

湖北襄阳年产值达46亿元——

## 牛肉面“煮”出大产业

本报记者 柳洁 董庆森

图① 湖北襄阳古城是3000里汉江的码头要地,南北美食在这里交汇。(资料图片)

图② 襄阳牛肉面用牛骨头熬汤,其配料丰富、味道独特,抓住了很多消费者的味蕾。(资料图片)

## 探访特色产品消费

“等回到地球,最想吃的还是襄阳牛杂面!”神舟十二号航天员聂海胜在太空接受采访时的一句话,让襄阳牛肉面和牛杂面火出了圈。小小的一碗牛杂面里,不仅盛着英雄浓浓的思乡情,还培育出一个大产业,收获了众多消费者的喜爱。

“老板,二两牛肉面!”每天晨曦微露时,襄阳人的一天,从一碗牛肉面开始。半碗碱面半碗豆芽,在沸水中翻烫几次,盛入碗中浇上牛骨高汤,舀一勺牛肉、牛杂……在湖北襄阳市汉江一桥樊城桥头西侧的友谊街,空气中弥漫着牛油的味道。

3月30日清晨6点,赛家喜娃面馆门前已经排起了长队,直到上午10点,人才稍微少些。旁边的邓家牛腩、龚老三牛肉面庄同样人头攒动。

通过“打造品牌,提升质量,丰富产品”,襄阳市专注牛肉面品牌建设,多措并举为襄阳牛肉面打开更为广阔的市场。

## 家乡味道

古城襄阳是3000里汉江的码头要地,素有“七省通衢”“南船北马”之称。独特的地理位置,使得南北美食在这里交汇,仅是早餐,便可罗列像胡辣汤、清汤、红糖饼、猪油饼、酸浆面等几十个特色种类。在众多早餐品类中,襄阳牛肉面一直是襄阳人的最爱。

襄阳牛肉面产业协会会长李伟介绍,襄阳牛肉面走红于上世纪90年代。当时,襄阳汉江大桥桥头居民擅长以牛肉、牛杂为

臊子做面食,逐渐将牛肉面做成了地方特色美食。进入21世纪以来,襄阳牛肉面馆如雨后春笋般冒了出来。

支起两口大锅,一口熬汤、一口烧水,家门口立起四根竹竿,撑起一张塑料棚,就可开门营业。资金投入少、技术门槛低,很多老百姓通过开面馆脱贫致富。

赛家喜娃面馆已历经三代人,现在的老板是33岁的双胞胎兄弟。哥哥赛晶健说:“赛家从奶奶辈就在开面馆,当时尝试着将牛杂下进碱面中,没想到大受欢迎。之后,又出现了豆腐面、海带面、牛筋面等襄阳牛肉面系列产品。”

襄阳牛肉面的精髓在牛油,用牛骨头熬汤,十几味中药和调料融合植物油熬制佐料,再配上麻辣油,味道独特、营养丰富。直到现在,赛家仍保持着凌晨4点起床熬牛油的传统。

“我们一年营业360天,根据收银系统后台统计,有顾客在店里吃了357天。”赛晶健说,一碗面传承了三代,拥有大批忠实的消费者。

据不完全统计,襄阳市以“襄阳牛肉面”或“××面馆”等为招牌的早餐面店现有6500家,襄阳市外带有“襄阳”或“襄樊”元素的面馆合计1100余家,总计数量达7600余家。除襄阳本地外,这些面馆主要分布在武汉、上海、南京、广州、重庆、郑州、深圳等地。

由此带来的经济效益有多大?襄阳市委农办主任、市农业农村局局长余涛算了一笔账:全国7600余家襄阳牛肉面馆中,务工人员3万多人,劳务纯收入总额达26亿元。襄阳牛肉面带动全市上游面条加工、牛肉(牛杂)、汤料包和佐料等食材配送,下游黄豆豆浆统一配送、即食牛肉面加工销售等企业56家,年经营性收入约1.8亿元。2020年襄阳牛肉面全产业链产值达46亿元,市内襄阳牛肉面营业额达23.7亿元,占全市餐饮营业总额的11.8%。

## 突破瓶颈

“常年招收学员”,赛家喜娃面馆的墙壁上,贴着一张海报。事实上,与赛家喜娃面馆仅两个门面之隔的龚老三牛肉面店的老板正是赛家学员之一。赛晶健说,在他家学了技术

再开店的,在襄阳本地就有六七家。

樊城区定中街一家名为襄小滋牛肉牛杂面馆里,十多名来自河南、安徽、江西、山东的学员正在学习襄阳牛肉面制作技术。店长张虎介绍,该店面不仅经营牛肉(牛杂)面,还负责培训厨师。近5年来,每年都有上千名外地学员前来学习,特别是航天英雄聂海胜在太空喊话想吃家乡牛杂面后,前来学习的外地人更多了。

近年来,襄阳一些厨师学校等培训机构也将牛肉面技能培训作为特色项目,而政府主导的培训更是火爆。譬如襄阳技师学院精艺楼,已经举办了18期牛肉面技能培训,培训学员近3000名。

遍地开花的实体面馆传播着襄阳的老味道,方便快捷的速食盒装面,则让这款地方美食走得更远。在做盒装面上,湖北襄翼餐饮有限公司推出的“襄故里”走在了前面。

机器控温熬油、精准投料,一分钟可出40多包调料粉,从早上8点半到下午5点半,一天可生产4000多份成品,先进的自动化器械替代了不少人工。公司创始人赵威介绍,品质稳定的核心,在于生产标准化,这也是襄阳盒装牛肉面发展的关键要素。

2016年7月产品正式面市,2017年初“襄故里”品牌诞生。本地碱面配上调料包,煮几分钟就能吃到地道襄阳牛肉面,在外地打工的襄阳老乡成了购买主力。此后,“襄故里”产品还覆盖了牛杂面、海带面、豆腐面等常见口味。

如今,公司不仅有稳定的生产队伍,还有七八十人的网络营销团队,两三天就能卖出四五千份盒装面。市场价15.8元一盒的襄阳盒装牛肉面,卖出了1200万元的年产值。

## 提质升级

2020年7月,“襄阳牛肉面”商标获国家知识产权局核准注册,核定使用于“餐厅、餐馆、快餐店”等场所和“面条、方便面、挂面”等商品。

尽管发展势头良好,但襄阳牛肉面品牌标识纷杂、质量标准不一,没有完善的管

理标准和统一的经营模式,市场竞争力和抵御风险的能力还比较弱,无法形成品牌规模效应,名气远不如柳州螺蛳粉、兰州拉面。

为加快推进襄阳牛肉面产业走出去,襄阳市制定了《牛肉面产业集群发展实施方案(2021—2025年)》。“牛肉面要走出去,标准化是关键。必须统一标识、统一流程、统一品牌,形成区域公共品牌效应。”樊城区区长王鹏飞告诉记者,“我们正借鉴柳州螺蛳粉模式,引进主体建立中央厨房。”

“对饮食行业来说,原材料供应是关键,我们将提升原材料供应水平,加快原材料示范基地和中央厨房建设。”余涛表示,相关部门将加强对原材料种养和加工的技术支持,统筹推进襄阳牛肉面原材料安全。力争到2025年,以襄阳、枣阳、老河口为主的鄂北岗地优质专用小麦种植比例稳定在90%以上,肉牛养殖基地年出栏30万头;大力推进小麦、牛肉、油料、辣椒、花椒、大蒜、豆腐等生产加工基地建设;支持各类主体建设襄阳牛肉面产业中央厨房项目,原材料实行统一采购、加工、配送,提高襄阳牛肉面规范化经营水平。

同时,实施龙头企业培育工程,支持襄阳牛肉面产业链企业通过直营、加盟、分销等形式建设产业网络,扩大企业规模。“对首批在外地开展襄阳牛肉面旗舰店标准化连锁经营且有效运行一年后经市牛肉面办实地验收合格的,市财政将通过市工商联及外埠商会分别给予适当奖励。”余涛说。

“聂海胜在空间站说,回到地球最想吃襄阳牛杂面,这是对襄阳农产品品牌最好的宣传。我们要力争到2025年,襄阳牛肉面外开店总数达到2万家,产业链上下游龙头企业100家以上,全产业链产值达到100亿元以上。”湖北省政协副主席、襄阳市委书记马旭明表示,要以襄阳牛肉面等区域公用品牌为龙头,加快打造农业全产业链,推动从“卖资源”向“卖产品、卖品牌、卖技术、卖文化”转变,促进一二三产业融合发展。

## 市场瞭望

在一代又一代襄阳人的传承下,襄阳牛肉面成为大众创业热门选择,正从家庭作坊式生产向标准化、品牌化、国际化迈进。

但在快速发展的同时,襄阳牛肉面品牌标识纷杂、质量标准不一,尚未形成品牌规模效应。出了襄阳,襄阳牛肉面的味道就变得不那么地道,名气也远不如柳州螺蛳粉、兰州拉面。如何推动襄阳牛肉面叫响品牌、叫座全国?

必须加强政策引导。加大政策支持,扶持一批基础较好的面馆转型升级,形成标准化连锁经营模式;加大信贷支持,组织银行研发支持襄阳牛肉面专项担保贷款;加大协调服务,支持推动襄阳牛肉面馆及产品进高铁站、进机场、进高速公路服务区、进大型超市等,并提供便利条件。

加快标准化建设。制定完善襄阳牛肉面行业标准和商标使用规则,做到统一名称、统一招牌、统一操作规程、统一服务、统一品种、统一培训,尽快形成襄阳牛肉面完整的行业标准体系。

实施品牌化战略。可推行“公用品牌+企业品牌”的双品牌战略,培育打造一批“襄阳牛肉面+”知名店面和知名企业商标品牌,并结合各类旅游品牌宣传和各类展会大力营销、宣传、推介襄阳牛肉面品牌。

培植行业龙头企业。做大做强本地领军企业,培育一批面条、牛肉、豆腐、豆芽、调料等生产加工、配送产业链上的领军企业;引进龙头企业,鼓励相关优秀企业加入襄阳牛肉面产业,推动盒装牛肉面产业的规范化和标准化,形成下游产业对上游产业的推动,助力襄阳牛肉面全产业链健康发展;加快中央厨房建设,实现原材料标准化供应,保证原材料质量安全可追溯,扶持企业标准化、集约化、规模化、模块化发展,推动形成区域性的模块化配送处理中心。

推进培训工作常态化、多元化。按照实际实用实效和注重质量的原则,针对不同从业人群开展不同层面、不同内容的常态化襄阳牛肉面基础性技能培训。

柳洁

北京世界花卉大观园延长花卉产业链——

## 飘飘汉服舞花间

本报记者 李佳霖

4月3日至5日,清明节小长假期间,北京丰台区南四环中路的北京世界花卉大观园内,金黄的连翘、粉色的梅花和山桃、洁白的玉兰绽放。其间,时常有穿着汉服的女子从花间走过——伴随着北京第二届花朝汉服文化节暨第二届花朝节的开幕,这里正上演着汉服与花卉相约的盛会。

据北京世界花卉大观园园长石文芳介绍,人们爱花、咏花,花朝节既是纪念百花的生日,也是喜欢汉服的人们盛大的聚会日。让花卉与汉服结合,不仅能更好地弘扬传统文化,还能使文化消费更接地气。为此,园区精心加入了符合年轻人喜好的个性化、多元化国潮元素来打造这个节日。

其中,花朝汉服文化节最吸引人的当属竞争激烈的三大传统文化竞赛,包括十二花神竞选、汉服大赛、国风歌曲大赛,还有花神祭祀典礼以及盛唐舞蹈快闪表演。八大主题汉服巡游更是吸睛,汉服亲子方阵、英姿勃发甲冑方阵等不同风格的展示让游客一睹汉服魅力。

4月5日下午,来自通州区的青年闫力带着女朋友耿梦如参加花朝汉服文化节,两个年轻人一个身着英猛铠甲,一个身着柔美古装,吸引不少游人前来合影。闫力告诉记

者:“虽然一套衣服从头盔到铠甲共花费6000多元,但我很喜欢汉服文化,现在还能在百花的陪伴下展示自己的爱好,感觉真不错。”

十二花神的竞选者则经过了网上报名和筛选。身着蓝色汉服的姑娘金小卉一大早就从山区赶来,她一直关注花朝汉服文化节的招募动向,这次比赛取得了第五名的好成绩,她很高兴:“汉服和花卉最配,明年我还要来参加。”

让游人们印象深刻的还有世界花卉大观园新推出的文创产品——梅花花神文创雪糕,共有巧克力、草莓、牛奶3种口味,每一种都颜值口感双在线,每根售价18.8元。不少身着汉服的年轻人手举花神雪糕,在掩映的梅花丛中拍照打卡留念。“仅4月4日这一天,花神雪糕就售卖了3600多根。”石文芳说。可见花卉文化的衍生品显著促进了公园除门票之外的消费。

此外,园区中还有许多趣味十足的非遗文化互动体验,比如活字印刷、木雕花灯和手绘团扇等,赏红护花、祈福迎春等各色文化体验也令人眼花缭乱。汉风市集上,各类国货商品琳琅满目,收获众多游人的青睐。

为让花卉文化与汉服文化深度融合,世界花卉大观园与汉服研究和经营有关的商家合作,推出汉服化妆项目,成为节日期间的热

门景点之一。只见挂满了各式各样汉服的化妆点内,一边,已经梳妆打扮后的游客正换上汉服,另一边,前来询问的游客络绎不绝。记者了解到,根据服装、发式的不同,化妆价格分别为298元、398元、498元不等,虽然等候时间要1小时左右,但很多人还是选择了等候。

家住丰台草桥村欣园社区的宋倩,给正在化妆的女儿拍视频,她告诉记者,孩子从小就在世界花卉大观园玩耍长大,因为住得近,村里又给村民们办理了公园年卡,所以她几乎每周都带着女儿来逛世界花卉大观园,一年一度的花朝汉服文化节有机会让孩子也装扮上汉服,价格还不贵,一家人很开心。

公园里,还能见到不少拍照、拍视频的游人。“园区和不少自媒体平台都有合作,在花朝汉服文化节到来之际,抖音、小红书上都是赏花游园、共贺春朝的节日氛围,花朝汉服文化节也由此晋升为顶流和热点了。”石文芳说。

作为世界花卉大观园的主管公司,北京花乡花木集团董事长林巧玲对未来花朝汉服文化节的举办有着清晰的定位,“我们将持续围绕北京国际消费中心城市城市建设,充分利用自身优势,整合多业态经营,不断延长花卉产业链,拉动消费增长。”



北京世界花卉大观园内,化妆师为小朋友装扮上汉服。本报记者 李佳霖摄