

东北亚民间美食文化交流周成为一场美食与发展思路碰撞的“盛宴”—— 让“珍奇辽味”香飘四海

本报记者 胡海林 刘璐

左手马家烧麦、右手中街冰点冰淇淋……最近几天，这样的场景在沈阳中街步行街上随处可见。作为2023“珍奇辽味”东北亚民间美食文化交流周重要活动之一，正在这里举行的“珍奇辽味”美食季，集中展示各种辽宁特色的风味食品，让人们尽情享受味蕾和视觉盛宴的同时，也对本土品牌有了更深的认识。

展会上，辽味企业纷纷通过试吃、发放纪念品、网络直播等形式推介自己的产品，互相交流学习，既是一场美食盛宴，更是一场思路盛宴。“政府对帮助我们走出去的支持越来越大，我们一定会越来越好。”沈阳马家清真食品有限公司销售经理赵宁南的感慨，代表了大家的共同心声。

深挖文化内涵

辽味的特色在哪？越来越多的生产企业更加注重产品文化内核的塑造和培养。

展会上，沈阳重工食品带来了自己的非遗产品“牛家香肠”。公司行政经理夏爽说，这款香肠与流水线生产的香肠完全不同，不仅原料全部采用鲜肉，而且独特的香料及曲酒均为自制，企业专门保留了一条全人工生产线，剁肉、拌料、灌肠等全环节人工生产，每天产量仅100公斤。

“130多年的历史，让我们更加关注产品的延续。传承不是守旧，为了满足现代人的口味需求，我们加入了一些蛋白、草本类香料。由于产品保质期短，一定程度限制了这款产品的远销，今年计划在大连等地开设直营店以扩大市场销售。”夏爽说。

市场上大豆腐的零售价普遍为每

块3.5元，但来自辽宁娃儿家食品有限公司的豆腐却能卖到8元且供不应求。产品生产自环境优美且被称为“长寿村”的北镇市富屯乡新立村，是其对外宣传亮点之一。“这个宣传对促进销售有帮助，但前提是做好产品质量。我们仍然是大锅熬浆、人工点卤等传统模式生产，产品主销辽宁等地的部分商超以及高档饭店。”公司工作人员高金标说。

此次参展的企业，不仅有大家熟悉的老品牌、老味道，还有很多新生代“辽味”。

和其他摊位前的火爆场面不同，“营茶1861”销售总监张明坐在自家摊位前以水泡茶，静候各方来客。作为一家年轻企业，“营茶1861”专注于茉莉花茶的制作。张明说，“过去，茉莉花茶在东北地区盛行，老一辈人都有喝茉莉花茶的习惯，我们想通过这种方式帮大家找回那份过去的味道，同时打造独具地域特色的茶文化。公司将积极申报国家级非物质文化遗产，同时利用茶企自身优势，以茶香聚人气，让更多人能够借此了解辽宁、来到辽宁。”

拓展市场渠道

扎根辽宁、深耕辽宁，以及如何走出辽宁，一直是辽味企业热烈讨论的话题和积极摸索的课题。

曾经风靡一时的中街QQ鸡架，相信是很多辽宁人记忆中抹不去的味道。中街QQ鸡架的大力推广企业——沈阳市天合恒美餐饮管理有限公司也在现场，其带来的炸串、鸡架等极具辽宁地域特色的小吃获得大家的连连好评。“这个鸡腿肉是怎么腌制的？”“你

们的主营业务都有哪些？”消费者和同行都很感兴趣。

天合恒美创始人高桥表示，公司近10年来一直聚焦流行小吃原料、西餐汉堡原料、家庭预制菜等，不断发掘市场需求，目前直接服务的餐饮商家有1万多家，积累了一定的渠道优势，将继续致力于推广辽宁的特色小吃。

因为疫情的原因，中华老字号马家烧麦在传统门店经营的基础上，开始涉足直播、社区团购等网络营销模式。为适应网络销售，去年7月成立了沈阳马家清真食品有限公司，生产烧麦、水饺、馅饼、糕点等产品，不足一年其线上销售额即与实体店销售持平。

“政府出资组织我们走出去抢市场，我刚参加完南京、济南的展销会，又赶回沈阳来参展，这两天还要参加一个展会。目前，马家烧麦已成为电商平台上的单品头部，我们对走出辽宁信心十足。”赵宁南说。

在沈阳绿源祥农产品有限公司的展位前，女主播正热情地向网友分享现场情况以及产品吃法，淄博烧麦的热度，让公司生产的烧麦调料、小饼、百味小吃热销，而卖得最好的春饼累计销量突破了100万单，更加坚定了公司的电商之路。

敲响辽宁品牌

我省农副产品资源丰富，但长期以来转化率不高、精深加工不足等问题的存在，制约了产业的高质量发展。创品牌、闯市场，辽味企业正奋力追赶。

展会上，沈阳供销社带来了由榛子、木耳、北虫草、榛蘑等组合的“盛京

伴手礼”礼盒。该系列产品深度挖掘供销社电商村内适合标准化生产、可电商化的沈阳特色农产品，甄选沈阳市及周边地区出产的特色农产品、风味饮食、文创商品，受到广大消费者的青睐。工作人员表示，运营团队联合20多家农业生产基地，结合产品自身特色，提供“一站式”的产品定位、精深加工、包装设计以及市场推广服务，在增加产品附加值的同时拓展了农民的增收渠道。

沈阳金秋牧业有限公司董事长关直告诉记者，公司有自建牧场，近20年来都是向知名奶企供应原奶以生产高端奶产品。现在公司自创品牌开发全系列的乳制品，并招募和培训社区达人实施社区直销模式，逐渐培育市场让消费者知道原来沈阳也有自己的好奶。“目前，我们的线上奶站站长有40多人，将来我们还会把服务延伸至产品之外，逐步扩大品牌知名度和影响力。”

有同样经历的企业还有“苍达粮油”，作为一家本土民营的民企，其依靠过硬的产品品质，自2009年起即为某品牌食用油的代工方，年生产总量达600余万箱。公司人士表示，虽然在激烈的市场竞争中自创品牌很难，但还是要走精深加工这条路，叫响辽宁好产品的品牌，改变外界对辽宁只能提供农副产品原料的刻板印象。

作为食品科技领域的“新秀”，凡尔赛(辽宁)食品科技有限公司专门为食品生产企业和中央厨房赋能，提供从冷库、运输到终端客户的冷链冷链技术解决方案。公司总经理朴晓静表示，他们的技术能够实现-2℃至0℃的精准控温，保障蔬菜、水果及肉类组织始终处于存活状态，为更多辽味味道走出去保驾护航。

观点

一方水土育一方饮食，一方美食也能带“火”一方水土。

近年来，从河南胡辣汤到天津煎饼果子，从沙县小吃到柳州螺蛳粉，不少特色美食发展为特色产业，在带动就业、增加收入、延伸产业链等方面为地方发展赋能。

辽宁地理位置独特、生态系统完备、农业资源丰富，孕育出了味道独特、文化厚重的全国九大菜系之一——辽菜。然而，相比于川菜的全覆盖、鲁菜深厚的产业基础，“辽之味”在向产业转化的过程中与先进地区仍存在差距，亟须尽快“拔节”。

发挥品牌效应，推广“好味道”与推广“好故事”并重。眼下全国各地频繁在打造网红食品、特色小吃上发力，想要“突围”，不仅需要口味、形象、渠道等方面下功夫，也要注重包装文化内涵，让好产品与好故事融为一体，让消费者在品尝美食的同时拥有文化认同感，提升消费价值。

夯实产业基础，有了好食品还要建设好链条。食品是将一产、二产、三产串联成链的优质载体。换句话说，一款受欢迎的食品产品也是一个地区产业实力强的体现。让食品工业预制化，是辽宁建设食品工业大省的方向所在。为此，既需要辽宁发挥农业大省种养规模化、标准化的资源优势，还需深耕工业大省在食品装备、技术研发等方面的产业优势，让诸如锅包肉、雪绵豆沙等名吃能够即烹、即食。更要搭乘互联网销售快车，建设完善的冷链运输网络，才能让辽菜走向全国餐桌。

为耕者谋利、为食者造福、为振兴助力。期待更多辽过好味道深入人心、香飘世界。

把特色美食变成特色产业

孙大卫

顺应时代 才能闯出未来

——专访中国特一级烹饪大师刘敬贤

本报记者 胡海林 刘璐



以食为媒 与“食”俱进

6月6日至15日，2023“珍奇辽味”东北亚民间美食文化交流周系列活动在沈阳举行。本次活动以“美食”为媒，充分开发、整合东北亚地区美食资源，开展美食文化交流，打造“珍奇辽味”公共服务品牌，通过一场“舌尖盛宴”展示一个开放、真实、立体、全面的辽宁。

图①：辽菜师傅在展会现场亮绝活，蒙住双眼在气球上切肉。
图②③④：参观者在展会上赏辽菜、品辽味。
本报记者 查金辉 赵敬东 摄



“烹”然心动 预制未来

——从美食文化交流周看辽宁如何抢占食品预制化产业新赛道

本报记者 孙大卫 李越

七星山下，蒲河岸边，一场“香味”四射的盛会，正吸引着八方来客。

作为2023“珍奇辽味”东北亚民间美食文化交流周的重头戏之一，2023中国(辽宁)食品预制化产业大会于6月9日在沈阳沈北新区举行。来自全国各地的行业翘楚齐聚盛京，品辽味、话产业发展。

展会上，围绕品牌、技术、销售、运输、配套等话题，专家、企业家、投资者充分交流、深入合作。

会场外，“好吃”“够味”“Q弹”“新鲜”……参展企业柜台前，各类“辽味”预制食品令品尝者赞不绝口。工作人员纷纷留下订购电话，多个初步合作意向就此达成。

全国预制菜企业龙头为何青睐“辽宁味道”？是看好行业风口，更是看重辽宁资源。

因为这里，是全国重要的“粮袋子”“菜篮子”“肉盘子”。

“如果在座的企业家有选择食材的需求，我建议大家先来东北、来辽宁看看。这里的黑土地长出了品质最佳的稻米、蔬菜、水果，还有规模巨大的畜禽养殖基地。”中国饭店协会资深会长韩明在发表主旨演讲时对东北、辽宁的农产品资源赞不绝口。

同样对辽宁农业关注已久的还有中国农大规划院中国农旅品牌研究中心主任何焰。他说：“品质是产品走向市场的基础，特别是对于食品工业而言。优质的农产品，规模较大的生产基地、适合的物流半径，是所有预制菜企业发展的前提条件。而辽宁就具备这样的条件。”

这里，是全国重要的工业基地、农业大省。

目前，辽宁建有农产品加工集聚区39个，预制菜产业发展指数位居全国前列。

“我对沈阳很熟悉，这次既是来参

会，也是来看项目的。”山东凯瑞商业集团董事长赵孝国表示，“这里有越秀辉山、沈阳华美、雨润等多家食品加工龙头企业，我们过去就有合作。眼下，我们与沈北新区合作的项目即将开工建设，我们还想追加投资，与更多辽宁企业紧密合作。”

不仅赵孝国，厚实的产业基础也吸引诸多外地资本寻“味”而来。上午10点，上海安昌谷顺私募基金管理有限公司、哈尔滨寒鲜食品有限公司、中农农旅集团、上海麦金地集团、上海亦美德供应链管理有限公司等企业的负责人先后走上舞台，与辽宁本地企业签约。

这里，有技术、有人才，科技支撑能力强。

在当天下午举办的“树立大食品观，重塑食品供应链，加速建设‘食品工业大省’”论坛上，沈阳农业大学副校长李斌的演讲引得台下掌声不断。

“预制菜不仅不是低端食品，相反还需要超高的技术含量。如何运用科技力量将食品做得健康，又能在加热后锁住烹饪的原味，是个技术活。在这方面沈阳农业大学取得了许多技术成果，期待以后有更多合作的机会。”辽宁同富渔业发展有限公司总经理佟庆富在听完演讲后表示。

“辽宁在预制化食品技术领域积累了大量科研成果及转化经验。沈阳农业大学、大连工业大学、渤海大学、沈阳师范大学等高校在果蔬深加工、肉制品保鲜及质量控制、速冻技术等领域，开发了一批适合市场转化的预制化食品成果。本次大会的参会企业，有很多就是被我们的科技实力吸引来的。”省工业和信息化厅相关负责人表示。

抓住行业风口，用好区域资源。令人“烹”然心动的预制菜产业发展大幕，已在辽宁悄然拉开。

我国幅员辽阔、物产丰富，不同的自然和人文环境，造就各地异彩纷呈的饮食文化内涵。作为其中的一分子，“辽菜”的历史源远流长，清代的宫廷菜和王府菜，加上本地的市井菜和海鲜等构成现在辽菜的基本框架。

在餐饮市场上，辽菜常以价廉物美、量大实惠的市肆菜呈现，但在全国菜系版图辽菜声名相对式微，辽菜如何传承、创新、扬名？本报记者专访了中国特一级烹饪大师、省餐饮烹饪行业协会终身荣誉会长刘敬贤。

刘敬贤表示，辽菜既有清代宫廷菜的精湛与考究、名贵与品位，又有市井菜的雅俗共赏，同时汲取了京、鲁菜的传统技艺精华，并融合了满、蒙、朝、汉民族菜的特点。“融合”始终贯穿于辽菜的发展历史，也是未来发展的路径。

“辽菜走出去也是融合的过程，地域文化的不同、饮食口味的差异，本身就要求我们去摸索，找到适合消费者需求的平衡点。传承不守旧，创新不忘本，比如我们一些菜品具有浓香、味重的特点，但现在人们普遍追求营养健康，你就应当舍弃一些东西而来接地气。”刘敬贤说。

做菜貌似简单，但蕴含了丰富的动植物科学、物理化学、文化、艺术等内涵，辽菜的发展和传承，首先要从从业者热爱这个行业、尊师重道、勤学苦练，传承匠心。

“一个不争的事实是现在不少年轻人基本功不扎实，忽视了做好辽菜需要活到老、学到老。比如拿刀功来说，就有推切、拉切、锯切、跳切、刨切等，要靠手腕而不是胳膊的力量来控制。基本功硬实了，是辽菜更好传承的根基。”刘敬贤说。

近年来，沙县小吃、过桥