

新疆目前日产饅约1797万个,上市产品超300种,日销售额约4006万元——

小饅香天下 产业新气象

本报记者 耿丹丹

探访特色产品消费

走出去

“宁可三日无肉,不可一日无饅”,一句新疆当地谚语,足以体现饅在各族群众日常生活中的重要性。

饅是一种烤制面饼,是多民族民间传统主食。近年来,新疆积极调整产业结构,饅产业不断向集约化、标准化、品牌化迈进。标准化厂房建设、统一化生产标准、立体化销售网络……以往在新疆大街小巷的卖饅小摊,如今转变为集中式的产业化园区,一箱箱品类多样的饅系列产品销售到全国各地,甚至远销中亚各国。饅产业成为新疆“十四五”期间重点发展的产业之一,一个小小的饅,逐步激发、释放出了大动力。

扩产量

走进位于新疆乌鲁木齐市的饅文化产业园,长长的参观通道两侧,各种口味、各个饅企的招牌饅产品透过橱窗进行展示。“以前只吃过饅,在这里不仅能看到饅的制作过程,还能品尝到刚出炉的饅,觉得很有趣。”来自重庆的游客何小花说道。

乌鲁木齐市饅文化产业园以饅文化为基础,园区内分为文化展示区、生产参观区、休闲体验区、特色产品展销区、休闲美食长廊五大区域。产业园将传统打饅手艺与现代产业技术相结合,目前能生产38个品种的饅,日加工制作能力最高可达100万个,已成为乌鲁木齐市旅游打卡地。

近年来,新疆大力发展饅产业,推进饅产业向集约化、标准化、品牌化迈进,逐步激发、释放发展动能,推动饅产业全方位转型升级。

“过去生产分散,到处冒烟,既不经济,也不环保。”在伊犁哈萨克自治州伊宁市伊犁州·饅文化小镇,生产加工区、体验区、生活区分布有序,打饅师傅们按照生产标准进行量产。

伊宁市塞外饅食品有限公司党支部书记、执行董事杨小波说,以前小作坊式生产标准不一,品质难以保证。园区生产则统一了饅坑大小、烤饅时间、重量尺寸等标准,保证了产品质量稳定。

伊犁州近年来全力推进饅产业集聚发展,截止到目前,已关闭380家“小、乱、散”作坊,引导367家小作坊主进入园区生产,伊犁饅产业由过去的零散化、小作坊经营逐步走上了规模化、集约化、绿色化的发展道路。

自治区工业和信息化厅数据显示,截至目前,全疆已建成饅产业园区75个,生产企业315家、打饅合作社242家,全区日产饅约1797万个,上市产品超300种,日销售额约4006万元。

在塔城地区塔城市饅文化产业园内,每天都有1.5万个芝麻小油饅制作、包装、装车,之后销往哈萨克斯坦。产业园运营负责人王海燕介绍,这里出口的饅在生产原料、标准、包装上有更严格的要求。“我们也迎合了市场需求,每包饅产品定量在175克。”王海燕说道。

依托饅产业园的集聚优势,新疆各地紧盯市场需求,突出产品特色,加大对饅产品品类、口感、规格的研发和创新。霍尔果斯市研发饅系列产品100余种;伊宁市研发的“火锅饅”获得四川首届国际火锅节新锐创意营销金奖;喀什推出早餐奶茶配饅、缸子肉配饅、夜宵烤肉配饅等系列产品组合……全疆各地的饅产业园把传统饅做出了新花样,加快了饅产业走出去的步伐。

走进位于昌吉市的新疆大漠飘香食品有限公司展厅,展台上展示着牛乳香饅、饅锅巴等各式饅产品。“这几年,公司在饅的口味和种类上进行探索改良,公司研发的专用饅烤炉于2020年9月取得国家专利证书。今年12月底,饅的自动化生产线将投入使用,每天能生产3万个饅。”该公司总经理徐胜说道。

标准化的生产模式,加上不断突破的产品种类,让更多的新疆饅搭上了“国际快车”,饅产品远销哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦等国家。

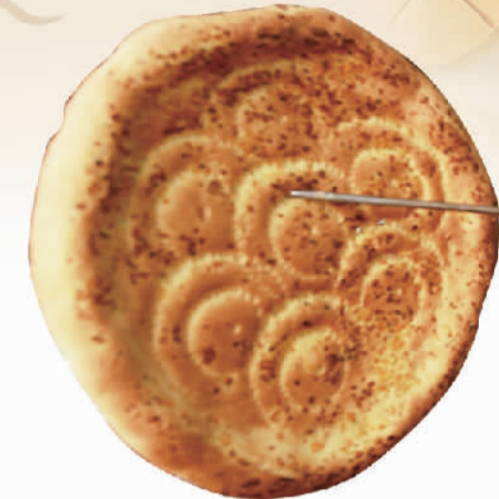
今年12月1日,两辆满载240万个特色饅产品的货车从霍尔果斯出发前往俄罗斯和白俄罗斯。至此,新疆伊犁州饅出口已扩大至欧亚两大洲的5个国家。

伊犁州工业和信息化局党组书记、副局长刘建林介绍,伊犁饅优质的品质,特定研发的偏酸偏甜的口味,深受中亚国家以及俄罗斯客商青睐。初步统计,今年以来,伊犁州已累计实现销售饅产品收入超过8亿元。

创品牌

最近,那尔哈提·胡哈纳西每天晚上都会准时在直播平台上线,向网友推介额敏县饅文化产业园的饅以及本地特色美食。“我是产业园旗下‘额麦香饅’的店长,同时还是一名摄影师,所以除了直播,平时还会拍摄一些视频推介产品。”

额敏县饅文化产业园由额敏县聚成食品经营有限责任公司经营,“额麦香饅”是公司注册的品牌之一。公司负责人郑大鹏介绍,依托额敏本地优质原材料,采取传统手艺与现代技术融合的方式,目前已研发干果饅、板栗饅等品类21种,在山东、四川、陕西以及新疆本地发展连锁店21家,日销量达到10000个。“为了进一步扩大销售渠



道,我们设置了电商服务推广区,通过线上的方式,进一步扩大产品知名度。”郑大鹏说道。

今年以来,塔城地区充分利用各大展会扩展饅产品销售渠道,逐步开拓区外市场,提高饅品牌知名度。同时,把饅产品融入旅游食品行列,发挥本地旅游带动作用,不断提高饅产品的知名度,扩大销售量。

如今,全疆各地饅产业已形成一定规模,为了进一步打开销路,拓展销售渠道、打造品牌知名度成为推进饅产业多元化发展的重要抓手。

12月8日,喀什饅产业办公室同柳州螺蛳粉行业协会签订战略合作框架协议,饅和螺蛳粉两大特色产业成功“牵手”。

喀什地委委员、行署常务副专员乔华介绍,要认真学习借鉴柳州螺蛳粉产业发展模式,在电商销售、实体店建设营销、网红直播带货等方面实现创新发展,坚持合作共赢促发展,推进喀什饅产业和柳州螺蛳粉产业深度合作,促进两大产业做优、做大、做强。

据悉,除了与企业对接,通过援疆省市搭建平台,喀什地区已在全国23个省市布局“喀什味道”特色餐饮连锁店129家,组建建设“喀什饅”店达614家,形成较为稳定的销售渠道和餐饮市场。

饅产业作为新疆重点发展的“十大产业”之一,正朝着标准化和专业化方向发展。为支持饅产业高质量发展,2020年起,新疆还首次面向打饅人员开展技能等级评价,评审认定了200名“新疆饅师”高技能人才,为自治区饅产业高质量发展提供技能人才支撑。



通过整合县域的打饅小作坊,新疆阿克苏地区新和县打造集餐饮、娱乐、歌舞为一体的综合性饅文化产业园。袁欢欢摄(中经视觉)



新疆塔城地区塔城市饅文化产业园内的饅产品销售区。

本报记者 耿丹丹摄

市场瞭望

辽宁阜新玛瑙在全国市场份额最大,不仅带动当地就业和文化消费,更成为辽宁特色伴手礼,成为阜新扩大对外开放、展示城市形象的一张亮丽名片。阜新因此被世界手工艺理事会授予“世界玛瑙之都”荣誉称号,被中国工艺美术行业协会授予“中国玛瑙之都”荣誉称号。

不过,好玛瑙卖不出好价钱也有烦恼。不少外省游客甚至辽宁省居民都不知道阜新“世界玛瑙之都”“中国玛瑙之都”的称号,正所谓“藏在深人未识”;玛瑙消费与玛瑙市场潜力不匹配,低端产品多、大路货多,好玉石卖个成本价甚至“白菜价”“萝卜价”的现象多。这也使得很多匠人不愿意付出更多时间和精力精心设计、打磨,从而降低了玛瑙的艺术价值,使玛瑙消费走上低艺术含量、低技术含量、低销售价格的循环;市场存在标识混乱、以次充好的个别现象,影响了阜新玛瑙的品质和口碑。

文玩产品有着巨大的市场空间,但消费者的体验和口碑尤为重要。阜新应好好利用玛瑙市场的需求,让“买买买”的巨大能量充分释放,让好玛瑙体现出应有的价值,让消费者更有获得感。

要创新销售手段,规范互联网营销师职业标准。虽然在抖音等直播平台有不少网红售卖阜新玛瑙,但是各自为战,没有形成一定的规模。建议在阜新建立玛瑙直播基地,适当提升互联网营销师、直播销售员职业标准,让玛瑙带货主播“转正”。

要从“卖石头”变为“卖文化”,需要文化内涵助力。阜新是我国玛瑙文化的发源地之一,无论是8000年前查海遗址出土的古玉,还是元明清时期玛瑙雕刻的精湛技艺,都在我国玛瑙文化史上留下辉煌的印记。阜新的玛瑙产品应将玛瑙文化的深厚积淀展现出来,不断凝聚文化与艺术的精髓,使之成为经典和永恒。

要创新人才培养模式,提升玛瑙产业发展核心竞争力。人才是第一资源,阜新玛瑙产业的发展离不开中小企业的规模效益和高技能人才的有力支撑。应采取多种措施,鼓励从事玛瑙生产工艺、雕刻设计、技术管理等专业技术人员提高专业水平,助力玛瑙制品提高档次。

要佩戴“身份证”,让消费者更放心。不管大件小件、高端中端低端,都应出具玛瑙制品鉴定证书,这样既能维护消费者的合法权益,也能使广大经营主体牢固树立诚信意识和品质意识,可以有效加强玛瑙制品的质量监管,将阜新玛瑙市场打造成规范、诚信、透明、值得消费者信赖的消费品市场。

体验

温济泉

四川德阳白马关景区吸引体育爱好者80余万人次,综合收入超2亿元——

体育运动唤醒文化记忆

本报记者 刘畅

点将台、换马沟、八卦古战场残存于此,三国时代刘备的军师庞统的祠墓矗立在森森翠柏间,这是四川最早、保存最为完整的一处三国蜀汉遗迹。因聚集大量三国元素,四川省德阳市罗江区白马关景区成为了三国蜀汉文化旅游线上的重要节点。

通过打造“体育+三国”的全新理念,白马关景区“以三国文化为静态支撑,以户外运动为动态支撑”,是远近有名的体育旅游精品景区。近年来,这里先后承办了全国全地形车锦标赛、中国山地自行车精英挑战赛等国、省、市级大型赛事30余场,吸引体育爱好者80余万人次,创造体育旅游综合收入超2亿元。

“白马关景区很早就获评国家AAAA级景区,宝贵的历史遗产是吸引游客的亮点之一,充分利用景区的地理优势,走差异化的旅游路线才能把景区的名气打响,让游客‘游’出新名堂,来一次不过瘾,经常都想来。”白马关景区管委会副主任邓凯介绍,景区发展体育旅游优势明显。第一,白马关景区位于成渝经济区和成德绵经济带核心地段,属成都一小时经济圈,区位优势明显。第二,白马关景区处于龙泉山脉延伸带,这里的浅丘地形非常适合开发运动项目。第三,景区森林覆盖率达56%以上,负氧离子含量极高,是开展有氧运动的绝佳场所。

四川乐途旅游景区管理有限公司董事长黄瑞是最早被请到景区做规划的专家之一。“2011年过来调研时,我还是一名大学老师,现在我创办的四川乐途旅游景区管理有限公司在景区内规划打造了运动休闲主题

基地、汽车营地、国家级汽摩运动基地等多个体育场景。而整个白马关景区也开发出了十余个具有大众性、参与性、挑战性的户外运动休闲产品,2021年1月至10月,景区体育旅游消费同比增长37%。”

古蜀文化与体育运动在这里融合,同时满足了人们休闲放松、旅游赏景的需求。当知名赛事在白马关景区举行时,明星运动员纷纷到场,自然能吸引不少热爱相关运动的游客。通过满足人们多样化、个性化的旅游需求,白马关景区很好地带动了罗江区乃至整个德阳市体育旅游产业的发展。

邓凯告诉记者,游客的消费需求通常会经历“认知—参与—融入—沉浸”的变化,层出不穷的运动项目的确增加了游客黏性,因为感觉“好玩”“有意思”,大家才愿意一来再来。“来的人多了,吃住行就要跟上,景区周边的老百姓逐渐吃上了‘旅游饭’,景区在发展,农家乐、民宿的服务、装修也在提档升级,一个良性的循环形成了。”邓凯说。

紧邻白马关景区的白马关镇万佛村一年四季瓜果飘香,20多家不同档次的农家乐、民宿成为了服务景区游客的“主力”。罗江

区白马关镇万佛村党委书记、村委会主任金利琼告诉记者,万佛村成立了股份经济合作社,带动村民发展了5000多亩贵妃枣园和1300余亩经济作物,实现对全村1193户3245人全覆盖。“2020年,村集体经济收入80多万元,增速连年保持在25%左右,村民实现人均收入2.6万元。”

前不久,白马关景区获评“2021中国体育旅游十佳精品景区”。酷爱带孩子参加户外游活动的

成都青羊区居民杨维是景区的常客,她观察到景区适合青少年的体育项目不断增多。“‘双减’以后,我有意增加了两个孩子户外运动的频率,白马关玩得、吃得好、住得好,自然成为我和朋友们带娃户外游的首选之地。”



图为四川省德阳市罗江区白马关景区汽摩赛比赛现场。柏瑾摄(中经视觉)