

# 刘亦菲眼中的“中国淄味”



老颜神的“四菜一汤”预制菜礼盒



知味斋的线下门店, 肴鸡是最受欢迎的预制菜。

肘子骨、白菜、海带……多样的味儿,一起组成了神仙姐姐刘亦菲都心心念念的这道菜。北京木法沙网友留言说:“听刘亦菲说‘酥锅’,口水都快流出来了。”

最近,由刘亦菲等人主演的电视剧《去有风的地方》热播。剧中,刘亦菲饰演的许红豆,除了说“倒装句”,还声情并茂地描述了“酥锅”的做法,一时间,引发了众多淄博人的追剧热情,更让鲁菜“淄味”的香味透过屏幕飘向四方。

除了以传统“酥锅”为代表的“淄味”外,淄博预制菜产业“兔”飞猛进,“新淄味”正在引领新消费场景。

随着饮食结构变化、消费升级及冷链物流体系日趋成熟,预制菜逐渐成为饮食新选择,发展迅猛,淄博的预制菜正以鲁菜厚重的历史作为基底,以年轻化的预制创新作为动力,抢占全国人民的味蕾偏爱。

## 老颜神新“淄味”

1月14日,2023“黄河大集·品游淄博”贺年会启动暨年货集市开街仪式在博山区颜神古街传统街区举办,老颜神餐饮文化管理(淄博)有限公司的“四菜一汤”预制菜礼盒也在当天正式发布。经过一年多的研制和尝试,由五道传统博山菜组成的预制菜礼盒,终于在创新和传统的碰撞下正式走向市场。

老颜神的“四菜一汤”豆腐箱、炸春段、氽皮肚等都是地道的博山菜。因为有着“开箱见宝”等寓意,在年货集市上被称为“喜庆宴”。这份喜庆,不光是菜品带来的团圆年节气氛,更是对于“家乡味”的预制化、产业化尝试的新成功,老颜神餐饮文化管理(淄博)有限公司总经理王振称之为“仿佛迎接新生命的诞生”。

“在我们的父辈看来,四菜一汤是一种幸福感。”王振介绍说,博山菜是刻在博山人骨子里的基因,尤其是逢年过节,父母忙碌着炸货的身影,各种黄澄澄、冒着热气 and 香气的炸丸子、炸豆腐、炸肉,都是漫延在记忆中的“家味”,老颜神餐饮文化管理(淄博)有限公司创业团队的5

名男士,都能手脚麻利地做出几个地道的家乡菜。此前,老颜神餐饮文化管理(淄博)有限公司已建成年产能1万吨的调味料及冷冻菜肴制品加工车间,并先后推出了“筋头巴脑”“藤椒肥牛”“辣卤肥肠”等预制菜系,但对于博山菜的预制化还是首次尝试。

“博山菜极其讲究原材料、刀工和火候,所以我们在选择预制菜的时候,既要考虑简单、可以标准化制作,也要考虑菜品的典型性。”王振说。

没有添加任何食品添加剂是“四菜一汤”最重要的特点。从最开始的被认为不可能,是“瞎搞”,到现在被行业内不少人所认可,“四菜一汤”的产出,经历了无数争议和失败,它承载的不仅是博山预制菜的新突破,也是一种更安全、健康的行业新高度,得以让预制新“淄味”走出本地,走到更广阔的饭圈中去。

博山菜是鲁菜的典型代表,人们对博山味道也比较挑剔。正因为如此,尽管预制菜的市场待抢占的空间大,但是将博山菜预制化的道路并不好走。这不仅仅是一条生产线、一个加工厂、一个研制平台、一个产品的问题,而是关于传统文化的新旧思想的激烈碰撞,是对家乡文化的在意和保护。预制菜是否能原汁原味地保持博山菜的正宗味道,是本地人甚至是大师级的鲁菜厨师们最关注和在意的问题。就像王振说的,在年轻一代看来是传承,但这跟老一辈认为的传统是不一样的。

“预制菜一定要有香和气,也就是菜的香气和锅气。”王振说,“人是有温度的,做菜的时候能否赋予菜品感情,呈现出来的味道是不一样的。”因此,他们的创业团队希望能有更多的鲁菜大师们加入,一起把博山味道做好,让博山的预制食品成为本地的一个经济支柱。

老颜神预制菜的发展得到了当地政府的大力支持,博山餐饮行业发展工作专班为他们提供保姆式的帮助。

对于老颜神来说,目前的目标就是让预制菜品丰富起来,做成古街小酒馆,为小酒馆供应;中期目标是让老颜神预制菜带着让鲁宴走出淄博的使命,让全国人民爱上“博山味”“新淄味”,最终让鲁菜走向国际。

目前,老颜神的油炸线,1个半小时可以出1吨硬炸肉;包装线上,一分钟可以装15个盒。作为首次尝试,今年王振他们只备了5000份礼盒,专供年货大集。新的生产车间正在准备,等生产线全部建成,就能从目前的带动几十人就业,到通过工厂和承包等,带动1000人左右就业,更好地参与到乡村振兴中去。

## 知味斋“淄味”飘香

作为非物质文化遗产,老字号企业——周村知味斋的预制菜有独特的历史沉淀。它们具有周村商埠菜南北兼容、东西贯通的特点,以本地实体店为依托,在成为本地人餐桌上常见菜肴的同时,也被慕名而来的外地游客带到全国各地。

肴鸡、清香肉、五香羊肉等产品,是知味斋的主要预制菜。知味斋共准备了10种预制菜礼盒,备战年货消费潮。

在知味斋预制菜的生产车间,解冻、蒸煮、消毒……一只只刚出炉的肴鸡散发着光亮和香气。“周村人的筵席讲究‘鸡打头鱼打尾’,逢年过节,周村人的餐桌上都少不了肴鸡。”知味斋第六代非遗传承人窦现彬说,“在所有产品中,肴鸡的销量遥遥领先。”

置办年货的消费者们购买力十足,而知味斋作为本地知名餐饮企业,早就成了周村人民的习惯性选择,这段时间,工厂每天的产值也超过了10万元。这是本地人的味蕾偏好,也是外地人对本地商埠菜预制化的认可。

“知味斋预制菜产业化生产的同时,也在不断推进知味斋自身向前发展,一个是选材更加科学优良,另一个是顾客满意度不断提高。”窦现彬说。

在位于周村区新建西路路的知味斋肴鸡店,虽已过饭点,但仍有五六位顾客在排队等候。一对在周村务工的扬州夫妇已经等待了10多分钟,“我们打算买点香肠和清香肉带回家,让老人家尝尝我们工作的地方的

好滋味。”队伍最前方,来自济南的杜女士正在订购礼盒:“我们老板是这里的老食客了,我们的客户和员工的礼品也是从这里订购。”

知味斋最近正在赶制一个又一个的大单,其中高青一个客户预订的价值17万的礼盒,将被用作员工福利和走访客户。

目前,知味斋预制菜产业链的产品,年销售额已达到了3000万元。

虽然当下知味斋的销售渠道仍以线下门店为主,但它的口味却随着四面来客涌向八方。“淄味”预制菜在传承的同时,也不断走向全国的餐桌。

## “淄味”引领新消费场景

味蕾的享受催化着“淄味”的传承,作为鲁菜发源地,淄博预制菜产业的发展,不仅有老颜神、知味斋这样依托百年老味道而成立的企业,也不乏纽澜地、玉兔等原材料与调味品等20多个行业,形成了门类齐全、产业链较为完整的产业体系。

那么,在万亿预制菜“风口”下,淄博赛道怎么跑?

刚刚过去的2022年,以“预制未来 共享淄味”为主题的“2022中国(山东)预制食品产业发展大会”在淄博举行,包括中国预制菜产业联盟园区联合会成立仪式、中国北方预制食品产业示范基地揭牌、淄博市20亿预制菜创新发展基金及中垦淄博冷链物流30亿基金成立发布等一系列动作的推出,向外界传递了淄博打造中国北方预制食品产业发展高地的强烈信号。

淄博市预制菜产业发展推进会暨经开区健康食品产业园推介会召开,北方健康食品产业园暨预制食品产业基地项目A组团(一期)综合楼主体结构顺利封顶;淄博高新区抢乘预制菜“东风”,从举行齐鲁预制菜科创产业园推介会到园区开始运营,再到发出高新区首张“预制菜”《食品生产许可证》;临淄区开工建设规划总面积6000亩、总投资28亿元的预制食品产业园,打造江北最大的预制菜调味料包生产基地……过去的一年间,淄博预制菜产业发展突飞猛进。

来自淄博市商务局的消息显示,淄博将依托鲁菜传统积淀与现代科技规划的双重背书,逐步搭建起全市预制食品产业架构,打造以鲁菜为特色的“中国淄味”高端食品系列品牌,形成荤素搭配、主食融合、南北菜兼顾、国内外皆宜的多品种、多风味预制食品体系。

可以预见的是,随着淄博预制菜产业不断迈向新高地,“中国淄味”也将传向四方。

大众日报淄博融媒体中心记者 张晓宁 黄文焄



扫描“鲁中晨报”APP二维码查看精彩视频