

从一根玉米到系列主食——

□ 本报记者 马洪超

四平玉米真美味



图① 吉林省四平市梨树县中农种植农民专业合作社,工人正在加工鲜食玉米。李坤摄(中经视觉)

图② 图为四平玉米凉皮。

本报记者 马洪超摄

图③ 图为四平玉米面饅饅。

本报记者 马洪超摄



五大类。

其中,玉米类面包

和中式糕点特别受欢迎。

去年8月启动

的四平市首届“品

四平玉米 享人间臻

味”厨艺大赛,在为期一个多月的

时间里,得到四平市大型连锁餐饮服务单

位、机关企事业单位、个体餐饮经营者及美

食爱好者的积极响应,参赛作品涵盖玉米菜

品、主食、饮品、甜点等类别。闭幕式当天,

84名选手制作的70道玉米菜品和54道玉

米主食精彩亮相,所有获奖作品都被纳入四

平市玉米100佳食谱,录入当地官方宣传

手册。

付瑶就参加了这场厨艺大赛。他曾在

北京和云南做过10年厨师,2020年回到老

家四平,在一家餐饮公司工作。付瑶所在公

司的厨师团队研发出玉米系列菜品,形成了

独具特色的四平玉米宴,颇受消费者喜爱。

“我们研发的玉米须粥、玉米慕斯、玉米

凉皮都特别受欢迎。”付瑶说。

休闲食品选择多

除了做成鲜食玉米和馒头面条等主食,

四平玉米还走进了当地糕点店,被加工成颇

具地方特色的糕点。

在四平市铁东区平东街的烧烤不夜城

附近,“甜心女王”烘焙坊里不时有顾客前

来选购糕点。产品展示柜里,除了有常见

的小麦粉糕点,以玉米面为主要原料的传统

糕点也颇引人注目。“一开始买是因为好奇,

后来家里人都特别喜欢这里的玉米糕点,味道

好,更健康,就经常过来买。”市民王丽对玉

米面糕点十分认可。

“甜心女王”烘焙坊负责人赵磊告诉

记者,自2014年开业以来,工坊已开设了5家

分店。受四平市重视玉米主食化的启发,他

从去年开始和同事们研发玉米类糕点,涵盖

生日蛋糕、西式糕点、面包、中式糕点、饼



市
演
望

7月初,歌手周杰伦一口气在海口开了4场演唱会,共吸引15.46万人次观众入场。有统计显示,15.46万人次中海南省外观众占了61.5%,达9.51万人次。演唱会带动海口市4天实现旅游收入9.76亿元,这个数字是当地端午假期旅游收入的3倍。演唱会的火爆,让我们见证了歌迷的热情,更从中窥见文化市场复苏的火热态势,也看到了演唱会对演出消费以及演出关联消费的巨大拉动作用。

今年以来,演出市场重新变得热闹起来,大型演唱会、户外音乐节、话剧、儿童剧、音乐剧、戏曲、舞蹈……各类演出场馆被安排得满满当当,满足着不同消费群体的文化需求。这其中,大型演唱会和音乐节的反应最热烈,上半年共演出506场,票房收入达24.97亿元,观众人数超过550万人次。

歌迷的热情能有多高?一些抢手的演唱会和音乐节甚至出现了数十万歌迷在线抢票、开票秒光的场面。自己“家门口”的票售罄了,那就坐飞机、乘火车去别的城市看。中国演出行业协会对部分大型演唱会、音乐节的票务销售趋势调研发现,平均跨城观演率已超过购票总人数的50%,跨城观演成为大型演唱会、音乐节的主要消费趋势。除了门票,这类演出项目对交通、住宿、餐饮等周边消费都能形成强大的带动作用。看看偶像演出,顺带尝尝当地美食,再逛逛旅游景点,一趟下来也不差。

暑期是演出市场的活跃期,中国演出行业协会的监测数据显示,截至6月30日,全国各主要票务平台在售的7月1日至8月31日的暑期演出项目总计超8000个,在售演出场次达3.7万场。其中,演唱会、音乐节类大型演出共计约300场,许多颇有市场号召力的歌手都将在这个暑期集中开唱。

如何让一场演唱会带来的经济效益最大化,这背后恐怕是个系统工程。知名歌手的“引流”作用自不必说,能把成千上万的歌迷吸引至此,可要让“流量”变“留量”,靠的是城市打出的营销“组合拳”和方方面面的服务保障。在首场演唱会前,海口70家酒店除了推出食宿折扣外,还推出延迟退房、延长餐厅营业时间、免费接送等贴心服务。细节之处的服务保障决定着消费者对一座城市的感受。针对此次演唱会,海口相关部门要求酒店做好客房价格管理,在演唱会期间,加开免费穿梭巴士线路……歌迷得到了热情接待,自然愿意多停留、多消费。

“演唱会经济”走热再次证明文旅不分家,“演唱会+旅游”怎么看都是个多赢的组合。各地不仅要争取有市场号召力的大型演出项目落地,还要尽早统筹文旅资源,实现文旅联动,提升接待服务能力,让歌迷愿意来、来了不想走。

眼下演出市场全面回暖,其实不止大型演唱会和音乐节,涵盖剧场、新空间和各类景区、园区、街区的演出活动都在推动文化消费、促进经济回升方面发挥着重要作用。我们乐于见到这一作用得到越来越多地方政府部门的重视和推动,演出机构也在积极丰富演出产品品类、提升内容供给,如此,演出市场定能在吸引和扩大消费层面有更多作为。

张
雪

鲜食玉米正崛起

“快尝尝我们公司生产的鲜食玉米,多香!”在四平市梨树县富邦智慧农业科技有

限公司,总经理张宝华作为参观者端上一盘煮熟切段的鲜食玉米。黄澄澄的玉米段散发着阵阵香味,吃起来软糯香甜。

去年7月份,富邦公司的鲜食玉米生产线投产,两个月时间加工生产了1000万棒鲜食玉米,十分畅销。近期,该公司生产进入上一季鲜食玉米的收尾阶段,生产不算太忙,于是他们赶紧着手采购安装一组新设备,准备今年7月当季鲜食玉米采收时扩大鲜食玉米的生产规模。

张宝华说,随着人们生活水平不断提高,市场对鲜食玉米的需求量越来越大。可是,玉米生长的季节性较强,能鲜食的玉米生长时间更短。所以,需要在合适的时间及时将其收获、冷藏,并经过剥去丝、清洗漂烫、真空包装、灭菌冷却等步骤,加工为袋装鲜食玉米,售卖到各地商超,这样人们一年四季都能吃到新鲜玉米了。

四平市玉米产业高质量发展领导小组办公室主任寇春生介绍,四平地处世界三大“黄金玉米带”之一的松辽平原黑土区,这里土壤肥沃、气候适宜,“往南一点,是土壤稍逊的中壤;往北一点,积温减少,土地热量条件欠佳”。四平玉米的一等粮比例在80%以上,这样好的玉米如果做深加工,原料成本较高,但非常适合鲜食玉米、玉米面食品等主食化用途。

四平鲜食玉米正在走向全国。张宝华说,今年4月底,他和同事前往浙江省推介吉林粮食,带了公司生产的12箱共120棒鲜食玉米,在金华市的一个社区举办了居民品鉴活动。当煮好的鲜食玉米揭开锅盖时,玉米香气立刻吸引了社区百姓纷纷前来品尝。由于人来得太多,他们不得不把玉米段从一开始的半段改为薄片。后来,根据预订的需求,富邦公司从四平的工厂一次直发该社区1400多棒鲜食玉米。

近些年,四平市做鲜食玉米的企业不断增多。成立于2021年的四平市鲜食食品有限公司投资6000万元,准备建两条鲜食玉米生产线,预计在7月下旬投产。这两条生产线年可加工3000万棒鲜食玉米,产值将达1.2亿元。

鲜谷公司总经理孙立波告诉记者,他们已经与一家大型网络平台签订了合作协议,他们负责生产供应,平台负责市场销售,每棒鲜食玉米可为鲜谷公司赚五六角。鲜谷公司还在与一家美食分享平台洽谈合作事宜,希望让更多的人吃上四平鲜食玉米。

玉米面受欢迎

今年5月,吉林凤姐粗粮食品有限公司的发糕生产线开始试生产,玉米面生产线设备正在安装,不久就可以全面投产,可以生产玉米面条、玉米饺子、玉米馒头、玉米月饼等。在公司的品尝台,摆着玉米发糕、玉米窝头、玉米水饺、玉米面条等试吃样品。记者夹起一小块玉米发糕放入口中,只觉绵软筋道,十分爽口。

公司负责人王舒煜介绍,经过一些处理程序,他们公司的玉米发糕吃到胃里不产生胃酸,不刺激胃,易消化吸收。切开来进火腿,放入生菜,就是一个粗粮汉堡,可作为早餐食用。公司将推进玉米主食餐厅和餐厅连锁经营,引领玉米食品健康消费新时尚。

“我们生产的黄金玉米特种粉颗粒细密,不添加任何胶类物质,和面后可以达到小麦粉的使用指标。用它可制作蒸饺、水饺、面条、玉米饼、窝头、发糕等多种传统食品,既保留了玉米原有的色泽、香味及营养成分,还口感细腻、香气浓郁。”金澄食品科技有限公司总经理刘伟光说。

作为玉米主食消费的服务提供者,餐饮企业是四平玉米主食化的重要推动力量。

老传统新创意点亮“枝间生活节”

本报记者 杨阳腾

深圳湾海风运动公园里,作为代言人的卡通唐偶少女“荔娜”和荔枝IP玩偶“荔荔安”正带领深圳市民品尝新鲜荔枝,体验传统木工、观看皮影戏、选购文创产品……近日,以“老传统+新创意”为亮点的创意市集——“枝间生活节”为深圳市民增添了一处感受城市文化与商业融合氛围的好去处。

随着城市经济体系的重构和消费能力的升级,以创意设计为核心打造的IP给传统文化赋予新内涵与时代趣味,也为消费市场注入新鲜活力。盛夏,正是荔枝成熟时节。在中国传统文化中,荔枝象征着甜蜜与美意。如今,荔枝的内涵也在不断丰富,其谐音“励志”恰与深圳奋斗之城的精神内核相契合。每逢蝉鸣荔香时节,深圳市民都会邀请海内外亲朋好友光临荔园尝鲜,即摘即吃。

“本次活动特选取‘岭南水果之首’荔枝作为IP形象,以唐宫仕女图为创意原型,将荔枝水果转化为荔枝唐偶‘荔娜’。我们为荔枝画上了萌萌的大眼睛,设计出小精

灵‘荔荔安’。将荔枝在传统文化中的独特性及美好寓意以生动的卡通形象展示出来,以便进一步向青少年推介中华传统文化之美。同时也借此深度开发以城市为单位的IP矩阵、打造城市文化及文创产品的城市文化聚落,形成文化消费赋能城市发展的新动力。”活动策划方深圳创意文化发展有限公司负责人武姗姗说。

“好好好甜的荔枝!”活动现场,游客不断发出阵阵赞叹声。游客品尝的正是深圳天美荔枝产业发展有限公司旗下产品。“当今消费者对于水果的颜值要求很高,因此我们建立了自有外观选果标准,挑选出的荔枝外观均呈深红色或暗红色,表面光滑、有光泽,形状以圆球形或短圆柱形为主,较为有弹性。”公司总经理谢永红介绍,除了颜值,新鲜也是产品的一大亮点。“荔枝离开树枝后鲜度仍然不减的背后是公司全供应链锁鲜技术与自主研发的采收保鲜包装技术。我们已专注荔枝产业链经营24年,在清洗、分拣、预冷等环节层层把关,让消费者享受到最新鲜美味的荔枝。”

传统工艺通过融合现代创意和设计,与生活实际和时尚需求相结合,打造出了新的消费场景。刨、锯子、凿、斧子,在校间生活节现场一处手工体验专区,深圳市龙岗区代表性非遗项目古建筑木艺代表性传承人丁全通过展示梅花锁、双十字笔等榫卯产品,让广大市民直观了解中国古建筑木艺的传统技艺及其深厚的文化内涵。

“除了出售产品,市集还能让消费者实地体验。”丁全告诉记者。深圳市民万梅一家四口在现场体验良久,她告诉记者:“我们一家人都了解到了榫卯锁的有趣之处,看似简单,却极富科学性、自然性与艺术感,凝结着我国古代人民的智慧,不愧是我国民间广泛流传的益智玩具。我们买了好几个产品,准备让孩子回家接着钻研。”

作为我国民俗文化的活化石,皮影戏也在不断紧跟社会发展,以“老”手艺来讲述时代“新”故事。由深圳金丝猴潮俗皮影社表演的以“垃圾分类”为主题的儿童皮影戏中,被香蕉皮滑倒的小学生、不听话的小狗,时不时逗得全场观众捧腹大笑。第

五代深圳皮影戏传承人罗亚斌说:“我们这次带来的深圳非物质文化遗产皮影戏融合了垃圾分类、绿色环保理念,推出了很多老少皆宜的演出剧目,很适合深圳人的年龄结构与知识结构。”

“这里演出的皮影戏不是对寓言故事单纯地模仿还原,而是结合了当下的主题,有针对性地进行改编,让人眼前一亮。过几天,我还准备约几个朋友再来观看。”深圳市民杨璐璐说。

近年来文玩市场持续升温,各式文玩品类成为大众的“宠儿”。在“微波小摊”上,各种手串吸引游客纷纷购买。“手串不仅是作为一种时尚潮流而存在,更是对我国千百年祈福文化的传承。”摊主张子涵介绍。中国民间生活方式研究中心副主任兼秘书长陈悦成表示,近年来,文化创意行业的快速崛起,逐渐成为拉动当地消费增长的新引擎。文创产品的多样化和高品质逐渐影响和重塑着消费者的消费观念与需求,引导消费者更加注重购买符合自己生活方式、文化背景和审美标准的文创产品。

在“枝间生活节”上,深圳市民正在拆解斗拱榫。

张弛摄(中经视觉)



本版编辑 李丹美 编夏祎