菜体系三方面对“中国菜”做了全新全面的梳理。

“随着中国经济的发展,如今各地的菜品都逐渐形成自己

的特色,因而过去的八大菜系已很难涵盖中国繁荣丰富的饮食文化了。”中国烹饪协会会长姜俊贤表示,经过对这一现状的认真调研和分析,中国烹饪协会提出了“中国菜”这一整体概念。

姜俊贤介绍,“中国菜”从地域菜系体系构建方面划分出34个省区市的地域菜系,并进一步提出“民族菜”的概念,体

现出中国56个民族各自不同的特色。“同时我们还纵向提出‘品类菜’的概念,如快餐、火锅、小吃等,这样就形成了一个纵横交错的‘中国菜’体系。”姜俊贤认为,此举能打破八大菜系的束缚,为各地菜系的发展开拓空间。

据了解,为扩大“中国菜”在世界的影响力,《意见》还从品牌建设、标准建设、建设的保障与

支持等方面为中国菜体系建设保驾护航。

其中,《意见》指出,应首先研究制定基础标准,包括定义、分类及术语标准,梳理清楚标准体系的层次结构。其次,应按照层次结构研究制定系列标准,包括烹饪原料标准、烹饪工艺标准、菜点品种制作标准、菜点及烹饪技艺翻译标准、烹饪设备使用标准、餐馆建设标准、餐饮服

务标准、食品安全标准、餐饮经营管理规范等。

开幕式上,中国烹饪协会授予眉山市“‘中国菜’一川菜产业研发基地”称号。同时,现场还宣布眉山川菜联盟正式成立,并举行了眉州东坡·中国川菜创意产业园项目、千禾年产36万吨调味品生产线建设项目、么麻子藤椒产业园项目签约仪式。

方便面用创新“圈”住年轻人

如何满足年轻人的需求,让年轻人喜欢,正成为大多数品牌最重要的课题之一。作为资深的消费产品,方便面行业在历经多年努力后,健康转型提速,创新进入活跃期,特别是在品牌年轻化方面,表现颇为亮眼。

品质有“颜值” 创新留住年轻胃 一财数据中心发布的《2018中国互联网消费生态大数据报告》显示,年轻圈层已成为消费的中间力量,90后更成为本轮消费升级的重要驱动力。《报告》指出,90后消费者重视品质,注重生活各方面的品质升级,在产品多元、选择多样的当下,更愿意为有创意、有价值、有内涵的创新产品买单。与此相应,方便面主要品牌顺应消费升级趋势,纷纷以价值创新布局高端市场,走营养健康路线,赢得年轻人的青睐。

去年上市的康师傅速达面馆系列,凭借“醇厚汤汁、超大肉块”的卖点,远远超越了大众对于方便面的认知。从面条到高汤到肉包,均在技术层面实现了跨越式突破。四项宽面专利技术、爽滑均一,醇厚牛骨汤等独特原料配比健康无添加,精选牛上脑肉低温滚揉真空锁鲜大块牛肉细嫩多汁,还有优选高品质高丽菜、西兰花等素食搭配。巧妙配置的预热托让料理包与面分隔加热,赋予高品质食材异常讲究的仪式感。而专属定制高级材质碗与专利拼接筷子,处处彰显康师傅产品工匠精神,是高端方便面的佳作。

统一集团传承中华美食,高端生活面品牌代表“满汉大餐”,致力成为最具价值感、不将就的代餐面。继“台式半筋半肉牛肉面”后,推出主打酸爽和麻辣的“御品老坛酸菜牛肉面”和“川式销魂麻辣牛肉面”新口味,为享受生活品质的高端消费人群提供更丰富的选择。

而今麦郎今年9月上市的速食面馆面杯面,在“非油炸蒸煮面”工艺创新的基础上,成功地开发出担担面等两个新品。面条顺直、软韧、爽滑、复水快,配料丰厚,包装清新。充分体现方便面制做的高水准。

为了迎合消费者注重健康的需求,日清推出低脂低开卡路里的“合味道乐怡”辣番茄海鲜味及豆乳野菜汤味。其与“一风堂”“豚王”及“博多一幸舍”等驰名日本拉面店合作推出新概念产品御当店系列,让消费者可以在便利店享用源自日本的优质拉面。

白象食品推出的“汤好喝”系列,则重新定义一碗好面。打破了传统的粉包调味方式,是方便面中首创不用粉包,所有精华都在高汤包里的产品。今年4月上市的万年荞100%苦荞麦挂面,首次以高原黑苦荞麦粉制作出100%纯苦荞挂面,有效破解了荞麦断条与粘连问题,产品健康美味,工艺先进、产品制作达到较高水平。

打通小圈层 跨界沟通年轻心 凯度《2019年中国社会化媒体生态概览白皮书》指出,中国正在迈入“圈层营销时代”,包括粉丝圈层、新中产、母婴族、银发族、小镇青年族等,对应的消费领域也实现了快速增长。在年轻消费多元化的影响下,涌现出二次元、国风、电竞等诸多小众圈子,方便面品牌正在通过跨界合作融合,破壁不同圈层,让更多年轻人了解方便面的美食文化。

康师傅为青少年健康成长推广女排精神、助力马拉松和骑行等运动、和航天基金会合作、IP合作等跨界合作,提升品牌形象。红烧牛肉面与亲子综艺“带我去远方”合作;藤椒牛肉面与动漫“斗罗大陆”开展IP合作;鲜蔬面通过微博、抖音等社交媒体传播,使品牌形象年轻化吸引年轻消费者及年轻家庭。

统一企业与原创动漫合作,推出联名动漫款包装,与年轻族群展开沟通。推广用音乐为生活加元气,重点城市举行“元气音乐节”,力求成为新生代用户心中的首选。

白象食品于今年4月上市的拌乐多,面体口感细韧、爽滑,椒麻风味搭配协调而独特。包装二次元设计迎合年轻消费者靓丽、时尚的审美需求,提升了方便面拌面的水平。

圈住年轻人,就圈住了消费的未来。中国食品科学技术学会对22家主要方便面企业的统计显示,2018年,方便面销售额515亿元,同比增长3.3%;产量344.4亿份,同比增长0.73%。尼尔森数据则显示,2019年上半年中国方便面市场整体销量同比增长1.4%,销额同比增长7.5%,呈现销量销售额双升的良好成长态势。

正如中国食品科学技术学会理事长孟素荷在今年9月召开第十九届方便食品大会上所指出的,就整体而言,健康、变革、向上,已成为2018-2019年方便面行业日益成熟的主旋律。

■ 地方动态

上海发放21张进博会婴幼儿配方乳粉产品临时许可证书

本报讯 10月28日,上海市市场监管局为参加第二届中国国际进口博览会的达能、雅士利、新莱特等企业颁发了21张“进博会”婴幼儿配方乳粉产品临时许可证书。

进口婴幼儿配方乳粉产品属于特殊食品,首次入境参展或上市销售,均需经过国家市场监管总局的系统审批,且国家市场监管总局需派专员境外核查通过。去年首届“进博会”上,进口婴幼儿配方乳粉产品首次在未审批通过的情况下,实施6天临时许可,准予实物参展。

为放大“进博会”溢出效应,上海市市场监管局争取到国家市场监管总局对“进博会”参展婴幼儿配方乳粉企业更大政策支持。今年进博会的婴幼儿配方乳粉参展企业持有临时许可证书可在相关特殊区域增加“90天”的展示时间。根据市场监管总局授权,上海市市场监管局发放的“进博会”进口婴幼儿配方乳粉产品临时许可证书可在海

关特殊监管区域或保税物流中心(B型)延长使用3个月。

相关企业负责人表示,临时许可提供了绿色通道,对仍有部分未取得产品配方注册证书的进口婴幼儿配方乳粉产品企业参展有很大的帮助。

达能集团大中华区副总裁兼秘书长吴俊财介绍说,今年他们扩大了展位面积,并将带来更多的明星产品。雅士利相关负责人透露本届“进博会”展位面积又扩大了一些,达到216平方米,此次将有羊奶粉、有机奶粉等数批次乳粉产品在进博会上进行展示。

与此同时,上海市场监管部门还通过优先境外核查使市场消费需求大的相关进口婴幼儿配方乳粉产品更快实现“365天”在国内市场便利供应。对通过市场监管总局食品审评中心材料审评的、参加“进博会”展示的进口婴幼儿配方乳粉产品配方注册申请,市场监管总局优先安排境外现场核查,加快审评审批进度。

广西加速传统“甜蜜产业”转化升级

本报讯 中国最大蔗糖生产省区广西正推进“一根甘蔗价值工程”,围绕甘蔗浓缩汁、液体糖、酵母、绿色餐具等高附加值产品,做长做强食糖全产业链,加快传统蔗糖产业向生物基化工、食品工业、发酵工业等转化升级。2019/2020年榨季广西糖业工作会议10月30日在南宁召开,官方透露了上述信息。

广西糖料蔗产量、食糖产量占全国总产量六成以上。数据显示,广西糖料蔗种植面积1150多万亩,2018/2019年榨季产糖634万吨,新榨季产糖量预计与上季持平。面对国际食糖市场价格低迷影响,广西官方通过整合企业加工能力,延伸食糖全产业链等方式提升糖企竞争力。

广西糖业发展办公室介绍,目前广西食糖精深加工产品已接近20种,特色糖、功能糖、甘蔗饮料、酵母等产品生产

规模逐步扩大,蔗渣制浆由造纸逐步转向具有高附加值的绿色环保餐具,超10万吨蔗叶用于发电和生产饲料。

年产3000吨的广西首条出口糖果生产线将于明年投产,产品98%出口至欧盟、美国、日本等国家和地区。广西东亚糖业集团与中国最大的木糖醇生产企业山东福田科技集团拟共同投资4亿元人民币,建设年产1.2万吨的木糖项目。

同时,中国首个糖业发展专项产业园区——广西·中国糖业产业园正在加快建设。该产业园规划有蔗糖精深加工生产基地,糖果休闲食品产业基地,制糖循环经济产业基地及糖业文化旅游区。预计到2030年,园区核心区工业产值达1000亿元人民币以上,将成为中国糖业转型升级的技术硅谷。