

交流特色文化 展示多彩亚洲

本报记者 周明阳

亚洲文明对话大会包括开幕式、分论坛、亚洲文化嘉年华和亚洲文明周四大板块。5月16日,亚洲文明周系列活动陆续展开,包括亚洲文明巡游、亚洲美食节、亚洲文化展演、亚洲文化旅游展、亚洲影视周、亚洲文明联展等在内的活动异彩纷呈,全方位展示了多姿多彩的亚洲风情和辉煌灿烂的亚洲文明。

亚洲文明巡游和北京亚洲美食节是亚洲文明对话大会亚洲文明周的重要活动。北京市委宣传部副部长、市人民政府新闻办公室主任徐和建表示,5月16日上午,亚洲文明巡游和北京亚洲美食节盛大开幕。文明巡游汇集了亚洲各国和地区特色文化,每

天上午10点和下午4点各表演1场,共有28支国内外表演团队参加。其中,国外16支,国内12支,充分体现了“亚洲文明,世界共融”的理念。

徐和建说,北京亚洲美食节的主题是“享亚洲美食·赏京城美景·品古都文化”,235家企业集聚奥林匹克公园庆典广场,集中展示亚洲美食。美食节活动还依托网络平台开展多项优惠活动,并在北京市6大重点商圈同期举办美食活动,营造出亚洲文明大发展、文化大交流、人民大联欢的喜庆氛围。

在分会场,亚洲美食节活动也正有序开展。杭州市委宣传部副部长、市人民政府新闻办公室主任来虹介绍,为体现杭州特色,“知味杭州”亚洲美食节期间将举办“茶传五洲”国际茶文化论坛,以西湖龙井茶文化

为载体,开展“一盏茶连接人类文明”的交流对话。

在花城广州,亚洲美食节于5月16日下午正式拉开帷幕。广州市委宣传部副部长、市委网信办主任陆志强介绍,广州邀请了22个亚洲国家驻穗使领馆参与,并将按照“一日一国”的方式,举办7个国家的美食主宾日活动。此外,广州将联同香港、澳门、佛山,设立粤港澳大湾区美食研究院,共建美食之都。5大系列42项活动将成为岭南美食文化与亚洲文明文明的对话平台。

成都市委宣传部的副部长、市人民政府新闻办公室主任丛峰说,成都熊猫亚洲美食节围绕亚洲文明交流互鉴的理念,以“食美寻香、各美其美、美美与共”为主题,以美食为媒,推动亚洲文明对话。

成都:吃出千亿元产业集群

本报记者 钟华林 通讯员 朱小路

5月15日上午,成都熊猫亚洲美食节首场亚洲美食文化交流展示活动——“名厨荟”,在“大师级”美味中拉开大幕。来自成都、北京、深圳、香港、澳门等地的中国名厨与新加坡、日本、以色列、韩国等亚洲各国和地区的厨师们齐聚一堂,展示各自的拿手菜品。当晚,伴随着铿锵的锣鼓声,“火锅创意市集”正式开市。在为期8天的成都熊猫美食节活动中,人们不仅能感知川菜의 百菜百味,还能体验亚洲各国和地区美食文化的风采。

其实,成都一年四季都是“美食节”。春夏秋冬,无论是走在春熙路的火锅一条街,还是在魁星楼的文创小巷,处处可见排队候餐。据统计,今年“五一”期间,成都共接待游客1300多万人次,“吃货路线”早已出现在成都旅游攻略中。

“吃在四川,味在成都。”2010年,成都被联合国教科文组织授予“美食之都”称号,是亚洲首座获此殊荣的城市。据介绍,海外60多万中餐馆里,川菜馆三分天下占其一。在每500人就拥有一家火锅店,下楼就有至少3家川菜馆可供选择的成都,“吃货”们对海外美食也敞开了胃口和胸怀,大数据显示,今年一季度,在成都,东南亚菜、日韩料理消费同比增速分别高达251%和186%。

依托“川菜之魂” 打造产业高地

无论是麻婆豆腐、鱼香肉丝还是回锅肉,一入口,味蕾定会被麻辣鲜香刺激得兴奋不已。川菜丰富的味觉体验离不开郫县豆瓣的“点睛”。

郫县豆瓣素有“川菜之魂”的美誉。始创于明末清初的“郫县豆瓣”经过数百年的工艺提炼,不仅实现了标准化生产,更成为品牌价值超650亿元的成都老字号美食品牌。走进成都市郫都区川菜产业功能区,一股浓郁的豆瓣酱香扑鼻而来。在丹丹郫县豆瓣厂区的二楼晒场上,几十大缸豆瓣正在经历日光曝晒,已呈现陈酿豆瓣的红褐色泽。从晒台向下望去,是加工豆瓣的巨大厂房,俨然是全自动生产线。“目前,我们的产品已经出口到30多个国家和地区。”丹丹豆瓣公司副总经理杨帆介绍说。

近日,“郫县豆瓣”以656.36亿元的品牌价值,荣获四川省杰出区域品牌。依托“郫县豆瓣”的品牌优势,成都市重点打造全国唯一以地方菜系命名的“中国川菜产业功能区”,规划建设9.4平方公里中国川菜产业城,配套川菜博物馆、川菜体验园等,培育形成以郫县豆瓣为核心的千亿元级产业集群,打造国际美食产业高地。目前,这里已聚集了200多家相关企业。

数据显示,2018年,成都市餐饮业销售收入超过900亿元,占成都市GDP总值的5.87%,同比增长13.7%,成都餐饮持续火爆已经成为拉动经济增长链条的重要一环。

线上线下互动 拓展消费场景

对于资深“吃货”来说,来成都旅游除了做好“吃货路线”攻略,对“排队餐厅”也得如数家珍。上个月,来自西安20余家主流媒体和自媒体体的“食评人”组团来成都,以“排队餐厅”的美食路线,打卡成

都各大网红餐厅和火锅店。

在外来菜系不断丰富、餐厅种类日益增加的情况下,火锅依然是最热门、最吸金的成都美食。根据美团点评大数据显示,2018年火锅是全国范围内餐饮线上消费最火的品类,消费占比达20.3%,而在以热爱火锅闻名的成都,火锅消费更是占据绝对领先地位,线上消费订单量占比达40.9%。

随着互联网发展,麻辣范儿的成都美食有了更多消费场景和消费吸引力。早已打出名气的太古里、锦里、宽窄巷子等特色美食街区新经济、新业态不断涌现,美食体验的复合型特征更加显著,美食已成为成都生活美学的表达。

看川剧变脸吃麻辣火锅,在川派园林风格餐厅里品味大师级川菜、可品茶轻食的文创小院,还有各色随吃随走的网红小吃,宽窄美食满足了不同食客的多层次需求,优雅时尚乐观包容的天府文化也蕴含其中。成都美食一直在随时代而动、随时尚而动。诞生于成都双流的特色兔头深受欢迎,但以前不便于携带,现在已有了零食包装,且一经推出即成为爆款,根据淘宝吃货大数据,川味兔头通过零食化、小份装,年销售量同比增长132%。

在传统销售领域顺风顺水的火锅行业也积极作为,搭上了“新零售”的经济发展快车。成都百品味源餐饮有限责任公司董事长滕祥介绍,互联网思维一直影响着公司的发展,公司发挥在成都积累数年的火锅行业经验与资源优势,一直坚持线上线下互动,在全产业链互联网化大环境下,通过线上引流、线下体验,为合作伙伴提供高品质的火锅底料、食材及餐饮品牌咨询服务等火锅产品。

培育美食文化 提升都市美誉

川菜博物馆每天都会迎来大批探寻美食和美食文化的海内外参观者。一对新西兰夫妇在双语厨师的带领下,饶有兴趣地学做川菜。“我很早就听过麻婆豆腐和宫保鸡丁,这一次来成都旅游,特地来学习一下真正的川菜怎么做,这让我很开心很满足。”玛德丽一步步紧跟厨师的手法,认真地给麻婆豆腐勾芡。川菜体验中心负责人张辉强告诉记者,每天都要接待好几拨川菜体验的外国游客。

美食是成都向世界递出的一张璀璨名片,有人来成都吃,有人因为吃留在成都。来自美国南部的大力已经在成都生活两年,4个月前,在一位自贡朋友的带动下,大力开启了他在成都的觅食之旅,并从此一发不可收:火锅、四川耙泥鳅、猪脚饭、美蛙鱼头、狼牙土豆、肥肠粉、醪糟蛋……不管辣的甜的,吃过的没吃过的,他都照单全收。他的这些美食视频被朋友传到抖音上,收获了103万个赞,现在已有14.5万粉丝。大力说,是川菜吸引他生活在成都,最近他开始看一本川菜菜谱,从吃川菜进阶到了做川菜。

民以食为天,成都在彰显自身麻辣鲜香特质的同时,又不断推动餐饮的多元化和国际化,不断满足人才的全球化流动,让每一位食客都能在成都领略独具风格的美食文化。

随着“麻辣味”走向国际范儿,在让每一位食客吃出幸福感的同时,成都“国际美食之都”这块招牌也成为了国际化营商环境的标杆之一。

广州:“味觉”纽带搭建沟通桥梁

本报广州5月16日电 记者庞彩霞报道:作为亚洲文明对话大会配套活动之一,广州亚洲美食节于5月16日在广州花园酒店正式拉开帷幕。未来的一周,广州将以美食为媒介,以城市为舞台,围绕美食文化展示、历史文明传承、文明交流互鉴等内容,推出五大系列42项亚洲各国和地区美食文化体验活动。“让你不出广州、吃遍亚洲,既品味千年商都文化,又领略亚洲各国和地区风情,努力办成一届‘好吃、好看、好听、好玩’的亚洲美食文化嘉年华。”广州市市长温国辉在开幕式上表示。

作为国家中心城市和门户枢纽,目前广州已与73座城市缔结了友好城市关系。为打造一场“好

吃、好看、好听、好玩”的广州亚洲美食节,广州将在美食节期间举办为期一周的美食主宾日活动,日本、韩国、泰国等7个国家将联合涉外酒店、在穗亚洲企业一道,按“一日一国”方式打造具有亚洲各国和地区风情的主题餐厅、文艺展演、主题游船。

广州作为粤菜的发源地,拥有13万家餐饮企业。在此次亚洲美食节期间,广州将充分展现亚洲美食元素——在珠江沿岸打造长达10公里、全球最大的亚洲美食精品长廊,并配合推出亚洲美食主题灯光秀、水上流动亚洲美食餐厅、构建融“水上、空中、两岸”全方位的亚洲美食文化展示。通过食物这一条特殊的“味觉”纽带,搭建起亚洲各城市沟通的桥梁。

北京:眼福与口福共享

本报记者 周明阳

泰国冬阴功汤、印度飞饼、日本寿司、韩国烤肉……美食是亚洲文明间交流的重要纽带,在增进友好往来、促进民心相通过程中发挥着重要作用。5月16日,作为亚洲文明对话大会的重要配套活动,亚洲美食节在北京奥林匹克公园主会场盛大开幕,吸引了市民前来品尝。

正值午饭时间,亚洲特色餐馆内熙熙攘攘,人们一边与商户交流一边忙着品尝美食,在大快朵颐的同时,也增进了对相关国家和地区风土人情和风俗习惯的了解。还有中国各地的特色美食,广式早茶、火锅、各式面点、烤串等。在亚洲美食节风味饮品馆,来自亚洲各个主要产区的咖啡和茶一应俱全。美食节入场采用预约制,现场工作人员告诉记者,美食节受到市民广泛欢迎,未来3天的入场名额早已全部预约完毕。

除了美味佳肴,北京主会场还设置了“餐饮科技与传承”展区,展现了无人配送、自助点餐收银、智能收单等中国餐饮科技的新发展。作为亚洲美食节

活动协办单位之一,美团点评承办了亚洲美食节北京主会场“餐饮科技与传承”部分展区,在展会现场搭建起一个“未来感”十足的餐厅——通过全3D投影技术,将亚洲各国和地区代表性美食从生产到完成制作的过程通过趣味性、三维立体可视化方式呈现在宴会桌上。光影之间,观众能够身临其境般领略亚洲各国和地区代表性美食的生产制作过程,体味亚洲美食文化与传承。

在北京主会场,亚洲文明巡游活动也同期举行,巡游活动汇集亚洲各国和地区特色文化,每天上下午各表演一场,每天约有1.3万人可以入场观看。观众可以在观看文明巡游后品尝各种美食,体验餐饮科技,饱眼福、享口福,共享“美食+文化+科技”带来的文明盛宴。



①在成都亚洲美食节上,熊猫元素惹人关注。(资料图片)

②5月16日,广州亚洲美食节拉开帷幕。 本报记者 庞彩霞摄

③成都火锅店内麻辣飘香,人们吃得酣畅淋漓。(资料图片)

④北京亚洲美食节上,中国各地特色美食集中呈现。 本报记者 周明阳摄

⑤来自泰国、新加坡和日本等国家和地区的特色美食齐聚北京亚洲美食节亚洲特色餐饮馆。 本报记者 周明阳摄

杭州:数字与美食结缘

本报记者 黄平 通讯员 徐燕飞

“1号餐桌,请取出您的餐品,祝您用餐愉快。”5月15日,在“知味杭州”亚洲美食节数字美食馆,口碑智慧餐厅里的送餐机器人将刚刚出炉的椒盐虾送到顾客手中。相比普通茶饮点,口碑智慧餐厅的效率提升了30%以上。

利用阿里巴巴的“黑科技”,机器人能游刃有余地按时送餐。展位负责人告诉记者,本次美食节他们准备了3台机器人,还有1个饮料机械臂,只需要2分钟就能将热奶茶送到消费者手中。

在亚洲展区喷水池旁,一架无人机吸引了不少参观者的目光。这是肯德基携手迅蚁科技带来的无人机送餐科技体验。只要在柜台前扫描二维码下单,不到10分钟,伴随着“嗡嗡”声传来,一架无人机便缓缓降落在展区停机坪。

依托杭州数字经济发展优势,本次美食节集中展示了数字经济发展、智慧城市建设等杭州创新文化。夜晚,中国移动“5G”对美食节室外展会现场——波浪文化公园、专题灯光秀高清直播,让观众足不出户便能感受钱江新城的美食美景。“数字与美食”的结合带来了全新感官体验,助力杭州展现“数字经济第一城”独特魅力。

在11万平方米的美食文化公园,来自全球56个国家和

地区的253家餐饮机构现场“摆摊”。越南参展团组统一着特色服饰,带来越南榴莲、小卷粉、烤春卷、椰子冰糕等;日本“皇家御厨”神明生现场演示寿司制作,他18岁就开始学做寿司,堪称“寿司料理研究家”;泰蕉餐厅现场制作招牌咖喱皇炒珍宝蟹、秘制冬荫功虾汤、泰式酸辣无骨凤爪、椰汁西米糕等;还有法国甜点、西班牙火腿、意大利披萨、新西兰冰淇淋、荷兰欧包等各国美食,令人眼花缭乱。

本土美食仍是重头戏。走进知味杭州馆,用各种美食制成的杭州胜景琳琅满目:用荷花酥雕刻“曲院风荷”,用虾仁摆成“柳浪闻莺”,用蜜汁莲藕和桂花糕制成“满陇桂雨”……

“卖毛豆腐咯!”38岁的曹向忠,挑着担子,打着拍子,操着一口安徽口音叫卖徽州传统美食毛豆腐,引起不少参观者的注意。他说,之所以选择挑担子吆喝的方式,是因为这代表着徽州的传统文化,在那个交通不便的年代,徽商走南闯北都是靠挑担子卖货。

美食的背后,是每个国家独特的文化历史与风俗习惯。美食节围绕中国传统文化和亚洲文化共识,开展中华美食与亚洲各国美食文化的交流互鉴。