

“株洲味道”如何飘得更远

——我市企业参加2021中国国际食品餐饮博览会启示录

株洲日报·掌上株洲记者/刘芳

9月10日至12日,2021中国国际食品餐饮博览会(以下称“2021食餐会”)在长沙举行,株洲20家食品餐饮企业携各自的“明星产品”参展。这次食餐会,株洲企业有什么收获?给株洲企业带来什么启示?“株洲味道”如何飘得更远?

经济观察



产品故事

“熊妈妈”创业记

株洲日报·掌上株洲记者/刘芳

9月18日,中秋节前三天,炎陵熊妈妈艾米团农副产品有限公司总经理谢竹春忙得“脚不沾地”。“公司刚起步,业务员是自己,送货员也是自己,今天一天送了400多单月饼,有炎陵县的,也有株洲市区的。”对谢竹春来说,凡事亲力亲为,才能及时发现并解决问题,与客户保持更紧密的联系。

果品加工,延长黄桃产业链

黄桃是株洲的“明星水果”,获得了地理标志证明,还入选了“湖南十大农业区域公用品牌”。目前炎陵县黄桃种植面积95万亩,总产量6.1万吨,享有“炎陵黄桃,醉醉天下”的美誉。谢竹春家住炎陵县下村,也是炎陵黄桃产业受益人。

“我们吃黄桃,又因黄桃走上了脱贫致富之路,黄桃成为我们的‘金果果’。”谢竹春说,但是很多九分熟的炎陵黄桃不易储存,也不能长途运输,村民只能等着它慢慢烂掉。

谢竹春看在眼里,愁在心里,下决心要通过深加工解决这一难题。“农业不加工,等于一场空。”谢竹春认为,进行果品加工,延长黄桃产业链,反季节销售,化解风险,实现增值,帮助果农增收,才是唯一出路。

订单爆满

“看李子柒的短视频,她经常用桃花加工制作成桃花酒或者其他食物。”谢竹春得到了灵感。每年,果农为了保证黄桃挂果率,并且保留高品质的黄桃,果农都要疏果,摘下来的桃花,谢竹春都留下来。洗干净,烘干后保存下来,再加工成做月饼饼皮的原料。

她还用新鲜黄桃果肉,加工后,作为冰皮月饼的原材料。试了又试,终于成功,鲜甜又绵密。

经过多道工序,研制出了桃花冰皮月饼、黄桃冰皮月饼。经过试吃,味道稳定后,谢竹春将冰皮月饼送去相关部门做检测,并得到了生产的相关许可证。

“这不仅能提高黄桃的附加值,增加果农的收入,还能弥补黄桃产业加工技术和加工能力不足的短板,延长黄桃产业链。”谢竹春欣慰地说。为了保证月饼的新鲜,谢竹春今年实行预定销售。这不,凭借好口碑,中秋节还没到,订单已经爆满。

将在株洲开旗舰店

创新,是谢竹春创业的动力源泉。每年三月,艾草飘香,谢竹春会到田野里采摘新鲜的艾叶,邀上亲朋好友,做上一顿美味的艾叶米果,一起分享快乐时光。谢竹春说,“艾叶煮熟了,热气腾腾的米果散发着艾叶的味道、猪肉的香味,让人食欲大开。”

“其实,最开始是自己喜欢做美食,后来朋友吃了,觉得好吃就传开了,然后有了小作坊,到现在成立专门的品牌公司。”谢竹春说,“公司董事长妈妈姓熊,为了感恩妈妈,所以取名熊妈妈。”

与传统的艾叶米果方法不一样,谢竹春将艾叶米果做成饺子形,有“念祖情结”的意味。她还将五谷艾饺的配方改良,不添加糯米,更容易消化,适合更多人群众。

目前,五谷艾饺已进入株洲多个知名饭店,如大碗先生、兄弟厨房、彭厨等饭店的热门点。今年7月底,我们在长沙开了第一家旗舰店,遗憾的是,遭遇了疫情,所以市场反应还需要时间。“谢竹春仍满怀信心,下一步计划在株洲选址开旗舰店。”

加强农产品物流等基础设施建设

随着消费升级、冷链物流的高速发展,生鲜电商行业在迎来黄金发展期。

但在这“黄金”背后,企业也背负着繁重的成本压力,其中“最先一公里”问题依然是难点。

对企业来说,要加大研发投入,解决技术壁垒,让产品更保鲜。对相关部门来说,要培育和完善的农产品物流主体,加强农产品物流的基础设施建设,让更多农产品从田间到餐桌全面“保鲜”。

启示

2019年,在已经入驻8年的“湘东情”天猫旗舰店上,除了以往常见的香干类豆制品,还重磅推出了鲜豆腐系列。

而在此前,由于保鲜、冷链运输等问题未解决,攸县豆腐在外地做不到“物美价廉”。

技术的投入,加上运输成本的投入,换来了迅速铺开的市场。上述负责人说,“就像顺丰说的,不是我们速度快,是别人慢。”

目前,攸县有3C认证的豆腐生产企业有不少,手工坊更多,但真正打造自主品牌、将攸县豆腐销往全国各地的,仅有湘东情一家。

见闻

攸县豆腐好吃众所周知,但豆腐娇嫩,保鲜期短,不好运输。不少远方的顾客咨询,如何让攸县豆腐走上更多食客的餐桌?

“要想让攸县的豆腐走出去,只有一条路——解决异地运输的问题。”株洲湘东情食品有限公司相关负责人介绍,在豆腐保鲜环节,公司找到了湖南省农产品加工研究所,针对攸县豆腐开发保存技术和包装工艺。

有了专属保鲜袋,水嫩嫩的豆腐目前已销到北京等地,依托顺丰物流次日抵京也只要10元运费。

1. 【关键词】创新

见闻

走进株洲馆,人气最旺的展位应该就是“苗妹子”。

各种传统的豆制品,嫩豆腐、香干、豆腐红薯片、麻辣豆干等十余种产品,闻香而来的食客络绎不绝。没错,这就是株洲“西施豆腐”的魅力。

这次,除了常见的豆制品,“苗妹子”还带来了新研制出的产品——酵素吐司、酵素馒头。“口感松软,内部组织绵密,即使是48小时后,吐司依旧能保持新鲜鲜的口感。”湖南苗妹子食品股份有限公司总经理苏娅和员工身穿苗族特色服装,头戴苗族头饰,为自己的食品代言。

另一边,一位化着精致妆容的小姐姐,身穿精美的汉服,让人穿越到古代。她一边切月饼给大家品尝,一边介绍,“炎陵的高山黄桃大家都吃过,这款原料取自炎陵高山黄桃、桃花的冰皮月饼,口感细腻、香甜,值得大家点个赞。”

这款冰皮月饼是炎陵熊妈妈艾米团农副产品有限公司的新品,共有四种口味。“黄桃是让我们摆脱贫困的‘金果果’,我们现在做的,希望能让这些致富之路走得更宽、更远。”公司总经理谢竹春说。

在湖南叁农企业管理股份有限公司,除了圆滚滚、胖乎乎的“绿胖

子”——肉冬瓜,今年还带来了黑玫瑰苦瓜、丑八怪甜瓜等新品。独特的造型,让这些产品自带流量,成为吸引游客的“网红”。

从豆腐到酵素吐司、馒头,从黄桃到黄桃冰皮月饼,从肉冬瓜到黑玫瑰苦瓜、丑八怪甜瓜……这都是企业坚持创新的结果。

而从此次食餐会的成果来看,也证实了这股创新的力量。

“苗妹子”成交额超过10万元,还与长沙天辰中央厨房正式签约,与省政府食堂和煤炭厅食堂达成合作;“叁农”成交额10万元,年订单额1000余万元,与6家专业高端食品采购商签约合作;“熊妈妈”100盒冰皮月饼现场销售,试吃供不应求……

记者在展馆走访发现,各市州、主题馆的展馆可谓“百花齐放”“争奇斗艳”。

在怀化馆,各种特色腊制品悬挂在展墙上,过年的热闹、喜庆扑面而来。工作人员在前方用蒸、煮、炒等方法,烹制腊制品,各路食客纷纷闻香而来。

在韩国馆,“小姐姐们”穿上色彩鲜艳的民族服饰,在展馆门口发宣传单、跳民族舞,该馆还准备了现场有奖问答等活动,吸引一波又一波的食客。

启示

有“内容”,也要会包装

“苗妹子”不仅连续多届参加食餐会,而且每届参展都有不同的新产品诞生。去年,有白嫩冰滑的豆花,虽然价格不低,但在现场获得好评,今年又有酵素吐司、酵素馒头新上市。

总经理苏娅的想法很简单,饮食健康越来越被重视,酵素食物又很受欢迎,为什么不能用酵素发酵技术来发酵面团?经过一个多月的反复调试,这款酵素发酵的手工吐司应运而生。

“技术创新+宣传创新”,让苗妹子持续受益,有不少采购商慕名而来。从食餐会顾客的反响来看,其实株洲产品缺的不是口感和质量,缺的是名气。

然而在互联网经济的当下,创新往往更容易“出圈”。株洲产品要做的是,不仅是产品创新、品质创新,也要学会宣传方法创新,讲好故事,传播特色文化,有内容,更要会“包装”。

2. 【关键词】融合

见闻

青柑与红茶搭配,会是怎样的效果?

在醴陵茶叶协会展位,就能品到这个组合的独特味道。

“这款茶叫‘小青柑’。”工作人员介绍,青柑与红茶可谓“黄金搭档”,掏空新采摘青柑的果肉,再在果肉内填充初制好的红茶,经过32道工序再存放半年后即可。

“红茶的蜜香与青柑果香完美融合,不仅有茶韵,更有药效。”醴陵市雅城生态农业发展有限公司总经理晏建新介绍。

作为“茶二代”,晏建新没有走父辈传统的种植经营模式,转而主攻产品融合,念起“新茶经”。

除了这款一炮而红的“小青柑”,还有一款瓷瓷结合的作品——“五彩龙珠”,以醴陵釉下五彩瓷器作为容器,以红茶为主打,配上绿茶、白茶、黑茶和黄茶,形成特色礼盒。

“通过瓷器带动红茶销售,可以让株洲红茶像釉下五彩瓷一样走向世界。”晏建新说,“五彩龙珠”一改以往散茶的形态,制作成一颗颗“龙珠”,便于携带和冲泡,每颗“龙珠”的重量定制在3到4克,这也是标准化的制定。

今年,晏建新的产品融合又有新作品——将醴陵白茶与醴陵八景融合。

启示

延伸产业链条,提升产业价值

在食餐会湘潭馆,记者发现一款酒的展柜前有不少市民、采购商驻足咨询,有的在看一位老翁老人泼墨挥毫,有的在品酒。但让记者惊讶的是,有一位采购商在询问酒瓶产自哪?

用苗妹子的话说,食餐会真是商机无限!

那么,湖南有名的瓷器不应该来自醴陵吗?株洲馆是否有陶瓷展示?株洲的产品是否与陶瓷实现融合?

仔细打听,才知道晏建新的茶与醴陵陶瓷实现了融合,并计划此次食餐会主推新产品醴陵八景与白茶搭配。让他遗憾的是,由于场地有限,没有地方陈列,所以当天只摆出了茶叶,瓷器都放在车内没有得到展示。

醴陵是世界釉下五彩瓷的原产地,为全国三大“瓷都”之一。醴陵种茶历史悠久,醴陵茶叶已被列入湖南省“潇湘五彩茶”、株洲市“株洲红”茶叶产业发展规划。

瓷茶两大“IP”携手合作、抱团出击,是跨界合作、强强联合,也是因势利导、顺势而为,以产业联合为契机,茶文化与瓷文化在碰撞中结合,两者相得益彰,彰显文化品味,能释放出1+1>2的功能。

瓷茶融合,或许这只是起点,还可以构建“瓷+茶+旅”新兴产业业态,进一步延伸产业链条,提升产业价值,助推产业升级、消费升级。

其实,不仅是瓷与茶,更多的产业与产业之间,都可以打破地域、行业、政策的壁垒,寻求产业融合的广阔天地。

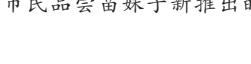
在韩国馆,市民与入偶合照。刘芳摄



市民品尝苗妹子新推出的酵素吐司。刘芳摄



苗妹子展位吸引了众多顾客驻足品尝。刘芳摄



苗妹子展位吸引了众多顾客驻足品尝。刘芳摄

在怀化馆,腊制品悬挂在展墙上,吸引市民、采购商前来选购、咨询。刘芳摄

刘芳摄

顾客品尝“熊妈妈”黄桃冰皮月饼。刘芳摄

刘芳摄

“苗妹子”展位吸引了不少顾客驻足品尝。刘芳摄

刘芳摄