

好吃周刊

B26
 白山松水尝吉菜
 B27
 私房粽 亲情粽



本报副刊部活动专版部主编 | 总第 305 期 | 2013 年 6 月 7 日 星期五 责编:潘嘉毅 视觉:董春洁



近日,桐庐县钟山乡农家院里,两位老奶奶用了五斤米、25 张箬叶,包成了一只一米长的粽子。桐庐每逢端午节,各地乡村的抱儿粽、姐妹粽、门栓粽、狗头粽斗奇,村里粽香扑鼻,别有一番风味。

——图/IC 文/豆儿

红泥小炉

此处无鱼胜有鱼(上)

文 / 西坡

如果有“国菜”这个概念,并且能让老外像认可熊猫那样的,我想,非北京烤鸭不可。

可是北京烤鸭在外国许多地方,只是一个响亮的名称,限于条件,许多餐馆无法操作。能够给老外留下深刻印象的,恐怕不外乎这样两个菜:咕咾肉和鱼香肉丝。

到国外旅行的人,一般都会在当地的中餐馆吃上几顿。餐馆再不济,手艺再“笨僵”(沪语,糟糕,差劲的意思),这两道菜总是拿得出的。前几天新闻里说,有个西班牙记者胡说八道,向消费者暗示当地中餐馆怎样深藏猫腻、怎样不讲卫生,引来一片抗议。其中有个镜头扫到一位正在中餐馆里就餐的西班牙顾客,他拿着筷子撮的菜,正是鱼香肉丝。看他吃得津津乐道的样子,吃惯了中国菜的观众,会生出疑问:他吃得惯吗?

孟子说:“口之于味,有同嗜也。”意思很清楚:天下人的口味都是相近的。只是,看了菜单上写着“鱼香肉丝”的老外,首先会想到什么呢?当然是鱼和肉的合作。

鱼香肉丝的英文名字叫 fish flavored pork slice,也作 fish- flavored Shredded Pork,意思差不多:有鱼味的肉片。这个译文的毛病是死心眼。从烹饪的角度来说,“鱼香”实际上和鱼一点关系也没有。因此,是不应该出现“fish”(鱼)字样的,否则就会误导顾客。

鱼香肉丝另一个英文名称为:Shredded Pork with Garlic Sauce,意思是用大蒜汁调味的肉丝。不知这个翻译,是中国人还是外国人干的。总之,译者对鱼香肉丝的烹调了解得不够深入。

鱼香肉丝当中固然有大蒜的成分,但起关键作用的却是泡椒。泡椒,俗称“鱼辣子”,是川菜中特有的调味料。鱼辣子里最主要的成分有红辣椒末,其他如葱末、姜末、糖、盐、花椒等,自然也有大蒜。把鱼香等同大蒜,是以偏概全。泡椒具有辣中带酸的特点。而这,恰好是欧陆人喜欢的味道。

实际上,不要说老外搞不懂“鱼香”究竟为何物,就是地道的中国人,对此也是一头雾水。但许多人从来不怀疑鱼香肉丝和鱼,有着天然的关系。



市场变局催生中国酒业“白金模式”

2013 年 5 月 31 日,贵州茅台酒厂(集团)白金酒有限责任公司在贵阳成立。此举意味着在市场高调运作 4 年的白金酒,由茅台旗下一个子品牌,发展成为茅台集团的独立子公司。做强茅台酒做大茅台集团的大茅台战略又迈出重要一步。茅台希望通过整合,进一步提升白金酒品牌知名度和美誉度,把白金酒打造成为中高端酱香型白酒核心品牌,强势进军中高端市场,形成战略互补。

2012 年,中国白酒市场开始新一轮调整。经过了“黄金十年”,白酒业出现了需求饱和、产能过剩、价格泡沫等问题,并在 2012 年集中体现,白酒增速明显放缓。稳产量,调结构,转方式,增效益,成为中国酒业的应对之策。

中国酒业协会指出,2011 年我国居民酒精饮品消费额不足 100 美元/人,而世界平均水平约 200 美元,发达国家超过 1000 美元。随着我国经济增长,白酒消费升级将持续。专业人士指出,白酒业本轮调整,高端白酒价格逐渐回归,中高端、次高端白酒需求则持续增长。大量商务消费、个人消费、休闲消费快速成长,原来部分高端消费转向次高端,大众消费由于消费升级转向中高端,而中低端市场更趋白热化竞争。在这样的格局中,白酒业发展主要依靠行业集中度的提升以及价格驱动。与其他行业相比白酒业集中度低,但茅台在品牌、资源、渠道、资金等方面更具竞争力,消费者也越来越愿意选择具有规模优势、品牌优势、品质优势的产品,加上贵州省的支持政策,茅台更有希望在此轮洗牌中获得更多份额。

作为茅台集团战略品牌,白金酒 2009 年上市以来一直坚持市场化运作,坚持营销创新。白金酒定位走商务、文化、艺术、礼



仪路线,产品结构从 100 多、200 多、300 多、500 多、600 多到 1000 多,兼顾高端、次高端、中高端;白金酒个性化定制酒的创新受到了市场认可,企业家定制、企事业单位定制、私人定制,及由中国工艺美术大师与著名调酒大师联袂打造的白金文化艺术酒,受到广大消费者的青睐;白金酒的经销商大多选择具有一定资本和社会关系的业外人士,不到 3 年在全国就成功开发建设了 500 家专卖店——白金酒礼行;白金酒的广告也完全颠覆传统酒水表达诉求的方式,走养生文化路线,“白金酱酒,小杯喝,更讲究”已经让更多消费者记在心里。

面对中国酒业市场变局,茅台集团及时调整,进一步升华“白金模式”,专门成立贵州茅台酒厂(集团)白金酒有限责任公司,整合资本、资源、品牌、网络、营销、团队诸多优势资源,重拳出击中高端市场,把握结构性优势,开创中国酒业厂商合作新模式。

