

守住早茶老味道

本报记者 许凌

一杯茶，一碗面，在宁夏吴忠市，拉面经过创新、改良，与八宝茶完美融合，逐渐发展成集饮食品鉴、社交养生等多元素为一体的早茶文化，赢得更多人青睐。



苏子牛肉早茶店服务员为顾客端上热腾腾的牛肉面。 马睿睿摄(中经视觉)

坚守特色口味

“这碗面的味道好极了！”吴迪的女儿得意地说。被如此称道的这碗面，究竟有什么特别的地方？绕过大堂，记者在人群中忙得满头大汗的苏子牛肉早茶店主赵亮，他告诉记者：“为了守住这碗面的味道，从父辈开始我们整整干了30多年。”说着，赵亮双手递过来一碗苏子牛肉面。“苏子”是他父亲的乳名，上世纪80年代他父亲就跟着甘肃兰州来的师傅学煮肉、调汤，并开了自己的第一家拉面馆。“今年春节，我们家与其他合伙人一道投资数百万元装修打造，占地2400多平方米的苏子拉面馆正式开业，一跃成为吴忠体量最大的早茶牛肉面店。”赵亮说。

“近几年吴忠牛肉面馆内卷得厉害，要想永占前沿，店面装修必须文化气息浓郁，现代品位十足。”经过多次竞聘角逐，最终胜出夺得面馆装修资格的宁夏筑筑空间建筑科技有限公司总经理洪涛说。

“从小就吃他们家的牛肉面，滑嫩可口的牛肉、种类繁多的面点和爽口开胃小菜，哪怕这个店先后搬了3次，我也一直追着吃，实在离不开这种老味道。”32岁的吴忠市民马睿睿说她每周至少要吃两次。

听消费者这么评说，55岁的老板赵金荣急忙端过来一盘肥瘦相间的牛肉。守住这碗面老味道的诀窍在哪里？除了香菜、蒜苗、萝卜片、红油辣子、肉丁5种食材一样都不能少，最关键的还是牛肉，肉好汤的味道才能鲜美。“每天凌晨3点就起床煮牛肉。我们的牛肉是不进冰箱的，傍晚宰杀凌晨时烹饪。”赵亮说。

在传承中创新

上午8点15分，苏子牛肉早茶店收银台前人头攒动。两位甘肃年轻游客的对话引起记者注意。“既然吃完吴忠这碗面，为什么不去品品吴忠那碗茶呢？”“哪儿的最好？”“当然是刘三朵了，早就是网红店，这都不知道？”

早知宁夏有八宝茶，真不知有个“刘三朵”！

出门顺着吴忠市主街区向东北方向驱车行驶10多分钟，抬头见得“刘三朵八宝茶体验馆”9个字十分醒目。掀帘入门，扑面而来的文化氛围与苏子牛肉面的喧嚣场面形成强烈反差。声声悠扬悦耳的古筝古曲中，只见在大小不一的茶房里，茶师正在为顾客包茶、沏茶。

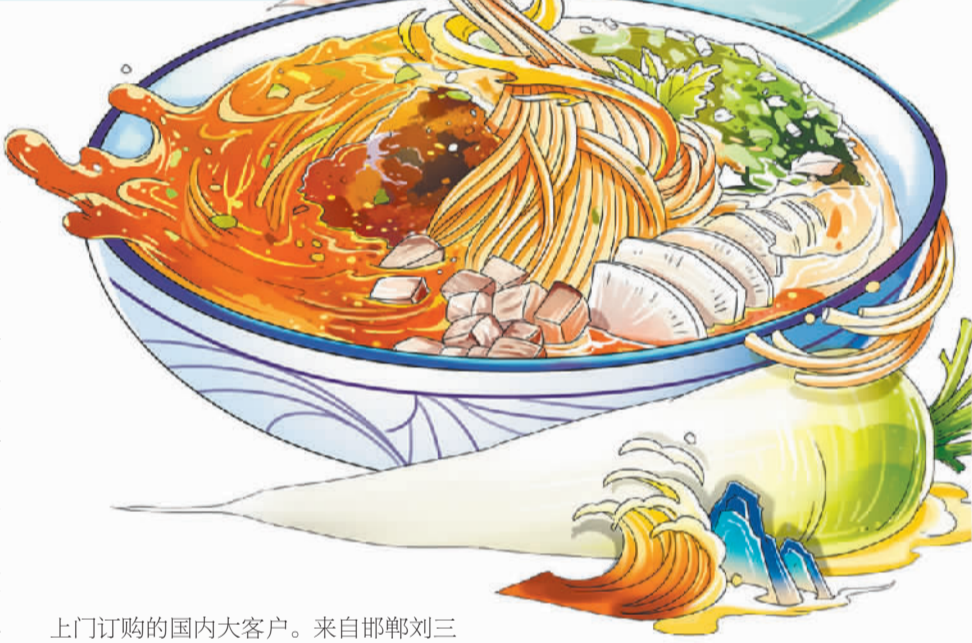
宁夏刘三朵八宝茶科技有限公司董事长刘晓虹告诉记者：“我从小就随母亲学会了抓茶、包茶和沏茶，手抓八宝茶传到我这里已经是第五代了。我家中有三姐妹，我排行老三，于是用‘刘三朵’为自己的品牌命名……”

谈起宁夏八宝茶，刘晓虹更是如数家珍。八宝茶以茶叶为底，掺有白糖或冰糖、玫瑰花、枸杞、红枣、核桃仁、桂圆肉等，喝起来香甜可口，有滋阴润肺、清嗓利喉之功效。八宝茶历史悠久，早在唐代《外台秘要》、宋代《太平圣惠方》、元代《饮膳正要》、明代《本草纲目》等著作中就有记载，更多是以茶代药。清代八宝茶被称为宫廷御用茶，在民间更是广为流传。吴忠是历代商贾往来的水旱码头，自古有“早饮一碗八宝茶”的说法。

如何沿袭传承非物质文化遗产匠心手作？吴忠这碗茶的味道无疑底蕴深厚。

“针对富有底蕴的东西搞创新谈何容易！”“刘三朵”成为网红是近几年的事儿。”公司总经理杨薇说，“从2017年创业伊始，我们就针对国内不同地域、不同场景、不同层次的消费群体需求，按照我们的理念和思路先后在银川、成都聘请第三方设计团队，研制开发设计八宝茶系列现代饮品近百种，而且这种研发每年都进行升级换代。截至目前，我们既注重门店聚焦用户，全面提升品牌、产品、服务空间的‘人货场’，也通过面向全国招募合作伙伴，已在国内20多个省市建立了加盟店。”

走上二楼雅座包间，记者见到几位前来



上门订购的国内大客户。来自邯郸刘三朵加盟店的吕婷婷说：“由于网上总是抢不到货，这次专程前来订购刘三朵研发的专利产品、制作工艺独特的玫瑰酱。”重庆善水缘茶楼的经理刘强坦率地表白，他刚进这个行当不久，此次专门考察这里运用桂圆破洞专利技术、GMP药品级车间微波灭菌工艺。“广东人不仅喜欢宁夏枸杞，更看好吴忠‘刘三朵’的八宝茶！”广东德佑事业有限公司的陈海涛滑动手机屏幕，向记者介绍他一长串的采购单：“桂花雪梨”“茉莉银耳”和“柠檬菊花”这几款茶品年轻人回购率非常高，“乌龙百合”“大麦草”“白茶果菊”这几款深得办公室白领阶层青睐……

人气越来越旺

“上午你们看到的两个店面是年营业额过2000万元的早茶及牛肉面旗舰店，我们这里兴起早茶文化产业是近几年的事。”吴忠市商务局局长李焯说。

2021年以来，为了扶持早茶产业，吴忠

先后投入财政资金2351.98万元，成功举办三届早茶美食文化节，期间共吸引客流量239.3万人次，现场实现销售额达10.73亿元，签约项目57个，签约金额达73.78亿元。有了人气，名企名店名品越来越多。国强手抓、民族饭店等12家餐饮单位入选“中餐特色美食名录”，手抓羊肉、羊杂碎、肉粘饭、撒子等57道名菜、名点入选“中餐特色美食名录”，在三届全国性烹饪技能大赛中，吴忠市55名厨师获得特金奖、金奖、银奖荣誉。随着城市美誉度和早茶文化影响力得到大幅提升，早茶店由2021年的570家增加到2023年的787家，早茶产业年营业额由10亿元增加至15亿元。

“一杯茶，一碗面，凭借这款老味道，吴忠早茶文化产业网来越来越多，有望越做越大，实现社会效益和经济效益的双赢。”李焯说。

今年夏天，消费热起来，各地促消费的政策举措层出不穷。提振城市消费，小举措也能发挥大作用。一些城市从“夜经济”入手，放开市场，很有效。促消费要从实处着手，微观发力，离不开这些具体有效的举措。促消费更要从大处着眼，以消费全链条建设，为高质量发展注入持久动力。

促消费要着眼于满足人民群众对高品质生活的需要。消费不是简单的活跃市场，更不能片面理解为推销产品、卖得动货。激活消费、搞活市场都是为了更好提高群众生活品质。消费水平的提高是人民高品质生活的体现。因此，促消费就要优化消费环境，畅通经济循环，把整个城市的经济环境治理好，把打造良好的消费环境与建设宜居城市结合起来，让便捷消费成为城市生活的重要条件。

促消费要着眼于供给创新和需求创新双向发力。供给侧结构性改革始终是促消费的关键，促消费仍然要抓住供给侧这个关键。一方面从城市发展的宏观角度继续抓好供给侧结构性改革，把握住关键节点和重要环节，通过推进供给侧结构性改革来推动消费。另一方面坚持微观政策要活，多采取一些务实举措，激活市场主体活力。微观举措要着眼于创造新的消费场景，培育新的消费业态。宏观改革则要注重改善消费条件，提高供给水平。要以高质量供给来引领和创造市场需求，强化需求侧牵引，这样才能让供给和需求两个轮子相互带动、协调运转起来。

从大处着眼促消费，就要注重传统消费与新型消费统筹兼顾。消费天然地具有“时新”的特色，新的场景、新的形式甚至新的商场更加容易吸引人们关注。所以，许多有效消费举措都是因为满足了人们“求新”的消费心理。但是，真正让消费有效发挥带动作用，仅仅盯住新型消费也是不够的。消费发展也是接续过程，新消费形态和消费场景都不是从天而降的，必然与传统消费有着某种联系。促消费就是要扩大和优化这种联系，而不是割裂新旧联系，更不能简单地推倒重来。促消费措施既要推动消费品销售，促进市场繁荣，更要调整和优化消费结构，着眼于高质量发展。传统消费和新型消费都是消费结构的重要组成部分，把两者统筹起来，才能更好满足不同阶层、不同群体的消费需求，才能从更广的范围把消费拉起来，更好地促进高质量发展。

魏永刚

促消费 瞭望

奶茶当自强

本报记者 余颖

这几年，奶茶品牌如雨后春笋般涌现，除了一些全国性连锁品牌，也出现许多地域性品牌。随着奶茶市场的扩大和竞争的加剧，各类服务问题、质量问题层出不穷。近日有调查报告发现，目前奶茶行业的问题主要体现在食品安全方面，其次是服务和宣传问题。

据报道，今年2月有网友称在益禾堂奶茶中喝出3个标签后引发急性肠炎，引发关注。之后益禾堂发布微博致歉，并承诺进一步严把食品安全关。其中称，事发后益禾堂第一时间成立了调查组，经调查，出现问题的原因是门店当班员工未严格按照产品制作流程操作、未仔细检查致使标签纸遗留在杯中。益禾堂还称，公司已经依据相关规章制度及监管部门要求对当事员工及门店做出了停岗培训和停业整顿等处罚。

今年“3·15”期间，武汉市市场监督管理局发布2022年消费维权典型案例，其中，武汉市江汉区本汉古茗奶茶店生产经营感官不良的食材、擅自更改保质期，被江汉区市场监管局依法作出没收违法所得1205元、罚款10万元的行政处罚。

奶茶行业问题频发，客观原因在于这个行业发展得太快——企查查数据显示，2018年至2022

年，我国新增奶茶相关企业39.4万家。仅2020年就注册了9.5万家相关企业。

全国知名的奶茶品牌店有加盟店、自营店，还有些区域地方品牌，可能就是几个单体店，总部对门店的管理未必跟得上。门店数量庞大，食品监管力量很难实现随时随地全覆盖。奶茶行业规模较大、品牌众多，监管力度相对薄弱，一些奶茶门店和从业人员利用监管缺失放松要求。有业内人士分析说，行业发展快，缺乏标准化的服务管理体系和规范化操作流程，扩张中的企业来不及培训员工，从业人员在工作中容易出现疏漏，对奶茶的制作及门店卫生清理不到位，导致食品安全、服务等问题频频出现。

企查查数据显示，过去5年，奶茶相关企业共遭到行政处罚9410件，主要涉及违反食品安全法规、销售超过保质期食品等问题。5年近万件行政处罚，显示出奶茶行业食品问题相当严峻。除了食品安全问题，奶茶行业的服务质量也多次被消费者吐槽。因为奶茶往往走网红路线，种草过头，一不留神就滑向了虚假宣传。有个奶茶品牌的广告词很出圈，叫作“把你捧在手心里”。但是，奶茶想要被消费者捧在手心

里，还得让消费者首先把心放进肚子里。奶茶行业是食品行业，必须将食品安全放在首位。专家表示，奶茶品牌和门店要注重员工培训，包括食品安全知识、卫生操作规范等方面，提高员工的专业素养和服务质量。也可以设计更规范的奖惩制度提升员工工作认真度，培养员工责任心。

在管理层面，有必要对目前的法律法规体系进行补充，鼓励企业制定更完善的企业标准，加强对问题多发、高发门店的检查和抽检。消费者要增强维权意识，在消费过程中发现有什么问题，及时向门店工作人员反映。如果得不到解决，则可以向监管部门反映，以法律手段来维护自己的合法权益。此前，有些走低价格路线的品牌被曝出食品安全问题时，以超高性价比得到了网友的玩梗式原谅，但这种调侃没有改变食品安全问题的性质。如果奶茶品牌守不住安全底线，总有一天，玩梗会变成玩火，最终烧伤品牌多年的努力。

本版编辑 李丹美 编高妍



在重庆市巫溪县通城镇龙池村，徐春梅(左)在自己经营的奶茶店内忙碌。 新华社记者 黄伟摄