

泰城众多名吃无缘全运餐桌

只有驴油火烧成为指定特色小吃,名吃创新尚需努力

本报记者 肖阳 刘慧娟

5日,记者从泰安市旅游局了解到,泰山驴油火烧成为第十一届运动会指定特色小吃,并申请成为上海世博会参展产品,同时已经申报山东省非物质文化遗产以及绿色标志。泰安市美食特色小吃种类繁多,为何唯独驴油火烧突出重围登上了大舞台?

小小火烧登上大雅之堂

5日,记者跟随泰安市旅游局工作人员来到泰安红豆开元贸易有限公司,见到了泰山驴油火烧的创始人李鹏。他拿出一摞证书,其中一个第十一届全运会组委会向泰山驴油火烧颁发的全运会指定产品荣誉证书。记者了解到,在本届运动会的食品类指定产品中,泰山驴油火烧是唯一入选的泰安食品类特色小吃。

“我们3月就把火烧样品送到济南组委会去了。当时

组委会召开了评定会,评定人员们尝过之后都说太好吃了,所以也没怎么费力气就给定下来了。”聊起入选过程,李鹏难掩自豪之情。

10月份,驴油火烧将作为山东省的名优小吃被送上全运会的餐桌,运动员和教练员们以及社会各界人士都将品尝到这一泰山名吃。另外,目前泰山驴油火烧还在申请成为上海世博会参展产品,非常有希望挤入世博会的展台。

驴油火烧靠口感赢得市场

李鹏介绍,制作火烧最重要的原料就是酥油,而早在20多年前泰安以及周边地区驴油是制作酥油的唯一作料,但后来随着豆油、花生油、色拉油的出现,驴油逐渐为人淡忘,现在很多摊点的火烧的口味、口感已不是20多年前老泰安原来的味道,与真正的驴油火烧相去甚远。除了在驴油配比上有严格的比例标准外,他们还采取了专门的烘焙技术和保存工艺,这使泰山驴油火烧有着与众不同的特点。正宗的驴油火烧放置5天后再加热食用仍保持原始香味。

记者了解到,相对于传

统的小作坊,规模化公司化后的驴油火烧生产制作点,具备了舒适的制作环境,“能在空调房里做火烧,这是过去许多在炭炉子前制作了一辈子火烧的老师傅们想也不敢想的。”李鹏说。此外,不断升级换代的烘焙炉既节能环保又保证了火烧的干净卫生,还避免了传统炭炉产生的高温。也正是看中了这些优点,除了泰城的一些大型超市设立专柜销售之外,许多星级酒店也已将泰山驴油火烧定为酒店餐饮的食品类主食,从而将这种传统的小吃从街边小摊搬到了大雅之堂。



驴油火烧登上全运会餐桌。 本报记者 肖阳 摄



驴油火烧的传统加工过程。 本报记者 刘慧娟 摄

高标准将泰安名吃挡在大型活动门外

泰山名吃并不仅仅只有泰山驴油火烧一种,泰山煎饼、泰山豆腐等也都非常有名,但是,这些泰山名吃并没有参加十一运指定产品的评定。

十一运济南组委会市场开发部的王励奇介绍,竞选十一运指定产品的门槛其实是很高的,必须要有过硬的企业实力,保证按质按量地供应全运会。同时,能够保证饮食安全,保证运动员、教练员及相关人员的身体健康和安全,其次还需要有一套完备的资质证明,包括食品安全证书等证书。

但最基本的是食品本身的口感及质量,好吃并且吃了健康。是否成功地参加过大型活动,也是组委会考核一种美食是否能成为指定产品的重要标准。就是这几个条件,将大部分的泰安名吃堵在了门外。

记者在华联小胡同里看到,短短十几米的路上就有三四家范镇烧饼店。谈到为何在众多旅游特色小吃中,唯独只有泰山驴油火烧登上全运餐桌,泰安市旅游局工作人员称,泰山美食的确花样繁多,但这些美食大多都没有形

成规模化经营。以驴油火烧为例,各种范镇烧饼、驴油烧饼店在泰城大街小巷遍地开花,而这些店大多是夫妻店或家庭式小作坊经营。到目前为止,泰安市只有一家注册成立的专门经营驴油火烧的企业,而形成规模的企业当中,很少能够达到大型活动的高标准要求,企业自身能力的缺失使得这些泰山名吃只能是“墙里开花墙里香”。如何将泰安本地美食推广到全省乃至全国范围,是摆在泰山名吃面前的一个重大课题。

名吃企业转换经营思路等待下次机会

泰安市泰山煎饼食品有限公司负责人李先生对此深有体会。这家公司的前身是泰安市神农食品有限公司,原本经营的食品内容不仅包括泰山煎饼,还有板栗、赤灵芝等多类产品,由于产品种类太过繁杂,反而没有一种表现优秀的产品,所以公司改名之后打算让泰山煎饼唱重头戏,集中精力打造正

宗的煎饼,不打全面战而改重点战,公司的此次改变很大程度上就是因全运而起。

泰山煎饼是山东历史文化名吃组委会评定的山东历史文化名吃,而且也是泰安市非物质文化遗产,但是当全运会组委会向泰山煎饼伸出橄榄枝时却发现,泰安地区并没有一家实力够强的企业将泰

山煎饼带入全运会,这成为李先生的一个不小的遗憾。

自那之后,公司决定转换经营思路,突出优势,重点突围。公司在泰山天烛峰设立厂房,引用山泉水和山里种的粮食来制作正宗的泰山煎饼。“相信再有下一次机会,我们一定不会错过。泰山煎饼也一定会走出泰安。”

专家观点▶▶

要将特色转化为品牌

山东经济学院经济学系教授董长瑞认为,经营产品更要经营文化,将特色转化为品牌,才能进一步提升旅游商品的文化附加值。例如北京“全聚德”烤鸭店,就是重视特色文化附加值的成果。品牌历史悠久、制作工艺独特、信誉好的民俗小吃,还需要烙上当地的民俗烙印,挖掘和利用原有的丰富文化内涵,成为自身独特的市场竞争力。这也是所有旅游商品的发展出路所在;泰安作为旅游城市,“吃”是当地旅游消费不可或缺的一项。作为厂商企业,首先应树立品牌规模效益的意识,只有形成一定的规模化产业化的特色品牌,才能具备长远的市场生存力。其次,规模化后的企业应适时做出生产策略的调整,除了要在产品质量和包装上下工夫,也要适时开发出多样化系列化的商品,以扩大企业的经营范围和生存空间。

谈到政府在这一转化过程中的作用,董长瑞认为,政府应成为城市品牌整合、树立和推广的服务者,在政策和信息服务等各方面,为城市的民俗食品、旅游文化商品搭建一个引导和扶持的平台。

泰安市旅游局相关部门工作人员称,泰山名吃要符合名吃的招牌,要有自己的特色,最基本的就是一定要好吃并且保证质量。调整思路,加强市场观念是泰山名吃以及各种旅游文化商品企业所必须具备的。同时,泰山名吃应在继承传统文化与制作工艺的基础上不断创新,只有这样,才能够生生不息发展流传下去。

